

Von der Wissensgesellschaft zur Wirkungsgesellschaft

Journal-Beitrag zum Übergang von der Wissensgesellschaft zur Wirkungsgesellschaft: Labels, Zertifikate, Scores, Faktenchecks und Berichte machen Wirkung sichtbar, aber erst Rückkopplung in Preise, Regeln, Kapital, Beschaffung und Öffentlichkeit macht daraus reale Steuerung.

Digitale Lesefassung

Für Bildschirm und
Ausdruck

Original online

wirkungsökonomie.de/blog/von-der-wissensgesellschaft-zur-wirkungsgesellschaft.html

Faktenstand: 15. Juni 2026. Der Beitrag ist mit dem vertiefenden Dossier verbunden und nutzt modellhafte WÖk-Begriffe; er ist keine Rechts-, Anlage-, Steuer- oder Politikberatung.

Grundlagenpfad: Die Verstehen-Seite Von der Wissensgesellschaft zur Wirkungsgesellschaft erklärt den Gedanken kompakt als Einstieg - inklusive Einordnung vom 5. zum 6. Kondratieff.

Vertiefung: Der Beitrag verdichtet das aktualisierte Dossier Von der Wissensgesellschaft zur Wirkungsgesellschaft. Die PDF-Fassung bleibt unter dem bestehenden Link abrufbar.

1. Der Rauchmelder piept - aber wer schaltet den Herd aus?

Stellen wir uns eine Küche vor. Auf dem Herd steht ein Topf. Die Platte ist an, der Topf wird heiß, irgendwann steigt Rauch auf. Zum Glück haben wir einen Rauchmelder. Er piept laut. Alle wissen jetzt: Da stimmt etwas nicht.

Die Wissensgesellschaft ist dieser Rauchmelder. Sie erkennt, misst, meldet, analysiert, berichtet und vernetzt. Sie kann CO2 modellieren, Lieferketten kartieren, Gesundheitsdaten auswerten, Bildungsindikatoren berechnen, politische Kommunikation prüfen und Millionen Datenpunkte in Dashboards verwandeln.

Aber ein Rauchmelder ist noch keine Feuerwehr. Ein Thermometer ist noch keine Heizung. Ein Nachhaltigkeitsbericht ist noch keine bessere Lieferkette. Ein Faktencheck ist noch keine stabile Demokratie. Und ein Label ist noch keine andere Preislogik.

Hier beginnt die Wirkungsgesellschaft. Sie ist keine Absage an Wissen, Wissenschaft oder Daten. Sie ist ihre nächste Reifestufe. Sie fragt nicht nur, was wir wissen. Sie fragt: Was folgt daraus? Welche Zustände verändern sich? Und wie verändert dieses Wissen die Regeln, nach denen wir wirtschaften, investieren, regulieren, kommunizieren und konsumieren?

2. Was die Wissensgesellschaft geleistet hat

Die Wissensgesellschaft war ein großer Fortschritt. In der Agrargesellschaft war Boden entscheidend. In der Industriegesellschaft waren Maschinen, Energie und Fabriken entscheidend. In der Konsumgesellschaft wurden Märkte, Marken und Komfort zum Leitmotiv. In der Wissensgesellschaft wurden Bildung, Forschung, Daten, Software, Organisation, Kommunikation und Innovation zu zentralen Ressourcen.

Das hat enorme Fortschritte ermöglicht: Medizin, Digitalisierung, erneuerbare Energien, globale Wissenschaftskooperation, Satellitendaten, Produktanalysen, Nachhaltigkeitsreporting, KI-gestützte Forschung. Wir können heute Dinge sichtbar machen, die früher unsichtbar blieben.

Doch genau darin liegt die neue Zumutung. Wenn eine Gesellschaft weiß, dass sie ihre Lebensgrundlagen beschädigt, und trotzdem so weitersteuert, dann reicht die Diagnose nicht. Dann ist nicht mehr der Sensor das Problem, sondern die Rückkopplung.

Kurz gesagt: Die Wissensgesellschaft hat den Rauch sichtbar gemacht. Die Wirkungsgesellschaft fragt, warum der Herd noch an ist.

