

Corporate Social Responsibility



Schein oder Nichtschein – Das ist hier die Frage!

Inhalt

Vorwort	3
Einleitung	4
Definitionen von (C)SR	5
Der neoliberale Hintergrund	6
CSR als Gegenreaktion der Industrie	7
Image	8
Verhinderung von Regulierung	9
Freiwillige Vereinbarungen – am Beispiel der Autoindustrie	10
Das EU-Umweltmanagementsystem	11
UN Global Compact, ISO 26000 & Co	12
CSR Berichterstattung	15
Der Fall BP	16
Der Unternehmer als Sozialreformer	18
Der „Business Case“	19
Verantwortliche KonsumentInnen?	22
Stakeholder statt Demokratie?	23
Positive Ansätze	24
Resümee der CSR-Konzeptanalyse	25
CSR-Politik in Österreich und in der EU	26
Der Ruggie-Prozess	27
Eine andere Konzeption gesellschaftlicher Verantwortung	28
Beispiele für relevante Handlungsfelder gesellschaftlicher	
Verantwortung und mögliche Maßnahmen	29
Impressum	32

Vorwort

Europa kriselt das vierte Jahr. Für das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe) Anlass genug, die Krise wörtlich zu nehmen. Krise kommt von griechisch krisis und heißt so viel wie Meinung, Beurteilung, Wendepunkt.

Wir haben uns vor 6 Jahren gegründet mit dem Ziel, Unternehmensverantwortung einzufordern. In dieser Zeit sprossen CSR-Initiativen aus dem Boden und ließen so manche von uns hoffen.

6 Jahre später fließen Milliarden an Steuergeldern in die Finanzmärkte, um die Banken zu retten. Die privaten Schulden werden öffentlich. Die Durchsetzung von Unternehmensverantwortung soll aber weiterhin primär privat organisiert bleiben, denn „bei der Entwicklung von CSR sollten die Unternehmen selbst federführend sein“, heißt es in der Mitteilung der Europäischen Kommission „Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung von Unternehmen (CSR)“ (KOM(2011) 681 endgültig). Das Freiwilligendogma wird nicht angerührt. Grund genug also, erneut die Frage zu stellen, durch wen und wie im Sinne nachhaltigen Wirtschaftens ökologische und soziale Unternehmensführung garantiert werden kann und welche Rolle hierbei das Konzept CSR spielt, sowie welche Rolle einzelnen CSR-Initiativen zukommen kann.

NeSoVe ist der Überzeugung, dass gesellschaftlich verantwortliches Unternehmenshandeln auf freiwilliger Grundlage nicht gesamtgesellschaftlich durchsetzbar ist. Wenn wir die Konsequenzen unternehmerischen Handelns zu tragen haben, sollen auch die Paradigmen unternehmerischen Handelns in einem demokratisch legitimierten Prozess festgelegt werden.

Sicherlich, CSR-Initiativen haben hier und da positive Veränderungen hervorgebracht. Um Unternehmensverantwortung nachhaltig und durchgehend durchzusetzen, reichen jedoch weder der Wirkungskreis des „Business Case“ CSR, noch die Ressourcen gesellschaftlich verantwortlicher Unternehmensprojekte. Sollen also soziale und ökologische Prinzipien Kernbestandteil unseres wirtschaftlichen Handelns sein, führt der Weg nur über anspruchsvolle regulative Kriterien und Maßstäbe der Unternehmensführung. Freiwillige – aber nicht unverbindliche – Selbstverpflichtungen von Unter-

nehmen können darüber hinaus Handlungsoptionen für gesellschaftlich verantwortliche Unternehmensführungen aufzeigen.

Das Netzwerk Soziale Verantwortung will mit dieser Broschüre den Mythos CSR entpuppen, die gesellschaftlich dringenden Aufgaben der Unternehmensverantwortung formulieren, Lösungsansätze und Handlungsfelder aufzeigen, um diese mit der interessierten LeserInnenschaft zu diskutieren.

Wien, Juni 2012



Franz Fiala

Vorsitzender



M. Kaufmann

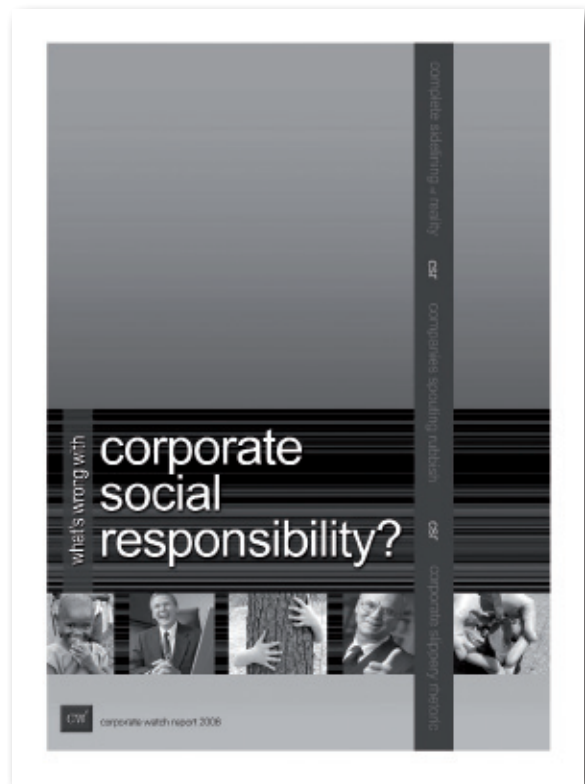
Geschäftsführerin

Einleitung

„Corporate Social Responsibility (CSR) wurde als Antwort auf konzernfeindliche Kampagnen entwickelt, welche die gesellschaftliche Akzeptanz von Unternehmen bedrohten. Aber gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist ein Widerspruch in sich selbst. Firmen sind gesetzlich verpflichtet, Profite im Interesse ihrer Aktienbesitzer zu maximieren. Dieser Auftrag, Geld verdienen über alle anderen Überlegungen zu stellen, bedeutet, dass Unternehmen nur dann ‚gesellschaftlich verantwortlich‘ sein können, wenn sie unaufrichtig sind. Der fragwürdige soziale Nutzen von CSR wird von Verlusten für die Gesellschaft in anderen Bereichen überboten. CSR ist eine effektive Strategie, um das öffentliche Image eines Unternehmens zu stärken; Regulierung zu verhindern; Legitimität, Zugang zu Märkten und Entscheidungsträgern zu gewinnen; und den Boden für Privatisierung öffentlicher Aufgaben zu bereiten. CSR ermöglicht der Wirtschaft, ineffektive, freiwillige, marktorientierte Lösungen für soziale und umweltbezogene Krisen unter dem Vorwand verantwortlich zu sein vorzuschlagen. Das lenkt von Problemen ab, welche durch wirtschaftliche Tätigkeiten entstehen, und schützt die Interessen von Unternehmen, während Bemühungen zur Bekämpfung der Ursachen sozialer und Umwelt bezogener Ungerechtigkeit behindert werden“.

So beginnt die Einleitung einer Publikation mit dem Titel: „What’s wrong with Corporate Social Responsibility?“ (Corporate Watch Report, 2006¹), eine der wenigen umfassenden kritischen Analysen der Grundkonzeptionen von CSR. Sie stellt den Startpunkt für die vorliegende Broschüre dar. Es soll gezeigt werden, dass CSR im Kern der Versuch der großen Konzerne ist, dem neoliberalen Kapitalismus eine grüne bzw. nachhaltige Fassade zu geben, Regulierung zu verhindern und damit Shareholder-Value zu generieren. An diesem Geschäft wollen viele partizipieren (z.B. BeraterInnen, ZertifiziererInnen, Marketingfirmen).

Freilich bedeutet dies nicht, dass alle CSR-Projekte oder Initiativen schlecht sind. Selbstverständlich gibt es auch positive Beispiele, die natürlich von NeSoVe unterstützt werden. Doch sie sind erstens rar und zweitens kaum in der Lage, die notwendigen Kurskorrekturen in Richtung Nachhaltigkeit und die erforderlichen Änderungen des Wirt-



schaftssystemen zu bewirken. Denn wir werden im Lichte der sich immer deutlicher manifestierenden umfassenden wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Krise und der zur Neige gehenden Rohstoffe um fundamentale Änderungen unserer gesamten Lebensweise nicht herumkommen. Kosmetische Korrekturen bringen uns da nicht viel weiter. Dazu noch ein Zitat vom Beginn der oben erwähnten Publikation: „Letztlich ist CSR kein Schritt in Richtung grundlegender Reformen der wirtschaftlichen Strukturen, sondern lenkt davon ab“ (Corporate Watch Report, 2006).

Turbokapitalismus und ernst gemeinte gesellschaftliche Verantwortung sind nicht kompatibel. Daher muss die Fesselung der entfesselten Marktkräfte, die (Re-)regulierung der Rahmenbedingungen unternehmerischen Handelns oberste Priorität haben. Das schließt ergänzende, freiwillige Leistungen der Industrie (und anderer Organisationen) nicht aus, vorausgesetzt, dass anspruchsvolle und verifizierbare bzw. kontrollierbare Regeln in einem demokratischen Prozess festgelegt werden. Ob die Wirtschaft daran Interesse hat, scheint aber mehr als fraglich.

¹ <http://www.corporatewatch.org/download.php?id=55>

Definitionen von (C)SR

Auch wenn es derzeit noch verschiedene Definitionen zum Begriff (Corporate) Social Responsibility - (C)SR - gibt, so besteht doch weitgehende Übereinstimmung über die wesentlichen Grundelemente dieses Managementkonzepts.

Kurz und bündig definierte die Europäische Kommission im Grünbuch 2001²: „Soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility - CSR) ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, um auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Beziehungen zu den Stakeholdern zu integrieren“ (Grünbuch „Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“, KOM(2001) 366).



Etwas umfassender definiert die ISO 26000 „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung“ Social Responsibility als „Verantwortung einer Organisation für die Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gesellschaft und die Umwelt durch transparentes und ethisches Verhalten, das zur nachhaltigen Entwicklung, Gesundheit und Gemeinwohl eingeschlossen, beiträgt; die Erwartungen der Anspruchsgruppen berücksichtigt; anwendbares Recht einhält und im Einklang

mit internationalen Verhaltensstandards steht; und in der gesamten Organisation integriert ist und in ihren Beziehungen gelebt wird“.

Es zeigt sich, dass diese Definitionen so breit gehalten sind, dass sie von fast allen (nicht-kriminellen) Organisationen erfüllt werden können. Denn die meisten Unternehmen tun irgend etwas Nützliches für die Gesellschaft und gehen dabei über gesetzliche Anforderungen hinaus. Energieintensive Unternehmen werden beispielsweise (freiwillig) versuchen, durch Energiesparen Kosten zu senken. Das ist ein ganz normaler marktwirtschaftlicher Vorgang. Von Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung könnte man allenfalls sprechen, wenn die Reduktion über das betriebswirtschaftliche Kalkül hinausgehend deutlich über der Energiereduktion vergleichbarer anderer Unternehmen liegt!

Hier stellen sich einige fundamentale Fragen:

Wer bestimmt, was unter gemeinwohlorientiertem Verhalten zu verstehen ist und auf welchem Weg dies zu erreichen ist?

Wo liegen die Grenzen zwischen „Business as usual“ und darüber hinausgehendem Engagement jenseits rein betriebswirtschaftlicher Rentabilitätsüberlegung?

Wenn CSR-Maßnahmen im Interesse der Gesellschaft Kosten verursachen (und das wird wohl zumeist der Fall sein) - werden die Unternehmen bereit sein, reduzierte Profite oder VerbraucherInnen erhöhte Kosten zu akzeptieren?

Wenn solche Maßnahmen profitabel sind - warum werden sie in einer kapitalistischen, auf Profitmaximierung beruhenden Wirtschaft nicht längst durchgeführt?

Gibt es empirische Belege, dass die Wirtschaft durch freiwillige Maßnahmen zu einer signifikanten Verbesserung sozialer und ökologischer Belange beigetragen hat?

Warum betreibt die Wirtschaft intensives Lobbying, um solche Verbesserungen mit allen Mitteln auf der politischen Ebene zu hintertreiben?

