

Ehrbarer Kaufmann, Ehrenamt und "smart legislation": CSR bewegt Europa - nicht umgekehrt

Für viele Unternehmer ist es eine Ehrensache, fürs Ehrenamt eine große Chance: Soziale Verantwortung im Unternehmen - gegenüber Mitarbeitern, Kunden, Umwelt und Gesellschaft. Neudeutsch heißt das dann Corporate Social Responsibility (CSR). Ein freiwilliges Engagement, gebaut auf die enge Kooperation mit Vereinen und Verbänden - und so soll es auch bleiben. Jegliche Verpflichtung - egal, ob durch Berichtspflichten oder andere Vorgaben - wäre kontraproduktiv. Für mich ist klar: Am runden Tisch der unternehmerischen sozialen Verantwortung spielt die Politik eine unterstützende Nebenrolle - und so soll es auch bleiben. Fördern wir Unternehmer, die das Plus an sozialer Verantwortung wagen. Bringen wir sie zusammen mit Verbänden, die Partner für ihr bürgerschaftliches Engagement suchen. Und: Machen wir das, was durch CSR möglich wird, zum Leitfaden einer besseren Politik - einer "smart legislation" in Europa.

CSR steht neudeutsch für Corporate Social Responsibility und inzwischen sind die drei Buchstaben längst "Markenzeichen" einer verantwortungsvollen Unternehmensführung: Faire Geschäftspraktiken, mitarbeiterorientierte Personalpolitik, sparsamer Einsatz von natürlichen Ressourcen, Schutz von Klima und Umwelt, ernst gemeintes Engagement vor Ort und Verantwortung bis in die Lieferkette. Nach einer Studie, die TNS Emnid im Sommer vergangenen Jahres durchgeführt hat, stehen Unternehmen, die heute CSR-Strategien verfolgen, in 10 Jahren deutlich besser da - auch, weil die Kunden längst auf das CSR-Plus eines Unternehmens achten.

Deutschland ist dabei schon heute Vorbild: Aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds finanziert die Bundesregierung das Förderprogramm "Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand". 26 Millionen Euro stehen KMUs zur Verfügung. So macht man Soziale Marktwirtschaft! Sie ist inzwischen ein europäisches Erfolgsmodell - made in germany!

Gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen ist für Unternehmen hierzulande selbstverständlich. Nahezu alle Betriebe mit mindestens 20 Mitarbeitern engagieren sich über die gesetzlichen Vorschriften hinaus - das zeigt das vom DIHK in Auftrag gegebene Unternehmensbarometer "Gesellschaft gewinnt durch unternehmerische Verantwortung" .

Dabei ist "unternehmerische Verantwortung" keine Erfindung dieses Jahrhunderts - lediglich der Name - CSR - trägt unsere Handschrift: "Ehrbarkeit" war in der Kaufmannszunft seit jeher ein wichtiges Prädikat. Und so klingt der Begriff des ehrbaren Kaufmanns vielleicht veraltet, tatsächlich aber hat er über die Jahrhunderte nichts von seiner Aktualität eingebüßt - im Gegenteil. Die Grundideen des „ehrbaren Kaufmanns“ - die Freiheit und die Eigenverantwortung jedes Menschen. Chancengleichheit, Leistungswettbewerb, verlässliche Rechtsnormen und sozialer Ausgleich - prägen bis heute unsere Wirtschaftsordnung. CSR und die Soziale Marktwirtschaft entstehen dort, wo die traditionellen Prinzipien des „ehrbaren Kaufmanns“ leben: Anstand, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit, Verantwortlichkeit, Redlichkeit, Sparsamkeit, Weitblick, Entschlossenheit, Fleiß, Gerechtigkeit, Aufrichtigkeit und Diskretion. Diese Tugenden schärfen die eigene Glaubwürdigkeit, schaffen Vertrauen - und sind gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern unerlässlich.

Mit den genannten Tugenden ausgestattet, ist der „ehrbare Kaufmann“ Botschafter der sozialen Marktwirtschaft und des bürgerschaftlichen Engagements.

