# Unternehmensverantwortung und Postwachstum

UNIVERSITÄT LUZERN

PHILOSOPHIE & MANAGEMENT

# Agenda

UNIVERSITÄT LUZERN

1. Unternehmen als verantwortliche Akteure
2. Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen
3. Postwachstumspläne verantwortlicher Unternehmen

# 1. Unternehmen als verantwortliche Akteure

UNIVERSITÄT LUZERN

**These**: Unternehmen haben moralische und politische Verantwortung

- Unternehmen haben Ziele und Pläne
- Unternehmen verstehen die Sprache der Moral und der Politik
- Unternehmen haben die abstrakte Fähigkeit, ihre Ziele und Pläne an moralischen und politischen Gesichtspunkten zu orientieren
- Unternehmen haben praktisch hinreichend Handlungsspielräume, um ihre Ziele und Pläne an moralischen und politischen Gesichtspunkten zu orientieren

# 1. Unternehmen als verantwortliche Akteure

UNIVERSITÄT LUZERN

These: Unternehmen haben moralische und politische Verantwortung

- Unternehmen haben Ziele und Pläne
- Unternehmen verstehen die Sprache der Moral und der Politik
- Unternehmen haben die abstrakte Fähigkeit, ihre Ziele und Pläne an moralischen und politischen Gesichtspunkten zu orientieren
- **Unternehmen haben praktisch hinreichend Handlungsspielräume, um ihre Ziele und Pläne an moralischen und politischen Gesichtspunkten zu orientieren**

# 1. Unternehmen als verantwortliche Akteure

UNIVERSITÄT LUZERN

Hannah Arendt (1906-1975)

Zur Unterscheidung von Moral und Politik

**Moral**: eher ich-bezogen

betrifft die eigene „weiße Weste“

**Politik**: eher gesellschaftsbezogen

betrifft den Einfluss auf das moralisch richtige und falsche Handeln anderer

und den Einfluss auf die institutionelle Grundstruktur

# 1. Unternehmen als verantwortliche Akteure

UNIVERSITÄT LUZERN

**Verantwortungstheoretische Deutung der Nachhaltigkeitsidee**:

**ökologisch**:

- negativ moralisch: nicht zur Umweltzerstörung beitragen
- positiv politisch: Beitrag zu Transformation in eine umweltfreundliche Gesellschaft leisten

**sozial**:

- negativ moralisch: keine zentralen Rechte verletzen
- positiv politisch: zu Leben in Würde beitragen

**ökonomisch**:

- negativ moralisch: Funktionalität der Wirtschaft nicht unterwandern
- positiv politisch: zu Wohlstand und Sicherheit beitragen

# 2. Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen

UNIVERSITÄT LUZERN

**ökologische Nachhaltigkeit:**

$$I = P \times A \times T$$

I: Environmental Impact

P: Population

A: Affluence

T: Technology

**Beitrag von Unternehmen:**

- nur sehr indirekt Einfluss auf Bevölkerungs-entwicklung
- direkter Einfluss auf Konsumgewohnheiten
- direkter Einfluss auf Techniknutzung in Produktion

# 2. Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen

UNIVERSITÄT LUZERN

Zwei Formen der Verantwortung in Bezug auf Postwachstum:

1. **negative moralische Pflichten**: nicht aktiv zum Wachstum beitragen

- wird erreicht, indem ein Unternehmen selbst nicht weiter wächst

2. **positive politische Pflichten**: einen aktiven Beitrag zur Transformation in eine Postwachstumsökonomie leisten

- wird durch eine Transformation von wachstumsorientierten Märkten in postwachstumsorientierte Märkte erreicht

# 2. Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen



Wie kommen Unternehmen zur Verantwortung für Postwachstumszielen?

1. sie fallen **automatisch** zu: z.B. Automobilindustrie
2. sie werden **zugewiesen**: z.B. durch politische Steuerung, durch sozialen Druck
3. sie werden **freiwillig** übernommen: z.B. Unternehmensgründung zum gemeinsamen Gebrauch von Konsumgütern, Verlängerung der Lebensdauer von Gütern etc.

# 2. Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen

UNIVERSITÄT LUZERN

Welche Rechtfertigungen und Entschuldigungen gibt es, sich nicht an Postwachstumszielen zu orientieren?

1. **Rechtfertigung** (was zunächst falsch erscheint, ist tatsächlich richtig)

- Grundgüter können nur im Rahmen von Wachstumsmärkten bereitgestellt werden, z.B. Energie
- innerhalb von Wachstumsmärkten lassen sich grüne Technologien ohne relative Marktvergrößerung implementieren, z.B. Automobilindustrie
- andere wichtige Interessen/Rechte sind betroffen, z.B. Arbeitsplätze

# 2. Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen

UNIVERSITÄT LUZERN

Welche Rechtfertigungen und Entschuldigungen gibt es, sich nicht an Postwachstumszielen zu orientieren?

2. **Entschuldigung** (was falsch erscheint, bleibt falsch, wird aber nachvollziehbar)

- einem Unternehmen gelingt es nicht verkrustete Strukturen aufzubrechen und auf Postwachstum umzustellen
- evtl. auch: Unternehmensangehörige haben Schwierigkeiten, habitualisierte Lebensweisen aufzugeben

**Zwischenfazit**: die eigene Verantwortung richtig einzuschätzen, ist nicht leicht (alternative Beratung zur Zielfindung?)

# 3. Postwachstumspläne verantwortlicher Unternehmen

UNIVERSITÄT LUZERN

Wie lassen sich die Postwachstumsziele verantwortlicher Unternehmen realisieren?

1. **negative Pflichten**: nicht aktiv zum Wachstum beitragen

- von Profitmaximierung auf Profitorientierung umstellen
- Marktverdrängung abwehren
  - Fremdkapital kontrollieren (Genossenschaften, grüne Banken)
  - Konkurrenzfähigkeit durch Effizienzmanagement beibehalten
- evtl. Effizienzgewinne kompensieren

**Nebeneffekt**: auch Vorbildfunktion als indirekter politischer Effekt

# 3. Postwachstumspläne verantwortlicher Unternehmen

UNIVERSITÄT LUZERN

2. **positive Pflichten**: aktiver Beitrag zum Postwachstum

- Wiederverwertung und längere Lebensdauer von Produkten fördern
- materielle Güter durch Dienstleistungen ersetzen
- anständige (transparent, authentisch) Werbung für postwachstumsorientierten Konsum
- Postwachstumsmärkte bilden und Marktanteile von klassischen Wachstumsunternehmen erobern
- strategische Allianz mit grünen Wachstumsunternehmen

**Grundstrategie**: Qualitatives Wachstum bei quantitativer Schrumpfung

# Unternehmensverantwortung und Postwachstum

UNIVERSITÄT LUZERN

## VIELEN DANK

christian.neuhaeuser@unilu.ch