Bio-Unternehmen forcieren die öffentliche Ethik-Diskussion

geschrieben von Michael Wehe | 29. Juli 2014
Unter dem Begriff „WerteMarken“ laden Pioniere der Bio-Branche zum branchenübergreifenden Austausch über Ethik im wirtschaftlichen Handeln ein.

Die WerteMarken sind ein Kreis von Bio-Unternehmen, die zu den Pionieren der Branche zählen und sich in kollegialer Diskussion der Frage verschrieben haben, wie Ethik im Bereich des wirtschaftlichen Handelns heute aussehen sollte und gelebt werden kann.

Nachdem die WerteMarken diese Debatte bisher untereinander und auf Fachmessen mit anderen Bio-Unternehmen geführt haben, wollen sie den Diskurs ab sofort auch über die eigene Branche hinaus in die Öffentlichkeit tragen. Ziel ist dabei, auf möglichst breiter Ebene Erfahrungen mit den Machbarkeiten und den Konsequenzen einer ganzheitlichen Ethik auszutauschen, um auf diese Weise mit- und voneinander zu lernen.

Die WerteMarken laden Unternehmen aller Branchen ein, sich aktiv an der Ethik-Diskussion zu beteiligen. Im ersten Schritt suchen sie zu diesem Zweck den Kontakt zur Presse als Plattform für die Debatte. Darüber hinaus sind gemeinsame Projekte und Workshops geplant, in denen einzelne Aspekte der Ethik kontrovers betrachtet werden sollen.

Allen WerteMarken ist es wichtig, über die rein theoretische Auseinandersetzung mit der Ethik hinaus vor allem ihren Praxisbezug zum unternehmerischen Alltag zu unterstreichen.

Zu den WerteMarken zählen derzeit die Bio-Marken Barnhouse, Bio Planète, bio-verde, Bohlsener Mühle, Byodo, Ökoland, ÖMA und Sodasan.