

Innovation durch Werteorientierung - BKU Jahresthema 2020

Wirtschaft schafft Werte – und benötigt Werte. Das Bemühen um „Purpose“, um „Sinn“, um einen gesellschaftlichen Beitrag ist allgegenwärtig. Werteorientierte Unternehmen stehen für den reflektierten Umgang mit ihrer Verantwortung für Umwelt, Mitwelt und Nachwelt. Sie stellen sich der Frage, welchen positiven Beitrag zur Gesellschaft sie leisten, und entwickeln Antworten, die ihren Mitarbeitern, Kunden, Aktionären, Märkten und den Gemeinden, in denen sie tätig sind, zugutekommen. Auf diese Weise gestalten sie eine Wirtschaft mit, die den Menschen und der Gesellschaft dient.

Unternehmensinterne Effekte

Die Frage nach Sinn und Werten stellen immer mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an das Unternehmen, für das sie tätig sind und sein wollen. Materielle Anreize allein reichen nicht aus, um neue, hoch engagierte Mitarbeiter zu gewinnen, der Zweck und die Werteorientierung des Unternehmens sind ebenso entscheidend. Sie schaffen Motivation und Bindung der Mitarbeiter, die sich langfristig auszahlt. Unternehmenswerte bieten Orientierung für Mitarbeiter und Leitlinie für das Führungshandeln. Sie äußern sich in werteorientierten Führungsprinzipien, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Die Unternehmens- und Führungskultur sind entscheidend für den Umgang miteinander im Unternehmen und mit Kunden – und machen sie attraktiv für Talente.

Vertrauen auf Zukunft

Werteorientierung trägt dazu bei, Innovationspotenzial zu erschließen. Werteorientierte Unternehmen sind von ihrem klaren Standpunkt aus in der Lage, Umfeld- und Marktveränderungen zu bewerten und auf dieser Basis Neues zu schaffen, das einen Nutzen für die Gesellschaft bringt. Durch ihr Verantwortungsbewusstsein und die langfristige Ausrichtung agieren sie nachhaltiger. Somit haben Werte wesentlichen Anteil am künftigen Erfolg, weil sie zu dem Wettbewerbsvorteil führen, der den Erfolg in Zukunft ausmacht.

Nachhaltiger Erfolg

Zweck und Werteorientierung sind daher nicht nur wünschenswert, sondern entscheidend für das langfristige Überleben jedes Unternehmens. Es lohnt sich, einen Sinn zu haben. Unternehmen mit einer Mission verzeichnen überdurchschnittliches Wachstum. Werteorientierung hat Auswirkungen auf den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg und die Anerkennung des Unternehmens in der Gesellschaft.

Nutzen wir das Potenzial!

Für uns als christliche Unternehmer und Führungskräfte ist es eine Chance, diese Stärke unserer Wertorientierung bewusst zu nutzen. Denn in unserem Glauben und unserer Überzeugung, in dem christlichen Menschenbild und den Prinzipien der katholischen Soziallehre steckt ein großes Potenzial, das innovative Kraft entfalten kann. Dabei verbinden sich individuelle Spiritualität und Unternehmenswerte. Sie werden relevant für persönliches Verhalten und Entscheiden, für das Miteinander im Unternehmen, für den wirtschaftlichen Erfolg und die Anerkennung des Unternehmens in der Gesellschaft.

Innovation durch Werteorientierung

7 Thesen für Unternehmer und Unternehmerinnen im BKU

1. Erfolgreiche Innovationen erfüllen ein Bedürfnis besser als bisherige Lösungen. Sie entstehen dabei immer aus dem Zusammenspiel von Technik, einzelnen Menschen und ihrem sozialen Gefüge. Nicht die technologische Machbarkeit, sondern die **Bedürfnisse** stehen bei unserem **christlichen Menschenbild** dabei im Mittelpunkt.
2. Unsere christliche Überzeugung, unsere Werteorientierung ist das Fundament, von dem aus wir nach neuen Lösungen und Antworten suchen. Wir verfügen über einen Maßstab, um Umfeld und Markt zu bewerten, und einen Bezugspunkt, um Entwicklungen langfristig auszurichten. Aus unserem Glauben an Gott entstehen Vertrauen in die Zukunft und Verantwortung für das Tun. Eine solche Wirtschaft ist nicht Selbstzweck, sondern dient dem Menschen.
3. Die Schöpfung ist das Werk Gottes. Deshalb sind wir der **Nachhaltigkeit** verpflichtet. Dieses hat unmittelbar Einfluss auf die Auslegung von Produkten und Dienstleistungen, vom Materialeinsatz bis zur Energieeffizienz. Eine solche Wirtschaft wird ihrer ökologischen Verantwortung gerecht. Beispiele dafür sind die zirkuläre Produktion, die Renaissance des Werkstoffs Holz in der Bauwirtschaft oder die Entwicklung emissionsarmer Motoren im Fahrzeug- und Schiffbau.
4. Unsere Vorstellung des Menschen als soziales Wesen ist elementar für die Entwicklung der **solidarischen Gesellschaft** und sozialer Innovationen beispielsweise bei Dienstleistungen wie Wohnen und Freizeit. Ein Beispiel dafür sind Formen der Quartiersentwicklung, die verstärkte Teilhabe ermöglichen.
5. Angesichts des technologischen Fortschritts und der digitalen Transformation der Gesellschaft wird die **Orientierung an ethischen Werten in der digitalen Welt** immer stärker zum Teil der Planung und des Designs von Produkten und Dienstleistungen werden. Ein Beispiel dafür ist der Trend des „Ethics by Design“ für Anwendungen in der Welt der künstlichen Intelligenz.
6. Wir glauben an eine Verantwortung des Einzelnen für seine Mitmenschen. Angesichts der globalen Verbindung aller auf der Welt lebenden Menschen wird die Orientierung **an Zugangs- und Teilhabewerten** für Gesundheit, Bildung und Wohnen zu veränderten, innovativen Formen und Verständnis von Gesellschaft führen. COVID19 hat diese Herausforderungen deutlich gemacht. Beispielhafte Antworten sind die internationale Kooperation bei der Suche nach Impfstoffen oder neue Bildungs- oder Mobilitätskonzepte wie Seilbahnen für den öffentlichen Nahverkehr in Großstädten wie La Paz.

7. Angesichts der großen Vielfalt an Religionen und Weltanschauungen und kultureller Heterogenität wird die Orientierung an **christlichen Werten** dort innovativ wirksam, wo sie ihre Toleranz und Offenheit einbringen kann. Denn jeder Mensch ist Gottgegeben. So können sich religiöse Werte und Lebenspraxis in Produkten und Dienstleistungen auf eine solche Weise widerspiegeln, dass Menschen unterschiedlichen Alters sich nicht ausgeschlossen, sondern eingeladen fühlen. Das ist katholisch im Sinne von umfassend.