



# 2022/37 Homestory

<https://shop.jungle.world/artikel/2022/37/homestory-37>

**Homestory**

## **Homestory #37**

Homestory Von **Jungle World**

**<p>Offenbar hat jemand bei Jan Böhmermanns »ZDF Magazin Royale« die Jungle World gelesen oder ist zumindest beim Googeln darauf gestoßen.</p>**

Offenbar hat jemand bei Jan Böhmermanns »ZDF Magazin Royale« die Jungle World gelesen oder ist zumindest beim Googeln darauf gestoßen. Kürzlich nahm Böhmermann in seiner Sendung das Hamburger Unternehmen Viva con Agua aufs Korn, das Mineralwasser verkauft und in Hamburg ein Hotel betreiben will – und zugleich mit einer NGO desselben Namens verbunden ist, die wohltätige Zwecke verfolgt.

»Social Business« nennt sich dieses Konzept, bei dem durch ganz gewöhnliche Geschäftstätigkeit nebenbei noch Gutes getan werden soll. Dass bei Viva con Agua ein Teil der Gewinne wohltätigen Zwecken zugute kommt, ist natürlich nichts Schlechtes, es hat aber eben auch einen enormen Werbeeffect. Wer würde sich sonst schon für irgendeine neue Mineralwassermarke interessieren? Und beim Bau des Hotels wird man als prominentes »Social Business« von der politischen Führung der Stadt Hamburg unterstützt, die das Grundstück mit erheblichem Preisnachlass verkaufte, weil es angeblich schwer zu nutzen sei.

Böhmermann machte sich darüber ein wenig lustig (»Ärzte ohne Grenzen zum Trinken«) und erwähnte zudem, dass beim Husumer Mineralbrunnen, wo das Wasser im Auftrag abgefüllt wird, die Angestellten nicht nach Tarif bezahlt werden und auch keinen Betriebsrat haben. Wie das meiste, was er in seiner Sendung zu Viva Con Agua erzählte, war dies zum ersten Mal ein Jahr zuvor in der Jungle World zu lesen gewesen. Im Artikel »Willkommen im Zeitalter der Togetherness« von Gaston Kirsche aus der Ausgabe 31/2021 kam unter anderem ein Gewerkschaftssekretär der NGG in Husum zu Wort. »Wir haben seit 2017 versucht, dort einen Betriebsrat zu gründen, vergeblich«, sagte er damals.

Das »Social Business« ist eine Traumwelt, in der sich Mitglieder der deutschen Mittelschicht und Bourgeoisie eingerichtet haben, die hier in einem der globalen Zentren der Kapitalakkumulation gerne ein ganz normales bürgerliches Leben führen wollen – Karriere machen, Unternehmen leiten, Personalkosten drücken –, dazu aber noch in Anspruch nehmen, eine Art moralische Avantgarde darzustellen, die dafür sorgt »dass unsere Welt noch nachhaltiger, sozialer und freudvoller wird in den kommenden Jahren«, wie der Gründer von Viva con Agua es mal ausdrückte.

Das praktisch-konstruktive Weltverbessern ist nicht gerade eine zentrale Stärke der Jungle World. Kritik liegt uns eher, gerne auch an den selbsterklärten Weltverbesserern jeglicher Couleur. Eine Fernsehshow, die Böhmermann Konkurrenz macht, wird es von der Jungle World vorläufig nicht geben. Aber etwas Besseres. Nach unserer netten Release-Veranstaltung für unsere Auslandsausgabe haben wir uns vorgenommen, demnächst in Berlin häufiger Diskussionsveranstaltungen abzuhalten. Damit soll es schon bald losgehen. Wir geben Bescheid, wenn es konkrete Termine gibt.

© Jungle World Verlags GmbH