3. Die neue Zwischenstufe: Labels, Zertifikate, Scores

Zwischen Wissensgesellschaft und Wirkungsgesellschaft liegt eine Zwischenstufe, die leicht unterschätzt wird: die Sichtbarkeitsgesellschaft. Sie ist voller Zeichen: Bio-Label, Fairtrade, EU Ecolabel, FSC, Blauer Engel, ISO 14001, ESG-Rating, Nachhaltigkeitsbericht, CO2-Fußabdruck, Nutri-Score, Democracy-Score, Faktencheck, Warnhinweis, QR-Code, Produktpass.

Diese Zeichen sind nicht nutzlos. Im Gegenteil: Sie sind historisch wichtig. Sie zeigen, dass Gesellschaften angefangen haben, die alte Preis- und Kapitalblindheit zu durchbrechen. Sie sagen: Nicht alles steht im Preis. Nicht alles steht im Markenversprechen. Nicht alles steht im Gewinn. Es gibt verborgene Informationen, die sichtbar gemacht werden müssen.

Auch die Europäische Kommission beschreibt das Problem der Label- und Green-Claims-Welt sehr deutlich: Es gibt in der EU sehr viele Nachhaltigkeits- und Energie-Labels, mit sehr unterschiedlicher Transparenz; viele grüne Aussagen sind vage, unbegründet oder nicht belegt. [3] Genau das zeigt: Sichtbarkeit ist nötig, aber Sichtbarkeit kann selbst unübersichtlich werden.

Ein Label informiert. Eine Zertifizierung prüft einen Standard. Ein Bericht dokumentiert. Ein Rating ordnet ein. Doch der Preis, die Steuer, die Finanzierung, die öffentliche Beschaffung oder die Plattformreichweite können trotzdem gleich bleiben.

Deshalb gehören Labels und Zertifikate nicht gegen die Wirkungsökonomie. Sie sind Datenquellen, Vertrauensbausteine und Prüfspuren. Aber sie sind nicht die Architektur selbst. In einer Wirkungsökonomie werden sie zu Bausteinen einer Rückkopplung: Aus Nachweisen werden Anreize.

Merksatz Ein Label sagt: Schau hin. Die Wirkungsökonomie fragt: Was ändert sich dadurch am System?

4. Sichtbarkeit ist notwendig - aber nicht ausreichend

Der wichtigste Satz lautet: Sichtbarkeit ist notwendig, aber nicht ausreichend.

Ein Nachhaltigkeitsbericht kann Daten sichtbar machen, ohne ein Geschäftsmodell zu verändern. Ein Label kann informieren, ohne den Preisvorteil schlechter Wirkung zu beseitigen. Ein Risiko kann in einer Studie beschrieben werden, ohne dass Kapital, Versicherung, Beschaffung oder Recht reagieren. Eine Kennzahl kann veröffentlicht werden und trotzdem folgenlos bleiben.

Ein einfaches Bild hilft: Wenn ein Thermometer 39 Grad Fieber anzeigt, ist das wichtig. Aber das Thermometer heilt nicht. Es sagt nur: Da stimmt etwas nicht. Danach braucht es Diagnose, Entscheidung, Behandlung, Kontrolle und Lernprozess.

Die Wirkungsökonomie unterscheidet deshalb drei Stufen: Wahrnehmung, Bewertung und Lenkung.

1. Wahrnehmung Daten, Labels, Berichte, Scores, Faktenchecks und Studien machen Wirkung oder Wirkungsrisiken sichtbar.	2. Bewertung Die Information wird eingeordnet: Was heißt das für Mensch, Planet und Demokratie? Welche roten Linien gelten?	3. Lenkung Die Bewertung verändert reale Entscheidungsbedingungen: Preise, Steuern, Kapital, Beschaffung, Reichweite, Haftung.
--	---	--

Ohne die dritte Stufe bleibt Wirkung im Bericht. Mit der dritten Stufe kehrt Wirkung in das System zurück.

Diese Dreistufigkeit ist die Brücke von der Wissensgesellschaft zur Wirkungsgesellschaft. Sie macht deutlich: Die Wirkungsökonomie ist keine Konkurrenz zu Labels, Zertifikaten oder Faktenchecks. Sie ist der Versuch, aus deren Wissen eine gesellschaftliche Rückkopplungsarchitektur zu bauen.

5. CO₂-Preis, Verbote und Regulierung: echte Rückkopplung - aber begrenzt

Man muss fair bleiben: Nicht alles, was heute existiert, ist nur Wissen. Gesetzliche Vorgaben, Verbote und CO₂-Preise greifen bereits in Verhalten ein. Ein Verbot zieht eine rote Linie. Ein CO₂-Preis verteuert Emissionen. Eine Berichtspflicht erzwingt Daten. Eine Haftungsregel kann Verantwortung klären.

