

Soziale Verantwortung von Unternehmen - eine Pflicht?

Corporate Social Responsibility (kurz: CSR) oder auch unternehmerische Selbstverantwortung sind Begrifflichkeiten, die in aktuellen wirtschaftlichen Debatten häufig als Schlagwörter fallen. Doch was verbirgt sich hinter der Forderung nach sozialem Handeln in der Wirtschaft? Welche Anforderungen werden damit an die politischen Entscheider gestellt? Und wie wird sich zukünftig die Umsetzung von CSR im Wirtschaftsleben gestalten?

Sowohl auf europäischer als auch nationalstaatlicher Ebene steht hierbei insbesondere die Frage im Mittelpunkt, inwieweit CSR eine Verpflichtung sein soll. Müssen Unternehmen CSR nachkommen, oder handelt es sich hierbei um einen zusätzlichen Aspekt, den Unternehmen auch weiterhin freiwillig verfolgen sollen.

Sicher ist: Unternehmerische Selbstverantwortung hat sich in der Kunst des Wirtschaftens als ein neues Attribut etabliert.

Nun liegt es an den politischen Akteuren, den Grad der Eingliederung von CSR in wirtschaftliches Handeln zu definieren. Gerade in diesem Diskussionspunkt herrschte auch im Europäischen Parlament große Uneinigkeit. Denn die Entscheidung über Verpflichtung oder Freiwilligkeit von CSR ist auch eine Grundsatzentscheidung darüber, ob man in die unternehmerische Freiheit eines Unternehmens eingreifen darf oder nicht. Ist eine regulierte Wirtschaftspolitik, die den Wettbewerb zwischen Unternehmen minimiert, hilfreich bei der Findung neuer, nachhaltiger Lösungen für unsere globalen Herausforderungen?

Bevor man sich jedoch mit den Vor- und Nachteilen einer verpflichtenden Einführung von unternehmerischer Selbstverantwortung (CSR) auseinandersetzt, gilt es den Begriff noch einmal genau zu definieren und ihn von anderen, in diesem Zusammenhang häufig genannten, Terminologien wie *Corporate Citizenship (CC)* abzugrenzen.

So wie in der Ausgestaltung von CSR Uneinigkeit herrscht, so stößt man auch bei der Definitionsfindung eher auf Heterogenität statt auf Homogenität. Für den Begriff Corporate Social Responsibility gibt es keine allgemein anerkannte Definition. Umso wichtiger ist es, dass ich im Vorhinein mein Verständnis von CSR darlege, auf dem meine folgende Argumentation basieren wird. Zunächst einmal geht es bei CSR nicht darum, bereits bestehende gesetzliche

Verpflichtungen umzusetzen. Bestehende Umweltauflagen oder gesetzliche soziale Mindeststandards, wie Arbeitszeiten, sind einzuhalten. Bei Mängeln in der Umsetzung, gibt es damit ein Defizit im Vollzug und stellt damit eine Lücke im Rechtsstaat dar. CSR hat daher nichts damit zu tun, wenn Unternehmen Gesetze brechen.

Unter CSR verstehe ich deshalb, die Einbeziehung von gesamtgesellschaftlichen Aufgaben, wie den verantwortlichen Umgang mit Ressourcen, in wirtschaftliches Handeln. Um dieser Einbeziehung gerecht zu werden, müssen sich Unternehmen also folgende zwei Fragen stellen bzw. auf folgende Gesichtspunkte hin beurteilt werden:

Zum einen, wie qualitativ hochwertig ist das Management, sowohl in Bezug auf die innerorganisatorischen Prozesse als auch auf die Mitarbeiter und die Unternehmenskultur.

Zum anderen muss sich das Unternehmen darin prüfen, inwieweit das unternehmerische Handeln, die strategische Ausrichtung, positive Auswirkungen auf die gesamtgesellschaftliche Situation hat.

Beispielhaft seien hier große deutsche Unternehmerfamilien wie der Unternehmer *Otto* genannt, der als einer der Vorreiter erstmalig und nachhaltig ethische Diskussionen in die Bewertung von wirtschaftlichem Handeln vorangetrieben hat.

Der oben genannte Definitionsversuch ist klar von dem Begriff *Corporate Citizenship (CC)* zu trennen. *Corporate Citizenship* stellt innerhalb meines Verständnisses nur einen Teil der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen dar und bezeichnet das über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehende Engagement von Unternehmen zur Lösung sozialer Probleme im lokalen Umfeld des Unternehmens. Somit reduziert sich CC im Wesentlichen auf Sponsoring, Spenden und Stiftungen. Dieser Teil des unternehmerischen Agierens ist in der Diskussion um die Verpflichtung oder Freiwilligkeit von CSR außen vor zu lassen.