Umgekehrt heißt das aber auch: CSR - also die herausragende soziale Verantwortung - kann man Unternehmen und Unternehmern nicht verordnen. Deshalb muss politisch auf allen Ebenen vor allem ein Grundsatz unverrückbar gelten: Soziales Engagement der Unternehmen darf nicht vom Staat "zer-regelt" werden. Die Versuchung dazu besteht - im politisch linken Lager weit ausgeprägter als bei den Konservativen.

"CSR ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren" - so heißt es schon 2001 im Grünbuch zu Europäischen Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen (KOM 2001/366). Doch auch die Brüsseler EU-Beamten hat dieser Grundsatz nicht davor zurückgehalten, bis heute immer neue Ansätze zu einer europaweiten "CSR-Pflicht" zu unterbreiten. Zuletzt im Frühsommer dieses Jahres - fast durch die Hintertür - mit dem Richtlinienvorschlag "zur Offenlegung nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch bestimmte große Gesellschaften und Konzerne" (KOM 2013/151).

So wie dieser Richtlinienvorschlag heute vorliegt, würde er viele Unternehmen - gerade im Mittelstand - mit unzumutbaren Belastungen im Bereich CSR überziehen und damit genau das Gegenteil erreichen: Was beispielsweise verspricht sich die Europäische Kommission davon, wenn sie sogar mittelständische Unternehmen verpflichtet möchte, Informationen zu

sozialen, ökologischen, Menschenrechts- und Arbeitnehmerbelangen sowie zur Gleichstellungs-Politik in Aufsichtsräten, Vorständen und Verwaltungsräten zu veröffentlichen? Was soll es bringen, wenn Betriebe in ihren Geschäftsberichten künftig Risikofelder benennen müssen, die hochsensible unternehmensinterne Informationen enthalten können?

All das stärkt nicht das soziale Unternehmertum - es blockiert! Die EU-Kommission greift unnötig tief in die Freiheit der Unternehmen ein. Sie schafft Elemente staatlicher Regulierungen, wo diese schlichtweg nichts zu suchen haben! Aus einer Verpflichtung zur Veröffentlichung wird ein negativer Handlungsdruck - Wesenskern der unternehmerischen sozialen Verantwortung aber ist und bleibt ihre Freiwilligkeit.

Wir im Europäischen Parlament haben das ausdrücklich bestätigt, indem wir klar sagen, dass „wohltätige Maßnahmen niemals zur Pflicht gemacht werden dürfen“.

Eine gesetzliche Verpflichtung würde im Ergebnis zu einem erheblichen bürokratischen Aufwand führen und in keinem Verhältnis zum Nutzen stehen. Die erklärte Absicht der Kommission, durch mehr Regulierung ein größeres CSR-Engagement zu erreichen, ist abwegig und kontraproduktiv. Die Kommission verkennt, dass in der fortdauernden Wirtschafts- und Finanzkrise zusätzliche Belastungen für Unternehmen der falsche Weg sind. Die Kommission führt ihr Ziel des Bürokratieabbaus für ein wettbewerbsfähiges Europa ad absurdum. Weit besser und zielführender sind Anstöße wie Dialogprozesse und der Austausch von Best Practice. Die immer weiter gestiegene Zahl der Unternehmen, die schon heute ihre jährlichen Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichte freiwillig veröffentlichen, ist ein deutlicher Beleg.

Ab Herbst dieses Jahres wird sich der Sozialausschuss des Europäischen Parlaments über die oben genannte Offenlegungs-Richtlinie wieder intensiv mit dem Thema CSR befassen. Seine Position hat er bereits durch zahlreiche, vorausgegangene Beschlüsse gesetzt: Keine CSR-Pflichten! Soziales Unternehmertum muss man fördern, nicht blockieren! So formuliert es beispielsweise zuletzt ein Initiativbericht zur außenpolitischen Dimension der Sozialpolitik und der sozialen Verantwortung von Unternehmen (A7-0172/2011).

