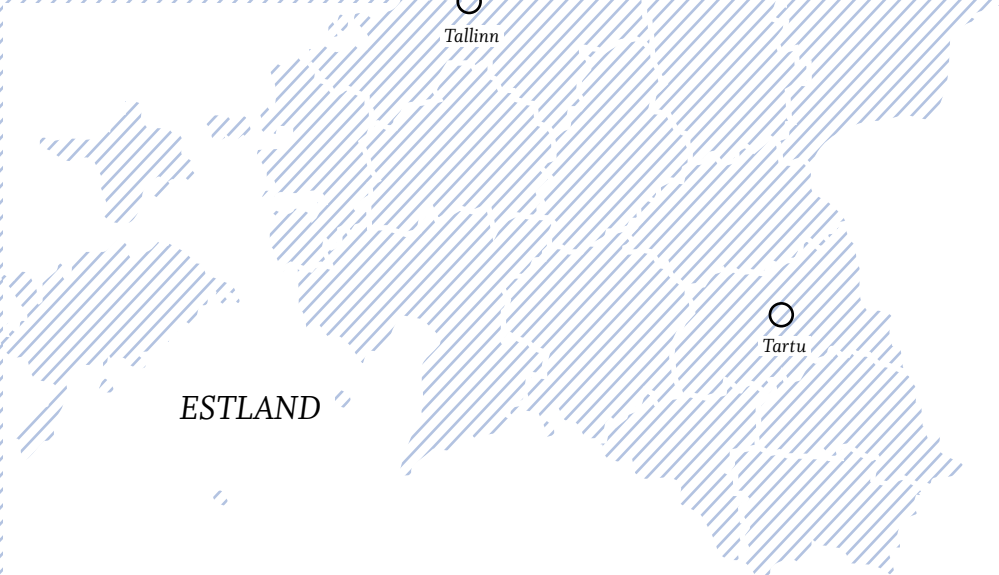


Hand in Hand in eine neue Zeit

Estland tritt Anfang 2011 der Euro-Zone bei – der Lohn für zwanzig Jahre rasanten wirtschaftlichen Aufschwung. Doch die Finanzkrise hat auch hier ihre Spuren hinterlassen. Und zu einem Umdenken geführt. Seitdem wächst die Zahl der Sozialunternehmer stetig an. *enorm* hat sie besucht

Im Mai 2008 sammelten 50 000 Freiwillige in Estland 10 000 Tonnen Unrat.
Das Land wurde sauberer – und es entstand ein neues Gemeinschaftsgefühl

TEXT Gunthild Kupitz
FOTOS Espen Eichhöfer



LÄNDERPROFIL
ESTLAND

Hauptstadt: Tallinn, 410 000 Einwohner (30 % aller Einwohner Estlands)
Fläche: 158 qkm (Tallinn), 45 227 qkm (Estland)
Bevölkerung: 1,36 Millionen (Stand 2010); davon sind ca. 69 % Esten, 26 % Russen, 2 % Ukrainer, Weißrussen und Finnen je 1 %
Amtssprache: Estnisch
Staatsform: Parlamentarische Republik
Staatsoberhaupt/Staatspräsident: Toomas Hendrik Ilves (Sozialdemokrat)
Ministerpräsident: Andrus Ansip (Estnische Reformpartei/Liberal)

BIP: 13,7 Mrd. € (2009) ; innerhalb der Eurozone ist nur das BIP von Zypern geringer
BIP pro Kopf: 10 246 € (2009)
Reales Wachstum: -14,1 % (2009), 0,9 % (Prognose 2010)
Monatlicher Durchschnittslohn: 855 € (2008)
Arbeitslosenquote: 13,8 % (2009), im April 2008 lag die Zahl noch bei 3,7 %

Geschichte und Gegenwart 1940 von der Sowjetunion annektiert, seit August 1991 souverän. Seit 2004 Mitglied der EU sowie der NATO.

Wirtschaft Die Wirtschaftspolitik ist liberal. Wichtigste Wirtschaftszweige: Finanzdienstleistungen, Transport / Logistik, Telekommunikation, Tourismus, Handel. 2011 Einführung des Euro.