² Zur neuen Definition der Kommission siehe Kapitel „CSR-Politik in Österreich und in der EU“

Der neoliberale Hintergrund

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts zeigen sich die zerstörerischen Konsequenzen von drei Jahrzehnten neoliberaler Politik des schrankenlosen Marktes, der Privatisierung, der Deregulierung und Liberalisierung im Interesse des Kapitals.

Die Reichen werden reicher, die Armen ärmer. Schon lange nicht haben sich die Wohlhabenden so schamlos bedient und den Mittellosen die Butter vom Brot gestohlen. Die ökonomische Konsequenz ist die Drosselung der Wirtschaft durch mangelnde Nachfrage auf der einen Seite. Auf der anderen Seite stehen Milliarden, die aufgrund geringerer Gewinnerwartungen produktiver Investitionen in den spekulativen Finanzsektor abwandern.

Das Finanzsystem steht nach der Krise, die durch den Handel mit wertlosen Finanzderivaten („Subprimes“) ausgelöst wurde, vor dem Crash und droht die Realökonomie mit in den Abgrund zu ziehen.

Soziale Sicherungssysteme werden im Eilzugstempo zerstört. Pensionen werden „gesichert“ - solange bis nichts mehr übrig bleibt. Besonders radikal wurde diese Politik unter Margret Thatcher umgesetzt. Die staatliche Pension wurde weitgehend abgeschafft. Ergebnis ist die im Vergleich deutlich höhere Altersarmut in diesem Land.

Massenentlassungen und Verlagerungen der Produktion in Niedriglohnländer werden – zum Teil mit staatlichen Mitteln gefördert - auch von ökonomisch gesunden Betrieben zwecks Profitmaximierung durchgeführt. Ein Steuerwettlauf nach unten sorgt dafür, dass Unternehmen immer weniger zum Gemeinwohl beitragen.

Die Kritik am Neoliberalismus ist mittlerweile auch im (konservativen) politischen Mainstream angekommen: Der ehemalige Ministerpräsident Bayerns Günther Beckstein erklärte in der Süddeutschen Zeitung: „Die freie Marktwirtschaft ist gescheitert, ebenso wie die staatliche Überregulierung“ und forderte eine neue Wirtschaftsordnung (vgl. SZ vom 10.3.2009). Nicolas Sarkozy sprach beim Weltwirtschaftsforum in Davos 2010 gar von einer „Entartung des Kapitalismus“ (Welt Online vom 27.01.2010).

Eine durchaus tendenziell anti-kapitalistische (zu-

mindest anti-neoliberale) Stimmung macht sich breit. Die Zustimmung der Bevölkerung zu bürgerlich-demokratischen Systemen schwindet und macht sich etwa durch steigende Wahlenthaltung bemerkbar. Es wird auch klar erkannt, dass der Einfluss der Konzerne auf die Politik zu groß ist (etwa in Brüssel) und daher reduziert werden sollte.



Bild: Davius Sanctex

In einer globalen Umfrage von BBC World Service, die 2009 in 27 Ländern durchgeführt wurde, zeigte sich wenig Begeisterung für den markoliberalen Kapitalismus: gerade mal 11% fanden ihn gut und meinten, dass mehr Regulierung keine gute Idee ist. (vgl. BBC World Service Poll, Wide Dissatisfaction with Capitalism — Twenty Years after Fall of Berlin Wall, November 2009)

Überwiegend wurde seine Reformierung durch Regulierung gefordert – und zwar von 51% der 29.000 Befragten. Auch eine stärkere Kontrolle der großen Industrie wird mehrheitlich unterstützt.

Immerhin 23% sahen im kapitalistischen System keine Perspektive (mehr) und möchten ihn gerne abschaffen. In Frankreich waren es sogar 44%!

Doch trotz alledem scheint der Neoliberalismus aber heute fester im Sattel zu sitzen als je zuvor! Colin Crouch spricht in diesem Zusammenhang „vom befremdlichen Überleben des Neoliberalismus“ (Suhrkamp Verlag, 2011).

CSR als Gegenreaktion der Industrie

„Neue Soziale Bewegungen“ entstanden im Anschluss an die StudentInnenbewegung in den 70er und 80er Jahren in Westeuropa und den USA. Diese inhaltlich sehr heterogene Bewegung – die Themen Frieden, Frauen, Ökologie, Dritte Welt seien nur exemplarisch erwähnt – war auch ideologisch sehr unterschiedlich. Besonders die Umweltbewegung hatte mit ihren Schwerpunkten Atom und Chemie die Industrie als „natürliche“ Gegnerin attackiert und in die Defensive gedrängt. Der „Ölschock“ führte zur Diskussion um begrenzte Ressourcen – die „Grenzen des Wachstums“ wurden aufgezeigt – und damit ein zentrales Paradigma kapitalistischer Produktion in Frage gestellt.

Die globalisierungskritische Bewegung rückte in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts die nun vorherrschenden neoliberalen Politikmuster und die sie propagierenden Institutionen wie WTO und IMF mit ihrer vorherrschenden Shareholder-Value-Orientierung in den Mittelpunkt der Kritik.

Das Verhalten von bestimmten Bekleidungskonzernen wie z.B. Nike, Puma oder Adidas wurde an den Pranger gestellt. Es stellte sich heraus, dass die Produkte dieser Unternehmen teilweise unter schlimmsten sozialen Bedingungen – mit Kinderarbeit und wöchentliche Arbeitszeiten von weit über 60 Stunden usw. – hergestellt werden und dabei sogar die Normen der ILO (International Labour Organisation) verletzen. Bilder sogenannter „Sweat-Shops“, die an Zwangsarbeitslager erinnern, gingen durch die Medien.



Der Ölkonzern Shell wurde 1995 bei einer Aktion von Greenpeace mit Tankboykotten für die beabsichtigte Versenkung einer Ölplattform (Brent Spar) und Verbindungen zu Menschenrechtsverletzungen abgestraft.



Heute ist zu beobachten, dass die unterschiedlichen Stränge der Bewegung immer stärker zusammenwachsen. Damit kommt es nunmehr auch zu Kooperationen, die über frühere Beschränkungen organisatorischer bzw. geographischer Natur hinausgehen, wobei neue anti-neoliberale strategische Allianzen gebildet werden – etwa die Zusammenarbeit von gewerkschaftlichen Einrichtungen mit NGOs auf nationaler wie internationaler Ebene.

Trotz aller Verschiedenheit vereint sie ein zentrales Element: die Einsicht, dass dem multinational agierenden Kapital eine multinationale, anti-neoliberale Bewegung entgegentreten muss. Nicht das reaktionäre zurück zum Nationalstaat (wie von der Rechten gefordert), sondern die regulierte, an sozialen und ökologische Zielen ausgerichtete Weltökonomie (bzw. das regulierte Europa) soll an Stelle des marktradikalen Kapitalismus treten.

Teile des Kapitals – insbesondere die Großkonzerne – reagieren auf den befürchteten „Rollback“ mit einer scheinbaren Modifizierung des Prinzips der uneingeschränkten Profitmaximierung („shareholder value“) und beteuern, gesellschaftlichen Verantwortung fortan bei der Unternehmensführung wahrnehmen zu wollen. Dabei spielen die in den folgenden Kapiteln erwähnten Strategien eine wichtige Rolle.

Image

Unternehmen möchten von NGOs nicht gerne attackiert werden oder Zielscheibe eines Kaufboykotts werden. Dies betrifft hauptsächlich Markenfirmen, die Produkte für VerbraucherInnen herstellen. Wenig Sorgen müssen sich in dieser Hinsicht ProduzentInnen von Investitionsgütern oder auch unbekannte HerstellerInnen machen. Nur wenige Aktionen sind allerdings so erfolgreich wie der Boykott von Shell im Jahr 1995, bei dem in der BRD bis zu 50% Umsatzrückgänge beobachtet wurden und der tatsächlich die Versenkung der Ölplattform Brent Spar verhindern konnte.

Die Schließung eines Werkes von Nokia 2008 in Bochum führte zwar in der Folge zum Verlust von Marktanteilen, aber wirklich schmerzhaft und abschreckend für zukünftige Aktionen dieser Art war er vermutlich nicht. Daraus folgt, dass Markenunternehmen eigentlich nur ausnahmsweise mit starken und andauernden Absatzeinbußen als Ergebnis von Kaufboykott-Aufrufen rechnen müssen, womit wenig Anreiz für umfassend nachhaltige Unternehmenspolitik geboten wird. Dennoch ist dies ein Faktor, den Geschäftsführungen großer Konzerne berücksichtigen müssen – zumindest um zu vermeiden, mit höchst anrüchigen Praktiken wie Kinderarbeit in Verbindung gebracht zu werden.

Ähnlich gelagert ist der Fall bei drohenden Imageschäden. Wie Naomi Klein in ihrem 2000 erschienenem Buch „No Logo“ zeigen konnte, wandelt sich die klassisch produzierende Industrie mehr und mehr in Vermarktungsunternehmen, die von externen Unternehmen produzierte Artikel verkaufen (Beispiel Nike). Mit Milliardenaufwand für Werbung werden diese Produkte mit passenden Logos und Botschaften verknüpft, die ein neues Lebensgefühl versprechen. Die Marke wird mit attraktiven Bildern, Begriffen und Prominenten in Verbindung gebracht. Wichtig sind die mit dem Produkt assoziierten Vorstellungen – die wirklichen Eigenschaften der Produkte treten in den Hintergrund.

Das gilt auch für die produzierende Industrie. Danone z.B. verkauft die Illusion eines einzigartigen Joghurts, welches nicht nur das Immunsystem (und damit die Gesundheit) in den Turbo-Modus bringt, sondern auch nebenbei die Verdauung saniert.



Bild: foodwatch

Organisationen wie „Food Watch“ (BRD) können mit Negativpreisen wie dem „Goldenen Windbeutel“ die fragwürdigen Werbepraktiken solcher Unternehmen anprangern und das mit viel Geld aufgebaute Image ein wenig erschüttern. Aber setzen sich negative Imagewerte in (längerfristige) Umsatzrückgänge um? Und reichen diese, um Danone zu zwingen, das Businessmodell zu ändern? Das ist eher ungewiss.

Zahnlose Gesetze erleichtern Unternehmen wie Danone zudem, irreführende Werbung zu verbreiten. So verlor der Verein für Konsumenteninformation (VKI) einen Prozess in mehreren Instanzen gegen Danone in Sachen Actimel.³ Das Unternehmen hatte mit dem Satz „Die positive Wirkung wurde vom Gesundheitsministerium bestätigt“ geworben und damit den Eindruck erweckt, dass die gesundheitsbezogenen Angaben Danones amtlich bestätigt wurden. Tatsächlich wurde aber nur die damals in Österreich gültige gesetzliche Vorschrift erfüllt, Werbeaussagen vorab dem Ministerium zu melden.

Potentielle Imageschäden sind zumindest eine beschränkte Triebkraft in Richtung (wirklicher) gesellschaftlicher Verantwortung. Es ist aber vielfach extrem schwierig und mit hohem Aufwand verbunden, Unternehmen (schuldhaftes) Fehlverhalten nachzuweisen. Dazu kommt, dass das öffentliche Interesse häufig nur von kurzer Dauer ist.

³ [http://www.verbraucherrecht.at/cms/index.php?id=49&no_cache=1&tx_ttnews\[swords\]=danone&tx_ttnews\[tt_news\]=570&tx_ttnews\[backPid\]=2030](http://www.verbraucherrecht.at/cms/index.php?id=49&no_cache=1&tx_ttnews[swords]=danone&tx_ttnews[tt_news]=570&tx_ttnews[backPid]=2030)

Verhinderung von Regulierung

Ein glänzendes Image hat Vorteile nicht nur hinsichtlich der KonsumentInnen. Eine „verantwortungsvolle“ Industrie muss weniger reguliert werden. Immer stärker zeigt sich die Wirtschaft samt ihren Verbänden von der Schokoladenseite und ergreift die Initiative in allen Feldern der Nachhaltigkeit. Damit gelingt es ihr, die Themen vorzugeben und entsprechend ihren Wünschen zu gestalten. Gleichzeitig werden aber notwendige gesetzliche Regelungen – manchmal mit enormem Lobby-Aufwand – mit allen Mitteln verschleppt, verwässert oder ganz verhindert.