Es geht also ums gute Beispiel: Unternehmen und Unternehmer zeigen von sich aus, welche sozialen und ökologischen Innovationen sie auf den Markt bringen. In unseren globalisierten Märkten verbringt sich dahinter längst mehr als die Spende an den örtlichen Fußballverein. Unternehmen, die weltweit verantwortlich handeln, gestalten indirekt auch Außenpolitik. Sie sind Entwicklungshelfer und machen Europa zum Exportweltmeister in Sachen Werte.

Klar ist: In einem europäischen Binnenmarkt kennt auch die soziale Verantwortung keine Grenzen. Europa tut gut daran, die soziale Verantwortung von Unternehmen auf seine Agenda zu nehmen. Nur über seine Rolle muss es sich im Klaren sein. Freiwilliges Engagement braucht die Politik nicht als Regulierer - sondern als Unterstützer. Sozial verantwortliche Unternehmen sind Vorbilder, sie gehen einen Schritt voraus - auch, was Gesetzgebung betrifft.

1. Europa muss fördern. Ehrenamt und soziales Unternehmertum sind Grundpfeiler des europäischen Sozialmodells im 21. Jahrhundert. Über alle Ebenen hinweg können Bürger und Gesellschaft angesichts leerer Staatskassen von sozialer "public-private-partnership" nur profitieren. Engagieren sich Ehrenamt und Unternehmen dafür innovativ und über die Grenzen hinweg, so verdient das europäische Unterstützung. In diesem Bereich zu sparen, wäre auch in finanziell schwierigen Zeiten ein vollkommen falsches Signal.

2. Europa muss vermitteln. Brüssels Beamte täten gut daran, ihre Zeit künftig nicht mehr auf CSR-Berichtspflichten und andere Regulierungsideen zu verwenden, sondern darauf, wie die europäische Politik einen "Binnenmarkt des sozialen Engagements" als integralen Bestandteil der im Vertrag von Lissabon skizzierten sozialen Marktwirtschaft für Europa schaffen kann - etwa durch eine aktive Moderatorenrolle, die Unternehmen und Ehrenamt europaweit an einen Tisch bringt, um gemeinsam und weiter freiwillig Ideen nachhaltiger CSR-Projekte zu entwickeln - es ist Zeit für eine Europäische CSR-Plattform.

3. Europa sollte zuhören und lernen. Dort, wo CSR funktioniert, zeigen Unternehmen und Ehrenamt neue Maßstäbe sozialen und ökologischen Tuns - und werden so zum Wegweiser verantwortungsbewusster Politik: Gesetzgebung entsteht so nicht abgehoben am "Reißbrett" Brüsseler Beamter - sie folgt funktionierenden Positivbeispielen vorbildhafter Unternehmer. Neudeutsch bietet das die Gelegenheit zur "smart legislation" im barrierefreien Wirtschaftsraum Europa.

Noch einmal: EU und Nationalstaaten können CSR nutzen, um Gesetzgebung zu gestalten - und nicht umgekehrt. Gerade Europa ist in der Rolle des Moderators - nicht des Regulators.

Das ist unsere Chance - gerade in wirtschaftlich schwieriger Zeit: Unternehmerische Soziale Verantwortung (CSR) ist kein Klotz am Bein unseres wirtschaftlichen Aufschwungs. Sie bringt uns voran. Echte Werte wachsen im persönlichen, im freiwilligen Engagement - auch bei Unternehmen. Ehrbare Kaufleute haben Zukunft - wenn man sie denn lässt!

Martin Kastler ist CSU-Europaabgeordneter. Als Sozialpolitischer Sprecher der CSU im Europäischen Parlament kümmert sich Martin Kastler schwerpunktmäßig um Fragen rund um Arbeit, Soziales, Jugend und Ehrenamt. Zu den weiteren Schwerpunkten in seiner Arbeit zählen Bioethik, Entwicklungspolitik, Biodiversität und ländliche Entwicklung, der bayerisch-tschechische Dialog und vieles mehr.

Kontakt: martin.kastler@europarl.europa.eu