

Mit Purpose zu nachhaltigem Gewinn

VON CHRISTA GYORI



Die Erwartungen an die Geschäftswelt haben sich verändert. Selbst die weltgrößte Fondsgesellschaft BlackRock *betont inzwischen die Bedeutung eines Purpose, also des übergeordneten Zwecks der Organisation, für die Unternehmensführung*. Dass Unternehmen gleichzeitig wirtschaftlich erfolgreich sein und zum Gemeinwohl beitragen können, ist eine gute Nachricht. In Zukunft wird an dieser Logik kein Weg vorbeiführen.

In seinem aktuellen Risikobericht betont das Weltwirtschaftsforum, die Privatwirtschaft müsse im Kampf gegen aktuelle gesellschaftliche, politische und ökologische Herausforderungen eine Führungsrolle übernehmen. Internationale Konzerne, die täglich mehrere Millionen Verbraucher erreichen, haben sowohl die Möglichkeiten als auch die Verantwortung, eine neue, auch dem Gemeinwohl verpflichtete Geschäftslogik zu etablieren. Es wäre falsch, zu erwarten, Unternehmen allein könnten die Probleme der Welt lösen. Aber bereits ein erster Beitrag zu deren Lösung lohnt sich für sie, denn das eröffnet ihnen langfristig enorme Geschäftschancen und setzt das volle Potenzial ihrer Organisationen frei. Doch wie können Manager kurzfristige wirtschaftliche Ziele mit einem nachhaltigen gesellschaftlichen und ökologischen Beitrag ihrer Unternehmen vereinbaren?

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG STRATEGISCH VERANKERT

Im Rahmen unserer Studie „North Star: Purpose-driven Leadership for the 21st Century“ haben wir CEOs von führenden Unternehmen wie Danone, Siemens oder Mastercard, die an der Spitze der sogenannten Purpose-Bewegung stehen, zu dieser Fragestellung interviewt. Die Antworten ergaben zusammengefasst vier wichtige Erkenntnisse: Erstens sind sich Top-Führungskräfte immer stärker bewusst, dass der Erfolg ihrer Organisationen in einem größeren Kontext untrennbar mit der Zukunft unseres Planeten verbunden ist. In einer Zeit des wachsenden politischen Isolationismus streben sie über Branchengrenzen hinweg strategische Partnerschaften an, um Maßnahmen für mehr Nach-



Nachhaltige Führungsansätze fördern die Agilität und den finanziellen Erfolg von Organisationen.

haltigkeit voranzubringen. Zweitens ist die gesellschaftliche Verantwortung immer häufiger in die Kernstrategie von Organisationen eingebettet. Diese Unternehmen nehmen die Herausforderung an, auf Basis der im Jahr 2017 definierten globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen eine weitergehende Strategie zu entwickeln. Sie zeigen eindrucksvoll, dass sich eine langfristige, nachhaltige Perspektive auszahlt. Laut Grant F. Reid, CEO von Mars, erzielen sie „Wachstum, auf das sie stolz sein können“ und „unternehmerische Auswirkungen, von denen alle Beteiligten profitieren, nicht nur die Aktionäre“.

NACHHALTIGKEIT MUSS MESSBAR WERDEN

Unsere dritte Erkenntnis ist, dass der Wandel zu einem langfristigen Ansatz neue, am höheren Unternehmenszweck orientierte Kennzahlen erfordert. Feike Sijbesma, CEO des Chemiekonzerns DSM, regt an: „Unternehmen sollten internationale Kennzahlen aushandeln, welche die ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer unternehmerischen Tätigkeit berücksichtigen und beispielsweise steuerliche Anreize für eine gute Unternehmensführung schaffen.“

Unsere vierte Erkenntnis ist meines Erachtens die wichtigste. Sie belegt einen engen Zusammenhang zwischen den neuen Führungsansätzen und dem finanziellen Erfolg einer Organisation. Diese Ansätze stellen ein neues Führungsparadigma dar, das Unternehmenskulturen, Strukturen, Prozesse und Beschaffungsstrategien transformiert, um den Purpose und ein hohes Maß an Agilität in der gesamten Organisation freizusetzen. ■

DREI FRAGEN AN

CHRISTA GYORI

Was bedeutet „Purpose“ für Sie?

GYORI / Für uns geht der Begriff weit über die Frage des „Warum?“ hinaus. Er beschreibt einen in den globalen Kontext eingebetteten Unternehmenszweck zum Wohl der Organisation, der Gesellschaft und der Umwelt. Einen solchen authentischen Unternehmenszweck zu definieren, ist nicht einfach, aber es lohnt sich.

Warum ist „Purpose“ heute so wichtig?

GYORI / Die Menschen sind heute sehr gut informiert, gleichzeitig schwindet ihr Vertrauen in Institutionen und in die Politik. Heutige Technologie ermöglicht darüber hinaus mehr Transparenz. Beides führt dazu, dass immer mehr Verbraucher und Interessengruppen erwarten, dass die Wirtschaft sich stärker für gesellschaftliche Interessen einbringt. Dabei sollen nicht nur die Unternehmen Antriebsfeder einer positiven Entwicklung sein, sondern speziell ihre CEOs und Führungskräfte, die sich als Paten für bestimmte Themen einsetzen.

Welche Gründe gibt es, optimistisch zu sein?

GYORI / Ich glaube, wir haben heute alles, um Hunger, Klimawandel und Armut zu bekämpfen. Und es gibt bereits gute Programme, die etwas bewegen. Außerdem haben wir eine beispiellose Chance, unsere Zukunft durch Innovationen in eine nachhaltige Richtung zu lenken. Glücklicherweise unterstützen auch immer mehr Investoren gezielt Organisationen, die sich dem langfristigen Gemeinwohl verpflichtet fühlen. Es gibt zwar noch viel zu tun, doch für Unternehmen ist es eine intelligente und lohnende Investition in ihre langfristige Wettbewerbsfähigkeit. ■

Weitere Informationen unter www.horvath-partners.com/purpose

CHRISTA GYORI

ist Vorstandsvorsitzende und Mitbegründerin von Leaders on Purpose, einer Organisation, die aus einer Forschungskoooperation mit Vordenkern der Harvard University, der Weltbank und der London School of Economics entstanden ist. Leaders on Purpose bringt Experten aus Unternehmen, Politik, Wissenschaft und Non-Profit-Organisationen zusammen, um durch innovative Ansätze für nachhaltige Führung Wachstumspotenziale freizusetzen. Christa Gyori besitzt 20 Jahre Erfahrung als Top-Managerin internationaler Unternehmen, unter anderem bei Unilever, und wurde mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet.