

Netze der Nachhaltigkeit

Was die Gesellschaft im Innersten zusammenhält

Zum Beispiel: BdW – Beirat der Wirtschaft

Von Dr. Alexandra Hildebrandt
Expertin für Nachhaltigkeit und Wirtschaftskommunikation

„Was in Deutschland fehlt, sind starke Unternehmensverbände, die mehrere Branchen zusammenfassen und dadurch schon auf Verbandsebene für einen Ausgleich der Interessen innerhalb der Unternehmerschaft sorgen. Außerdem können Unternehmensverbände helfen, auch stark zersplitterten Branchen Gehör zu verschaffen.“¹

Dirk K. Martin

I.

Die gesellschaftliche Rolle von Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren stark erweitert, weil sie sich zunehmend mit der Gestaltung gesellschaftlicher Strukturen auseinandersetzen müssen, was ursprünglich Aufgabe des Staates war. Deshalb gewinnen Kooperationen, Partnerschaften und Netzwerke, in die vielfältige Ressourcen und Kompetenzen investiert werden, immer mehr an Bedeutung. Sie ergänzen die staatlichen Regulationskonzepte zur nachhaltigen Entwicklung und bieten für alle Beteiligten nachhaltige Vorteile. Zusammen sind sie besser als jeder einzelne von ihnen.

„Ein funktionierendes Netzwerk ist wie ein Bankkonto. Sie sammeln dort Guthaben, indem Sie geben, um sich bei Bedarf davon abholen zu können. Zu wissen, wen man fragen kann, ist nützlich. Und je mehr unterschiedliche Menschen man kennt, desto größer ist die Chance, Antwort auf unterschiedliche Fragen zu erhalten. In Kontakt stehen mit Menschen aus unterschiedlichen sozialen Schichten und zu wissen, was sie tun und auch denken – das schafft Ressourcen. Vergleichbar mit Reisen oder Lesen erweitert es unseren Horizont, schafft neue Ideen und Sichtweisen“, sagt Matthias Krieger, Geschäftsführer der Krieger + Schramm GmbH. Er ist davon überzeugt, dass gute Kontakte und Beziehungen, bei denen es um Inhalte geht, die Erfolgsaussichten erheblich verbessern, da die Marktzusammenhänge immer komplexer

¹ Dirk K. Martin: Branchenverbände gehören abgeschafft. In: Handelsblatt (8.11.2010).

geworden sind und der Wettbewerb immer härter wird. Wer kooperiert, erreicht gemeinsam mehr und ist über die „helfende Infrastruktur“ auch wettbewerbsfähiger.

Unternehmensverbände wie der weltanschaulich und parteipolitisch neutrale BdW - Beirat der Wirtschaft sind dabei eine wichtige Säule, denn sie verhelfen dem Mittelstand zu langfristigen Wettbewerbsvorteilen durch ökologisches effizientes und verantwortungsbewusstes Handeln und vertreten ausgleichend die Anliegen des Mittelstands. „Der BdW macht im Gegensatz zu manchen anderen Verbänden keine Lobbyarbeit, um Interessen durchzusetzen. Die Mitglieder kommen – vom Steuerberater bis hin zum Manager im Großunternehmen – aus den unterschiedlichsten Bereichen. Ihr gemeinsames Ziel ist es, im Interesse eines nachhaltigen und ökologischen Wirtschaftens die Mitglieder, aber auch die Politik neutral zu beraten“², sagt Otto Kirchner, seit 2006 alleiniger geschäftsführender Gesellschafter der Fränkische Rohrwerke Gebr. Kirchner GmbH & Co. KG sowie Vizepräsident des BdW.

Der BdW strukturiert seine programmatische Arbeit über sogenannte Kompetenznetze. Innerhalb dieser Kompetenznetze entwickeln die Teilnehmer – ausschließlich Führungskräfte von Mitgliedsunternehmen – zu besonderen fachlichen Themen entsprechende Inhalte. Diese werden den Mitgliedern des BdW, den Entscheidungsträgern in der Politik und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Alle Kompetenznetze werden durch einen Geschäftsträger des BdW geleitet und von einem ausgewählten Mitglied koordiniert. Zu den Kompetenznetzen gehören u.a. Bildung/betriebliche Aus- und Weiterbildung, effiziente Energienutzung und Zukunftsperspektiven, Gesundheit, nachhaltiges Wirtschaften (Investitionen/Finanzierung/Steuern), internationales Engagement/Außenwirtschaft, sinnstiftende Technik im Umgang mit Ressourcen, Ernährung/Lebensqualität, Medien und Gesellschaft sowie IT.

