

## Geld verdienen ist kein Selbstzweck

Unternehmen sollen Gewinn erzielen, aber nicht mehr nur danach streben. Mit dieser Forderung stossen die studentischen Organisatoren des 49. St.-Gallen-Symposiums in der Wirtschaftswelt mittlerweile auf offene Ohren.

---

Andrea Martel  
10.5.2019, 06:00 Uhr

Wer wissen will, was junge Menschen heute bewegt, kann freitags in die Stadt gehen. Dort wird er – das nächste Mal in zwei Wochen – Schülerinnen und Schüler antreffen, die für einen besseren Klimaschutz demonstrieren. Eine gute Alternative ist es, das St.-Gallen-Symposium zu besuchen. Die Konferenz, die heuer zum 49. Mal stattfindet, wird vollumfänglich von Studierenden organisiert. Und das gewählte Tagungsthema ist jeweils ein guter Indikator dafür, was diesen Menschen Anfang zwanzig, von denen aufgrund ihrer Ausbildung wohl nicht wenige dereinst Führungspositionen in Wirtschaft oder Politik übernehmen werden, am Herzen liegt.

WERBUNG



InRead Invented By Teads

## Morgan Stanley und der Plastikmüll

«Capital for purpose» lautet das Thema des diesjährigen Symposiums, das am Donnerstag und am Freitag auf dem Gelände der Uni St. Gallen (HSG) stattfindet. Dahinter steckt unter anderem der Gedanke, dass Geldverdienen kein Selbstzweck ist. Oder wie es Professor Colin Mayer von der Universität Oxford in einer Paneldiskussion formulierte: «Der Zweck von Unternehmen ist nicht, Geld zu verdienen, sondern Probleme zu lösen – und dies auf eine Art und Weise, dass man damit auch Geld verdient.»

Mayer nannte das Beispiel des dänischen Medikamentenherstellers Novo Nordisk. Als das auf Insulinpräparate spezialisierte Unternehmen realisierte, dass eine grosse Mehrheit der Diabetespatienten in ärmeren Ländern lebt und sich die Produkte gar nicht leisten kann, begann es mit einer Quersubventionierung. Medikamente wurden in reichen Ländern teurer verkauft, damit man sie in den ärmeren Ländern günstiger anbieten konnte.

Dann aber realisierte Novo Nordisk, dass es auch eine Veränderung der Lebensgewohnheiten braucht, um Zuckerkrankheit erfolgreich zu bekämpfen. So begann man, sich in der Prävention zu engagieren und Partnerschaften mit Universitäten, Spitälern und Ärzten einzugehen.

Was laut Mayer auf den ersten Blick so aussah, als ob man «die Gans schlachtet, die goldene Eier legt» (weniger Diabetiker = weniger verkauftes Insulin), entpuppte sich als Erfolgsrezept. Denn mit ihrem ganzheitlichen Engagement gegen Diabetes gewann Novo Nordisk das Vertrauen der Ärzte und Spitäler und wurde zum bevorzugten Lieferanten.

Laut Audrey Choi, der Nachhaltigkeits-Beauftragten und Marketingchefin von Morgan Stanley, spüren viele Firmen mittlerweile dieses Bedürfnis nach sinnvoller Tätigkeit. Im Fall der Investmentbank hat dies etwa dazu geführt, dass das Unternehmen sich für die Bekämpfung des weltweiten Plastikabfalls engagiert. Bis zum Jahr 2030 will Morgan Stanley mit ihrer vor wenigen Wochen lancierten [«Plastic Waste Resolution»](#) dafür sorgen, dass 50 Mio. Tonnen Plastikabfall vermieden oder aus der Umwelt entfernt werden.

Das Plastikabfall-Problem ist für Choi deshalb so interessant, weil es drängt und weil es keine einfachen Lösungen gibt: «Kunststoff ist heute ein unglaublich wichtiger und auch wertvoller Teil der Wirtschaft. Ihn zu verbieten, ist nicht die Lösung.» Man müsse vielmehr darüber nachdenken, wie er produziert (z. B. biologisch abbaubar), wiederverwendet, gesammelt, recycelt und schliesslich entsorgt werde.

Und für die Lösung globaler komplexer Probleme sei die weltweit tätige Investmentbank geradezu prädestiniert, meint Choi. Auch wenn man selber nicht im Plastikgeschäft sei: Viele Kunden seien es, und für immer mehr Anleger werde Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Thema. So sei man diese 50-Mio.-Tonnen-Reduktionsverpflichtung eingegangen – wohl wissend, dass die Lösungen dafür noch nicht da seien, sondern erst noch entwickelt werden müssten.

Der Schlüssel zum Erfolg besteht für Choi etwa darin, dass dies keine isolierte Initiative eines internen Nachhaltigkeits-Teams ist, sondern alle Bereiche durchdringt. So werden für die interne Sensibilisierung zunächst einmal alle Einwegkunststoff-Dinge wie Gabeln und Becher aus den eigenen Büros entfernt. Weiter sollen Entsorgungsunternehmen finanziert und Anlagestrategien für den Schutz der Meere verkauft werden. Die Analytiker des Hauses werden dafür sensibilisiert, das Plastikproblem als ein zentrales Anliegen des Unternehmens zu betrachten und bei ihren Analysen darauf zu achten. Darüber hinaus sollen Firmen unterstützt werden, die versuchen, weniger Verpackungen zu brauchen, ebenso Firmen und Universitäten, die an der Verbesserung von Recyclingtechnologien oder Bio-Kunststoffen arbeiten.

## **Es braucht die Wirtschaft**

Auch der Klimawandel ist am Symposium immer wieder ein Thema – als eines der anerkannt grössten und drängendsten Probleme. Für Choi ist klar, dass Steuergelder allein nicht für Lösungen ausreichen: «Wir brauchen die Industrie, und wir brauchen Investoren.» Am besten sei es, wenn die Firmen die Problemlösung zu ihrem Geschäft machten. Dafür sei es auch notwendig, dass die Nachhaltigkeit besser gemessen wird. Denn heute flössen viele Risiken gar nicht in die Beurteilung von Unternehmen ein.

---

## **Ungehörte Tipps für Europas Wachstum**

Vertreter von Schwellenländern hatten in St. Gallen Wichtiges zum Thema nachhaltiges Wachstum zu sagen. Leider hörten kaum europäische Politiker zu.

Peter A. Fischer / 13.5.2016, 07:14

---

## **Am St. Gallen Symposium 2009**

Wer am St. Gallen Symposium teilnehmen will, muss etwas leisten. Entschädigt wird man durch Gespräche mit CEOs und Politikern. Aber auch der Austausch mit Studierenden aus anderen Ländern ist bereichernd, wie Nico Luchsinger berichtet.

12.5.2009, 15:35



## Newsletter Wirtschaft

Bleiben Sie mit unserem täglichen Newsletter auf dem Laufenden. Überblick und Einordnung der wichtigsten Wirtschaftsthemen. Vor Börsenbeginn ausgewählt von der Redaktion. [Hier können Sie sich mit einem Klick kostenlos anmelden.](#)

---

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG. Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von Neue Zürcher Zeitung ist nicht gestattet.