Robert Reich

Dazu Robert Reich, ehemaliger Arbeitsminister der Clinton Regierung: „Unternehmen hindern die Regierung immer effektiver daran, Maßnahmen zu ergreifen, die sie zu unerwünschten Veränderungen zwingen könnten. Warum aber sollte die Privatwirtschaft plötzlich bereit sein, Fragen aufzugreifen, die sie in der Politik nach Kräften blockiert hat?“ (Robert Reich, Superkapitalismus, 2007, S 220)

An dieser Bereitschaft mangelt es tatsächlich. Jedoch gelingt es der Wirtschaft recht gut – auch auf der internationalen Bühne –, den Eindruck zu erwecken, dass sie ein umfassendes Interesse an gesellschaftlich verantwortlichem Unternehmenshandeln hat. In Wirklichkeit beeinflussen insbesondere transnationale Konzerne in hohem Ausmaß auch internationale Organisationen. Die Konferenz der

Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung in Rio 1992 hat erfreulicherweise Nachhaltigkeit zum globalen Leitprinzip erhoben und in der Rio-Deklaration bzw. Agenda 21 verankert. Darüber hinaus wurden die Klimarahmenkonvention und die Biodiversitäts-Konvention angenommen. Allerdings gelang es den Industrieverbänden angeführt vom Wirtschaftsrat für nachhaltige Entwicklung (Business Council for Sustainable Development, BCSD) und der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce, ICC) Pläne zur weitergehenden Regulierung zu vereiteln: „Der BCSD und die Internationale Handelskammer (ICC) haben im Doppelspiel die Richtung der Debatte verschoben. Auf der einen Seite attackierte ICC alle Maßnahmen, die in Richtung Regulierung von Unternehmen gingen, und der BCSD posierte die ‚Kursänderung der Industrie‘ in Richtung freiwillige Selbstregulierung hinaus. Diese Art von Strategie wurde zum Markenzeichen von Wirtschaftslobbying gegen fortschreitende Regulierung“ (Corporate Watch, 2006, S 6).

Auch auf europäischer Ebene wurde der „Selbstregulierung“ bzw. „Co-Regulierung“ der Wirtschaft ein hoher Stellenwert im Konzept der Deregulierung gegeben. Dabei wird Deregulierung oft als „Vereinfachung der Rechtsvorschriften“ oder „Bürokratieabbau“ bezeichnet, was das Wesen der Deregulierung verschleiert. Sie nimmt verschiedene Formen an, wie beispielsweise freiwillige Vereinbarungen (besonders im Umweltbereich), Regelsetzung durch Normung im Rahmen der sogenannten „Neuen Konzeption“, Branchencodes, und so weiter. Dazu gehört natürlich auch CSR. All diesen Formen der Selbstregulierung bzw. der Co-Regulierung ist gemein, dass die Industrie (weitgehend) die Regeln bestimmt.

Diese Form der Regelsetzung bewegt sich typischer Weise auf geringem Niveau, so dass die Erfüllung der „Anforderungen“ keine Probleme bereitet. Es überrascht daher nicht, dass die OECD im Rahmen einer Studie zu freiwilligen Umweltvereinbarungen zu einem sehr negativen Ergebnis kam: „...es gibt nur wenige Fälle, wo solche Lösungsansätze zu signifikanten Umweltverbesserungen geführt haben, die nicht ohnehin passiert wären“ (OECD, Voluntary Approaches for Environmental Policy, 2003).

Freiwillige Vereinbarungen – am Beispiel der Autoindustrie

Die Begrenzung der CO₂-Emissionen von Automobilen ist ein sehr gutes und instruktives Beispiel dafür, wie die Industrie unter Vorgaukelung proaktiven Verhaltens Sabotage von Umweltschutz zwecks Profitmaximierung betreiben kann.



Bereits im Jahr 1994 hatte der Umweltrat die Europäische Kommission aufgefordert, die Möglichkeit einer Verringerung des Verbrauchs von Neuwagen bis 2005 zu prüfen - ein durchschnittlicher Treibstoffverbrauch von 5 Liter je 100 km für Benzinfahrzeuge und 4,5 Liter je 100 km für Dieselfahrzeuge sollte erreicht werden entsprechend einem Ausstoß von 120 g CO₂/km. Die Kommission schlug ein Jahr später „Eine Strategie der Gemeinschaft zur Minderung der CO₂-Emissionen von Personenkraftwagen und zur Senkung des durchschnittlichen Kraftstoffverbrauchs“ (KOM(95) 689) vor, in der die oben genannten Zielwerte übernommen wurden.

Unter dem Druck der Automobilindustrie wurden die Zielsetzungen gleich mehrfach verwässert und der Zeitrahmen beträchtlich in die Länge gezogen. Dazu sollte angemerkt werden, dass bereits die ursprünglichen Werte von vielen als nicht ambitioniert genug kritisiert wurden. Insbesondere gelang es der Industrie, zunächst Regulierung durch eine freiwillige Vereinbarung (1998) zu unterlaufen - das Gesetz (Verordnung EG Nr. 443/2009) wurde erst 2008 beschlossen.

Die Organisation Transport & Environment beschreibt dies so:

„Die erste Terminverschiebung passierte 1996 als der Umweltrat die Frist ‘bis 2005, oder bis spätestens 2010 einführte’.

Die zweite Terminverschiebung fand 1998 statt, als sich der Europäische Verband der Automobilhersteller (ACEA) gegenüber der EU verpflichtete, die CO₂-Emissionen neuer in der EU verkaufter Autos bis 2008 auf 140 g/km zu reduzieren. Die Kommission akzeptierte die Verschiebung der Deadline für das ‘120’ Ziel auf 2012.

Eine dritte Abschwächung gab es Dezember 2007 als die Europäische Kommission vorschlug, den Zielwert für 2012 von 120 auf 130 g/km zu erhöhen. Die Kommission sagte, dass die fehlenden 10 g/km durch nicht-autobezogene Maßnahmen wie Nutzung von Biotreibstoffen, Reifen und durch Reduktion der Emissionen von Kleinbussen erzielt werden sollten.

Eine vierte Abschwächung fand statt, als das Gesetz schließlich im Dezember 2008 beschlossen wurde, wobei die vollständige Erfüllung der ‘130’ von 2012 auf 2015 verschoben wurde, und einige Schlupflöcher zugefügt wurden, die sogar durchschnittliche CO₂-Werte von etwa 140 g/km erlauben.

Insgesamt haben all diese Schritte zu einer 10-jährigen Verzögerung und Abschwächung des Ziels um etwa 20 g/km (15%) geführt“ (Transport & Environment, „How clean are Europe’s cars? An analysis of carmaker progress towards EU CO₂ targets in 2009“, 2010).



Das EU-Umweltmanagementsystem

EMAS ist die Kurzbezeichnung für Eco-Management and Audit System – das Umweltmanagementsystem der EU (EG-Verordnung Nr. 1221/2009), dessen erste Fassung 1993 beschlossen wurde. Es ist in vielerlei Hinsicht ein Vorläufer von CSR, aber auf die Umweltdimension beschränkt. Die Grundkonzeption ist dieselbe wie bei CSR: die Industrie und andere Organisationen, welche das System anwenden, haben weitgehend Gestaltungsfreiheit, da es substantielle Leistungsanforderungen nicht gibt (abgesehen von der Anforderung, die relevanten Gesetze einzuhalten). Es werden in EMAS nur die Prozesse festgelegt (z.B. Identifizierung der wesentlichen Umweltaspekte, Festlegung einer Politik, etc.), das zu erreichende Niveau kann aber frei gewählt werden.



Das hat zu entschiedener Kritik seitens der Umwelt- und Verbraucherorganisationen geführt (Joint ANEC / BEUC / ECOS / EEB position on Making EMAS a system of excellence - Going beyond EMS, Oktober 2006).

Die zentralen Kritikpunkte sind:

- Eine tendenzielle Verschiebung umweltpolitischer Entscheidungen von demokratischen Einrichtungen hin zu Unternehmen.
- Das Interesse der Businesswelt beschränkt sich auf Umweltinvestitionen, die sich rechnen. Viele Umweltmaßnahmen sind aber nicht profitabel.
- Die Umweltmanagementsysteme verlangen keine Mindestumweltleistung.
- Die Berichtspflichten sind unzureichend, weil klar definierte, vergleichbare Indikatoren der Umweltleistung und Benchmarks fehlen.
- Daher ist keine Unterscheidung zwischen guten und schlechten Betrieben möglich.

- Es gibt keine überzeugenden Belege für wesentlich erhöhte Umweltleistung.
- Daher sind Anreize wie Steuerermäßigungen oder reduzierte behördliche Überwachung für EMAS-Betriebe fragwürdig.

Das „Gütesiegel“ ist so konzipiert, dass es praktisch jede Person erhalten kann, die es sich leisten kann. Zu den EMAS-Zertifizierten zählen demnach HerstellerInnen von Automobilen mit hohem Treibstoffverbrauch (bis hin zu Porsche) genauso wie von Atomkraftwerken (wie der Webauftritt des Kernkraftwerks Isar belegt⁴).



Eine große Schar von BeraterInnen und ZertifiziererInnen preisen EMAS (wie auch das noch anspruchslosere ISO 14001-System) als umweltpolitische Meisterleistung – nicht zuletzt deshalb, weil dies ihr Geschäftsfeld ist. Vermarktet werden die Zertifikate oft sogar als große Umweltauszeichnung.

Das Beispiel zeigt, dass nicht jede Regulierung und Zertifizierung notwendigerweise zu brauchbaren Ergebnissen führt.

⁴ http://www.emas.de/fileadmin/user_upload/umwelterklaerungen/2010/DE-163-000027_E-ON-Kernkraft-GmbH_2010.pdf

UN Global Compact, ISO 26000 & Co

Es scheint ein Grundprinzip von CSR zu sein, dass es vorwiegend allgemein gehaltene, substanzlose Regelwerke bzw. Leitfäden gibt, die so verfasst sind, dass sie fast jedes Unternehmen erfüllen kann. Gemein ist den Regelungen folgende Grundkonzeption:

- Es gibt nur fakultative Empfehlungen („sollte“), aber keine klaren normativen, zwingenden Vorgaben („muss“). Das bedeutet Wahlmöglichkeit der AnwenderInnen, d.h. die Freiheit, die Empfehlungen auch zu ignorieren.
- Es gibt zwar normative Anforderungen, sie betreffen aber nur Prozesse (z.B. Verantwortliche zu bestimmen), nicht aber substanzielle Anforderungen.
- Die Vorgaben sind vage und unbestimmt, gestatten den AnwenderInnen weitgehend die Festlegung des Anspruchsniveaus selbst (z.B. reduziere negative Auswirkungen auf die Gesundheit und Umwelt).
- Die materiellen Anforderungen sind auf niedrigstem Niveau (z.B. ILO-Grundnormen).
- Gesetzestexte werden wiederholt.

Die meisten der vorhandenen Regeln wenden eines oder mehrere der oben genannten Prinzipien an. Einige Beispiele werden im Folgenden genauer betrachtet.



UN Global Compact

Dieser „Pakt“ wurde vom ehemaligen UN Generalsekretär Kofi Annan 1999 der Industrie „angeboten“ mit dem Ziel, bei der Globalisierung soziale und ökologische Aspekte zu berücksichtigen. Um der Wahrheit die Ehre zu geben, war es wohl eher umgekehrt: ausgearbeitet wurde diese weltbewegende Initiative in enger Abstimmung mit der Internationalen Handelskammer. Demnach sollen die Unternehmen:

1. die international verkündeten Menschenrechte respektieren und ihre Einhaltung innerhalb ihrer Einflussphäre fördern.
2. sicherstellen, dass sie nicht bei Menschenrechtsverletzungen mitwirken.
3. die Rechte ihrer Beschäftigten, sich gewerkschaftlich zu betätigen, respektieren sowie deren Recht auf Kollektivverhandlungen effektiv anerkennen.
4. alle Formen von Zwangsarbeit bzw. erzwungener Arbeit ausschließen.
5. an der Abschaffung von Kinderarbeit mitwirken.
6. jede Diskriminierung in Bezug auf Beschäftigung und Beruf ausschließen.
7. eine vorsorgende Haltung gegenüber Umweltgefährdungen einnehmen.
8. Initiativen zur Förderung größeren Umweltbewusstseins ergreifen.
9. zur Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien ermutigen.
10. gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Die zehnte Regel wurde erst nachträglich aufgenommen. Diese „Anforderungen“ sind auf niedrigstem Niveau – die bloße Einhaltung der elementarsten Menschenrechte ist kein Ausdruck besonderer gesellschaftlicher Verantwortung, vielmehr ist ihre Nichtbeachtung als illegales Handeln zu werten.

