



## Sinn als Faktor der Nachhaltigkeit

### Existenzanalytische Grundlagen



Dorothee Bürgi, PhD, Zürich  
>[www.dorothee-buergi.ch](http://www.dorothee-buergi.ch)>

Univ.-Doz. DDr. Alfred Längle, Wien  
>[www.laengle.info](http://www.laengle.info)>

Nachhaltigkeit ist Verankerung der Gegenwart für eine sinnvolle, produktive Zukunft. Hier trifft sich das Streben nach Nachhaltigkeit notwendigerweise mit der Sinnfrage. Nachhaltigkeit muss scheitern, wenn sie nicht von Sinnhaftigkeit getragen wird.

Nachhaltigkeitsmanagement bedeutet, die unternehmerische Verantwortung auf Ziele und Ergebnisse auszurichten, deren Mehrwert in der Zukunft liegt. Nachhaltigkeit und Sinn stehen dabei in engem Zusammenhang: Sinn ist etwas, das in der Zukunft liegt, das durch die Aktivität eines Unternehmens entstehen kann. Nachhaltigkeit ist darauf ausgerichtet, Wertvollem zu seiner Existenz zu verhelfen und beginnt mit der Frage: Was ist unter den **gegebenen Bedingungen** realistischere möglich? Wo liegt das *Savoir* und *Pouvoir* eines Unternehmens? Welche Spielräume bestehen – trotz struktureller Grenzen?

### Motivation

Um an einer Sache dranzubleiben („Nachhaltigkeit“) ist Motivation erforderlich. Dazu ist es notwendig, dass die Beteiligten die Ziele als *gut* erleben. Gut ist etwas, wenn es ein Gefühl der Beziehung und Verbundenheit hervorruft. Dann stellt es einen Wert dar. Denn nur durch Wertebezug werden Ziele der Nachhaltigkeit für die Einzelnen attraktiv und können in ihrer Bedeutung für das eigene Leben erschlossen werden. Vernunftmäßig leuchten Nachhaltigkeitsprogramme rasch ein. Die Frage ist aber, ob es gelingt, ein Gefühl der Gemeinschaft um ein Thema herum zu entwickeln, an dessen Dialog Menschen teilnehmen mögen, sodass es nicht bei einer Executive-Vorgabe „von oben“ bleibt. Das macht den Unterschied zwischen zeitraubenden Arbeitsgruppen und inspirierender Themenführerschaft aus.

### Klarheit

### VERWANDTE INHALTE

Jahresthema  
„Nachhaltigkeit im Management“  
>GO>

Download **Hernsteiner**  
01/11 zum Thema  
Nachhaltigkeit  
>GO>



Nachhaltigkeitserfolg braucht auch Klarheit in den Inhalten, Kernkompetenzen und Zielen des Unternehmens. Das setzt an der Geschichte eines Unternehmens an, denn Zukunft braucht Herkunft. Stehen die Ziele in einem spürbaren Zusammenhang mit der Identität eines Unternehmens? Was gehört so zu uns, dass wir uns dadurch definieren, dadurch erkennen und verstehen?

### **Authentizität**

Nachhaltigkeitsbeiträge bauen auf der Authentizität des Unternehmens auf. **Sinn** ist die Begründung dafür, es *trotzdem* zu tun. Fehlt es Menschen an sinnstiftenden Zusammenhängen und dem Wissen, wofür sie etwas tun, kommt rasch die Frage auf: Wozu das alles? Nachhaltigkeitsziele in einen größeren Zusammenhang zu stellen und zu kommunizieren, ist dabei eine entscheidende Aufgabe des Managements. Darin liegt der Unterschied zwischen kostenintensiven Motivationsprogrammen und im Dialog erschlossene Sinnangebote.

Nachhaltigkeit gründet in der positiven Erfahrung, dass ich handeln kann, mich verbunden fühle und Wichtiges in einem größeren Zusammenhang sehe. Das schafft Sinn und gibt Beständigkeit.