

Stefan Schaltegger & Erik G. Hansen

Wirtschaftswende durch nachhaltiges Unternehmertum

Eine „Wirtschaftswende“ erfordert auch den Wandel von Unternehmen. Nachhaltiges Unternehmertum ist ein wichtiger Treiber der Transformation von Branchen. Während Nachhaltigkeitspioniere neue Produkt- und Dienstleistungsangebote in (Nischen-)Märkte einführen, treiben auch etablierte Unternehmen des Massenmarktes Nachhaltigkeitsinnovationen voran. Dieser Wandel wird in diesem Beitrag anhand zweier Branchen illustriert und diskutiert.

Die Leitidee einer nachhaltigen Entwicklung ist die anhaltende, weltweite Gewährleistung individueller Chancen zur Sicherung von Grundbedürfnissen sowie zur Verwirklichung hoher Lebensqualität bei gleichzeitigem Erhalt natürlicher Ökosysteme und humaner Gesellschaftsverhältnissen (vgl. WCED 1987). Veränderte und sich weiter verändernde marktliche, rechtliche, politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen fordern Unternehmen heraus, Nachhaltigkeitsaspekte vermehrt und ernsthaft zu berücksichtigen. Nachhaltigkeit bedeutet dabei nicht Reparatur oder Korrektur von Unternehmenstätigkeiten ohne diese im Kern zu ändern, sondern Nachhaltigkeitsprinzipien zum Bestandteil der betrieblichen Wertschöpfung zu machen – mit dem Wissen, dass ein Engagement dann am glaubwürdigsten ist, wenn es nachvollziehbar und dauerhaft sowohl zur sozialen und ökologischen Stabilität als auch zum Unternehmenserfolg beiträgt.

Nachhaltiges Unternehmertum als „schöpferische Zerstörung“

Mit der von nachhaltigkeitsorientierten Unternehmerpersönlichkeiten ausgelösten Innovationskraft wurde in Deutschland, aber auch in vielen anderen Ländern, eine Dynamik entfacht, die Wachstums- und Wandelprozesse bei Unternehmen, in Branchen, der Wirtschaft insgesamt und der Gesellschaft beeinflussen. Dies wiederum beeinflusst die Frage, welche Art von Unternehmensführung vermehrt gefordert ist, um Unternehmen erfolgreich zu leiten. Im Sinne des „kreativen Zerstörers“ (Joseph Schumpeter) wird von einem nachhaltigkeitsorientierten Unternehmer erwartet, dass er nichtnachhaltige Verhältnisse als Anlass für die Schaffung neuer nachhaltiger Produkt- und Dienstleistungsangebote nimmt, welche die bisherigen Strukturen ersetzen, unattraktiv oder obsolet machen. Dies kann einem Unternehmen nur ge-