Der Sinn des unverbindlichen Global Compact liegt gerade darin, den Anschein einer internationalen Regulierung zu erwecken, um damit anspruchsvolle und verbindliche Regeln zu verhindern. Verpflichtungen gehen die teilnehmenden Unternehmen nicht wirklich ein – eine einfache Unterstützungserklärung sowie ein jährlicher Bericht, der frei gestaltbar ist, reicht aus, um den Anforderungen des Global Compact zu genügen. Eine Überprüfung gibt es nicht. Zu Recht wurde diese Initiative von vielen NGOs heftig kritisiert.

Der Global Compact ist auch Ausdruck der Tatsache, dass Konzerne die UNO und andere internationale Organisationen weitgehend direkt und indirekt kontrollieren und für ihre Zwecke instrumentalisieren. Er ist kein „Schritt in die richtige Richtung“ – sinnvoll ist nur seine Abschaffung: „Es ist heute eine zentrale Aufgabe, für den Schutz und die Förderung von Menschenrechten und eine sozial gerechte Welt einzutreten. Ein Weg, dies zu tun, ist mit einer Stimme zu verlangen, dass der Global Compact aufgelöst wird, und die UN Führer an ihr Mandat zu erinnern, Staaten bei der Kontrolle der Wirtschaftsmacht durch Aufstellung gesetzlich verbindlicher Regeln für transnationale Unternehmen zu unterstützen“ (Building on Quicksand - The Global Compact, democratic governance and Nestlé. Judith Richter, published by CETIM, IBFAN/GIFA and Berne Declaration, October 2003).

Dieser Meinung ist auch Jean Ziegler: „Ich denke, wir müssen den Global Compact bekämpfen, nicht nur kritisieren, weil er eine PR-Aktion der großen Multis ist“ (Inter Press News Service vom 06.07.2007).

UN Principles for Sustainable Investment (PRI)

Wie der Global Compact gehen auch diese „Grundsätze für verantwortungsbewusstes Investment“ auf eine Initiative des damaligen UN Generalsekretärs Kofi Annan zurück. Auch hier führte die Wirtschaft Regie: die größten 20 institutionellen InvestorInnen der Welt wurden eingeladen, die Richtlinie zu entwickeln.

Es überrascht nicht, dass diese Grundsätze⁵ in noch stärkerem Ausmaß als der Global Compact (immerhin verpflichtet er auf die Einhaltung grundlegender Menschenrechte) aus verbalen Nebelwolken bestehen. Die InvestorInnen bekennen sich dazu, dass sie Umwelt-, Sozial- und Corporate Governance bezogene Themen „in die Analyse- und Entscheidungsprozesse im Investmentbereich einbeziehen“, diesbezüglich „eine angemessene Offenlegung (...) bei den Unternehmen und Körperschaften fordern, in die wir investieren“ und „die Akzeptanz und die Umsetzung dieser Grundsätze in der Investmentbranche vorantreiben, zusammenarbeiten, um unsere Wirksamkeit bei der Umsetzung dieser Grundsätze zu steigern“ sowie darüber berichten. Welcher Art diese „Einbeziehung“ ist, bleibt dabei völlig offen.

In einer kürzlich publizierten Studie bescheinigten die AutorInnen daher nicht überraschend, dass PRI und ähnliche Prinzipien kaum irgendwelche positiven Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit haben:

„Die verfügbaren Belege weisen darauf hin, dass die Anlagegrundsätze begrenzte Auswirkungen auf die Ergebnisse nachhaltiger Entwicklung haben. Die Investoren werden nicht renditestarke Anlagen für mehr Nachhaltigkeit aufs Spiel setzen“ (Investing for Sustainable Development, IIED, 2011).



⁵ <http://www.unpri.org/principles/german.php>

ISO 26000

Im November 2010 wurde die ISO 26000 „Guidance on social responsibility“, der „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung“ von der International Standards Organization (ISO) veröffentlicht. Das Netzwerk Soziale Verantwortung hat dieses Dokument stark kritisiert⁶. Die wichtigsten Punkte sind:

- Keine normativen Anforderungen - nur Empfehlungen (daher nicht zertifizierbar).
- Ein Bauchladen der Optionen - Organisationen können daher weitgehend selbst den Umfang gesellschaftlicher Verantwortung definieren („pick and chose“).
- Niedriges Anforderungsniveau - in vielen Fällen liegt das Niveau unterhalb der in Europa bzw. Österreich geltenden Gesetze.
- Überprüfbarkeit und externe Verifizierung ist nicht sichergestellt. Empfehlungen sind oft nicht ausreichend präzise formuliert und vielfältig interpretierbar. Mangelhafte Regeln bezüglich der Erstellung von SR-Berichten bzw. Indikatoren.
- Die Gesellschaft wird nicht ausreichend einbezogen - es ist nicht klargestellt, dass die ArbeitnehmerInnenvertretung jedenfalls und (kritische) NGOs wenn möglich einbezogen werden sollten.



In den NeSoVe Schlussfolgerungen wird zwar auch auf die positiven Aspekte der ISO 26000 hingewiesen (Verfügbarkeit einer globalen Definition gesellschaftlicher Verantwortung unter Einschluss aller wesentlichen Themen, Stakeholder-Orientierung bei der Erstellung der Norm in Abweichung vom üblichen ISO-Prozedere), aber dann vermerkt: „Das Anspruchsniveau ist aber leider aus der Perspektive eines entwickelten Landes wie Österreich absolut unzureichend und stellt sogar einen Rückschritt gegenüber bestehenden gesetzlichen Regeln dar. Es ist auch zu befürchten, dass ISO 26000 missbräuchlich verwendet werden könnte, indem Unternehmen schmalbrüstige oder fragwürdige SR-Konzepte bzw. bloße Marketingaktivitäten unter Bezugnahme auf ISO 26000 (oder abgeleitete Dokumente) legitimieren. Dies würde bedeuten, dass der Leitfaden sein Ziel – einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten - nicht erreicht“.

ON-Regel 192500

Aufbauend auf dem ISO-Leitfaden hat das Austrian Standards Institut eine ON-Regel (normatives Dokument niedrigerer Stufe) „Gesellschaftliche Verantwortung von Organisationen (CSR)“ erstellt. Im Wesentlichen wurde dem ISO-Text ein Managementsystem hinzugefügt und viele Empfehlungen des Leitfadens („sollte“) in normative Anforderungen („muss“ oder äquivalente Ausdrücke) umgewandelt. Das ist sicher ein Fortschritt. Andererseits bleibt das Problem bestehen, dass diese Anforderungen überwiegend entweder nicht über bestehende gesetzliche Verpflichtungen hinausgehen oder weitgehend frei gestaltbar sind. Aus der Sicht des Netzwerks Soziale Verantwortung⁷ ist diese „Regel“ keine brauchbare Grundlage, um gesellschaftliche bzw. soziale Belange, Umweltbelange und nachhaltiges Wirtschaften in nennenswertem Umfang in die Tätigkeit von Organisationen zu integrieren. Die teilweise Substitution von Empfehlungen durch Anforderungen hat also nicht zu einer wirklichen Verbesserung geführt.

⁶ http://neu.netzwerksozialeverantwortung.at/media/presseNews/PI_ISO%2026000.pdf

⁷ http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/media/PM_ON-Regel%20192500_final.pdf

CSR Berichterstattung

Nachhaltigkeitsberichte bzw. CSR-Berichte sollen die sozialen und umweltbezogenen Tätigkeiten und Leistungen von Unternehmen darstellen und für Transparenz gegenüber den Anspruchsgruppen (Stakeholdern) sorgen. Soweit die Theorie. In der Praxis lassen solche Berichte wenn überhaupt nur sehr beschränkt Rückschlüsse auf die CSR-Performance zu. Berichterstattung wird so zur Marketingaktivität.

Nach einer Studie von Ernst & Young haben österreichische Unternehmen Nachholbedarf in Sachen Nachhaltigkeitsberichterstattung: 80% der österreichischen Top-Unternehmen (die 100 umsatzstärksten), der fünf Top-Kreditinstitute und der 5 Top-Versicherungen, 77 % der börsennotierten „Prime Markt“-Unternehmen und 59 % der 17 umsatzstärksten öffentlichen Unternehmen verfügen über keine solche Berichterstattung (vgl. Ernst & Young: Transparenz im Visier. Nachhaltigkeitsberichterstattung der österreichischen Top-Unternehmen, 2011).

Außer der Frage, wie viele Unternehmen solche Reports überhaupt herstellen, werden in dieser Untersuchung keine Fragen nach Qualität und Sinnhaftigkeit gestellt. Dabei wäre genau das zentral:

„Berichte geben vor, die unternehmerische Rechenschaftspflicht ihren Stakeholdern gegenüber zu verbessern, aber ihr Wert wird aus einer Reihe von Gründen zunehmend in Frage gestellt: es gibt keine gemeinsamen Benchmarks, mit welchen man die Performance unterschiedlicher Firmen vergleichen kann; der Inhalt liegt völlig im Ermessen des Unternehmens, was zum Vorwurf der Schönfärberei führt; da gibt es Probleme mit der Verifizierung; und die Erwartung, dass eine Vielzahl von Interessensgruppen diese Berichte lesen, hat sich als falsch herausgestellt. Der Leserkreis beschränkt sich weitgehend auf die Gemeinde der nachhaltigen Anleger“ (Corporate Watch Report 2006, S 4).

Ernst & Young nehmen in ihrer Studie positiv Bezug auf die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI), da sie „auch in Zukunft ein entsprechendes Rahmenwerk zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bieten“ (vgl. ebenda). Gerade die GRI-Richtlinien sind aber sehr fragwürdig, wie im Folgenden ausgeführt:

Die Global Reporting Initiative (GRI) wurde 1997 gegründet und gilt heute als Quasi-Standard im Bereich der Nachhaltigkeit. Sie wird als „Multi-stakeholder-Initiative“ gesehen. Allerdings zeigt ein kurzer Blick auf die sogenannten „Organizational Stakeholders“, dass auch hier eindeutig die Businesswelt mit den Kategorien „Business“ mit über 200 Mitgliedern und „Mediating Institutions“ (z.B. Beratungsfirmen) mit rund 300 Firmen dominieren.

Die Liste der Unternehmen sieht aus wie das „Who is Who“ der Konzern- und BeraterInnenwelt: BASE, Bayer, Bosch, BP, Daimler, Deutsche Bank, GM, ING Group, Nike, Petrobras, Royal Dutch Shell, RWE, SAP, Siemens, Vattenfall, Arthur D. Little, Ernst & Young, KPMG, etc. Auf der anderen Seite stehen etwa 80 Organisationen in der Sparte „Civil Society“, wobei nur wenige bekannte Organisationen wie Oxfam aufscheinen, dafür aber Namen wie „American Industrial Hygiene Association“, „Entrepreneurs Foundation“ oder „Korean Standards Association“, die nicht gerade auf Zivilgesellschaft hindeuten.

Der UN Global Compact und die Global Reporting Initiative haben zudem 2006 eine strategische Allianz gebildet – nach dem Motto: „gleich und gleich gesellt sich gern“. Damit wird das Gewicht beider Systeme, jedoch nicht ihre Substanz erhöht.