Übergeordnetes Ziel des Verbandes ist es, noch stärker als bisher ein umfassendes Nachhaltigkeitsbewusstsein in der Gesellschaft zu fördern und zu einer sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung beizutragen. Die Maxime „Think global, act local“ hat trotz ihrer inflationären Verwendung nichts an Aktualität verloren, denn nur wer global denkt/handelt und lokal handelt/denkt, kann die Chancen der Globalisierung für die Gestaltung der eigenen Zukunft wirklich nutzen. Diese Ganzheitlichkeit herauszubilden, ist eine langfristige Zielsetzung, die nur erreicht werden kann, wenn alle Beteiligten, die aus ihrer Kompetenz heraus Wesentliches zur nachhaltigen Entwicklung beitragen, in einem stabilen Netzwerk zusammengebracht werden.

„Die Politik braucht praxisorientierten Sachverstand von Unternehmern und Führungskräften aus der Wirtschaft, die so wiederum die Möglichkeit

² „Führungskräfte besser vor Ort rekrutieren und früh an der langen Leine laufen lassen“. In: Unternehmeredition 11 (2010), S. 32.

haben, ihren spezifischen Belangen Gehör zu verschaffen. Wir fördern den Dialog zwischen Wirtschaft und Politik, damit Deutschland auch in Zukunft ein wettbewerbsfähiges Wirtschaftsland bleibt. Allerdings können sich stabile und der langfristigen wirtschaftlichen Entwicklung zuträglich Kooperationsbeziehungen sich nur im Geiste der Fairness und Partnerschaft entwickeln. Das gilt sowohl innerhalb des Unternehmens, in der Personalführung, im Verhältnis zu Kunden und Geschäftspartnern als auch in den internationalen Netzwerken“, so die Vorstandsmitglieder des BdW Monika Gessner und Frank Möhrer.

Darüber hinaus fungiert der BdW, der eine wichtige „Schrittmacher-Funktion“ innerhalb des deutschen Mittelstands hat, als Impulsgeber, Katalysator und Koordinator von Projekten aus den Bereichen Ökonomie, Ökologie Soziales und Kultur. Er nimmt eine wichtige Moderatoren-Rolle in der Gesellschaft wahr, wie sie für die Durchführung nachhaltiger Kooperationen zwischen Politik und Zivilgesellschaft unverzichtbar ist. Im Leitbild des Verbandes heißt es: „Verantwortlich zu leben und zu wirtschaften heißt für den BdW, als Mittler die Politik zu ermutigen und die Wirtschaft zu animieren, diesem Prinzip der Nachhaltigkeit auch global Geltung und Durchsetzung zu verschaffen. Glaubwürdig kann unser Einsatz dafür nur sein, wenn wir mit gutem Beispiel vorangehen, in unserem Lebens- und Arbeitsbereich den eigenen Ansprüchen gerecht werden und anderen Menschen und Kulturen mit Respekt begegnen.“ Denn je nachhaltiger sich ein Netzwerk zusammenfügt und moderiert wird, desto größer sind die Chancen auf erfolgreiche Ergebnisse und Synergien.

Der Verband knüpft regional an die existierende Kultur der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Gesellschaft an und leistet einen Beitrag, diese Kultur unter den gegenwärtigen Bedingungen einer globalisierten Wirtschaft weiter zu entwickeln. Denn im Zuge der Globalisierung sind Unternehmen heute mehr denn je gefordert, selbst jene Voraussetzungen zu schaffen, die eine nachhaltige und erfolgreiche Geschäftstätigkeit ermöglichen. Ihre Geisteshaltung entscheidet maßgeblich darüber, nach welchen Regeln sie den Markt organisieren.

II.