Im Europäischen Parlament, insbesondere im Ausschuss für Soziales und Beschäftigung, dem ich stellvertretend vorsitze, wurde CSR in einem Initiativbericht kontrovers diskutiert. Auch hier rankten sich die Hauptstreitpunkte darum, ob CSR in der EU verpflichtend sein soll oder nicht. Dabei ist wichtig anzumerken, dass es sich um Vorgaben handeln soll, die innerhalb der EU zum Tragen kommen würden. CSR-Bestimmungen würden sich nicht auf Ableger europäischer Unternehmen im Ausland beziehen. In diesem Fall gilt jeweils die Bestimmung, die in dem jeweiligen Land des Ablegers vorgeschrieben sind (Frage der Exterritorialität).

Die Debatte, die ich für die Gruppe der europäischen Liberalen als Schattenberichterstatterin führte, fand sowohl zwischen als auch innerhalb der Parteien statt und war nicht immer einfach.

Es gab auf der einen Seite einen Block - angeführt von den europäischen Sozialisten - der eine verbindliche, einheitliche Regelung zu CSR forderte. Auf der anderen Seite standen die europäischen Liberalen und die Europäische Volkspartei, die für Freiwilligkeit in dieser Angelegenheit plädierten.

Diese zwei Blöcke fanden vor der Abstimmung einen Kompromiss, indem sie sich darauf einigten, dass jegliche Hinweise sowohl auf "Freiwilligkeit" als auch auf "Verpflichtung" aus dem Text verschwinden sollten. Diese Einigung zielt im Endeffekt auf einen hohen Grad der Abstraktion ab. Hätte man sich auf kleine, aber pragmatische und konkrete Schritte konzentriert, wäre dem Thema CSR besser gedient gewesen.

Wir, die deutschen Liberalen, hätten uns eine wesentlich stärkere Betonung der Freiwilligkeit gewünscht, aber einen strukturierten Informationsaustausch und eine Koordinierung durch die Kommission befürwortet. Das hier schon einiges passiert, zeigt sich vor allem auch in Deutschland.

Die deutsche Bundesregierung hat 2013 erstmals nachhaltig handelnde Unternehmen mit dem CSR-Preis ausgezeichnet. Mit diesem Preis werden vorbildliche und innovative Unternehmen gewürdigt, die ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst nehmen und in der Praxis nachhaltig wirtschaften. Viele Unternehmen in Deutschland sind sich ihrer großen, über die reine Geschäftstätigkeit hinausgehenden Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst und handeln danach. Die Träger des CSR-Preises der Bundesregierung 2013 haben vorausschauendes und verantwortliches Handeln vorbildlich in ihrem betrieblichen Alltag verankert und lebendig gemacht.

Gewinner der Kategorie Unternehmen mit 5.000 und mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist die Tchibo GmbH. In der Jurybegründung heißt es, dass das Konsumgüter- und Einzelhandelsunternehmen dafür ausgezeichnet wird, dass es seine Geschäftstätigkeit umfassend in Richtung Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung ausrichtet und dabei die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick nimmt.

In der Kategorie Unternehmen mit 500 – 4.999 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern überzeugt die Hipp GmbH & Co. Produktion KG. Das Familienunternehmen wird prämiert, weil es gesellschaftliche Verantwortung fest in seiner Unternehmenskultur verankert hat und für seine Babynahrung nur biologisch erzeugte Rohstoffe verarbeitet.

Die Studiosus Reisen München GmbH wird in der Kategorie Unternehmen mit 50 – 499 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ausgezeichnet. Das Touristik-Unternehmen erhält den CSR-

Preis der Bundesregierung 2013 dafür, dass es in einem schwierigen Feld Pionierarbeit leistet und in seiner Strategie feste Ziele zur Umsetzung der unternehmerischen Verantwortung setzt. Das kann etwa gelten, wenn Hotels Selbstverpflichtungen abverlangt werden, dass sie Menschen- und Kinderrechte einhalten. Thomas Becker – Atelier für Schmuck gewinnt in der Kategorie Unternehmen mit 1 – 49 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Der Goldschmied wird mit dem CSR-Preis der Bundesregierung 2013 ausgezeichnet, weil das Unternehmen Schmuck aus ökofairem Recycling-Gold und Silber herstellt und auch andere Unternehmen in Region und Branche für verantwortungsvolles Wirtschaften begeistert. Inhaber Thomas Becker nahm den Preis stellvertretend für sein Team entgegen. „Bereits in der Ausbildung fiel mir auf, dass Edelmetalle häufig in Ländern der Dritten Welt zu Lasten der Umwelt und unter menschenunwürdigen Bedingungen zu Tage gebracht werden. Da wollte ich ansetzen“, so Becker.

