

S

V

TRIBÜNE

Kunden, Aktionäre – und die Bürger?

Gastkommentar

von PETER GOMEZ und TIMO MEYNHARDT

Die NZZ-Beiträge von Gerhard Schwarz (NZZ 3. 1. 17) und Hans Widmer (10. 1. 17) haben das in den Augen der politischen und intellektuellen Elite «ungebührliche Volk» und das «unmündige» Verhalten der Bürger treffend thematisiert. Ihr Fokus lag auf der zunehmenden Arroganz gegenüber Volksentscheiden und auf der fehlenden Eigeninitiative der Bürger. Voraussetzung für zukunftsfähige Lösungen ist für beide der aktive Einbezug der Bevölkerung in die politischen Prozesse.

In der Wirtschaft und in den Unternehmen werden ähnliche Überlegungen heute noch mit grösster Zurückhaltung angestellt. Hier sind es die Führungsspitzen und ihre Berater, die eine ähnliche Haltung an den Tag legen wie die politische und intellektuelle Elite: Das Volk verstehe wirtschaftliche Zusammenhänge zu wenig, man müsse ihm den Weg weisen. Oder man verhält sich wie jene Bank, die sich rühmt, alle Stakeholders bei Entscheiden zu berücksichtigen, aber ihre Erkenntnisse schliesslich auf den Kunden- und den Aktionärsnutzen eindampft.

Nur die wenigsten Bürger sind aber Kunden, und noch weniger sind Aktionäre. Aber die «vox populi» ist für die Unternehmen ganz entscheidend, wenn in der Schweiz vierteljährlich zu Wirtschaftsfragen abgestimmt wird. Die Bürger lassen sich nicht mehr mit schönen Corporate-Social-Responsibility-Konzepten gewinnen. Es hilft auch nicht weiter, achselzuckend festzustellen, Grossfirmen hätten sowieso keine Chance, mit ihrem Gemeinwohlbeitrag bei den Bürgern zu punkten.

Diese Chance haben sie durchaus, wenn sie die Bürger ernst nehmen und diese um ihre Meinung und Haltung bitten. So wie der Schweizer Gemeinwohlatlas repräsentativ die Bevölkerung befragt, welchen Beitrag Unternehmen des privaten, staatlichen und

Es wird heute immer wichtiger, die nach Tagesaktualität schwankende öffentliche Meinung von den tief verwurzelten Einstellungen der Bürger zu unterscheiden.

nichtgewinnorientierten Bereichs zum Gemeinwohl leisten. Dies durch ihre Marktleistung, ihre moralische Integrität sowie ihren Beitrag zur Lebensqualität und zum Zusammenhalt der Schweiz. Auf dieser Grundlage haben inzwischen führende Schweizer Unternehmen begonnen, die Anliegen der Bevölkerung in ihre strategischen Überlegungen aktiv einzubeziehen.

Diese Unternehmen stellen sich die Frage, wie man «Wertschöpfung» neu denken kann, indem sie neben den finanziellen auch nichtfinanzielle Kennzahlen in ihr Reporting einbeziehen und sich damit aktiv im Hinblick auf ihre gesellschaftlichen Wirkungen positionieren.

Neu daran ist die Erweiterung der Perspektive: Das Gemeinwohl ist nicht einfach eine zu beachtende Rahmenbedingung, sondern etwas, wozu man aktiv investiert und was man mitgestaltet. Es geht um nichts weniger als die öffentliche Akzeptanz der unternehmerischen Tätigkeit, um die gesellschaftliche «Licence to Operate». Dabei eröffnen sich auch neue Zugänge in der Innovation, und die Motivation der Mitarbeitenden wird gestärkt. Unsere Studien zeigen: Gelingt es der Unternehmensleitung, die Vision des Unternehmens mit einem Beitrag zum grösseren Ganzen zu verbinden, dann steigt auch die Arbeitsmoral der Beschäftigten.