Wirtschaftlicher Erfolg und nachhaltige Wertschöpfung hängen nicht allein von ökonomischen Faktoren ab. Unternehmen und Organisationen haben gleichermaßen eine Informations- und Rechenschaftspflicht über die unterschiedlichen Aus- und Wechselwirkungen ihres Handelns. Der Radius ihres Verantwortungsbereichs erstreckt sich auf die gesamte Gesellschaft. Insbesondere die Angaben zur nachhaltigen Unternehmensführung, zu den Managementstrukturen und zur Unternehmensstrategie stehen im Fokus von Investoren, Analysten und Rating-Agenturen. Auch der

Gesetzgeber auf europäischer und bundesdeutscher Ebene fordert von Unternehmen und Organisationen, Nachhaltigkeit in ihre Geschäftsprozesse zu integrieren.

Dabei ist es notwendig, spezifisch menschliche Potentiale wie Innovationskraft, Engagement, Flexibilität, Partnerschaftlichkeit, Fairness, soziale Kompetenz, Integrität, Kreativität sowie Verlässlichkeit der wechselseitigen Handlungs- und Verhaltenserwartungen immer wieder neu zu erschließen. Damit verbunden ist Vertrauen durch eine gelingende Verständigungskultur und Transparenz. Es geht künftig darum, das innere System von Unternehmen optimal zu organisieren und Change, also den Wechsel, als Chance zu begreifen, Probleme offen anzugehen und neue Wege zu wählen. Die Realisierung von Werten und Normen auf allen Unternehmensebenen setzt dabei dieselben Medien voraus, wie sie im Rahmen des Veränderungsmanagements bestimmt werden: Strategie, Institutionen, Unternehmenskultur und Mitarbeiter. Doch erst die ethische Verbindlichkeit bildet die stabile Basis von Entscheidungen in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik. Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen ethischen Standards und gesellschaftlicher Akzeptanz, Produktqualität sowie der Gewinnung guter Mitarbeiter. Wenn unternehmerischer Erfolg im Einklang mit positiven Grundwerten der Mitarbeiter und der Gesellschaft erwirtschaftet wird, ist auch die interne und externe Kommunikation umso glaubwürdiger und stabiler. Den einfachsten Weg dorthin beschrieb Johannes Rau so: „Sagen, was man tut, und tun, was man sagt.“ Das bedeutet auch, dass Moral nur dort Fuß fasst, wo sie auch vorgelebt wird. „Transparenz, Vertrauen und Teilhabe als gelebte Praxis im Betriebsalltag sind hierfür wichtige Eckpfeiler“, heißt es in den Leitlinien des BdW.

Zudem werden Unternehmen, die sichtbar ethisch handeln, von informierten Konsumenten mehr und mehr bevorzugt. Nachhaltigkeit wird damit zur Aufgabe des obersten Managements, das sich mit Fragen zur Unternehmensstrategie und Unternehmensentwicklung beschäftigt. Strategische Ziele können nur glaubwürdig vermittelt werden, wenn sie auf den Werten des Unternehmens und seiner Mitarbeiter beruhen. Dazu ist es nach Ansicht des BdW wichtig, Abschied zu nehmen „von einem Wachstumsbegriff und den bisherigen Bewertungskriterien, die keinerlei Qualitätsunterschiede darüber machen, wie das Wachstum erzeugt wurde. Ein gesamtwirtschaftliches Wachstum ist nur dann sinnvoll, wenn es hohe Raten in der Ressourcenproduktivität aufweist“.

Natürlich kann ein System, wie aus der Biologie bekannt ist, eine Zeit lang ohne Schwierigkeiten wachsen. Doch gibt es einen so genannten kritischen Raum, eine Grenze, deren Überschreitung ein System nicht überlebt. Der Biochemiker und Spezialist für Umweltfragen Frederic Vester bemerkt dazu in seinem Buch „Die Kunst vernetzt zu denken“: „Auch Krebszellen geht es ja zunächst einmal prima. Sie wachsen munter drauf los (nach dem Motto: Warum an morgen denken, Hauptsache der Umsatz

steigt!), bis sie den Wirtsorganismus so belasten, dass dessen Funktionen geschädigt werden und er zusammenbricht – und mit ihm die Krebszellen.“³

III.