Der nationale Emissionshandel in Deutschland bepreist seit 2021 Brennstoffemissionen außerhalb des europäischen Emissionshandels, vor allem in Wärme und Verkehr; 2026 gilt dafür ein Preiskorridor von 55 bis 65 Euro, bevor die Überführung in ETS₂ ansteht. [6] Das ist ein reales Preissignal. Es ist mehr als Information.

Und trotzdem ist es noch keine vollständige Wirkungsgesellschaft. Erstens betrachtet der CO₂-Preis vor allem eine Dimension: Treibhausgase. Das ist zentral, aber nicht alles. Ein Produkt kann klimatisch besser sein und trotzdem Menschenrechte verletzen, Wasser übernutzen, Gesundheit belasten oder demokratische Risiken erzeugen.

Zweitens erfassen heutige Instrumente nicht automatisch alle Produkte, Lieferketten und Wirkungsfelder. Drittens können Preisniveaus politisch zu niedrig, zu volatil oder sozial unzureichend abgedeckt sein. Viertens bleiben viele andere Systemschäden im Preis unsichtbar.

Verbote wiederum sind unverzichtbar, wenn rote Linien überschritten werden. Kinderarbeit, giftige Stoffe, schwere Gesundheitsgefährdung oder demokratische Manipulation können nicht einfach 'eingepreist' werden, als wären sie normale Kostenpositionen. Aber eine Gesellschaft kann nicht nur über Verbote gesteuert werden. Sonst entsteht ein Flickenteppich: hier ein Verbot, dort eine Ausnahme, da eine Subvention, dort ein Nachweisformular.

Die Wirkungsökonomie ordnet diese Instrumente deshalb in eine größere Architektur ein. Labels liefern Wissen. Zertifikate liefern Nachweise. Berichtspflichten liefern Daten. Verbote schützen rote Linien. CO₂-Preise setzen ein wichtiges Klimasignal. Aber die Wirkungsgesellschaft braucht eine verbindende Logik: Wirkung muss mehrdimensional sichtbar, bewertet und rückgekoppelt werden.

6. Nutri-Score, Democracy-Score, Faktencheck und Folgencheck

Besonders anschaulich wird der Übergang bei Scores und Checks. Sie zeigen, wie komplexe Informationen alltagstauglich gemacht werden können.

Der Nutri-Score ist ein Front-of-Pack-Label. Er verdichtet Nährwertinformationen auf eine fünfstufige Farb- und Buchstabenskala von A bis E und soll Verbraucher:innen helfen, die ernährungsphysiologische Qualität eines Lebensmittels schneller einzuordnen. Die Nutzung ist freiwillig; das Label ergänzt die verpflichtenden Nährwertinformationen. [4]

Auch hier gilt: Der Nutri-Score ist nicht automatisch preiswirksam. Ein Produkt mit schlechterem Nutri-Score wird nicht automatisch teurer. Ein Produkt mit besserem Nutri-Score wird nicht automatisch günstiger. Der Score kann Kaufentscheidungen beeinflussen, Reformulierungen anregen oder politischen Druck erzeugen. Aber er ist zunächst ein Wissens- und Orientierungssignal.

Ähnlich interessant ist der TRUST- beziehungsweise DEMOCRACY-Score von Democracy Intelligence. Er wird ausdrücklich als 'Nutri-Score für politische Kommunikation' beschrieben. Er fragt nicht nur, ob eine Aussage stimmt, sondern ob politische Kommunikation demokratische Meinungsbildung stärkt oder durch Verzerrung, Delegitimierung, Abwertung oder spaltende Emotionalisierung belastet. Zugleich grenzt Democracy Intelligence ihn selbst von einem reinen Wahrheitszertifikat ab. [5]

Damit liegt dieser Score näher an einer Wirkungslogik als ein klassischer Faktencheck. Denn er fragt nicht nur nach Wahr oder Falsch, sondern nach kommunikativer Qualität, Wirkpfaden und demokratischer Verträglichkeit. Trotzdem bleibt auch er zunächst ein Sichtbarkeits- und Bewertungsinstrument. Zur Wirkungsrückkopplung wird er erst, wenn Plattformen, Medien, politische Werbung, öffentliche Förderung, Reichweitenmechanismen, Transparenzpflichten oder Bildungsangebote daraus Konsequenzen ziehen.

