

DIE ROLLE DER WIRTSCHAFT IN EINER VERÄNDERTEN GESELLSCHAFT

EIN GASTBEITRAG VON ANDREAS DORNBRACHT, GESCHÄFTSFÜHRENDER
GESELLSCHAFTER DER ALOYS F. DORNBRACHT GMBH & CO. KG

Alles scheint in diesen Tagen aus den Fugen geraten zu sein. Kaum eine Planung oder Erwartung, kaum eine Vorstellung und Idee, an die man vor zwei Monaten mit Blick auf das noch junge Jahr fest glaubte, hat heute noch die gleiche Bedeutung. Diese Wochen fühlen sich an wie eine bleierne Zeit.

Dabei ist es nicht so, als gäbe es nichts zu tun. Gerade diejenigen, die eine hohe Verantwortung tragen, beispielsweise für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für deren Gesundheit und Wohlergehen, für ihre Arbeitsplätze, genau wie für die Unternehmen und Organisationen, denen sie angehören, sind aktuell enorm gefordert.

Noch nie hatte dabei die Gesundheit eine solche Priorität. Dornbracht beschäftigt sich seit vielen Jahren mit diesem Thema. Die Vision des Unternehmens ist die Gestaltung und Steigerung von Lebensqualität, Lebensenergie und Lebensglück innerhalb von Lebensräumen. Hierbei stehen Wasseranwendungen und -erlebnisse im Mittelpunkt, die im Idealfall durch ihr Design und ihre technische Konstellation zu einem festen Bestandteil der täglichen Badbenutzung werden sollen. Die aktuellen Ereignisse eröffnen eine völlig neue Perspektive darauf. Dabei lässt sich heute kaum abschätzen, ob das positive oder eher negative Auswirkungen auf das Unternehmen haben wird.

Dies ist nur ein Beispiel, das verdeutlicht, wie sich Unternehmerinnen und Unternehmer mit dem Zweck und den Zielen – dem „Purpose“ ihrer Unternehmen innerhalb der Gesellschaft für die Zeit nach Covid-19 beschäftigen müssen.

Dafür ist jetzt kaum Zeit, und auch der Kopf ist momentan nicht frei, um kreativ vorzudenken. Und auch wenn der eigene Intellekt uns ständig mahnt, den Blick weiter zu heben, so fahren viele von uns nur noch auf Sicht. Die Herausforderungen im Tagesgeschäft sind so ungewöhnlich und verlangen so viel Flexibilität und Kraft, dass keine Luft für mehr bleibt.

Halten wir als Individuen, halten unsere Unternehmen und Organisationen, hält unsere Gesellschaft diesen Zustand aus? Und wenn ja, wie lange und mit welchen Auswirkungen?

Es gibt zwei Richtungen, die unseren Umgang mit den Folgen dieser Krise bestimmen. Zwei Möglichkeiten, wie wir unseren Blick auf „die Zeit danach“ richten können:

Wir können dystopische Szenarien entwerfen, die uns am Ende wahrscheinlich in eine tiefe Depression führen. Oder wir können an uns selbst als Menschen, als Gemeinschaft und Gesellschaft glauben, die aktuell lernt, dass es „danach“ nicht weitergehen kann wie bisher.

Vieles haben wir schon immer ganz gut gemacht. Anderes haben wir – wider besseres Wissen – trotzdem unverändert beibehalten. Einiges Neue haben wir schnell angenommen, weil es unser Leben vereinfacht hat. Und manchem haben wir uns auch verweigert, obwohl es eigentlich sinnvoll erscheint. Wie in einem Lückentext kann man hier die Themen einfügen, die individuell am besten passen. Bei ehrlicher und anständiger Selbstreflexion wird keiner von uns Mühe haben, ausreichend Stoff dafür zu finden.