Die in Deutschland entwickelte gesellschaftspolitische Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft als Gegenentwurf zu planwirtschaftlichen Vorstellungen fordert eine nachhaltige Verknüpfung von wirtschaftlicher Dynamik mit sozialer Gerechtigkeit - eine Grundvoraussetzung für breiten Wohlstand. In den Leitsätzen des BdW heißt es dazu: „Wohlstand für alle – das Leitbild Ludwig Erhards – ist global nur erreichbar, wenn wir anders wirtschaften als bisher, Wohlstand nicht nur als ein Mehr an Haben verstehen, sondern wenn wir auf Mitmenschen, Natur und nachfolgende Generationen mehr Rücksicht nehmen und wenn wir international zu umfassenden Übereinkünften darüber kommen, wie unsere Art zu leben, zu wirtschaften und zu konsumieren so gestaltet wird, dass wir unsere Zukunft nicht selbst verbauen.“

Grundsätzlich sind sich Politik und Wirtschaft der Herausforderung der Nachhaltigkeit bewusst. Bereits über 700 Unternehmen waren beim Weltgipfel für Nachhaltige Entwicklung in Johannesburg im Jahr 2002 anwesend, um Vereinbarungen über Nachhaltigkeitsprojekte zwischen Staat und Wirtschaft zu treffen. Vor diesem Hintergrund zeigt sich besonders, dass die Leitlinien der Sozialen Marktwirtschaft kein statisches Konzept sind, sondern sich ständig weiterentwickeln. Für die Zukunft ist deshalb eine ökosoziale Marktwirtschaft als konsequente Weiterentwicklung der Sozialen Marktwirtschaft gefordert.

Der BdW zieht aus der Analyse der globalen Ökonomie und den Herausforderungen den Schluss, „dass die ökosoziale Marktwirtschaft nicht nur als Ordnungsrahmen für den Nationalstaat, sondern auch weltweit angestrebt werden soll. Sozialer Ausgleich, faire Handels- und Wirtschaftsbeziehungen als auch der Schutz der Lebensgrundlagen müssen in ein internationales Regelwerk einfließen und die bisherige Politik ergänzen bzw. ersetzen“ (Leitbild). Der Verband setzt sich dafür ein, die ökosoziale Marktwirtschaft regional und global tragfähig zu machen und damit eine gerechte Teilhabe aller zu ermöglichen, denn der Markt kann aus sich heraus nicht die Kraft erzeugen, die für sein nachhaltiges Funktionieren grundlegend ist.

³ Frederic Vester: Die Kunst vernetzt zu denken. Ideen und Werkzeuge für einen neuen Umgang mit Komplexität. Ein Bericht an den Club of Rome. München 2004 (dtv 33077), S. 70 f.

Auch bedarf es angesichts des globalen Wettbewerbs eines politischen Ordnungsrahmens (lokal, national, global) als „systematischem Ort“ der Moral, der das ethische Verhalten des Einzelnen und den fairen Wettbewerb fördert sowie Fehlverhalten sanktioniert. Dieser Ordnungsrahmen sollte, so der BdW, die Systeme von Ökonomie und Ökologie integrieren. In seinem Leitbild heißt es: „Wir wollen einen Ordnungsrahmen, der eine hohe Beschäftigung bei niedrigem Durchsatz von Ressourcen und einen stetig wachsenden Anteil erneuerbarer Rohstoffe anstrebt. Wir wollen einen Ordnungsrahmen, der die Vorteile der Marktwirtschaft mit dem sozialen Ausgleich und dem Erhalt unserer natürlichen Lebensgrundlagen kombiniert.“

Nachhaltiges Wirtschaften ist dauerhaft nur möglich, wenn Unternehmen ihr Handeln an dieser Rahmenordnung ausrichten. Das kann durch individuelle Selbstverpflichtung erfolgen (z.B. in Form von Verhaltenskodizes) oder durch kollektive Selbstbindung in Kooperation mit entsprechenden Partnern. Kooperationen können dazu beitragen, die begrenzten Möglichkeiten des Einzelnen auszuweiten und gemeinsam neue soziale Antworten⁴ zu finden.

IV.