Genau hier liegt der Unterschied zwischen Faktencheck und Folgencheck. Ein Faktencheck fragt: Stimmt diese Aussage? Ein Folgencheck fragt zusätzlich: Welche Wirkpfade öffnet diese Aussage? Aktiviert sie Misstrauen? Markiert sie Gruppen als Feinde? Entwürdigt sie Menschen? Erhöht sie die Wahrscheinlichkeit, dass Institutionen nicht mehr als legitim wahrgenommen werden? Oder stärkt sie Orientierung, Fairness, Gemeinsinn und Korrekturfähigkeit?

Das ist für Desinformation zentral. Eine Lüge ist nicht nur falsch. Sie kann Vertrauen abbauen, Gegner markieren, Gruppen entwürdigen, Angst aktivieren, Institutionen delegitimieren und demokratische Streitfähigkeit beschädigen. Aber wissenschaftlich sauber muss man vorsichtig bleiben: Ein einzelner Satz zerstört nicht automatisch Demokratie. Er kann ein Wirkungspotenzial erzeugen, ein Wirkungsrisiko erhöhen oder einen Resonanzraum verschieben. Erst in Wiederholung, Verstärkung und Anschlussfähigkeit entsteht systemische Wirkung.

Faktencheck und Folgencheck Der Faktencheck prüft, ob eine Aussage stimmt. Der Folgencheck prüft zusätzlich, welche Wirkungsrisiken und Wirkpfade eine Aussage öffnet. Die Wirkungsökonomie fragt dann: Welche Rückkopplung ist demokratisch, verhältnismäßig und lernfähig?

7. Der 5. und 6. Kondratieff: von digitalem Wissen zur Wirkungslogik

Auch historisch lässt sich diese Verschiebung einordnen. Die Kondratieff-Theorie beschreibt lange wirtschaftliche Entwicklungswellen. Man sollte diese Wellen nicht wie Naturgesetze behandeln. Aber sie helfen, große Leitlogiken sichtbar zu machen.

Der fünfte Kondratieff steht für Digitalisierung, Globalisierung, IT, Kommunikation, Effizienz, Daten, Plattformen und Prozessoptimierung. Er ist die Welle der Wissensgesellschaft: Daten werden verfügbar, vernetzbar, rechenbar, speicherbar und handelbar.

Der sechste Kondratieff beschreibt die Transformationswelle des 21. Jahrhunderts: Nachhaltigkeit, Resilienz, Gesundheit, Kreislaufwirtschaft, KI, Robotik, neue Energiesysteme, Wirkungsdaten und positive Netto-Wirkung. Er fragt nicht mehr nur: Wie digitalisieren und optimieren wir? Sondern: Welche Zustände

verbessern wir damit?

Die entscheidende Schwelle liegt also zwischen dem fünften und dem sechsten Kondratieff. Der fünfte baut Sensoren, Plattformen, Datenräume und Rechenleistung. Der sechste entscheidet, welche Zustände damit verbessert werden und wie das System lernt, wenn es das Falsche belohnt.

8. Der Schritt zur Wirkungsökonomie: Daten - Bewertung - Rückkopplung

Die Wirkungsökonomie ist die konsequente Architektur hinter dieser Entwicklung. Sie nimmt vorhandene Daten, Standards, Labels, Zertifikate, Berichte und Checks ernst - aber sie macht daraus mehr als Information.

Die Grundbewegung lautet: Daten zeigen Wirkung. Bewertung ordnet Wirkung. Rückkopplung verändert Verhalten. Verhalten verändert Systeme.

Das lässt sich am Apfel zeigen. Ein Apfel kann bio-zertifiziert sein. Das ist ein Hinweis auf Produktionsweise. Er kann aus der Region kommen. Das ist ein Hinweis auf Transport und lokale Wertschöpfung. Er kann aus einem Betrieb mit fairen Arbeitsbedingungen kommen. Das ist ein Hinweis auf soziale Wirkung. Er kann in einer wasserarmen Region angebaut worden sein. Das ist ein Hinweis auf Wasserstress.

Die Wirkungsökonomie bündelt solche Hinweise nicht als bunte Siegelwand, sondern als Scorecard. Sie fragt: Welche Wirkungsfelder sind relevant? Welche Daten sind belastbar? Welche Benchmarks gelten? Welche negativen Wirkungen dürfen nicht kompensiert werden? Welche Steuer-, Preis- oder Beschaffungsfolge ist angemessen?