Geografie Zu Estland gehören 1521 Inseln, von denen die meisten höchstens 0,1 qkm groß sind. Fast die Hälfte des Festlandes ist von Wäldern bedeckt, ein Fünftel mit Sümpfen. Es gibt außerdem viele, meist kleine Seen sowie zahlreiche Flüsse. 10 % der Fläche Estlands ist ausgewiesenes Naturschutzgebiet.

Umwelt 90 % der in Estland produzierten Energie stammt aus Ölschieferverbrennung, wodurch die Umwelt stark belastet wird. 2007 gründete sich die Grüne Partei, die bei den Parlamentswahlen sofort die 5-Prozent-Hürde überwand.

Besonderheit Es gibt mehr Handys als Einwohner, der Zugang zum Internet ist per Gesetz garantiert. Mit einer ID-Card, die auch Personalausweis ist, kann man Bankgeschäfte erledigen, wählen gehen, Steuererklärungen abgeben etc.

Vielleicht wird Rainer Nõlvak eines Tages die ganze Welt sauberer machen. Die Chancen dafür stehen jedenfalls ziemlich gut. Begonnen hat er bereits mit Estland, seiner Heimat. Genervt von den Unmengen an Müll, die er bei seinem Triathlon-Training in den Wäldern ständig sah, beschloss Nõlvak zu handeln. Das war vor knapp drei Jahren. Mit seinem Freund Ahti Heinla, einem der Skype-Erfinder, gründete er die Initiative „Let’s do it – let’s clean up Estonia“. Nõlvak, der in der IT-Branche Millionen gemacht hat, kontaktierte mögliche Mitstreiter, entwarf eine erste Struktur des Non-Profit-Projektes und arbeitete bald zwischen 12 und 20 Stunden täglich. Sieben Monate später, im Mai 2008, trugen im ganzen Land 50 000 Freiwillige in fünf Stunden 10 000 Tonnen Unrat zusammen, darunter Elektroschrott, Überreste aus sowjetischen Armeebeständen, Kühlschränke, Autoreifen, Schutt. Das meiste davon wurde recycelt.

Die Säuberung hätte den Staat normalerweise drei Jahre und 25 Millionen Euro

gekostet; Nõlvaks Initiative dagegen benötigte ohne die Vorbereitungszeit nicht mal einen Tag und lediglich 650 000 Euro an Spenden und staatlichen Zuschüssen. „Bei der Aktion ging es nicht nur um das Einsammeln des Mülls“, sagt Nõlvak. „Fast noch wichtiger war zu zeigen, dass so etwas überhaupt möglich ist.“

Das ist gelungen. Denn bald darauf gründeten sich auch in anderen Ländern „Let’s do it“-Organisationen, Tausende räumten auf: 60 000 in Lettland, 110 000 in Litauen. In Portugal waren es ebenfalls 110 000, einschließlich der Präsidentenfamilie, in Slowenien 250 000, zwölf Prozent der Bevölkerung; damit standen mehr Menschen mit Müllsäcken bereit, als es Arbeit für sie gab. Ende September findet die Aktion in Rumänien statt, ebenso im 12-Millionen-Moloch Delhi. Und erst kürzlich war Nõlvak auf Einladung der UNESCO in Brasilien, um das Konzept auf einer Konferenz über Nachhaltigkeit vorzustellen.

So wie der 43-jährige Nõlvak engagieren sich immer mehr Esten, um die gesellschaftlichen und ökologischen Probleme in ihrem Land zu lösen oder zumindest die

QUELLE Statistics Estonia, Auswärtiges Amt, OECD Länderbericht, Bundeszentrale für politische Bildung, Wirtschaftskammer Österreich, Estonian Institute



Im Zentrum von Tallinn



Im Radstadion von Tallinn: Rainer Nõlvak ist passionierter Triathlet und sorgt als Umweltaktivist dafür, dass Estland sauber bleibt

Situation zu verbessern. Das war nicht immer so. Während der sowjetischen Besatzung von 1944 bis 1991 interessierte sich niemand dafür, ob die Umwelt verschmutzt wurde oder jemand außerhalb der eigenen Familie Hilfe brauchte. Es ging darum zu überleben – physisch wie psychisch. „Aber auch danach war Verantwortung lange kein Thema“, sagt Mari Kooskora, die an der Estonian Business School in Tallinn Ethik unterrichtet. In den ersten Jahren nach der Unabhängigkeit konnte man nur ein Ziel: reich werden – und zwar so schnell wie möglich.

