

Gemeinwohlökonomie

Kritische Selbstreflexion, Weiterentwicklung und authentisches Marketing

Höher, weiter, schneller. Gewinnmaximierung, Erhöhung des Marktanteils, Shareholder-Value. Im Studium der Betriebswirtschaftslehre sind das immer noch die Schlagwörter schlechthin. Doch sind diese Denkansätze heute überhaupt noch zeitgemäß? Die Märkte sind unlängst erschöpft. Wachstum passiert nur noch durch Verdrängung. Die Ressourcen der Erde sind begrenzt, die Arbeitskraft des Menschen endlich. Maschinen ersetzen uns immer mehr – dennoch stehen Arbeitnehmende mit vielen Überstunden einer großen Gruppe von Arbeitslosen gegenüber. Es werden Millionen ins Marketing gesteckt aber die Mitarbeitenden erhalten nur Mindestlohn. Unternehmen müssen wirtschaftlich denken und Gewinne erzielen. Für das Gemeinwohl sind Politik und Ehrenamt zuständig. Oder?

Wirtschaft und Gemeinwohl – Geht das?

Die Bewegung der Gemeinwohl-Ökonomie zeigt, dass es geht. Diese besteht nicht nur aus Bio-Bauern und Umweltaktivisten. Die *Sparda-Bank München*, der Outdoor-Ausrüster *Vaude* oder auch die *taz* gehören wohl zu den bekanntesten Unternehmen die bereits eine Gemeinwohlbilanz erstellt haben. In dieser Bilanz wird nicht der Gewinn bzw. Umsatz, den das Unternehmen erwirtschaftet hat, bewertet. Betrachtet werden Faktoren der sozialen bzw. ökologischen Verantwortung zum Beispiel gegenüber Mitarbeitenden und Umwelt.

Die Bilanz weist also nach, dass die Menschenwürde, die Menschenrechte und die ökologische Verantwortung als Gemeinwohlwerte auch in dem Wirtschaftsbetrieb beachtet werden.

Der wahrscheinlich größte Mehrwert der Gemeinwohlbilanz ist der Prozess an sich. Da die Unternehmensvertreter_innen die Bewertung der Bilanzpunkte selbst vornehmen, werden sie sich ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung bewusst. Sie werden sensibilisiert und angeregt den Einfluss, welchen sie in ihrer Position haben, geltend zu machen. Dadurch begeben sie sich in einen Reflexionsprozess der auf alle Bereiche ihres Handelns Einfluss nehmen wird.

Was hat das Unternehmen davon?

Der Prozess der Bewertung bis hin zur Bilanz ist anstrengend. Die fachliche Begleitung kostet Geld. Die Auditierung ebenfalls. Zudem werden möglicherweise Veränderungsprozesse im Unternehmen angestoßen, die wieder anstrengend sind. Warum also sollte ein Unternehmen sich einer solchen Prozedur unterziehen?

Zum Einen wird mittels der externen Überprüfung durch einen Auditor oder eine Auditorin sichergestellt, dass die Angaben nicht frei erfunden sind. Die Kundschaft wird immer kritischer und viele Unternehmen werden mit dem Vorwurf des „Greenwashings“ konfrontiert. Im Zuge des Employer Branding sprossen viele Unternehmensberatungen aus dem Boden die mit Marketingkonzepten viel versprochen haben, was die Unternehmen nicht halten konnten. Mit der Gemeinwohlbilanz können Unternehmen genau die Unternehmenskultur bewerben, die sie tatsächlich auch leben. Verbraucher_innen und Kooperationspartner_innen werden gemeinwohlobilanzierte Unternehmen ebenso bevorzugen wie gemeinwohlorientierte Geldgeber_innen.

Zum Anderen werden eben gerade durch den anstrengenden Prozess der Selbstbewertung und -reflexion Potenziale sichtbar, die sonst verborgen geblieben wären.

Es bleibt also die spannende Frage: Welches Unternehmen wird das erste in Mecklenburg-Vorpommern, dass eine Gemeinwohlbilanz erstellt?

Autorin: Maria Zocher-Ihde koordiniert das Unternehmensnetzwerk Zukunftsmacher MV. (2016)

zocher@gleis7-ev.de

www.zukunftsmacher-mv.de