Das gleiche Prinzip gilt für Unternehmen. CSRD, ESRS und GRI liefern Nachhaltigkeitsdaten. ESG-Ratings liefern eine Kapital- und Risikosicht. ISO 14001 liefert Managementnachweise. Aber die Wirkungsökonomie fragt: Welche Zustände verändert das Unternehmen insgesamt? Welche Produkte tragen positive Netto-Wirkung? Welche Geschäftsmodelle lagern Schäden aus? Welche Lieferketten sind kritisch? Welche Investitionen schaffen Zukunftsfähigkeit?

Wichtig ist dabei: Die Wirkungsökonomie darf keine Black Box werden. Wenn Wirkung in Steuern, Preise, Kapitalzugang oder Reichweite zurückwirkt, entsteht Macht. Diese Macht braucht Transparenz, Einspruchsrechte, demokratische Kontrolle, wissenschaftliche Prüfung, offene Standards und Lernfähigkeit.

9. Produkte, Preise und digitale Produktpässe

Produkte sind ein besonders guter Einstieg in die Wirkungsgesellschaft, weil sie konkret sind. Menschen können sie sehen, kaufen, nutzen, reparieren, wegwerfen. Unternehmen können Daten dazu erheben. Lieferketten können zugeordnet werden. Preise können reagieren.

Die EU-Entwicklung zum digitalen Produktpass zeigt, dass die Richtung bereits sichtbar ist. Die Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte schafft einen Rahmen für Anforderungen an Haltbarkeit, Reparierbarkeit, Energie- und Ressourceneffizienz, Rezyklatanteile und Produktinformationen. Der digitale Produktpass soll relevante Produktinformationen zugänglich machen und Kreislaufwirtschaft, Reparatur, Wiederverwendung und Rechtskonformität unterstützen. [7]

Aus WÖk-Sicht ist der digitale Produktpass ein wichtiger Baustein, aber noch nicht die ganze Architektur. Er ist das Produktgedächtnis. Er kann sagen: Aus welchem Material besteht etwas? Wie reparierbar ist es? Welche Daten gibt es zu CO₂, Chemikalien, Herkunft, Haltbarkeit oder Entsorgung?

Aber auch hier gilt: Ein Pass ist noch keine Steuerung. Erst wenn seine Daten in Preis, Steuer, Beschaffung, Versicherung, Finanzierung, Reparaturanreize oder Rücknahmesysteme eingehen, wird daraus Wirkungsrückkopplung.

Darum bleibt das T-Shirt ein gutes Beispiel. Es kann ein Bio-Baumwoll-Label tragen und trotzdem problematische Arbeitsbedingungen enthalten. Es kann Recyclinganteile haben und trotzdem Mikroplastik freisetzen. Es kann klimatisch besser erscheinen und trotzdem durch einen Modezyklus Überkonsum antreiben. Darum reicht kein einzelnes Label und kein Durchschnittswert.

Die Wirkungsökonomie braucht Scorecards, WÖk-IDs, Benchmarks, Datenqualitätsklassen, Reverse Merit Order und Wirkungsgrenzen. Das kritischste Feld darf nicht durch schöne Einzelwerte verdeckt werden.

10. Medien und Öffentlichkeit: Wirkung statt Reichweite

Die Wirkungsgesellschaft darf nicht bei Produkten stehen bleiben. Eine moderne Gesellschaft wird nicht nur durch Waren geprägt, sondern durch öffentliche Resonanzräume. Medien, Plattformen, Creator, politische Kommunikation und Suchmaschinen entscheiden mit, was sichtbar wird, wem geglaubt wird, was empört, was verbindet, was entwertet und was korrigierbar bleibt.

In der Wissensgesellschaft lautete die Hoffnung: Mehr Information führt zu besserer Meinungsbildung. In der digitalen Realität zeigt sich: Mehr Information kann auch mehr Verwirrung, Polarisierung und Manipulation bedeuten, wenn Reichweitenlogiken Empörung, Angst und Identitätskonflikte belohnen.

