



Carolina Müller-Möhl

Unternehmertum in Bewegung

Der Winter hat Bewegung ins Unternehmertum gebracht. Nur über die verstärkte Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung kann die Wirtschaft erfolgreich bleiben.

— Es war ein toller Winter. Die Tourismusbetriebe boomten. Der Sport sorgte für Spannung und Begeisterung. Und unsere Vorstellungen von Unternehmertum sind in Bewegung geraten.

Die neuen Töne kamen zunächst aus dem Schnee, vom Weltwirtschaftstreffen WEF in Davos, das dieses Jahr im Zeichen der «Kraft der kooperativen Innovation» stand: Bill Gates warb für einen kreativen Kapitalismus, viele CEO und Verwaltungsräte globaler Konzerne bekannten sich explizit zur sozialen Verantwortung der Wirtschaft, und die Klaus Schwab Stiftung präsentierte die Social Entrepreneurs des Jahres. Speziell Schwabs Stiftung unterstützt schon seit langem Unternehmer aus aller Welt, die sich sozial engagieren.

Was kooperative Innovation weiter bedeuten kann, brachte die Gruppe Young Global Leaders ebenfalls in Davos auf den Punkt. Dabei handelt es sich um eine Vereinigung Hunderter junger Unternehmensführer, Politiker und Intellektueller aus aller Welt – vom Bürgermeister aus Yokohama über den CEO aus Indien bis zum Forscher aus Spanien – mit dem Ziel, die entscheidenden Akteure von morgen schon heute miteinander zu vernetzen und gemeinsam Strategien für die grossen Herausforderungen der Zukunft zu entwickeln. Jedes Jahr nominiert ein Komitee, präsiert von Königin Rania von Jordanien, weitere 200 bis 300 Persönlichkeiten unter 40. So entsteht quasi ein global vernetzter Think Tank des sozialen Unternehmertums, der sich in zahlreichen Task Forces mit Themen wie Umweltschutz, Diversity oder Armut befasst. Denn eines ist klar: Obwohl nicht die heutige Generation die globalen Probleme hauptsächlich verursacht hat, liegt es an ihr, sie zu lösen.

Wie kann und soll man nun im Jahr 2008 Unternehmen gründen und führen, wenn die Erde wärmer, das Wasser knapper und die Armen ärmer geworden sind? Wie kann man gründen und führen, wenn die Wirtschaft noch asiatischer und noch vernetzter wird, wenn das Leben der Menschen noch länger dauert, wenn Mitarbeitende noch viel besser gebildet, unabhängiger und multikultureller geworden sind?

Es gibt auf diese Fragen zwei Antworten, eine alte und eine neue. Erstens: Unternehmertum bleibt im Kern das, was es schon immer war. Eine Aufgabe für initiative, leistungswillige, marktorientierte und ausdauernde Personen. Sie müssen optimistisch und kreativ sein, Chancen nutzen, Marktfähigkeit herstellen und erhalten.

Die zweite Antwort lautet: Heute Unternehmer zu sein, heisst, gesellschaftliche Verantwortung zu tragen. Und das sehr direkt. Und sehr aktiv. Der Grund ist einfach: Die Probleme auf der Agenda spielen sich nicht nur weit weg, in der sogenannten «Dritten Welt» oder irgendwo «draussen in der Natur» ab. Sie werden die Produktionsbedingungen fast aller Unternehmen in den nächsten Jahrzehnten direkt verändern. Es ist moralisch nicht verwerflich, sein kreatives Potenzial gleichzeitig in den Dienst des Kapitals und der Gesellschaft zu stellen. Im Gegenteil. Denn wenn sich unsere Unternehmen und Unternehmer nicht diesen Herausforderungen stellen, dann werden es andere tun – und damit nachhaltige Gewinne erzielen. Wir brauchen also mehr denn je kooperative Innovation in der Wirtschaft!

Das haben viele Unternehmer erkannt und reagieren entsprechend. Sei es mit einer konsequenten Förderung und fairen Behandlung der Mitarbeiter, einer aktiven Teilnahme am gesellschaftlichen Dialog oder nachhaltigen Produktionsbedingungen. Heute gilt: Die Wahrnehmung der sozialen Verantwortung in Unternehmen ist nicht mehr «nice to have», sondern prägt zunehmend das Bild einer Unternehmung beim Kunden und in der Gesellschaft. Sie ist aber nicht mit Wohltätigkeit zu verwechseln. Vielmehr ist diese Verantwortung zu einer ganz konkreten strategischen Aufgabe geworden, die unsere volle Aufmerksamkeit verlangt und immer mehr zur Bedingung des wirtschaftlichen Erfolgs wird.

Nicht zuletzt mit den Verwerfungen an den Kreditmärkten und den Schwierigkeiten mancher grosser Unternehmen stellt sich heute die Frage nach dem Unternehmertum neu. Und es bietet sich die Chance einer zukunftsorientierten Neudefinition. Wenn das kürzlich zum 35. Mal gestartete Hundeschlittenrennen Iditarod dafür Pate stehen könnte, so wäre das kein schlechtes Zeichen: Es führt über gefährliche Trails in Alaska, wo nur umsichtiges Handeln, Ausdauer und Teamwork zum Ziel führen. Und seine historische Wurzel bestand darin, auf unkonventionellem, aber leistungsfähigem Weg Bedürftigen Hilfe zu bringen.

Carolina Müller-Möhl, Politologin, ist Präsidentin der Müller-Möhl Group, Verwaltungsrätin von Nestlé und der Kühne Holding. Die Mutter eines Sohnes gehört der Leitung der Stiftung Pestalozzianum für Jugend, Bildung, Dialog an.