

Oliver Martin

## **Corporate Responsibility als weltzentrische Notwendigkeit**

Erschienen in Trigon Themen 2/10

*Immer mehr Unternehmen beginnen, die Notwendigkeit eines gesellschaftlich, ökologisch und ökonomisch verantwortungsvollen Wirtschaftens zu sehen. Ein Paradigmenwechsel?*

In den letzten Jahren zeigen sich folgende Trends immer deutlicher:

- Die globale Vernetzung von Märkten, Volkswirtschaften und Staaten nimmt zu.
- Die Aus- und Wechselwirkungen von Umweltfragen oder Gesundheitsproblemen (Pandemien etc.) werden immer globaler und weniger gut überblickbar.
- Die Menschen können sich weltweit immer besser und schneller informieren und vernetzen, was nicht nur die Player im Bereich der Wirtschaft nutzen, sondern was vor allem die Zivilgesellschaften weltweit stärkt (NGOs, Bürgerinitiativen etc.).
- Die Glaubwürdigkeit der Politik ist bei den BürgerInnen in den meisten Ländern weltweit drastisch im Sinken begriffen.
- Das Vertrauen in Konzerne und große Unternehmen leidet massiv.
- Der Staat als Feuerwehr für alle möglichen Probleme ist zunehmend überfordert.

Diese unvollständige Aufzählung verdeutlicht, dass Vernetzung und Komplexität ständig zunehmen und bewährte Institutionen zunehmend Mühe bekunden, mit den Entwicklungen Schritt zu halten bzw. deren Anforderungen gewachsen zu sein.

Woran liegt das?

### **Ego- und ethnozentrische Weltansichten**

Der amerikanische Philosoph Ken Wilber unterscheidet in der menschlichen Entwicklung im Groben drei Stufen des Bewusstseins: die ego-zentrische, die ethno-zentrische und die weltzentrische Weltansicht. Auf den Punkt gebracht bedeuten diese Sichtweisen:

**Ego-zentrisch:** Ich sehe mich und meine Bedürfnisse im Vordergrund, kümmere mich um mein Wohl und tue das, was mir nützt – auch gegen die Interessen anderer.

**Ethno-zentrisch:** Ich sehe meine Gemeinschaft (Familie, Firma, Nation etc.) und deren Bedürfnisse im Vordergrund und verfolge jene Interessen, die ihr nützlich sind – auch gegen die Interessen anderer.

Welt-zentrisch: Ich erkenne nebst meinen eigenen und den Interessen meiner Gemeinschaften auch jene aller anderen Menschen und Gruppierungen und sehe ein, dass ich längerfristig nicht einseitig handeln kann, sondern das Wohl des Ganzen im Auge behalten muss, weil letztlich alle gegenseitig voneinander abhängig sind.

## **Weltzentrische Weltsicht – neue Verantwortung**

Was alle zunehmend lernen müssen, ist die weltzentrische Perspektive. Das bedeutet, sich nicht nur Gedanken zu machen über die eigenen Ziele und Bedürfnisse (das natürlich immer noch!), sondern den Blick auszuweiten auf möglichst viele weitere vom eigenen Handeln oder von den eigenen Zielen Betroffene. Auf Menschen, Tiere, Pflanzen... Und dies nicht nur in einem denkenden, intellektuellen Sinne, sondern vertieft auch in einem fühlenden, empathischen und in einem wollenden Sinne: Es gilt dabei, zunehmend Verantwortung im Sinne einer Wirkungsethik zu übernehmen. Was ich mit meinem Tun bewirke – darauf kommt es an, nicht was ich (bewusst oder unbewusst) mit meinem Tun intendiere. Dabei geht es mir hier nicht um Altruismus oder naives *Gutmenschentum*. Es geht um eine entwicklungsgeschichtliche Notwendigkeit in einer globalen Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Die alten Systeme und Systemmuster waren früher deshalb erfolgreich, weil sie den Anforderungen der Zeit genügt haben. Heute sind sie es meist nicht mehr, weil sich die Anforderungen geändert haben. Was wir brauchen, ist ein Paradigmenwechsel in unserer Weltsicht.

## **Corporate Responsibility als Ausdruck der neuen Weltsicht**

Dass Unternehmen und staatliche wie auch zivilgesellschaftliche Organisationen mit dem Thema Corporate Social Responsibility bzw. Corporate Responsibility oder mit Fragen der Nachhaltigkeit konfrontiert sind, hat genau mit dieser globalen Vernetztheit und Komplexität zu tun. Immer mehr Menschen (also auch Mitarbeitende und KonsumentInnen!) nehmen globale Zusammenhänge wahr und wollen entsprechend agieren. Sie akzeptieren nicht mehr alles, was ihnen staatliche Stellen vor die Nase setzen wollen (z. B. Fußballstadien mit Einkaufszentren) oder was ihnen Wirtschaftskolosse andrehen wollen (Teppiche mit Kinderarbeit). Und immer mehr UnternehmerInnen und ManagerInnen beginnen zu verstehen, dass es neben den betriebswirtschaftlichen Aspekten ökologische und soziale Aspekte gibt, die genauso in den Verantwortungsbereich des Unternehmens gehören. Es geht nicht darum, dass Unternehmen plötzlich alle möglichen Aufgaben vom Staat oder der Gesellschaft übernehmen sollen, sondern darum, Beiträge zu einer sozial gerechten und ökologischen Gesellschaft und Welt zu leisten. Dass sich dies nicht nur für die Welt, sondern auch für die Unternehmen lohnt, zeigen die Artikel in der vorliegenden Ausgabe der Trigon-Themen.