Die Industrie kontrolliert also ganz wesentlich die GRI. Es verwundert nicht, dass Zahlen in Nachhaltigkeitsberichten, die auf der Basis der GRI-Richtlinien entstanden sind, kaum für die Bewertung der Performance eines Unternehmens taugen, denn die Indikatoren sind für Benchmarking und Vergleiche nicht gemacht. Darüber hinaus täuscht die Momentaufnahme und –berichterstattung oftmals über die wirkliche Unternehmensführung hinweg, denn viele Indikatoren können bestenfalls über mehrere Jahre verglichen werden (z.B. der Energieverbrauch) – und auch das geht nur bedingt, weil der Verbrauch von vielen Faktoren wie Umsatzschwankungen, Ein- und Verkäufe, Klima, etc. abhängt.

Der Fall BP

BP ist geradezu ein Lehrbeispiel, welches zeigt, wie ein Unternehmen das Publikum mit CSR förmlich „an der Nase herumführt“ und dabei – trotz einer langen Liste von Vergehen gegen Mensch und Umwelt – sogar noch mit Nachhaltigkeitspreisen bedacht wird und damit Profit maximieren kann.

Mit einem Budget von einigen 100 Millionen Euro wurde das Image des Unternehmens auf Vordermann gebracht und das alte Logo durch eine grüne Sonne ersetzt. BP sollte von nun an nicht mehr für „British Petrol“ sondern für „Beyond Petrol“ stehen – der Ölkonzern mutierte zur Sonnenfirma. Dass dennoch nur ein winziger Bruchteil des Umsatzes mit Solarenergie erzielt wurde, konnten attraktive Nachhaltigkeitsberichte – selbstverständlich GRI-konform – fast vergessen machen. Darüber hinaus waren die meisten Produktionsstätten nach der ISO 14001 Norm zertifiziert.



Im „Schwarzbuch Markenfirmen – Die Machenschaften der Weltkonzerne“ werden BP schwere Menschenrechtsverletzungen vorgeworfen, unter anderem Finanzierung von Bürgerkrieg und Waffenhandel, Zerstörung der Lebensgrundlagen in Ölfördergebieten und Kooperation mit Militärregimen (vgl. Klaus Werner Lobo, Hans Weiss: Das neue Schwarzbuch Markenfirmen - Die Machenschaften der Weltkonzerne, 2010, S 176f).

Auf der anderen Seite wurde BP 2007 sogar von der US Wirtschaftszeitschrift Fortune⁸ in Zusammenarbeit mit einschlägigen Organisationen „Accountability“ und „CSR-Network“ zum nachhaltigsten Unternehmen der Welt gewählt. Der Jury war nicht entgangen, dass BP einige Schäden gewaltigen Ausmaßes verursacht hat – z.B. 2005 die größte Ölkatastrophe in Alaska aufgrund mangelhaft gewarteter Ölleitungen, sowie eine Explosion in einer Texanischen Raffinerie, bei der aufgrund unzureichender

Sicherheitsmaßnahmen 15 Arbeiter getötet und 180 verletzt wurden. Da BP einige Köpfe rollen ließ, gab es dafür weitere Pluspunkte mit der Begründung, dass BP aus den Unfällen gelernt hätte.



Die Explosion der Ölplattform „Deepwater Horizon“ am 20. April 2010 brachte die Öffentlichkeit jedoch wieder vom CSR-Himmel zurück auf den Boden der Realität. Und diesmal gab es nicht nur 11 Tote, insgesamt traten aus dem Bohrloch etwa 500.000 bis 1 Million Tonnen Öl aus. Die BP-IngenieurInnen hatten schon lange vorher vergeblich vor den Gefahren gewarnt.



⁸ <http://money.cnn.com/galleries/2007/fortune/0710/gallery.accountability.fortune/index.html>

Bild: <http://tinyurl.com/3k3lgbv>

Nach der Katastrophe zeigte sich BP einmal mehr „höchst verantwortlich“: BP sagt zu, für alle Schäden ungeachtet gesetzlicher Verpflichtungen aufzukommen. Doch der Konzern wird schon bald danach wegen schleppender Abwicklung und unzureichender Höhe der Zahlungen kritisiert. Der Konzern möchte Geschädigte mit geringen Summen für juristisches Stillhalten abspesen: „Der Energiekonzern BP zahlt Geschädigten der Ölkatastrophe im Golf von Mexiko erstmals Geld, damit sie auf Klagen gegen das Unternehmen verzichten. Kritiker warnen davor, die Einmalzahlungen anzunehmen“ (Der Spiegel Online vom 28.12.2010).

Die US Untersuchungskommission für Ölnfälle des Weißen Hauses kommt im Jänner 2011 zum Schluss, dass die involvierten Firmen Sicherheitsrisiken in Kauf genommen haben, um Profite zu erhöhen:

„Sicherheit habe für die Verantwortlichen der am Disaster beteiligten Firmen BP, Halliburton und Transocean keine Priorität gehabt. (...) Die Explosion der Bohrrinsel „Deepwater Horizon“ am 20. April 2010 sei „das Ergebnis verschiedener individueller Fehlritte und Versehen durch BP, Halliburton und Transocean“, heißt es im Abschlussbericht der Kommission ...

Viele der von den beteiligten Unternehmen getroffenen Entscheidungen hätten, ob ‚beabsichtigt oder nicht‘, den Firmen bedeutende Zeit- und Kostenvorteile verschafft, heißt es in dem Bericht des von US-Präsident Barack Obama eingesetzten Gremium“ (manager magazin online vom 06.01.2011).

Aber auch das System der Selbst-Regulierung geriet unter Beschuss: so schreibt das Wall Street Journal: „Die kleine U.S. Behörde, welche Offshore-Bohrungen überwacht, schreibt keine Sicherheitsregeln vor oder vollzieht sie, sondern hat diese Verantwortung im Laufe eines Jahrzehnts schrittweise der Ölindustrie übertragen. Stattdessen hat das Minerals Management Service - nun in Beschlag genommen durch die Krise der Deepwater Horizon Ölplattform, aus welcher seit Wochen Rohöl in den Golf von Mexiko sprudelt – nur vage Leistungsvorgaben für die Industrie festgelegt. Ölproduzenten und Bohrfirmen können dann frei entscheiden, wie sie diese Ziele erfüllen, sagen Führungskräfte der Branche und ehemalige Regulierungsbehörden“

(Wall Street Journal vom 07.05.2010). Präsident Obama kritisierte dies in einer Rede am 15. Juni 2010 als „gescheiterte Anschauung, die jeder Regulierung feindlich gegenübersteht - einer Haltung, die sagt, dass Unternehmen ihre eigenen Spielregeln festlegen und sich selbst kontrollieren sollten.“



Dazu die Financial Times Deutschland: „Der Konzern wird nicht zugunsten von Umweltschutz auf Profit verzichten. (...) Konzerne sind Systeme, die nicht auf Moral ausgerichtet sind. Selbst wenn er wollte, der Chef von BP könnte gar nicht einfach auf die umstrittenen Tiefwasserbohrungen verzichten. Er ist in seiner Funktion nicht der Gesellschaft verpflichtet, sondern seinen Arbeitgebern: den Eignern des Ölkonzern.“ (FTD vom 07.08.2010).

Und so werden auch schon im März 2011 wieder neue Lizenzen für Tiefseebohrungen im Golf von Mexiko vergeben: „Zwar erwarten BP noch strafrechtliche Konsequenzen, aber insgesamt befindet sich die Ölindustrie wieder im Aufwind. Die Obama-Regierung hat im vergangenen Monat mit der Vergabe neuer Lizenzen für die Bohrlöcher im Golf begonnen – die ersten seit der Explosion. In Bezug auf die wirklich drängenden Fragen, die sich angesichts der Katastrophe stellen, muss der Kongress allerdings erst handeln: Angefangen mit der Erhöhung der Haftung der Ölunternehmen bis hin zu schärferen Umweltschutz-Auflagen.“ (der FREITAG online vom 22.04.2011).

Der Unternehmer als Sozialreformer

Das Thema „gesellschaftliche Verantwortung“ ist nicht neu. Initiativen einzelner UnternehmerInnen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen gab es in der Geschichte des Kapitalismus immer wieder. Eines der besten Beispiele dafür ist Robert Owen, ein britischer Unternehmer und Frühsozialist, der auch als Begründer des Genossenschaftswesens gilt.

Robert Owen verkürzte in seiner schottischen Baumwollspinnerei in New Lanark Anfang des 19. Jahrhunderts die übliche tägliche Arbeitszeit von 13 bis 14 Stunden auf 10,5 Stunden, zahlte Löhne auch bei Produktionsstop aufgrund von Rohstoffengpässen, verbot die Arbeit von Kindern unter 10 Jahren, richtete Kranken- und Altersrentenversicherungen ein, bot Lebensmittel zu günstigen Preisen an, räumte Mietvergünstigungen ein und richtete sogar Schulen für Kinder ein – um nur einige seiner Initiativen aufzuzeigen. Auf der anderen Seite erhöhte er die Arbeitsintensität und auch den Druck auf die ArbeiterInnen durch ein Bewertungssystem und führte Disziplinierungsmaßnahmen wie z.B. das Verbot von Alkohol ein.



Robert Owen

Dieses Experiment, welches die Lebensbedingungen der ArbeiterInnen stark verbesserte, erregte große Aufmerksamkeit und zog zahlreiche BesucherInnen an – unter anderem den russischen Zaren Nikolaus I. Man sollte meinen, dass dieses Modell große Begeisterung auslöste und viele NachahmerInnen fand. Doch dem war nicht so.

Robert Owen hatte große Schwierigkeiten, seine GeschäftspartnerInnen von der Zweckmäßigkeit der Vorgangsweise besserer Arbeits- und Lebensbedingungen für die ArbeiterInnen zu überzeugen. Zwar war die Produktivität sehr hoch, aber das Unternehmen war schon vor Einführung der verbesserten Arbeitsbedingungen ein Musterbetrieb, der sich durch technologische Innovationen und nicht zuletzt durch die unternehmerischen Qualitäten Owens gut behauptete. Die MiteigentümerInnen des Unternehmens sahen in den Maßnahmen reine Geldverschwendung. Weitergeführt werden konnte das Projekt nur durch wohlhabende FreundInnen und SympathisantInnen.

Seine Versuche, andere FabrikantInnen zu motivieren, dem Beispiel zu folgen, oder politische Unterstützung zu erwirken, scheiterten kläglich. Seine Publikationen wurden nicht beachtet – an einer grundlegenden Verbesserung der Lage der arbeitenden Menschen bestand wenig Interesse. Daher zog er sich aus diesem Projekt zurück und widmete sich anderen Initiativen. Das Beispiel Owens zeigt nur zu deutlich, dass selbst die beste Intention unternehmerischer Initiative nicht gesamtgesellschaftlich durchsetzbar ist.

Glückliche Menschen, höhere Produktivität und mehr Gewinn – sozusagen Win-Win - alle machen es nach und innerhalb kürzester Zeit gehören alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Probleme der Vergangenheit an. So etwas funktioniert leider nur im CSR-Märchen. Typischerweise bleiben solche Errungenschaften isoliert und setzen sich nicht über Marktmechanismen gesamtgesellschaftlich durch.

Initiativen Einzelner – so wertvoll sie auch immer gewesen sein mögen – haben nicht zu einer wesentlichen Verbesserung der Lage der ArbeiterInnen insgesamt geführt. Fortschritte wurden nicht durch freiwillige Leistungen der UnternehmerInnen, sondern durch Festlegung verbindlicher Regeln – meist gegen den Widerstand der UnternehmerInnen – durch politische oder gewerkschaftliche Aktion erreicht. Es gibt wenig Anhaltspunkte dafür, dass diese Grundkonzepte heute obsolet sind. Das schmälert keineswegs die Verdienste von außergewöhnlichen Pionieren wie Robert Owen, die der Gesellschaft den Weg in die bessere Zukunft weisen.

Der „Business Case“

Die ProponentInnen des CSR-Modells gehen davon aus, dass gesellschaftliche Verantwortung und finanzieller Unternehmenserfolg grundsätzlich vereinbar sind, also keine Mehrkosten anfallen, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht als Profitminderung bzw. illegitime Ressourcenverschwendung interpretiert werden könnten. Mitunter wird sogar behauptet, dass das Thema CSR einen „erfolgskritischen Faktor“ darstellt, also die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung eine notwendige Bedingung für den Geschäftserfolg ist (z.B. um die Wettbewerbsposition zu stärken).

