

Handlungsfelder für Unternehmen, die sich aus den 2. Spiekerooger Klimagesprächen ergeben!

1. Von der Zweckerreichung zur Sinnstiftung

Unternehmen sind im 19. und 20. Jahrhundert gewachsen an der Aufgabe, die Gesellschaft mit den für das Leben nötigen Gütern und Dienstleistungen zu versorgen. Wachsender materieller Wohlstand macht die Menschen aber schon seit einiger Zeit nicht glücklicher. Unternehmen tragen mehr oder weniger dazu bei, dass Menschen dazu gelangen, den Sinn ihres Lebens zu finden. Dazu gehört die strategische Bewältigung von Herausforderungen. Unternehmen müssen deshalb ein aktives Engagement zur Bewältigung des Klimawandels entwickeln.

2. Sich als Unternehmen neu erfinden

Nach früheren Vorstellungen hatte ein Unternehmen sein Bestes getan, wenn der Verkauf von Gütern und Dienstleistungen zu befriedigenden Gewinnen führte. Heute reicht das nicht mehr. Angesichts der Fülle gesellschaftlicher Probleme und Herausforderungen muss sich das Unternehmen fragen, was es zu deren Bewältigung beiträgt bzw. beitragen kann. Unternehmen wirken aktiv auf die Gestaltung von Zukünften ein und führen durch neue Angebote an die Gesellschaft selber kulturelle Veränderungen herbei. Das gut und richtig zu tun, erfordert ein neues Selbstverständnis als gesellschaftlicher Akteur.

3. Zum Glück von Akteuren beitragen

Wenn Zufriedenheit und Glück der Menschen mehr denn je an anderen Dingen hängen als der Ausstattung mit materiellen Gütern und Dienstleistungen, dann muss das Folgen haben für das konkrete Handeln von Unternehmen. Burn-out-Syndrome und Depression sowie zunehmende Verschwendung im Umgang mit Lebensmitteln, Kleidungsstücken etc. sind Zeichen davon, wie viel Überdross am Überfluss heute besteht. Unternehmen haben hier eine doppelte Rolle: intern aktiv an der Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden arbeiten, extern an der Zufriedenheit ihrer Kunden und Lieferanten. Menschliches Glück ist nicht nur Glückssache. Unternehmen können dazu beitragen.

4. Mit Netzwerken zu Gemeinschaftsbildungen kommen

In der alten Wirtschaftswelt konkurrierte jeder gegen jeden: nur ja niemandem etwas erzählen. Heute bilden sich Netzwerke und strategische Allianzen zwischen Unternehmen, die im Wettbewerb zueinander stehen und trotzdem von den Erfahrungen anderer profitieren wollen. Auf lokaler und regionaler Ebene beginnt die Einsicht zu wachsen: Erfolg setzt Zusammenarbeit voraus. Netzwerkbildung für den Erfahrungsaustausch braucht es natürlich insbesondere für die Bewältigung der großen gesellschaftlichen Herausforderungen. Der Klimawandel steht hier ganz vorne.