Nie zuvor lagen Gegenwart und Zukunft so sehr in unseren Händen wie heute. Das gibt uns die Chance, Freiheit und Verantwortung langfristig aneinander zu binden. Für den BdW sind beide „Geschwister“, „denn Freiheit, wie wir sie erleben können, entsteht nur durch die Bindung an das Gemeinwesen – letztlich wird sie garantiert durch den Staat und seine Institutionen“ (Leitbild). Wir tragen eine große Verantwortung, weil gleichzeitig unsere Freiheit so groß ist.

Träger und treibende Kraft des Wirtschaftens ist immer der einzelne Mensch, der mit anderen kooperiert, sich aber auch gegen seine Wettbewerber durchsetzen muss. Der BdW holt ihn dort ab, wo er ist und nimmt ihn so, wie er ist. Dabei wird auf die Triebkraft des Eigeninteresses und der Selbstverantwortlichkeit vertraut. Dazu ist es notwendig, dass auch die Lust am Aufstieg gefördert wird, der an sich nichts Schlechtes ist. Das lässt sich bereits von kleinen Kindern lernen, die täglich mehr „aufsteigen“: zuerst bewegen sie sich auf allen Vieren und entdecken schließlich auf zwei Beinen die Welt. Problematisch wird es später, wenn ihnen der Aufstiegs-wille ausgetrieben wird. Doch gerade er ist es, der Menschen bewegt, Überdurchschnittliches zu leisten und echten Mehrwert zu bringen.

⁴ www.insa-online.de

Nur dann werden wir nach Ansicht des BdW unseren Lebensstandard halten und die vor uns liegenden Herausforderungen gestalten können. Aufsteiger, die ihr Handeln an Nachhaltigkeitsprinzipien ausrichten und für ihre Sache brennen, befeuern den Wettbewerb mit positiver Energie, weil sie Nachahmer anziehen. Zudem kennen sie die Gesetze der Netze, die auch Organisationen wie den BdW und seine Mitglieder zusammen halten: „Netze verbinden vielfältigste Knoten zu einem einheitlichen Ganzen, balancieren Chaos und Ordnung aus, organisieren Win-Win-Beziehungen, und vor allem halten sie Attacken von außen stand: Sie reißen nicht, sondern federn Störungen elegant ab – vorausgesetzt, sie sind richtig verknüpft.“⁵

Weitere Informationen: www.bdw-deutschland.de

Kommentare und Dokumente

Monika Geßner, Vorstand des BdW – Beirat der Wirtschaft, zum Nachhaltigkeitsverständnis des BdW:

In der Gründungsphase des BdW fragte mich eines der Gründungsmitglieder, weshalb es „Bundesverband für Nachhaltigkeit und Ökosoziale Marktwirtschaft“ heißt, denn Nachhaltigkeit ist doch in der Ökosozialen Marktwirtschaft enthalten. Nach der Gründung unseres Bundesverbandes kontaktierte mich ein anderes Mitglied mit der Bitte, ihm den Begriff der Nachhaltigkeit zu erklären.

Nachhaltigkeit ist in der Umweltdebatte ein oft überstrapazierter Begriff. Fast vergessen ist, dass Nachhaltigkeit ein Wirtschaftsprinzip ist, das bereits vor mehr als 300 Jahren entwickelt wurde. Der BdW möchte diesen Traditionsstrang aufgreifen und Nachhaltigkeit als Prinzip nicht nur aber auch in der Ökonomie wieder beleben. Nur nachhaltiges Wirtschaften schützt den Kapitalstock und sichert so die Rendite für kommende Generationen. In der realen Ökonomie vernachlässigen wir diesen Grundsatz und haben vergessen, dass eine funktionierende Natur der Kapitalstock ist, auf dem jegliche wirtschaftliche Aktivität aufbaut und von dem wir alle zehren. Wir sind dabei, diesen Kapitalstock zu verbrauchen. Statt von den Zinsen der Natur zu leben, minimieren wir das Naturkapital. Was an Ressourcen in Millionen von Jahren gewachsen ist, beseitigt die globale Ökonomie binnen weniger Jahre. Würden alle Menschen ebenso viel konsumieren wie wir in Deutschland, müsste die Menschheit drei Planeten ausbeuten, um alle Konsumwünsche zu befriedigen.