Kooskora hat über ethische Werte im Wirtschaftsleben sowie über Corporate Social Responsibility (CSR) in Estland promoviert. Die 40-Jährige schätzt, dass mittlerweile etwa 30 Prozent der Unternehmen CSR betreiben – mit stark steigender Ten-

denz. „Allerdings ist es bei vielen nur Schau und dient lediglich PR-Zwecken“, merkt sie an. Nach wie vor sei es schwierig, Ethik und Moral im Geschäftsleben zu etablieren. Denn die Erfahrungen während der Sowjetzeit hätten großen Schaden angerichtet: „Lügen, Stehlen, Misstrauen – das war normal“, erinnert sich Kooskora. „Das wirkt bis heute in den Menschen nach.“ Auch an der Business School wurde ihr Fach lange nicht ernst genommen. Doch seit etwa drei Jahren spürt sie, dass sich etwas verändert hat. „Ich werde darin bestärkt, dass das, was ich tue, relevant ist und helfen kann, unsere Gesellschaft zu verbessern“, sagt Kooskora. „Es ist endlich keine Utopie mehr.“

Nicht wenige der Unternehmen, die CSR aus Überzeugung in ihre Firmenstrategie integrieren, stammen aus Skandina-

vien. Schließlich ist Estland nur durch den 80 Kilometer breiten Finnischen Meerbusen von Finnland getrennt. Zwischen den Nachbarn besteht schon aufgrund der gemeinsamen Zugehörigkeit zur finno-ugrischen Sprachgruppe eine enge kulturelle Verwandtschaft. Und auch sonst fühlt sich das Land, das etwas kleiner ist als Niedersachsen, samt seiner knapp 1,4 Millionen Einwohner Nordeuropa zugehörig. Mit dem slawischen Russland dagegen verbindet es nur die gemeinsame Grenze und eine von der gewaltsamen Annektierung 1944 geprägte Geschichte.

Heute sind es Konzerne wie die norwegische Statoil-Gruppe oder die schwedische Großbank Swedbank, die in Estland nicht nur Geld verdienen wollen, sondern sich darüber hinaus auch in und für die Gesellschaft engagieren. Und das tun sie



Dr. Mari Kooskora lehrt an der Estonian Business School in Tallinn. Promoviert hat sie über Werte im Wirtschaftsleben und CSR

ganz offensiv. Die Swedbank etwa positioniert auf ihrer estnischen Homepage den Menüpunkt „CSR“ gleichrangig zwischen „Mission“ und „Karriere“. Der Link führt dann zu einer Übersicht verschiedener CSR-Aktivitäten, unter anderem zu ihrer Partnerschaft mit der Good Deed Foundation. Oder wie sie auf estnisch heißt, der „Heateo Sihtasutus“.

Die Stiftung mit Sitz in Tallinn wurde 2003 von sechs Männern und Frauen gegründet. Sie waren überzeugt davon, dass sich die sozialen Probleme in ihrem Land am effektivsten mit den Strategien der auf Gewinn ausgerichteten Privatwirtschaft lösen lassen – in diesem Bereich arbeiteten sie nämlich selbst. Die Stiftung finanziert sich zu je einem Drittel aus Mitgliedsbeiträgen sowie Spenden und Einnahmen von CSR-Seminaren. Mittlerweile betreut sie sechs Projekte, alle funktionieren nach dem Prinzip des Sozialen Unternehmertums. Teils existierten die Projekte bereits – zumindest in ihrer Idee wie die Health Estonia Foundation – oder sie wurden von der Stiftung gegründet wie das Zentrum für Wiederverwertung nach Vorbild der