Diese Beispiele zeigen sehr gut, dass schon heute viele Unternehmen sehr weit sind. Für die oben genannten Unternehmen ist CSR ein logischer Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie und nicht nur eine PR Gag. Diese Unternehmen haben sich Gedanken gemacht, welche Strategie zu ihnen passt und mit welchen Maßnahmen sie diese dann auch glaubhaft umsetzen können. Welche Maßnahmen von den Mitarbeitern, von den Kunden akzeptiert werden und gelebt werden. Und daran knüpft sich meines Erachtens die logische Antwort an, ob CSR verpflichtend oder freiwillig sein sollte: CSR kann nur freiwillig sein.

Ich meine, dass mehr Raum für moralisches Handeln in der Wirtschaft durchaus sinnvoll ist, sofern es auf freiwilliger Basis geschieht. In dem Moment wo bestimmte Standards gesetzlich vorgeschrieben sind und erreicht werden müssen und diese alle Unternehme erreichen, wird CSR kein Wettbewerbsvorteil mehr sein. Es wird nicht mehr um die individuelle Idee, um Innovation und Verbesserung gehen. Gesetzliche Vorgaben würden einen „Einheitsbrei“ hervorbringen. Kein Unternehmen hätte einen Grund, besser zu sein. Es würden alle CSR nach gesetzlichen Vorgaben machen. Die Quelle der Innovation, der Verbesserung wäre damit ausgetrocknet.

Allerdings könnte man durch den Austausch von Best Practices neue Unternehmen motivieren sich auf den Weg zu machen und ein individuelles – auf das Unternehmen zugeschnittenes CSR – zu entwickeln.

Ich möchte mich damit von jeglichen Forderungen nach verpflichtenden CSR-Regelungen abgrenzen, denn ich sehe CSR als einen freiwilligen Zusatz der Betriebe - übrigens nicht nur, um Kunden zu gewinnen, sondern auch um in der aktuellen "war for talents" die besten Bewerber anzuziehen.

Meinen Ausführungen entsprechend möchte ich abschließend an einen Paradigmenwechsel appellieren und mehr qualitatives Wachstum fordern, ein Wachstum, das CSR-Leitgedanken befolgt.

Statt jedoch verpflichtende Bestimmungen zu fordern, möchte ich größere Transparenz der Unternehmen, um bestehende Angebote im Bereich CSR vergleichen zu können und um Vorbild-Unternehmen zu identifizieren, die anderen Betrieben als Ansporn dienen können, mehr unternehmerische Selbstverantwortung im wirtschaftlichen Handeln walten zu lassen.

So möchte ich mich schlussendlich, über meine bereits genannte Definition von CSR hinaus, jener der Europäischen Kommission aus dem Grünbuch anschließen: "CSR ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit einzubeziehen und die Wechselwirkung mit den Stakeholdern zu integrieren".

CSR ist damit eine win-win-Situation. Es betont die Möglichkeit einer wechselseitigen Besserstellung für Unternehmen und Gesellschaft. Diese Unternehmensphilosophie stellt nicht den punktuellen, kurzfristigen Gewinn, sondern das langfristige, nachhaltige Wirtschaften eines Unternehmens im Einklang mit gesellschaftlichen Wertvorstellungen in den Vordergrund. Doch das kann nicht per Gesetz verordnet werden.

***Nadja Hirsch** ist 1. stellv. Vorsitzende im Beschäftigungsausschuss des Europäischen Parlaments. Als medienpolitische Sprecherin der FDP im EP ist sie im Kultur- und Bildungsausschuss vertreten und befasst sich zudem mit den Themen Asyl und Integration. Bevor sie 2009 nach Brüssel kam war die geborene Münchnerin stellv. Vorsitzende der FDP Stadtratsfraktion und ea. Stadträtin der FDP im Münchner Rathaus (2002-2008). Die Diplom-Psychologin studierte ergänzend Wirtschaftswissenschaften an der Fernuniversität Hagen und ist ausgebildete Wirtschaftsmediatorin.*

Kontakt:

Brüssel: nadja.hirsch@europarl.europa.eu

Bayern: wahlkreis@europahirsch.eu

Web: www.europahirsch.eu