Es wird heute immer wichtiger, die nach Tagesaktualität schwankende öffentliche Meinung von den tief verwurzelten Einstellungen der Bürger zu unterscheiden. Erstere zwingt zwar zu raschen Anpassungen, Letztere bieten aber den stabilen Hintergrund für eine verlässliche Planung in den Unternehmen. Hierfür braucht es belastbare Daten und Fakten, die Ordnung schaffen und als seriöse Gesprächsgrundlage dienen können. Es stehen heute Instrumente zur Verfügung, den Dialog mit der Bevölkerung so zielgerichtet zu führen, dass diese sich ernst genommen fühlt. Gleichzeitig schaffen sich die Unternehmen damit Entscheidungsgrundlagen, die eine glaubwürdige Positionierung im grösseren gesellschaftlichen Umfeld erlauben.

Peter Gomez war Rektor der Universität St. Gallen und Präsident der Schweizer Börse; Timo Meynhardt ist Professor an der Universität St. Gallen und an der Handelshochschule Leipzig.

Neue Zürcher Zeitung

UND
SCHWEIZERISCHES HANDELSBLATT

Gegründet 1780
Der Zürcher Zeitung 238. Jahrgang

REDAKTION

Chefredaktor:
Eric Gujer

Stellvertreter:

Luzi Bernet, Colette Gradwohl, Thomas Stamm, Daniel Wechlin

Tagesleitung: Colette Gradwohl, Christoph Fisch, Thomas Stamm, Anja Grünenfelder, Daniel Wechlin

International: Peter Rásonyi, Andreas Riesen, Andreas Wylsing, Werner J. Marti, Beat Bumbacher, Stefan Reis, Christian Weisflog, Daniel Steinorth

Schweiz: Michael Schoenenberger, Marcel Gyr, Paul Schneeberger, Claudia Baer, Jörg Krummenacher, Simon Gempertli, Daniel Gerny, Frank Sieber, Marcel Amrein, Erich Aschwanden, Marc Tribelhorn, Simon Hehli, Helmut Stalder
Bundeshaus: Heidi Gmür, Christof Forster, Jan Flückiger, Valerie Zaslavski
Bundesgericht: Katharina Fontana
Wirtschaft / Börse: Peter A. Fischer, Werner Enz, Ernes Gallarotti, Sergio Aiolfi, Thomas Fuster, Christin Severin, Nicole Rütli Ruzicic, Andrea Martel Fus, Claudia Aebersold Szalay, Giorgio V. Müller, Michael Ferber, Lucie Paška, Hansueli Schöchli, Thomas Schürpf, Zoé Inés Baches Kunz, Natalie Gratwohl, Werner Grundtehrner, Daniel Imwinkelried, Christof Leisinger, Anne-Barbara Luft, Christoph G. Schmutz, Michael Schäfer, Dieter Bachmann, Jörg Müller
Feuilleton: René Scheu, Roman Hollenstein, Angela Schader, Claudia Schwartz, Andrea Köhler, Thomas Ribl, Uwe Justus Wenzel, Ueli Bernays, Roman Bucheli, Susanne Ostwald, Philipp Meier
Medien: Rainer Stadler
Zürich: Luzi Bernet, Alois Feusi, Dorothee Vögeli, Irène Troxler, Urs Bühler, Walter Bernet, Brigitte Hürlimann, Stefan Hotz, Adi

Kälin, Natalie Avanzino, Andreas Schürer, Fabian Baumgartner, Jan Hudoc, Lucien Scherrer
Sport: Elmar Wagner, Flurin Claluna, Andreas Kopp, Benjamin Steffen, Daniel Germann, Peter B. Birrer, Markus Wändler, Philipp Bärtsch, Samuel Burgener, Claudia Rey
Meinung & Debatte: Martin Senti, Andreas Breitenstein, Elena Panagiotidis
Panorama: Katja Baigger, Susanna Ellner
Wissenschaft: Christian Speicher, Alan Niederer, Stefan Betschon, Stephanie Kusma, Lena Stallmach, Helga Rietz
Wochenende/Gesellschaft: Colette Gradwohl, Susanna Müller, Anja Jardina, Herbert Schmidt
Nachrichtenredaktion: Anja Grünenfelder, Manuela Nyffenegger, Nina Fargahi, Tobias Bühlmann, Martina Läubli, Katrin Schregenberg
Webproduktion: Michèle Schell, Roman Sigrist, Susanna Rusterholz