Wir als BdW verstehen Nachhaltigkeit als ein umfassendes Prinzip, das alle externen Faktoren wie Kosten sowie Nutzen in den Blick nimmt und bewertet, was bei späteren Generationen von unseren Taten nachhallt. Verantwortlich zu leben und zu wirtschaften heißt für den BdW, als Mittler

⁵ Die Gesetze der Netze. Zwölf Inspirationen von Michael Gleich. In: Living at Work. Hg. von Andreas Grosz und Jochen Witt. München, Wien 2004, S. 61.

die Politik zu ermutigen und die Wirtschaft zu animieren, diesem Prinzip der Nachhaltigkeit auch global Geltung und Durchsetzung zu verschaffen. Glaubwürdig kann unser Einsatz dafür nur sein, wenn wir mit gutem Beispiel voran gehen, in unserem Lebens- und Arbeitsbereich den eigenen Ansprüchen gerecht werden und anderen Menschen und Kulturen mit Respekt begegnen.

**Frank Möhrer, Vorstand des BdW – Beirat der Wirtschaft
(Sprecher) zum Thema Nachhaltigkeit im Mittelstand und die
Rolle von Wirtschaftsverbänden am Beispiel des BdW:**

Die Eigenschaften des „Ehrbaren Kaufmanns“ gehören zum festen Bestandteil des Leitbildes unseres Verbandes und somit unseres Verständnisses von Nachhaltigkeit. Ehrbares Verhalten erwarten wir aber nicht nur von den Kaufleuten, die bei uns im Verband zusammengeschlossen sind, sondern von allen, die in der Wirtschaft und Gesellschaft Verantwortung tragen. Das, was den ehrbaren Kaufmann ausmacht, nennen wir im BdW Fairness und Partnerschaft und umfasst sowohl die Innen- als auch die Außenbeziehungen eines Unternehmens.

Zum Innenverhältnis eines Unternehmens: Wer seine Mitarbeiter schlecht bezahlt oder behandelt, verletzt nicht nur den Grundsatz der Ehrbarkeit, sondern auch den der nachhaltigen Unternehmensführung, denn die Ressource Mensch ist begrenzt. Die Begrenzung wird derzeit sichtbar durch den Mangel an Facharbeitern und Ingenieuren.

Begrenzt ist aber auch die Belastbarkeit eines jeden Menschen. Unternehmen, die pfleglich mit ihren Mitarbeitern umgehen, erhalten die Leistungskraft und die Motivation und sichern dadurch auch ihren langfristigen Markterfolg. Was nützt die beste Technologie, wenn das Know-how nicht dauerhaft im Unternehmen bleibt, weil die Wissensträger abwandern?

Der Mittelstand steht in Deutschland vor einer besonderen Herausforderung: Einerseits beschäftigen die mittelständischen UN in Deutschland mit Abstand die meisten Arbeitnehmer und bildet die große Masse an Facharbeitern aus, die mit ihren Fähigkeiten das Markenzeichen „Made in Germany“ erst möglich machen. Andererseits aber muss er mit den großen, global agierenden Konzernen um die besten Köpfe konkurrieren.

Dem Mittelstand werden die Talente genommen, weil das Image von Siemens, BMW, Mercedes und Co. einen Wettbewerbsvorteil im „Kampf

um die Talente“ darstellt. Seit vielen Jahren zeigen z. B. die Umfragen unter die technischen Studenten, dass sie einen Berufseinstieg bei den Großen bevorzugen. Was kann der Mittelstand dagegen tun? Kurzfristige Maßnahmen haben kaum Erfolg. Vielleicht wird es gelingen, den einen oder die andere Mitarbeiterin durch einen Gehaltszuschlag, wahrscheinlich nur kurzfristig, zu halten.

Erfolg kann der Mittelstand auf diesem Gebiet nur haben, wenn auch die Personalführung dauerhaft den Prinzipien der Nachhaltigkeit verpflichtet ist und auf Fairness und Partnerschaft gebaut ist. Menschen, die gerne an ihren Arbeitsplatz kommen, weil sie Verantwortung tragen, in einem funktionierenden Team arbeiten und durch kurze Wege zum Chef etwas bewegen können, wenden sich nicht so schnell von ihrem Unternehmen ab.

