

Reinhard K. Sprenger

## Freie Bahn für kreative Köpfe



Bild: zvg

**W**elche gesellschaftliche Verantwortung haben Unternehmen? Viele suchten einen Weg zwischen unökonomischer Schwärmerei und rationalem Engagement. Die Befürworter von «unternehmerischem Patriotismus» oder neudeutsch Corporate Social Responsibility schlagen im Kern vor, die Unternehmen sollten auf einen Teil ihres wirtschaftlichen Erfolges verzichten, um sich «gesellschaftlich wertvollen» Interessen zu widmen. Was einer Teilenteignung der Eigentümer gleichkäme. Das mag der Inhaber eines mittelständischen Betriebes auch tun dürfen, er verbrennt ja sein eigenes Geld. Für einen Manager verbietet sich das, er verwaltet das Geld anderer Leute.

Nun mag man mit guten Gründen darüber streiten, ob die Eigenkapitalrendite 25 Prozent vor Steuern oder mehr betragen müsse. Nicht zu bestreiten, ist hingegen die Tatsache, dass der internationale Kapitalmarkt die Renditeziele setzt und die Investoren mit ihrem Geld zu den weltweit rentabelsten Unternehmen gehen. Ebenso unstrittig ist: Ein Unternehmen muss immer so profitabel wie möglich sein, wenn es dauerhaft erfolgreich sein will. Denn der überlegene Konkurrent wird kommen, das jetzt noch profitable Produkt wird schwächeln, die Konjunktur wird einbrechen. Noch sind fast alle Unternehmen irgendwann gescheitert. Man muss also in guten Zeiten restrukturieren; in schlechten Zeiten ist es dafür zu spät. Läuft demnach alles auf die binäre Logik hinaus: gut für die Unternehmen – schlecht für die Gesellschaft? Man kann das Problem vielleicht nicht lösen,

aber auflösen. Indem man an eine schlichte Tatsache erinnert: Nur Innovationen rechtfertigen hohe Löhne. Was die Frage aufwirft: Wann und unter welchen Umständen wird jemand innovativ?

Irgendwie scheint man sich vorzustellen, dass die Menschen innehalten, überlegen, wie sie mal etwas anders machen, und dann zur kreativen Tat schreiten. Diese Vorstellung zeugt von einer tiefen Unkenntnis des Innovativen. In Wirklichkeit kann man Innovation nur von Systemkräften erwarten, die im Sinne des Ganzen verantwortungslos sind. Anders formuliert: Wer unter der Last der Verantwortung für das Ganze steht, kann nicht innovativ sein. Denn Innovationen sind «schöpferische Zerstörungen». Sie werden geboren aus dem Geist der Freiheit, aus dem Erahnen der Möglichkeit. Sie fragen nicht nach der Zustimmung anderer, beruhen darauf, dass bestimmte Menschen «ihr Projekt» verfolgen. Weil sie besessen sind von einer Idee, koste es beinahe, was es wolle. Wer hingegen immer die Verantwortung für das Ganze auf seinen Schultern spürt, wer sich rechtfertigen muss, wird auch nur das tun, was sich rechtfertigen lässt – und das ist selten das Neue. Vieles an Innovation würde durch das Verlangen nach Rechtfertigung schon vor seiner Entfaltung erdrückt.

Deshalb muss, wer den Innovationsmotor starten will, den Rechtfertigungsdruck zurückfahren. Und genau deshalb dürfen die Unternehmen nicht an die gesellschaftliche Kandare genommen werden, wenn sie der Gesellschaft dienen sollen. Im Gegenteil: Man muss den Unternehmen selbst, vor allem aber den kreativen Köpfen freie Bahn ebnen, damit sie attraktive Waren und Dienstleistungen erschaffen. Denn nur durch permanente Innovation können sie wettbewerbsfähige Arbeitsplätze erhalten oder neue schaffen. Und dadurch – gleichsam mit unsichtbarer Hand – ist allen gedient. Das ist ein Teil von jener Kraft, die vielleicht das Böse will und doch das Gute schafft. Die Politik macht es leider oft anders herum. ■

---

Reinhard K. Sprenger ist Management-Berater und Autor.