

„Menschen mit leuchtenden Augen“

Peter Spiegel arbeitet für das Genisis Institute for Social Business and Impact Strategies gemeinnützige GmbH in Berlin. Er erklärt, wie Mitarbeiter sich einbringen können, um ihrem Betrieb mehr soziales Gewicht zu verleihen.

w@o: Ohne eine sozialere Ausrichtung werden Großunternehmen künftig nicht mehr erfolgreich sein, sagen Studien. Warum ist das so?

Peter Spiegel: Die Wirtschaft konzentrierte sich lange Zeit viel zu einseitig auf den immer gleichen Markt: neue Produkte für Menschen, die genügend Geld haben, diese auch zu kaufen! Chinas Entwicklung in den vergangenen 20 Jahren lehrte jedoch: Die interessantesten Zu-



© Genisis Institute

kunftsmärkte sind jene, die sich aus der Armut heraus entwickeln. Daher wird das neue soziale Wirtschaftswunder das größte aller bisherigen Wirtschaftswunder sein. Zudem stellen die sozialen Leistungen in unserem Lande einen immer größeren Teil unserer gesamtgesellschaftlichen Leistungen dar. Wenn wir auch hier über innovativere, sozial wirksamere und wirtschaftlich klügere Lösungen nachdenken,

wird sich auch hier eine neue Welt sozialen Unternehmertums auf tun.

w@o: Was bedeutet die andere Sicht auf Gewinnorientierung des Social Business für die Mitarbeiter in ihrem Joballtag?

Spiegel: Social-Business-Unternehmen sollen auf der wirtschaftlichen Seite ganz normal gewinnorientiert arbeiten, nicht zuletzt, um die Mitarbeiter gut bezahlen zu können. Sie sind dabei aber vor allem auf sozialen Gewinn ausgerichtet. Das bedeutet neben anständiger Bezahlung einen erheblichen Sinnengewinn für die Mitarbeiter.

w@o: Schließen sich soziale Anliegen und berufliche Karriere aus? Oder können sich die Mitarbeiter auch beruflich weiterentwickeln und persönlich entfalten?

Spiegel: Wer in soziale Unternehmen einsteigen will, muss nicht nur normales Business und normale Kompetenzen in Wirtschaftsunternehmen beherrschen, sondern mitwirken am Geschäftsmodell der Lösung der gestellten sozialen oder ökologischen Aufgabe. Dies schafft zwangsläufig mehr Kreativität, mehr Innovationskraft, mehr Persönlichkeitsentwicklung.

w@o: Wie wichtig ist der Faktor „Sinnstiftung“ für die meisten Mitarbeiter?

Spiegel: Nun ja, die meisten Menschen in unserer Gesellschaft glauben noch nicht so recht, dass Sinnengewinn und unternehmerischer Gewinn zusammengehen könnten. Wer sich hier auf die Suche macht und auf einen Lernweg einlässt, ist klar im Vorteil. Aus meinem Wirken in der Social-Business-Bewegung kann ich nur sagen: Hier finden Sie unvergleichlich mehr Menschen mit leuchtenden Augen.

w@o: Wie können sich die Mitarbeiter selbst einbringen?

Spiegel: Nach meinen Vorträgen über Social Business fühlen sich Mitarbeiter auf allen möglichen Ebenen dazu motiviert, diese neue Denkwelt in ihrem Unternehmen bekannter zu machen. Mit immer größerem Erfolg. Notwendig ist, sich an den Informationsfluss über die Social-Business-Welt anzuschließen, sei es über die Medien, die sich mit diesem Thema bereits intensiv befassen wie beispielsweise das Magazin „enorm – Wirtschaft für den Menschen“, sei es über unseren jährlichen Kongress „Vision Summit“, sei es über unser Netzwerk „Global Entrepreneurs“. Noch ist die Social-Business-Bewegung eher klein. Aber sie ist außergewöhnlich dynamisch und wird in den nächsten Jahren in großen Siebenmeilenschritten vorankommen.