GESTALTUNG UND PRODUKTION
Art-Direction/Bild: Reto Althaus, Brigitte Meyer. **Fotografen:** Christoph Ruckstuhl. **Blattplanung:** Philipp Müller. **Produktion/**

Layout: Hansruedi Frei. **Korrektorat:** Yvonne Bettschen. **Archiv:** Ruth Hoener. **Storytelling:** David Bauer. **Video:** Sara Maria Manzo. **Projekte:** André Maerz

WEITERE REDAKTIONEN

Verlagsbeilagen: Walter Hagenbüchle. **NZZ am Sonntag:** Chefredaktor: Felix E. Müller. **NZZ Folio:** Daniel Weber. **NZZ TV/Format:** Silvia Fleck. **NZZ Geschichte:** Peer Teuwsen

ADRESSEN

Redaktion: Falkenstr. 11; Briefe: Postfach, CH-8021 Zürich, Tel. 044 258 11 11, Fax 044 252 13 29, leserbrieft@nzz.ch, Internet: www.nzz.ch, E-Mail: redaktion@nzz.ch
Verlag: Falkenstr. 11; Briefe: Postfach, CH-8021 Zürich, Tel. 044 258 11 11, E-Mail: verlag@nzz.ch
Leserservice: Postfach, CH-8021 Zürich, Tel. +41 44 258 10 00, E-Mail: leserservice@nzz.ch, www.nzz.ch/leserservice

Inserate: NZZ Media Solutions AG, Falkenstrasse 11, CH-8021 Zürich, Tel. 044 258 16 98, Fax 044 258 13 70, E-Mail: inserate@nzz.ch, Internet: www.nzzmediasolutions.ch
Druck: DZZ Druckzentrum Zürich AG, Bubenbergstrasse 1, CH-8045 Zürich

PREISE ABONNEMENTE (inkl. MwSt.)

Abonnement NZZ inkl. digitaler Ausgaben: 684 Fr. (12 Monate), 378 Fr. (6 Monate), 201 Fr. (3 Monate)
Abonnement NZZ Digital: 504 Fr. (12 Monate), 288 Fr. (6 Monate), 156 Fr. (3 Monate), 52 Fr. (10 Wochen)
Abonnement NZZ Digital Plus: 588 Fr. (12 Monate), 318 Fr. (6 Monate), 171 Fr. (3 Monate), 73 Fr. (10 Wochen). Montag bis Samstag digital, am Samstag zusätzlich die gedruckte Ausgabe
Abonnement Deutschland und Österreich inkl. digitaler Ausgaben: 498 € (12 Monate), 268 € (6 Monate), 135 € (3 Monate), übrige Auslandpreise auf Anfrage
Kombi-Abonnement NZZ und NZZ am Sonntag inkl. digitaler Ausgaben: 816 Fr. (12 Monate), 456 Fr. (6 Monate), 246 Fr. (3 Monate), 90 Fr. (10 Wochen)

Studenten und Lernende: 40 Prozent Rabatt auf Abonnementspreise (mit gültigem Studenten- oder Lehrlingsausweis)

Alle Preise gültig ab 2. 11. 2016

Die Abonnentenadressen werden, soweit erforderlich und nur zu diesem Zweck, an die mit der Zustellung betrauten Logistikunternehmen übermittelt.

Anzeigen: gemäss Preisliste vom 1. 1. 2017

BEGLAUBIGTE AUFLAGE

Verbreitete Auflage: 115 510 Ex. (Wemf 2016)

Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwendung der redaktionellen Texte (insbesondere deren Vervielfältigung, Verbreitung, Speicherung und Bearbeitung) bedarf der schriftlichen Zustimmung durch die Redaktion. Ferner ist diese berechtigt, veröffentlichte Beiträge in eigenen gedruckten und elektronischen Produkten zu verwenden oder eine Nutzung Dritten zu gestatten. Für jegliche Verwendung von Inseraten ist die Zustimmung der Geschäftsleitung einzuholen.

© Neue Zürcher Zeitung AG
Kartengrundlage: © OpenStreetMap contributors