Inhabergeführte Unternehmen, in denen der Chef Vorbild ist und etwas von nachhaltiger Unternehmensführung versteht, können einen inneren Zusammenhalt entwickeln, der so manche Krise übersteht.

Eine Aufgabe des BdW besteht darin, für nachhaltige Unternehmensführung zu werben, die Grundsätze zu erläutern, Austausch und Fortbildungen zu organisieren und auch wissenschaftliche Expertisen für unsere Mitglieder in Zusammenarbeit mit Partnern bereit zu stellen. Eine auf Nachhaltigkeit gebaute Unternehmenskultur zu entwickeln und zu pflegen, kann in einem mittelständischen Unternehmen auf Grund der Transparenz und der schnelleren Reaktionsfähigkeit besser gelingen, als in einem global agierenden Konzern.

Nachhaltigkeit kann - nicht nur in der Personalführung - zu einem Wettbewerbsvorteil gestaltet werden. Als BdW sind wir auch dafür da, entsprechende Anregungen zu geben und Themen zu vertiefen.

Ehrbar müssen aber auch die Außenbeziehungen eines Unternehmens gestaltet werden, wenn sich der Betrieb nachhaltig auf dem Markt bewegen will. Bestenfalls kurzfristig Erfolg hat, wer seine Kunden oder Lieferanten übervorteilt.

Dabei mag man ein paar Euros gewinnen, gleichzeitig verliert man diese Beziehung und zum Schluss den Ruf. Auch bei den wirtschaftlichen Beziehungen gilt: Fairness und Partnerschaft bilden das bessere, weil solidere Fundament.

Nun einige Bemerkungen zu den Positionen des BdW: Die Mitglieder des Verbandes sind führende Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft, die durch ihr aktives Mitwirken ein gut funktionierendes, fachliches und persönliches Kompetenznetz bilden. Durch die Aktivitäten des BdW und den dadurch entstehenden Austausch zwischen den Mitgliedern ergeben sich sowohl wirtschaftliche Synergien als auch persönliche Kontakte untereinander.

Der BdW setzt sich für eine moderne Soziale Marktwirtschaft und die Orientierung an den Prinzipien der Nachhaltigkeit ein. Der Erhalt unserer freiheitlich-demokratischen Grundordnung ist für uns dabei eine Selbstverständlichkeit, weil sich Wirtschaft und Politik nicht voneinander trennen lassen.

Eine Bemerkung dazu: ich kann mich an die siebziger Jahre erinnern, wo dieser Begriff FDGO von Intellektuellen (oder solchen, die sich dafür hielten) mit einem spöttischen Lächeln quittiert wurde. Angesichts der jüngsten Wahlerfolge von radikalen Parteien kann man aber unser Grundgesetz nicht hoch genug bewerten. Den inhaltlichen Ansatz, den wir in den BdW-Leitlinien formuliert haben, bezeichne ich als wertkonservativ im besten Sinne des Wortes.

Die Veränderungen in unserer Gesellschaft, die sich durch die Globalisierung ergeben, führen zu einer zunehmenden Entfremdung zwischen den Bürgern und den staatlichen Institutionen: Die Entscheidungswege der Politik werden als anonym empfunden, die Wahl- und Politikverdrossenheit vieler Bürger ist die Folge.

In Zeiten einer zunehmenden Politik- und Parteienverdrossenheit haben wir deshalb zusammen mit vielen Unternehmern und Entscheidern aus der Gesellschaft den BdW gegründet, um mit deren Erfahrung eine konstruktive Politikberatung anzubieten.

Wir legen dabei darauf Wert, dass der BdW parteipolitisch strikt neutral ist. Der BdW ist deshalb kein Verband, der vordergründig darauf abzielt, den Gewinn oder den Unternehmenswert seiner Mitgliedsfirmen zu steigern und als dessen Lobbyorganisation aufzutreten. An solchen Organisationen herrscht kein Mangel. Sondern wir wollen als Verband mit den Erfahrungen und Möglichkeiten unserer Mitglieder einen Beitrag zur Ausgestaltung der Sozialen Marktwirtschaft leisten.