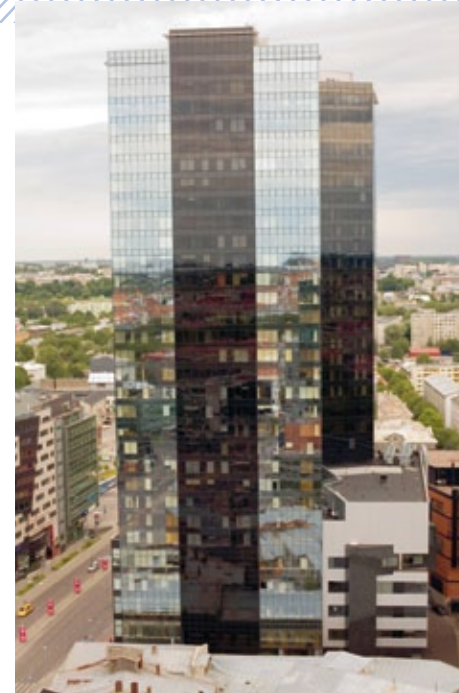
Shops der bekannten NGO Oxfam. Unterstützt werden ausschließlich Projekte, die das Potenzial haben, große Veränderungen in der Gesellschaft zu bewirken. „Wobei Unterstützung nicht unbedingt Geld bedeutet, sondern vor allem Wissen“, sagt Geschäftsführer Mart Kuusk, 40.

Wissen, das sich aus dem Netzwerk der Good Deed Foundation-Gründer speist. Gut 1000 Einzelpersonen und Firmen stellen bei Bedarf ihre Kenntnisse kostenlos zur Verfügung. „Mal wird Hilfe bei der strategischen Planung gebraucht, mal bei der Pressearbeit, mal bei der Auswahl von Personal“, erklärt Kuusk. Und die kommt von den Topleuten der jeweiligen Branche: von den Marketingmanagern bei Coca Cola, den Kommunikationsstrategen der Agentur Hill & Knowlton, von den Finanzexperten der Swedbank oder den Anwälten der baltischen Wirtschaftsrechtskanzlei Varul. Vilgerts. Smaliukas.

Die Juristen etwa berieten unter anderem Katriin Jüriska, die Geschäftsführerin des Zentrums für Wiederverwertung. Im vergangenen Spätsommer hatte das 2004 gegründete Unternehmen kurz vor dem

Konkurs gestanden. Der Grund war großes Missmanagement von Jüriskas Vorgänger. Die Beratung war erfolgreich: Im Juli konnte die 28-Jährige sogar einen neuen Secondhandshop in Tallinn eröffnen. Damit leitet sie nun drei Läden mit insgesamt acht Angestellten und 15 Ehrenamtlichen. „Im Prinzip funktionieren wir wie eine Wohltätigkeitsorganisation“, erzählt Jüriska: „Wir sammeln gut erhaltene Dinge wie Kleider, Schuhe, Bücher und Möbel als Spenden, die wir dann verkaufen.“ Zu äußerst günstigen Preisen natürlich. So kostet eine Hose maximal 30 Kronen (umgerechnet zwei Euro), eine Bluse 20, Schuhe und Pullover 10 Kronen. Denn die meisten Kunden sind arm, viele von ihnen sind russischstämmig. Ihre Familien wurden während der Besatzung für die sozialistische Rüstungsindustrie in Estland angesiedelt. Damals waren sie privilegiert, verdienten besser als die Esten, lernten aber die Landessprache nicht. Mit der Unabhängigkeit wurden die einstigen Gewinner zu Verlierern.

Trotz der geringen Preise machen die Shops des Zentrums für Wiederverwer-



Blick vom SAS Hotel im Zentrum von Tallinn

Die Health Estonia Foundation will die Ausbreitung von HIV verlangsamen. Die Krankheit hat epidemische Ausmaße angenommen

tung nach Abzug aller Kosten wie Miete und Gehälter sogar Gewinne, wenn auch nur kleine. „Damit helfen wir dann denen, die sich nicht selbst helfen können“, sagt Jüriska. Anfangs sei es jedoch ziemlich schwierig gewesen, die Menschen davon zu überzeugen, Dinge, die sie nicht mehr nutzten, kostenlos abzugeben. Schließlich würden die Sachen ja vom Zentrum verkauft. „Doch die Müllgebühren in Estland sind sehr hoch. Deshalb geben uns inzwischen viele gerne ihre Altkleider.“