Ein Faktencheck ist deshalb wichtig, aber begrenzt. Er prüft Aussagen und schafft Korrekturwissen. Doch wenn die falsche Behauptung millionenfach ausgespielt wurde und die Korrektur kaum Reichweite bekommt, bleibt die Rückkopplung schwach. Es ist, als würde man nach dem Brand einen kleinen Zettel an die Wand hängen: 'Das Feuer war nicht in Ordnung.'

Ein Folgencheck geht einen Schritt weiter. Aber auch er bleibt zunächst Analyse. Die eigentliche WÖk-Frage lautet: Was folgt daraus für Plattformarchitektur, politische Werbung, Monetarisierung, Medienförderung, Bildungsprogramme, Transparenzpflichten und demokratische Schutzmechanismen?

Die EU-Politik geht in Teilen bereits in diese Richtung. Der Digital Services Act behandelt sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen als Infrastrukturen mit systemischen Risiken; der Verhaltenskodex gegen Desinformation wurde als Code of Conduct in den DSA-Rahmen integriert. [8] Das sind Schritte in Richtung Wirkungslogik, weil Plattformen nicht nur als neutrale Übermittler, sondern als systemisch wirksame Räume betrachtet werden.

Trotzdem braucht es besondere Vorsicht. Medienwirkung lässt sich nicht so einfach messen wie Kilogramm CO₂ pro Kilogramm Produkt. Sprache, Tonalität, Bilder, Frames und Plattformlogiken erzeugen oft zunächst Wirkungspotenziale und Wirkungsrisiken. Man muss zwischen Fakt, Deutung, Resonanzraum, Wirkpfad, Risiko und eingetretener Wirkung unterscheiden.

11. Staat, Kapital und öffentliche Beschaffung

Die Wirkungsgesellschaft braucht nicht nur bessere Verbraucherinformation. Wenn Verantwortung allein am Regal landet, wird sie zur Überforderung. Dann müssen Menschen mit begrenzter Zeit und begrenztem Geld jeden Einkauf moralisch prüfen, während die strukturellen Anreize gleich bleiben. Das wäre keine Wirkungsgesellschaft, sondern moralische Konsumverwaltung.

Deshalb muss Rückkopplung auf höheren Systemebenen stattfinden: Staat, Recht, Kapital, öffentliche Beschaffung, Versicherung, Unternehmensführung und Bildung.

Der Staat wird in der Wirkungsökonomie zum Rückkopplungsarchitekten. Er muss nicht alles selbst planen. Er muss aber sicherstellen, dass Preise, Steuern, Förderungen, Beschaffung, Haftung und Haushalte nicht systematisch gegen Mensch, Planet und Demokratie arbeiten.

Öffentliche Beschaffung ist dabei ein besonders starker Hebel. Wenn der Staat Schulen baut, Kantinen beliefert, Fahrzeuge kauft, IT beschafft, Pflegeeinrichtungen ausstattet oder Infrastruktur finanziert, bewegt er Märkte. Wenn dort nur der billigste sichtbare Preis zählt, gewinnt oft schlechte Wirkung. Wenn geprüfte Netto-Wirkung, Lebenszykluskosten, Reparierbarkeit, Arbeitsbedingungen, regionale Resilienz und Datenqualität zählen, verändert sich Wettbewerb.

Auch Kapital bekommt Richtung. Ein Unternehmen, dessen Geschäftsmodell positive Netto-Wirkung erzeugt, sollte leichter Zugang zu Kapital, Versicherbarkeit und öffentlichen Aufträgen bekommen. Ein Geschäftsmodell, das Schäden auslagert, sollte höhere Risikokosten tragen. Das ist keine Planwirtschaft. Es ist eine Marktwirtschaft mit besseren Signalen.

Recht bleibt dabei zentral. Wirkung darf nicht willkürlich zugeschrieben werden. Es braucht klare Verfahren, Datenquellen, Prüfstandards, Einspruchsrechte, Übergangsregeln, Verhältnismäßigkeit und Schutz vor Machtmissbrauch. Der Wirkungsrat, offene Standards, demokratische Kontrolle und unabhängige Audits sind dafür keine Dekoration, sondern Grundvoraussetzung.

12. Was die Wirkungsgesellschaft nicht ist

Die Wirkungsgesellschaft ist keine Welt ohne Wissen. Sie ist Wissen mit Rückkopplung.

Sie ist keine Welt ohne Markt. Märkte bleiben Suchprozesse. Aber sie brauchen Signale, die mehr Wahrheit enthalten.

Sie ist keine Welt ohne Kapital. Kapital bleibt Werkzeug. Aber es wird nicht mehr als Kompass behandelt.