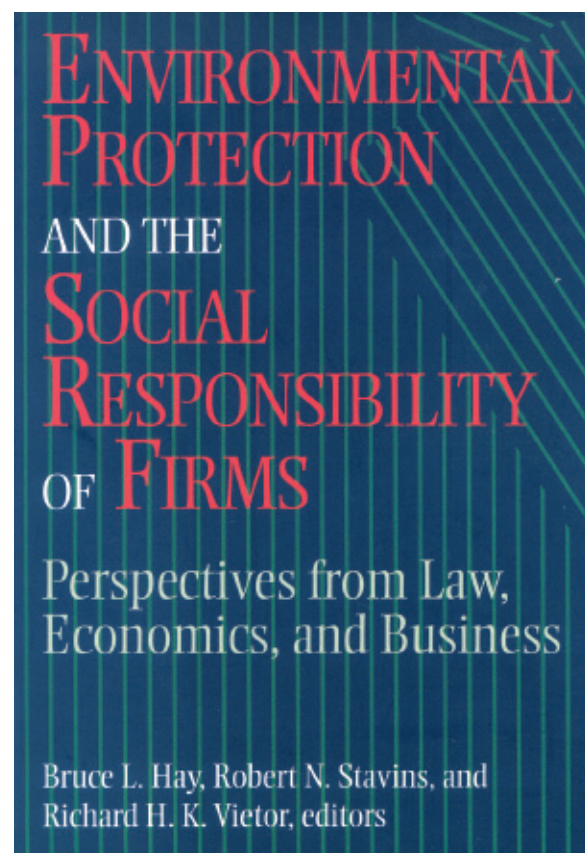
Der neoliberale Ökonom Milton Friedman hingegen hat eine andere Erklärung für CSR: „Es gibt wenige Entwicklungstendenzen, die so gründlich das Fundament unserer freien Gesellschaft untergraben können, wie die Annahme einer anderen sozialen Verantwortung durch Unternehmer als die, für die Aktionäre ihrer Gesellschaften so viel Gewinn wie möglich zu erwirtschaften. Alles andere ist eine zutiefst subversive Doktrin“ (Milton Friedmann, Kapitalismus und Freiheit, 2004, S. 165). Ob subversiv oder nicht – die Vorstellung, dass ein Teil der Profite eines Unternehmens für gemeinnützige Zwecke (was immer das sein mag) ausgegeben wird, ist vom Standpunkt des Kapitals völlig absurd. Das mag einem sympathisch sein oder nicht, es ist aber eine korrekte Beschreibung des Status Quo.

Das kapitalistische Unternehmen „opfert“ nicht Profite im Interesse des Allgemeinwohls. Das ist nicht einfach eine Frage des Willens oder der Überzeugung, sondern eine systembedingte Notwendigkeit. Dazu Robert Reich: „Das Bekenntnis zu einem sozialen Gewissen, Verantwortung von Unternehmen ist ein Schlagwort. Es sorgt für gute Presse, es beschwichtigt die Öffentlichkeit. In Wahrheit kann es sich kein Unternehmen auf Dauer leisten, soziale Verantwortung wahrzunehmen, die mit höheren Kosten verbunden ist“ (Robert Reich im Interview mit dem Stern, 19.01.2009).

Die durch die Globalisierung deutlich verschärfte Konkurrenz lässt hier wenig Spielräume – die Jagd nach Maximalprofit zwingt die Unternehmensleitungen zu Kostensenkung und zum Abbau von Arbeitskräften. „BMW verkauft so viele Autos wie nie“ lautete die Schlagzeile des Tagesspiegels am 10.

Jänner 2008. Und weiter: „Trotz des Rekordabsatzes hatte BMW kurz vor Weihnachten den Abbau Tausender Arbeitsplätze angekündigt, um profitabler zu werden“, denn: „Bei der Umsatzrendite ist der Konzern aber hinter andere Premiumhersteller zurückgefallen“. Wenige Unternehmen werden sich aus gesellschaftlicher Verantwortung mit weniger als der maximalen Profitrate zufrieden geben, um z.B. Arbeitsplätze zu sichern. Daran ändern salbungsvolle CSR-Bekanntnisse nichts.

Wenn also Profitminderung für gemeinnützige Zielsetzungen kategorisch ausgeschlossen ist, was bewegt Unternehmen dazu, sich dem Thema CSR zu widmen – gibt es gar den so oft beschworenen „Business Case“ und wie sieht er aus? Diese Fragen wurden auch im Rahmen eines Seminars an der Harvard University behandelt (Bruce L. Hay e.a., Environmental protection and the social responsibility of firms, Washington, 2005).



Forest L. Reinhard von der Harvard Business School diskutiert in seinem Beitrag: "Environmental protection and the social responsibility of firms – Perspectives from the business literature" (vgl. ebenda, S. 151 ff) die Frage, unter welchen Bedingungen es sich auszahlt, „grün“ zu handeln („when might it pay to be green“) und behandelt folgende Handlungsmöglichkeiten:

- Erhöhte Zahlungsbereitschaft der KundInnen
- Kostenreduktion
- Verbessertes Risikomanagement

Erhöhte Zahlungsbereitschaft der KundInnen:

Die Maßnahmen im Sinne des Allgemeinwohls führen zu erhöhten Kosten, die das Unternehmen weitergeben kann. Eine Option ist die Produktdifferenzierung – das Produkt ist besonders „wertvoll“ im Sinne der Nachhaltigkeit (z.B. ein Bioprodukt) und die KonsumentInnen sind bereit, einen höheren Preis dafür zu bezahlen.



Eine andere Möglichkeit besteht darin, dass HerstellerInnen strategisch Regulierung benutzen (z.B. wenn Dämmstoffhersteller strenge Grenzwerte für die Energieeffizienz von Gebäuden durchsetzen). Erwartete Umweltprobleme lassen sich auch strategisch nutzen – durch Entwicklung von neuen Technologien, die z.B. bei der vorhersehbaren Knappheit von Ressourcen zukünftig zu hohen Preisen verkauft werden können.

Kostenreduktion

Möglich sind auch Einsparungen durch reduzierten Ressourcenverbrauch, günstigere Finanzierungskosten, wenn InvestorInnen davon überzeugt sind, dass das Unternehmen „clean“ ist, geringere Arbeitskosten aufgrund hochmotivierter und

damit produktiver MitarbeiterInnen oder rechtzeitiges Einstellen auf zukünftige gesetzliche Regeln und entsprechende Berücksichtigung bei Investitionsentscheidungen.

Verbessertes Risikomanagement

Es kann teuer werden, wenn Unternehmen ins Kreuzfeuer der Kritik geraten, weil sie sich besonders schwerwiegender Vergehen schuldig gemacht haben. Dies kann nicht nur zu Absatzrückgängen, sondern auch zu Entschädigungszahlungen und im Extremfall sogar zur Betriebsstillegung führen. Daher kann die Vermeidung von Fehlverhalten gewinnbringend sein.



All diese Strategien, die durchaus gesellschaftlich wünschenswerte Ergebnisse bringen können, zeichnen sich dadurch aus, dass sie wenig oder gar nicht über normale marktwirtschaftliche Mechanismen hinausgehen. Sie haben überwiegend nichts mit gesellschaftlicher Verantwortung zu tun, sondern stellen primär nur eine Ausprägung von Profitmaximierung dar, wobei aber die sicher sehr positiv zu bewertenden Umwelt- und Biozeichen wesentlich durch politische Maßnahmen gefördert wurden (siehe unten).

Davon abgesehen sind ihnen enge Grenzen gesetzt: der Marktanteil von Produkten mit Bio- oder Umweltzeichen ist sehr klein, Kostenoptimierung durch betriebliche Energieeinsparung werden wohl weitgehend schon in der Vergangenheit genutzt worden sein, Risikomanagement wird sich überwiegend auf die Vermeidung von auffälligem, sehr krassem Fehlverhalten konzentrieren (wie Kinder-

arbeit bei der Herstellung von Bekleidungstextilien). Wie das Beispiel BP zeigt, war nicht einmal das eine starke Motivation – von Risikominimierung konnte gar keine Rede sein, die Profitmaximierung hatte absoluten Vorrang.

Daher kommt Forest L. Reinhard nach eingehender Analyse der relevanten Literatur zum Schluss: „Ganz allgemein legt jedoch diese Literatur nahe, dass Regulierer und Aktivisten skeptisch sein müssen, dass sich Firmen in nennenswertem Umfang freiwillig dem Gemeinwohl verpflichten werden ohne ernsthafte Bedrohung durch Regulierung. Wenn die Formel „Grün rechnet sich“ im Allgemeinen richtig wäre, dann wäre es nur eine Zeitfrage, bis die Manager dies entdecken und entsprechend verhalten würden. Weil aber die vorliegende Evidenz nahelegt, dass sich für einige Unternehmen in manchen Ländern in gewisser Hinsicht „grün rechnet“, aber nicht generell, müssen Regulierer, die mehr Allgemeinwohl wollen, dieses durch die Macht des Staates durchsetzen“ (Forest L. Reinhard, ebenda). Auch hier zeigt sich wieder: die Einhaltung höchster Umwelt- und Sozialstandards wird sich in einigen Fällen mit den Gewinnabsichten der Unternehmens vereinbaren lassen – das ist aber nicht verallgemeinerbar.

Wenn allerdings mit relativ geringem Aufwand durch darauf spezialisierte Unternehmen ein gutes Image aufgebaut wird, kann sich CSR schon sehr schnell lohnen. Durch eine gute Platzierung in Nachhaltigkeitsrankings kann ein Konzern durchaus seinen Shareholder Value steigern. Es gibt eine zahlungskräftige Nachfrage nach Aktien von Unternehmen, die als gesellschaftlich verantwortlich gelten. Sogenannte Nachhaltigkeits- bzw. Ethikfonds haben ein geschätztes globales Volumen von 7,6 Billionen Euro (vgl. Eurosif, European SRI Study, 2010).



Hier zählt primär der Schein und nicht das Sein. So wie „Subprimes“ solange verkauft werden können, wie die Leute daran glauben (und von bezahlten Ratingagenturen als gut befunden werden), so können auch Aktien von Unternehmen, die als verantwortlich gelten, solange verkauft werden, als das gute Image aufrechterhalten werden kann. Man kann dies als Geschäft mit der Illusion von Nachhaltigkeit bezeichnen.

Die Financial Times Deutschland bringt es unter dem Titel „Abzockgefahr mit Gutmenschenprodukten“ auf den Punkt: „Manche Produkthanbieter gaukeln Anlegern vor, dass sich Moral und Moneys mühelos miteinander vereinbaren ließen. Doch die Wahrheit ist: Sie passen nur in den seltensten Fällen zusammen“ (FTD vom 12.02.2010).

BP ist ein gutes Beispiel dafür wie man mit Pseudo-Nachhaltigkeit Gewinn erzielen kann: Cary Krosinsky fand bei der Analyse von 350 Nachhaltigkeitsfonds aus der ganzen Welt heraus: „Ende 2008 hatte BP den zweitgrößten Anteil am gesamten Investitionsvolumen dieser Fonds. Die fünf größten Anteilsinhaber waren Royal Dutch Shell, BP, Nokia, Vodafone und HSBC Holding-Gesellschaften“ (GreenBiz vom 13.07.2010).

Verantwortliche KonsumentInnen?

Was wäre naheliegender als die „mündigen“ VerbraucherInnen dazu zu bewegen, verstärkt Produkte zu kaufen, die einen hohen gesellschaftlichen Wert haben? Damit könnten erhöhte Profite für Unternehmen und mehr Nachhaltigkeit miteinander in Einklang gebracht werden. Doch das ist nicht so einfach.