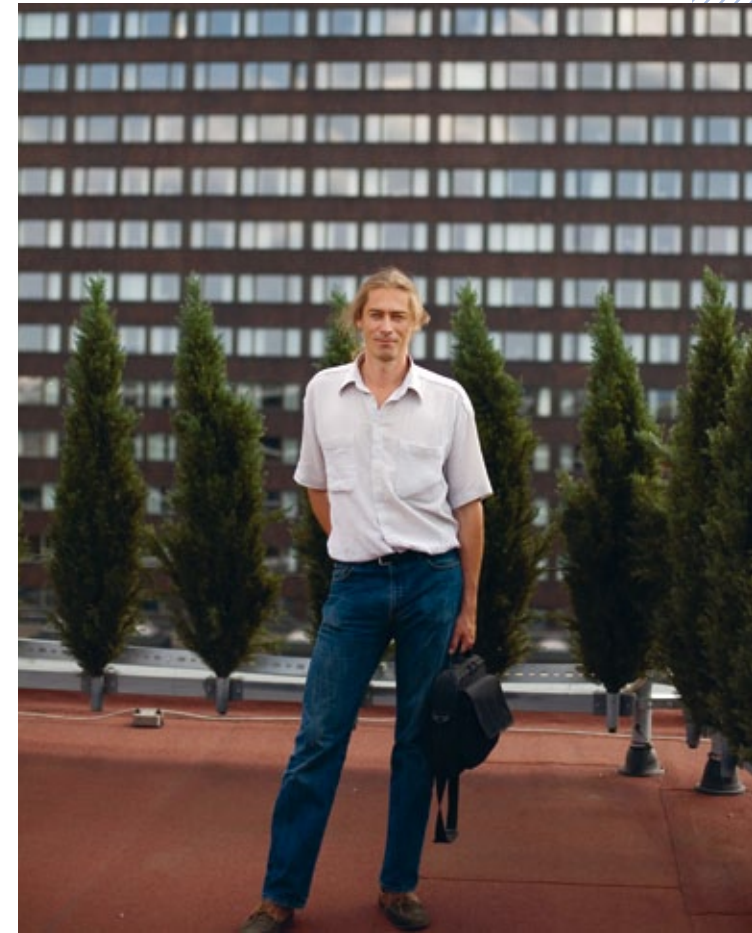
Unter den engagierten Konzernen gilt die Swedbank als beispielhaft. Sie unterstützt unter anderem seit 2007 das Stiftungsprojekt Health Estonia Foundation. Das Ziel: die Ausbreitung von HIV in der Bevölkerung zu verlangsamen. In Estland hat die Krankheit epidemische Ausmaße angenommen. Sie verbreitet sich dort

zehnmal so schnell wie im europäischen Durchschnitt. Jeden Tag infizieren sich ein bis zwei Menschen. Bis März wurden mehr als 7400 Esten positiv getestet, 60 Prozent davon sind zwischen 15 und 24 Jahre alt; nach Schätzungen tragen weitere 4000 Menschen das potenziell tödliche Virus in sich, bei 300 ist die Krankheit bereits ausgebrochen.

Die Health Foundation versucht, über die HIV-Gefahr aufzuklären, etwa indem sie auf Einladung eines Unternehmens dessen Mitarbeiter umfassend schult. Inzwischen haben mehr als 5500 Angestellte von 94 Firmen an solchen Schulungen teilgenommen, die von den Unternehmen übrigens selbst bezahlt werden. Außerdem finden immer wieder Speedtestings statt, oder es werden Studien erstellt, die unter anderem die Auswirkung von HIV auf die

Wirtschaft untersuchen. Nicht zuletzt werden immer wieder Aktionen initiiert, zuletzt das Projekt „Back to school“: Schülerinnen und Schüler der Stufen sieben bis zwölf wurden im Fach HIV/Aids von Ehrenamtlichen unterrichtet, die die Stiftung speziell dafür ausgebildet hat.

Nach einer Schätzung der Good Deed Foundation gibt es in Estland derzeit etwa 1500 staatliche Organisationen mit dem Auftrag, die sozialen Probleme im Land zu lösen. Doch die meisten von ihnen hätten weniger als fünf Angestellte, nur eine Handvoll arbeite wirklich effektiv. Da etwas wie Philanthropie in einem Reformland wie der ehemaligen Sowjetrepublik Estland keine Tradition hat, kümmern sich einige junge Esten selbst um die Themen, die wichtig sind. Ökologie zum Beispiel. Und Nachhaltigkeit.