Sie ist keine Welt ohne Gewinn. Gewinn bleibt ein Tragfähigkeitssignal. Aber Gewinn beweist nicht automatisch gesellschaftlichen Wert.

Sie ist keine Welt ohne Freiheit. Freiheit braucht sogar bessere Informationen, damit sie nicht durch falsche Preise, manipulative Plattformen oder verdeckte Folgekosten ausgehöhlt wird.

Sie ist kein Social-Credit-System. Bewertet werden nicht Menschen als Personen, sondern Wirkungsträger: Produkte, Programme, Kapitalflüsse, Institutionen, Infrastrukturen, Lieferketten, Regeln, öffentliche Maßnahmen und Plattformlogiken. Auch hier braucht es strenge Grenzen: keine Personenbewertung, keine

undurchsichtige Black Box, keine politisch missbrauchbare Punktelogik, keine technokratische Herrschaft über Wahrheit.

Sie ist auch keine moralische Zusatzschicht. Sie sagt nicht einfach: 'Seid netter.' Sie fragt: Welche Zustände verändern sich? Welche Daten haben wir? Welche Wirkungsrisiken entstehen? Welche roten Linien gelten? Welche Rückkopplung ist verhältnismäßig, demokratisch und lernfähig?

13. Schluss: Die erwachsene Wissensgesellschaft

Die Wissensgesellschaft hat uns Augen gegeben. Sie hat Daten erzeugt, Forschung beschleunigt, Zusammenhänge sichtbar gemacht und globale Kommunikation ermöglicht. Aber eine Gesellschaft kann sehen und trotzdem in die falsche Richtung laufen.

Labels, Zertifikate, Scores und Faktenchecks sind wichtige Brillen. Sie machen manches schärfer. Sie helfen, Komplexität zu ordnen. Sie sind keine Nebensache. Aber auch mit der besten Brille muss man noch entscheiden, wohin man geht.

Die Wirkungsgesellschaft ist deshalb nicht die Abschaffung der Wissensgesellschaft. Sie ist ihre Reifung. Sie fragt nicht nur: Was wissen wir? Sie fragt: Was folgt daraus?

Ein Bio-Label zeigt einen Produktionsstandard. Die Wirkungsökonomie fragt, ob bessere Wirkung im Preis sichtbar wird. Ein Fairtrade-Siegel zeigt einen sozialen Anspruch. Die Wirkungsökonomie fragt, ob faire Lieferketten im Wettbewerb strukturell gestärkt werden. Ein Nutri-Score zeigt Nährwertqualität. Die Wirkungsökonomie fragt, ob gesunde Ernährung durch Preise, Kantinen, Bildung, Werbung und Stadtplanung leichter wird. Ein Faktencheck zeigt, ob eine Aussage stimmt. Die Wirkungsökonomie fragt, welche demokratische Folgewirkung Sprache, Reichweite und Plattformlogik erzeugen.

Damit wird aus Wissen Wirkung. Aus Sichtbarkeit wird Rückkopplung. Aus Nachhaltigkeit als Zusatz wird Nachhaltigkeit als Systemarchitektur. Aus Kapital als Kompass wird Kapital als Werkzeug. Aus Demokratie als bloße Institution wird Demokratie als Korrektorraum.

Oder ganz einfach: Der Rauchmelder piept. Jetzt müssen wir den Herd ausschalten.

Der letzte Satz Die Wissensgesellschaft fragt: Was wissen wir? Die Wirkungsgesellschaft fragt: Was bewirkt es - und wie verändert dieses Wissen die Regeln des Systems?

Quellen und Arbeitsgrundlagen

1. [1] Dossier: Von der Wissensgesellschaft zur Wirkungsgesellschaft, öffentliche Dossierfassung, Stand 15. Juni 2026.
2. [2] UN Department of Economic and Social Affairs: The 17 Sustainable Development Goals.
3. [3] OECD: Measuring What People Know. Human Capital Accounting for the Knowledge Economy, 1996.
4. [4] European Commission: Corporate sustainability reporting, ESRS, Green Claims, Digital Services Act und Ecodesign for Sustainable Products Regulation.
5. [5] Wirkungsökonomie: Glossar-Hub mit Detailseiten zu Wirkung, SDG+, Reverse Merit Order, Wirkungsarchitektur und Wirkungsrückkopplung.