Die Rede von den „mündigen“ KonsumentInnen ist eng mit der neoliberalen Ideologie verknüpft: Wenn es „mündige KonsumentInnen“ gibt, erübrigt sich weitgehend die Regulierung von Produkten. Der Schutzgedanke tritt in den Hintergrund, wenn umfassend informierte VerbraucherInnen selbst entscheiden können, was für sie gut ist. „Diese Annahme ist aber hochgradig verfehlt und entspricht nicht der Lebenssituation der Masse der Bevölkerung. Sie soll lediglich der Ökonomie einen ungestörten Rahmen bieten, um ungestört expandieren zu können“ (Harald Glatz, 30 Jahre Konsumentenschutzgesetz, 2009, S 5). In der Realität bedeutet dies nicht nur eine völlige Überforderung der Menschen durch eine kaum bewältigbare Informationsflut, sondern auch das Abschieben politischer Verantwortung.

Ein gutes Beispiel für letzteres ist der Verfall des Mehrwegsystems in Österreich. Seit langem wird der Rückgang des Mehrweganteils bei Getränkeverpackungen beklagt. Bei Mineralwasser lag er beispielsweise 1994 bei 94% und sank bis 2009 auf rund 18%. Verbindliche Mehrwegquoten feh-

len und werden auch von der Wirtschaftskammer sabotiert, die vor einer „Zwangsbeglückung der Konsumenten“ warnt (vgl. Der STANDARD, Mehrweganteil sinkt beständig, vom 16.06.2009). Die Industrie setzt auf die „mündigen“ KonsumentInnen, um politische Lösungen - nur diese könnten eine Trendumkehr auslösen - zu verhindern.

Denn die VerbraucherInnen haben andere Prioritäten. Eine Karmasin-Studie im Auftrag der ARA mit dem bezeichnenden Titel: „Prononcierte Vorliebe für Mehrweg-Flaschen widerspricht Verkaufs- und Sammelzahlen“ (2001) zeigte, dass Mehrwegflaschen überwiegend (von 69%) als umweltfreundlich erkannt wurden. Eine deutliche Mehrheit (60%) gab auch an, diese gegenüber Einweg zu bevorzugen. Die Entwicklung der Verkaufszahlen steht dazu aber in krassem Widerspruch.

Es ist bekannt, dass Leute bei Interviews nicht die (ganze) Wahrheit sagen, sondern sich durch die rosa Brille sozial gewünschter Verhaltensweisen interpretieren. Man könnte auch sagen, der Geist ist willig, doch das Fleisch ist schwach - oder mehr wissenschaftlich - vom „Attitude-Behaviour Gaps“ sprechen.

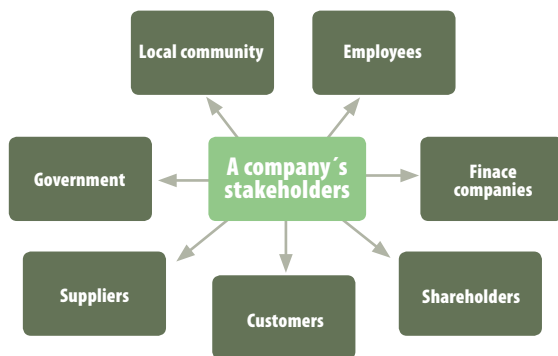
Sozial und ökologisch verträgliche Produkte zu kaufen, wird zwar grundsätzlich für gut befunden, aber in der Realität sind es doch andere Faktoren, welche kaufentscheidend sind. In obigem Beispiel ist es die Bequemlichkeit (kein Rücktransport der leeren Flaschen). Aber auch weitere Faktoren spielen eine erhebliche Rolle, so Preis, Leistung, Service, Garantie, Design, Prestige, Bedienungsfreundlichkeit, etc. Grundsätzlich optimieren KonsumentInnen ihren eigenen Nutzen (oder was sie dafür halten). Gesellschaftlicher Nutzen ist sekundär. Es sollte auch nicht vergessen werden, dass es die Einkommenssituation großer Teile der Bevölkerung nicht gestattet, Produkte nach sozial oder ökologischen Kriterien auszuwählen. Hier beschneidet schon das Portemonnaie die „Mündigkeit der KonsumentInnen“. Natürlich ist es wichtig, die KonsumentInnen zu verantwortlichem Kaufverhalten (zu der auch der Kaufverzicht gehört) zu motivieren. Doch solchen Bemühungen sind enge Grenzen gezogen, nicht zuletzt durch eine Vielzahl von Konsum stimulierenden Werbebotschaften, die die soziale und ökologische Unverträglichkeit des Konsums systematisch ausblenden.

Stakeholder statt Demokratie?

Im CSR-Konzept spielt die Einbeziehung der Interessensgruppen bzw. der „Stakeholder“ (z.B. Shareholder, KundInnen, LieferantInnen, ArbeitnehmerInnen etc.) eine große Rolle. „Anspruchsgruppen zu identifizieren und einzubinden ist für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung von zentraler Bedeutung“ (ISO 26000, Abschnitt 3.3.3). Dabei sollten Organisationen „die Interessen ihrer Anspruchsgruppen achten, berücksichtigen und auf sie eingehen“ (ISO 26000, Abschnitte 4.5 bzw. 5.3) und dabei (verkürzt):

- Interessensgruppen identifizieren;
- ihre Interessen „gebührend“ berücksichtigen und auf ihre Anliegen reagieren;
- ihre unterschiedlichen Fähigkeiten berücksichtigen, mit der Organisation in Wechselwirkung zu treten;
- nicht übergeordnete gesellschaftliche Ansprüche übersehen;
- auch Ansprüche von Interessensgruppen berücksichtigen, die nicht formell artikuliert werden.

sind sehr verschieden, mitunter gegensätzlicher Natur. Da die Gewichtung der Einzelinteressen vom Unternehmen vorgenommen wird, ist es ein Leichtes, mit der Berücksichtigung aller Interessen zu argumentieren. Damit wird das Konzept „Stakeholder-Dialog“ zum Persilschein – alles ist möglich und insbesondere strukturell unterlegene Interessengruppen (wie ArbeitnehmerInnenvertretungen, KonsumentInnenvertretungen, NGOs) fungieren nur noch als Feigenblatt unternehmerischer Selbstgestaltung.



Es stellt sich die Frage, was dies konkret bedeutet. Welche Anspruchsgruppen werden wann und wie einbezogen, worüber wird diskutiert, wer legt die Agenda fest, und wer entscheidet über die „gebührende“ Berücksichtigung welcher Interessen? Die Antwort ist bei den Stakeholder-Dialogen sehr einseitig: „Allerdings liegen die Entscheidungen darüber, welche Gruppen von Leuten als Stakeholder gewertet und auf welche Weise ihre Einbeziehung erfolgt, völlig im Ermessen des Unternehmens“ (Corporate Watch Report, 2006, S 4).

Die Ansprüche der unterschiedlichen Stakeholder

Im Rahmen neoliberaler Konzepte wird CSR zum Substitut für Regulierung. „CSR schwächt demokratische Entscheidungsfindung und drängt sie an den Rand. Es wird behauptet, dass demokratische Regelsetzung nicht nötig ist, die (entrechtete) BürgerIn wird durch den ‚Stakeholder‘ ersetzt“ (Corporate Watch Report, 2006, S 17).

Im Zusammenhang mit der Teilnahme an Stakeholder-Dialogen stellen sich weitere Fragen: Wie viel freie Kapazität haben NGOs für Stakeholder-Dialoge? Könnte die dafür verwendete Zeit sinnvoller genutzt werden? Führen sie dazu, dass NGOs an Kritikfähigkeit verlieren und von der Industrie eingekauft werden? Handelt es sich dabei um eine gezielte Strategie der Ruhigstellung? Werden NGOs als Feigenblatt missbraucht? Werden kritische NGOs gegen angepasste ausgespielt?

Klar ist: die Industrie sitzt immer am längeren Hebel und behält die Kontrolle über das Geschehen. Sie kann den Prozess jederzeit abbrechen, und das wissen alle Beteiligten. In demokratischen Prozessen ist das nicht so einfach möglich.

Positive Ansätze

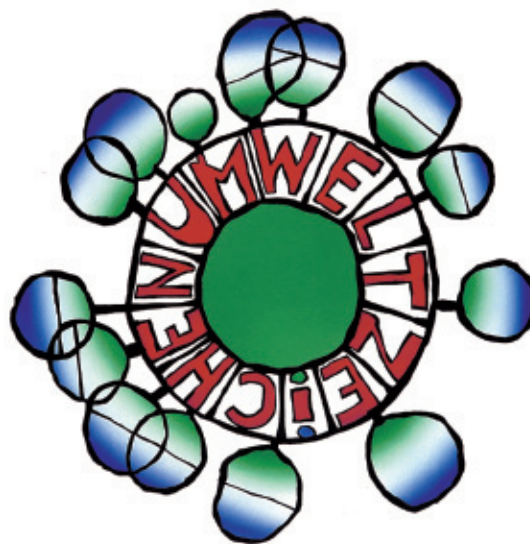
In den bisherigen Kapiteln wurde gezeigt, dass die von Wirtschaftsseite beworbenen CSR-Konzepte einseitig interessegeleitet sind. An dieser Stelle sei betont, dass es in dieser Broschüre primär um eine Konzeptkritik geht – und nicht so sehr um eine Kritik der Motivation der handelnden AkteurInnen, die sich auch bei besten Intentionen der kapitalistischen Profitlogik nicht entziehen können, denn: „Vor dem Hintergrund der sich verschärfenden Weltmarktkonkurrenz und einer Gesellschaftsstruktur, die den Gewinn als zentrales Motiv des Handelns von Unternehmen erzwingt und akzeptiert, sind solchen Bemühungen auch enge Grenzen gezogen“ (NeSoVe, „Forderungen an die österreichische Politik“, 2008).

Dennoch gibt es auch positive Beispiele freiwilliger Initiativen im gesellschaftlichen Interesse, die nicht einfach nur der marktwirtschaftlichen Logik geschuldet sind, sondern eher gegen diese durchgesetzt wurden.

Dies gilt zum einen für NGO-Initiativen in Staaten, die ihren Schutzpflichten gegenüber der Bevölkerung nicht nachkommen. Hier haben freiwillige Initiativen eine größere Bedeutung und üben teilweise sogar Druck auf staatliche Politiken aus.

Aber auch in unseren Breitengraden gibt es heraus stechende (Positiv-) Beispiele. So der biologische Landbau. Dieser musste sich gegen die (billige) konventionelle Konkurrenz behaupten. Ohne politische Intervention und das staatliche Gütezeichen, das für anspruchsvolle Kriterien (die allerdings von manchen als zu schwach eingestuft werden) samt glaubwürdiger Kontrolle sorgt, wären die Fortschritte in diesem Bereich weit geringer ausgefallen.

Staatliche (und halbstaatliche) Umweltzeichen – wie das österreichische „Hundertwasser“-Zeichen, der „Blaue Engel“ oder die europäische Blume – haben dafür gesorgt, dass für viele Produkte mehr oder weniger substanzielle Umweltkriterien entwickelt wurden (theoretisch sollten nur die besten 10-20% der Produkte ausgezeichnet werden), die allerdings weitgehend von der Industrie ignoriert werden. Immerhin bilden diese Regeln immer häufiger die Grundlage für öffentliche Beschaffungskriterien, womit die Ebene der Freiwilligkeit de facto verlassen wird.



Auch das Fairtrade-Siegel, welches immer mehr Produktgruppen erfasst, wird zu den positiven Beispielen gezählt (wenn es auch sehr viele kritische Stimmen gibt).

All diese Zeichen, die nicht bloß „business as usual“ sind, haben dennoch eines gemeinsam: sie sind Nischenprodukte und quantitativ von nicht gesamtgesellschaftlicher Bedeutung, obwohl sie seit vielen Jahren beworben wurden und werden. Bio-Lebensmittel haben heute in der EU einen Marktanteil von weniger als 2% (vgl. European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, An analysis of the EU organic sector, Juni 2010), Produkte mit Umwelt- oder Fairtrade-Zeichen liegen noch deutlich darunter. In der BRD betrug etwa der Anteil von fair gehandelten Lebensmitteln am gesamten Lebensmittelhandel 2009 bei ca. 0,15% (vgl. Patrick Schwan, „Die Chance für den fairen Handel?“, August 2011).