Diese Krise ist beispiellos. Sie trifft nicht eine Nation, ein Geschlecht, eine Hautfarbe, eine politische Partei, eine bestimmte Orientierung oder Glaubensgemeinschaft. Sie macht an Grenzen nicht Halt und sie schert sich auch nicht besonders darum, ob wir arm oder reich sind, unfrei in Diktaturen oder frei in Demokratien leben. Und weil sie uns einfach nur als menschliche Organismen bedroht, sind wir alle von ihr grundsätzlich gleichermaßen betroffen.

Genau darin liegt die Chance, dass wir mit einem kollektiv veränderten Bewusstsein in die Zeit nach der Krise gehen. Gesellschaften sind Kulturen, in denen viele „Player“ mit ganz unterschiedlichen Zugehörigkeiten und Motivationen interagieren. Durch die alles überspannende und miteinander verbindende Wirkung der Pandemie sind „danach“ die Chancen für ein gemeinsames Streben nach einer gerechteren, sichereren und lebenswerteren Existenz für uns alle größer als „davor“ – größer als jemals in der jüngeren Geschichte.

Darin liegt auch eine Verpflichtung für uns alle. Als Individuen, als Partner, als Familienangehörige, als Kollegen, als Mitglieder in Vereinen – egal in welcher sozialen Rolle wir uns bewegen, sollten wir mehr denn je offen für neue Perspektiven und Ideen sein.

Unternehmer haben mit ihren Möglichkeiten bei der Mitgestaltung und Entwicklung der Gesellschaft eine besondere Verantwortung. Dass sie dabei unternehmerisch denken und den Geschäftszweck im Blick haben müssen, ist kein Nachteil. Denn jeder kann aus seinen

unterschiedlichen Rollen und den damit einhergehenden Kompetenzen und Interessen die Auseinandersetzung und Meinungsbildung nur bereichern.

Der Kunst kann dabei eine ganz besonders wertvolle und für viele Unternehmen noch neue Bedeutung zukommen. Denn die Art und Weise, wie Kunstschaffende sich einer Fragestellung, einem gesellschaftlichen Problem, einer Aufgabe oder Herausforderung, einer bestimmten Materialität oder einem spezifischen Medium nähern, ist ganz besonders. Sie ist, obwohl Kunstschaffende und Unternehmende sich in ihren Zielen oft ähneln, vor allem anders, als es in der Wirtschaft üblich ist.

Die Herangehensweise in künstlerischen Schaffensprozessen ist vor allem deutlich offener und viel weniger durch Eitelkeiten abgelenkt. Sie fokussiert den Blick auf das Wesen der zu behandelnden Fragestellung und sie ist von der Lust geprägt, einer Sache wirklich auf den Grund zu gehen. Dieser unbedingte Wille und die oft gnadenlose Ehrlichkeit führen manchmal soweit, dass die eigene psychische und physische Unversehrtheit aufs Spiel gesetzt wird. Entsprechend tief und nachhaltig berührend sind die Ergebnisse.

Die Unternehmerinnen und Unternehmer, die mit künstlerischen Interventionen in ihren Organisationen bereits Erfahrungen gemacht haben, werden es bestätigen: Sie bieten sinnstiftenden Mehrwert und sind eine Bereicherung für beide Seiten. Diese Zusammenarbeit zweier gleichberechtigter Partner – auf Augenhöhe – schafft neue Gedankenanstöße, führt zu neuen Erkenntnissen und beschleunigt Innovationsprozesse.

In diesen Zeiten, in denen es vor allem freischaffenden Künstlerinnen und Künstlern, aber auch Kunstinstitutionen besonders schwerfällt, wieder auf die Beine zu kommen, kann daher der Appell an den Mut der Verantwortlichen in Unternehmen nicht laut genug sein. Und dies gilt für Kleinunternehmer genauso wie für große Industriefirmen: Probieren Sie etwas Neues aus, bieten Sie Kunstschaffenden als Vordenker und Anstifter zu Neuem eine Plattform.

Dornbracht unterstützt die Gesellschaft der Freunde der Akademie der Künste.