Mart Kuusk ist Geschäftsführer der Health Estonia Foundation



Katriin Jüriska führt in Tallin drei Shops des Zentrums für Wiederverwertung

*Da etwas wie
Philanthropie in Estland
keine Tradition hat,
kümmern sich einige
junge Esten selbst um
die Themen, die wichtig
sind. Zum Beispiel
Ökologie*

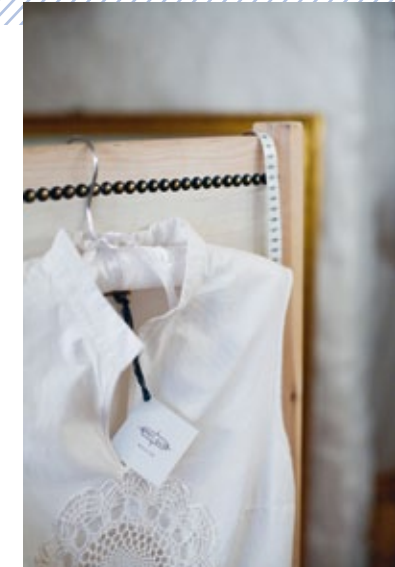
Juhan Peedimaa ist einer dieser jungen Engagierten. Er betreibt in Tartu die Druckerei Ecoprint mit 35 Angestellten. Produziert wird dort mit Naturfarben auf Recycling- oder FSC-zertifiziertem Papier, darüber hinaus besitzt das Unternehmen sämtliche Umweltzertifikate, darunter das Ökolabel Europas sowie das der Nordischen Länder. Und mehrfach ausgezeichnet wurde der Betrieb auch bereits.

„In einem postsozialistischen Land wie dem unseren denken viele Leute bei ‚umweltfreundliche Drucktechnik‘ an eine Art

teuren Kartoffeldruck“, sagt der 35-Jährige. „Dabei können unsere Magazine, Broschüren und Verpackungen genauso hochwertig sein wie konventionell gedruckte. Und in der Herstellung sind sie sogar oft billiger.“ Möglich ist das, weil Ecoprint über hochmoderne Drucker verfügt, die deutlich weniger Abfall produzieren als andere. Darüber hinaus wird sehr energieeffizient gearbeitet. Bis es soweit war, hat es allerdings einige Jahre gedauert.

1993 hatte Peedimaa mit seiner späteren Frau und einem Freund ein Designstudio gegründet. Irgendwann kamen die ersten Drucker dazu und 2002 eine Produktlinie, die sie „Green Print“ nannten. Doch die Tinte auf Pflanzenbasis trocknete nicht, weshalb sie spezielle Maschinen kauften. Die aber erhitzen die Halle so stark, dass eine Klimaanlage her musste, mit dem Ergebnis, dass der Energieverbrauch astronomisch anstieg. Also probierten sie es mit einer Begrünung des Daches und installierten eine Windkraftanlage, Peedimaa nennt es heute „ein idiotisches Investment“ – die Anlage wurde wieder abgebaut. „Wir haben viele Fehler gemacht, aber auch viel gelernt“, sagt Peedimaa. „Weitergeholten hat uns vor allem die Zusammenarbeit mit unseren Kunden.“ Die kommen unter anderem aus Skandinavien. Allein von norwegischen Klienten erhält Ecoprint jede Woche rund 20 Aufträge. Erst wenn alle verschiedenen Produkte fertig gedruckt sind, wird ein großer Lastwagen beladen, der dann nach Norwegen fährt – der Natur zuliebe sind zusätzlich die Waren kooperierender Unternehmen an Bord. Den Einzugsbereich noch weiter ausdehnen will Peedimaa wegen der Transportwege nicht. „Das wäre dann so ziemlich das Gegenteil von umweltfreundlich.“

Ecoprint druckt auch die Image-Postkarten für die Modedesignerin Reet Aus. Die 36-Jährige hegt eine große Leidenschaft für Müll. Oder vielmehr für Dinge, die niemand mehr braucht: Abfälle der Textilindustrie, alte Kleidung, benutzte Stoffe. Aus diesen Materialien macht Aus dann in ihrem Atelier in der Tallinner Innenstadt etwas Neues. „Upcycling“ nennt sie das, wenn sie es mit den Resten der Stoffindustrie tut, und „Redesigning“, wenn sie et-



Modedesignerin Reet Aus entwirft aus Abfällen der Textilindustrie ihre Kollektionen. „Upcycling“ nennt sie das

was aus alten Textilien fertigt. Aus entwirft auch Kleider aus ökologisch angebauter Baumwolle und Seide. Noch, sagt sie. „Denn das Thema Wiederverwertung finde ich wesentlich spannender, weil es viel komplizierter ist.“

Studiert hat Aus Modedesign an der estnischen Kunstakademie. Seit zehn Jahren entwirft sie Kostüme fürs Theater, „ein Ort, an dem man viele Dinge ohne Geldruck ausprobieren kann“. Und seit 2004 bringt sie jährlich zwei Kollektionen mit jeweils rund 30 Teilen unter ihrem Namen heraus. Die romantisch angehauchte Mode verkauft Aus mittlerweile in Helsinki, Riga und New York. Ihre Kleidung sei relativ teuer, gibt sie zu, aber der Prozess der Verarbeitung dauere sehr viel länger, als wenn man fertige Stoffbahnen kaufe. Dafür seien ihre Blusen, Hosen und Mäntel extrem langlebig, verspricht sie. „Ich mache langsame Mode. Zeitlos im Design und von hoher Qualität.“ Auch das ist für sie ein Beitrag zum Umweltschutz: Gut verarbeitete Kleidung kostet mehr, darum wird weniger davon gekauft und in der Folge auch weniger produziert. „Konsumge-

wohnheiten ändert man meist erst in Krisenzeiten“, sagt Aus, die derzeit auch an ihrer Dissertation über Nachhaltigkeit in der Mode arbeitet. „Insofern bin ich froh über die gegenwärtige Situation: Die Krise hilft unserer Gesellschaft, sich zu reinigen – oder gibt ihr zumindest die Möglichkeit dazu.“

Auch Rainer Nölvak ist nicht unglücklich über die Rezession: „Sie wird die Menschen verändern.“ Denn die Krise habe gezeigt, dass der Reichtum, nach dem viele Esten seit Beginn der Unabhängigkeit strebten, nicht die Sicherheit biete, die sie darin suchten. Nicht mal glücklich mache Geld. Nölvak weiß das aus eigener Erfahrung. 1991 hatte er seine erste Computerfirma gegründet, bald darauf ein Newsportal. Beide verkaufte er mit Anfang 30 für einen zweistelligen Millionenbetrag, baute sich ein Haus in Florida und setzte sich zur Ruhe. „Nach zwei Wochen stellte ich fest, dass es das Bescheuertste war, was ich je gemacht hatte.“ Die nächsten zweieinhalb Jahre konzentrierte sich Nölvak auf sein Triathlontraining. „Du sitzt auf dem Rad, und du bist allein. Du hast nichts

anderes zu tun, als zu treten. Dabei ist mir einiges klar geworden.“

Also hat Nölvak in Estland zwei neue Firmen aufgebaut, Schwerpunkt der einen: Krebsforschung. Er hat die Gründung der Grünen Partei unterstützt, die seit 2007 im Parlament sitzt, und engagiert sich in der internationalen Sektion von „Let’s do it“. „Weil dieses Projekt nicht nur die Gemeinschaft innerhalb des Landes gestärkt hat, sondern auch die zwischen den Ländern“, sagt er. Zudem hatte Nölvak festgestellt, dass die Menschen nach der Säuberungsaktion glücklich waren: „Gutes für andere zu tun, ist gut für einen selbst.“ So entstanden einige Brainstormings später zwei neue Ideen: eine virtuelle „Bank des Glücks“, in der Menschen anderen online Hilfe anbieten, und die Think-Tank-Bewegung „Mein Estland“. Seitdem treffen sich regelmäßig über 10 000 Menschen an über 100 Orten und arbeiten gemeinsam daran, das Leben im Land zu verbessern. „Die Säuberungsaktion hat die Menschen beflügelt und ihnen Hoffnung gegeben“, sagt Nölvak. „Die Hoffnung, dass wir irgendwann auch noch die Meere entmüllen können.“ /