Wesentliche Beiträge zur Kursänderung in Richtung Nachhaltigkeit wird man sich also von diesen Instrumenten nicht erwarten können. NeSoVe unterstützt freiwillige Initiativen, wenn sie als Pilotprojekte Handlungsspielräume aufzeigen. Voraussetzung ist jedoch, dass die Initiativen substantielle Inhalte (im Sinne von hohen Leistungsanforderungen) vorzugsweise in einem demokratisch legitimierten politischen Prozess festlegen sowie über ein glaubwürdiges und demokratisch legitimes Kontrollsystem verfügen.

Resümee der CSR-Konzeptanalyse

Die nach neoliberalen Grundsätzen vorangetriebene Globalisierung und die damit verbundene Deregulierung, Privatisierung und Liberalisierung haben den Abbau von sozialen Errungenschaften und die Zerstörung der Umwelt beschleunigt. Statt Wohlstand für alle haben die entfesselten Märkte die Zerstörung der Gesundheits-, Bildungs- und Sozialsysteme mit sich gebracht. In den letzten 30 Jahren hat sich die soziale Differenzierung deutlich verstärkt – Reiche werden reicher, Arme werden ärmer. Weiter denn je sind wir von Nachhaltigkeit entfernt.

Besonders skrupellos hat dabei die Finanzindustrie agiert – mit Pyramidenspielen aller Art hat sie das Finanzsystem an den Rand des Abgrundes manövriert. Dieser konnte bislang auf der Basis des Prinzips „Privatisierung der Gewinne“ und „Sozialisierung der Verluste“ durch Geiselnahme der SteuerzahlerInnen hinausgeschoben werden. Doch eine Sanierung ist nicht in Sicht. US-Notenbankchef Ben Bernanke warnte im Juni 2011 vor dem Zusammenbruch des Finanzsystems. Bisherige Maßnahmen scheinen die Lage nicht zu verbessern. Sparprogramme – wie Griechenland aufgezwungen und nun auf ganz Europa ausgeweitet – drohen den Abstieg noch zu beschleunigen.



Hier ist eine radikale Kurskorrektur von Nöten. Die Fesselung der entfesselten Marktkräfte kann nur ein erster Schritt auf dem Weg zu einer postkapitalistischen Ordnung sein, welche nicht Profitmaximierung in den Mittelpunkt stellt, sondern Gemeinwohlorientierung. Benötigt werden nun starke Eingriffe in das Marktgeschehen und Regulierung um rasch die schlimmsten Auswüchse neoliberaler Politik unter Kontrolle zu bringen.

Was gesellschaftlich wünschenswert ist, kann nur im Rahmen demokratische Willensbildung im Rahmen der dafür vorgesehenen staatlich-politischen Institutionen bestimmt und nicht an Unternehmen delegiert werden. Da diese aber in nicht unerheblichem Ausmaß von mächtigen AkteurInnen der Wirtschaft bestimmt werden, ist deren Einfluss massiv einzudämmen.

Bezeichnend in diesem Zusammenhang ist die Initiative von Mitgliedern des europäischen Parlaments, welche sich in einem dramatischen Hilferuf gegen die Übermacht der Finanzlobby wehrten: „Das Ungleichgewicht zwischen der Macht dieser Lobby und mangelnden Gegenexpertisen erscheint uns als Gefahr für die Demokratie“, schreiben die für die Regulierung des Finanzsektors verantwortlichen Abgeordneten in einem fraktionsübergreifenden Aufruf und forderten die Gründung von schlagkräftigen NGOs“ (Financial Times Deutschland vom 21.06.2010).



Die CSR-Konzepte – im Sinne der üblichen Definitionen – sind viel zu beschränkt, um die notwendigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Kurskorrekturen voranzutreiben. Die damit verbundenen neoliberalen politisch-strategischen Zielsetzungen lassen selbst kleine Beiträge zweifelhaft erscheinen. „Doch mit der ‚gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen‘ verhält es sich so wie mit Zuckerrübe: je stärker man hineinbeißt, desto schneller löst sie sich in Nichts auf“ (Robert Reich, Superkapitalismus, S 223).

Daher verfolgt NeSoVe eine andere Konzeption gesellschaftlicher Verantwortung. Sie ist gekennzeichnet durch die Verknüpfung regulativer und freiwilliger Instrumente, wobei aber ersteren die eindeutige Priorität zukommt.

CSR-Politik in Österreich und in der EU

Das im August 2011 vom Ministerrat beschlossene Arbeitsprogramm des Bundes und der Länder zur Umsetzung der „Österreichischen Strategie Nachhaltige Entwicklung“ (ÖSTRAT) enthält u.a. den Themenschwerpunkt CSR, der die Ausarbeitung eines nationalen CSR-Aktionsplanes vorsieht. Dabei ist die Einbeziehung bestehender Initiativen wie respACT – Austrian Business Council for Sustainable Development oder auch NeSoVe vorgesehen. In diesem Zusammenhang ist eine Reihe von themenspezifischen Workshops vorgesehen, die im Laufe des Jahres 2012 stattfinden sollen.

Am 25.10.2011 hat die Europäische Kommission die schon erwartete „neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)“ veröffentlicht (KOM(2011) 681 endgültig).

Die wesentlichen Elemente der Strategie sind grundlegende Betrachtungen zum Thema soziale Verantwortung von Unternehmen einschließlich einer neuen Definition von CSR sowie ein „Aktionsplan“ für die nächsten 4 Jahre mit den wesentlichen Elementen Promotion, Verbreitung bewährter Verfahren, Förderung für KMUs, Stärkung des Vertrauens in Unternehmen, Erarbeitung von Verhaltenscodizes, Schaffung von Marktanreizen, Sicherstellung von Transparenz, Integration ins Bildungswesen, Forcierung nationaler Aktionspläne sowie Abstimmung mit internationalen CSR-Regelwerken.

Bei der neuen Definition, wonach CSR „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“ ist, handelt es sich um eine Kurzfassung der ISO 26000 Definition. Die Freiwilligkeit ist zwar nicht mehr – wie bei der früheren Definition der Kommission – Textbestandteil, doch weisen die weiteren Ausführungen sehr eindeutig in diese Richtung. Wenigstens hält die Kommission fest, dass sie unter Wahrnehmung sozialer Verantwortung die Integration von sozialen, ökologischen, ethischen, Menschenrechts- und Verbraucherbelangen in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie versteht.

Aus der Perspektive von NeSoVe fällt die Strategie enttäuschend aus. An dem Freiwilligkeitsdogma als „notwendige Flexibilität“ der Unternehmen für

ihre Innovation wird nicht gerüttelt: „Bei der Entwicklung von CSR sollten die Unternehmen selbst federführend sein“. Den Behörden ist nur eine „unterstützende Rolle“ zugedacht. Freiwilligen Maßnahmen wird Priorität eingeräumt, die immerhin „nötigenfalls“ (!) durch ergänzende Vorschriften unterstützt werden sollen. Im Mittelpunkt steht die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. „Für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen ist ein strategischer CSR-Ansatz von zunehmender Bedeutung“. Ein weiteres zentrales Motiv für die Kommission ist nicht, durch Regulierung für gesellschaftlich verantwortliches Handeln von Unternehmen zu sorgen, sondern das durch die Finanz- und Schuldenkrise erschütterte Vertrauen der Bevölkerung in die europäische Wirtschaft wieder herzustellen, ohne grundlegende Änderungen der Wirtschaftsabläufe vorzunehmen. Dafür sollen zahlreiche „Multistakeholder-CSR-Plattformen“ gegründet, Codizes erarbeitet und Preise vergeben werden. (vgl. KOM (2011) 681 endgültig)



Anspruchslose Richtlinien wie der Global Compact, die OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen oder die ISO 26000 gelten als richtige wie ausreichende Leitlinien zur Gewährleistung der gesteckten Ziele. Daher sollen sich alle großen europäischen Unternehmen verpflichten, bis 2014 zumindest eines dieser Regelwerke anzuwenden. Ebenso sollen die völlig nichtssagenden „Grundsätze der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Investitionen“ im Bereich Verwaltung von Anlagevermögen, insbesondere bei Pensionsfonds, zur Anwendung kommen. Die Unternehmen wie auch

Staaten sollen auch die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte anwenden bzw. umsetzen. Allerdings sind auch diese nur ein Ersatz für die gescheiterten Bemühungen, internationale verbindliche Regeln in diesem Bereich zu etablieren.

Selbst- und Koregulierungsprozesse werden gefördert. Zwar sollen auch gesetzliche Regelungen z.B. im Bereich irreführenden Marketings im Umweltbereich überprüft werden, doch diese Aktivitäten standen ohnehin auf der Tagesordnung der europäischen Politik. Das gilt auch hinsichtlich der angedachten verstärkten Integration sozialer und ökologischer Erwägungen im öffentlichen Vergabewesen, „ohne dass dadurch zusätzlicher Verwaltungsaufwand für die Vergabebehörden oder Unternehmen entsteht und ohne den Grundsatz der Auftragsvergabe an den Bieter mit dem wirtschaftlich vorteilhaftesten Angebot zu untergraben“ (vgl. ebenda) und die Überarbeitung des Aktionsplans für nachhaltigen Verbrauch und nachhaltige Produktion.

Grundsätzlich positiv zu beurteilen ist die Absicht der Kommission, einen Vorschlag für eine Rechtsvorschrift zu präsentieren, der die Offenlegung von sozialen und ökologischen Informationen durch die Unternehmen zum Ziel hat. Allerdings ist zu befürchten, dass sich diese möglichen Berichtspflichten an den Indikatoren der von den Multis so geschätzten GRI-Leitlinien orientieren werden, die Vergleiche zwischen Unternehmen bzw. Benchmarking weitgehend nicht zulassen.

NeSoVe sieht daher keinen Anlass, in Jubelstimmung auszubrechen. Mit dieser Mitteilung bleibt die Kommission dem neoliberalen Paradigma treu. Unternehmen und Märkte haben die führende Rolle, demokratische Regelsetzung ist bestenfalls ergänzend vorgesehen – und auch das nur „nötigenfalls“. Nachhaltiges Wirtschaften wird man auf diesem Weg nicht erreichen.

Der Ruggie-Prozess

Ausdrücklich Bezug genommen wird in der Strategie – wie bereits erwähnt – auf „Die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte“, die im Juni 2011 angenommen wurden. Sie ergänzen den Referenzrahmen zur menschenrechtlichen Verantwortung von Unternehmen aus dem Jahr 2009, der ebenfalls unter der Leitung von John Ruggie erarbeitet wurde.

Zuvor waren völkerrechtlich verbindliche Regelungen für multinationale Unternehmen („Norms on the responsibilities of transnational corporations and other business enterprises with regard to human rights“), welche 2003 von der „Sub-Commission on the Promotion and Protection of Human Rights“ verabschiedet wurden, dem Lobbying der Industrie zum Opfer gefallen und von der UN-Menschenrechtskommission verworfen. Die UN-Leitprinzipien sind sicher kein Ersatz für diese gescheiterten Bemühungen.

Die wesentlichen Säulen des Referenzrahmens und der Leitprinzipien sind:

- staatliche Pflicht, Menschenrechte zu schützen
- Verantwortung der Unternehmen, Menschenrechte zu achten
- Zugang von Opfern zu Wiedergutmachung und Entschädigung

Bei der zweiten Säule handelt es sich um die „moralische“ Sorgfaltspflicht (due diligence) der Unternehmen – eine rechtliche Verbindlichkeit besteht jedoch nicht. Das schließt nicht aus, entsprechende Gesetze auf europäischer Ebene zu verabschieden. Der politische Wille hierzu ist jedoch nicht zu erkennen.

Die Betonung der staatlichen Verantwortung zur Kontrolle und Regulierung der Unternehmen, die auch Investitions- und Handelsübereinkommen einschließt, wie auch der eingemahnte Opferschutz, bieten genügend Anknüpfungspunkte für weitergehende gesetzliche Maßnahmen.

Eine andere Konzeption gesellschaftlicher Verantwortung

Auf der Basis der vorhergehenden Analyse werden in diesem Zusammenhang folgende NeSoVe -Anforderungen abgeleitet:

Corporate Social Responsibility (CSR) kann nicht als ein allseits akzeptiertes Konzept betrachtet werden. Vielmehr haben die verschiedenen gesellschaftlichen AkteurInnen ganz unterschiedliche Vorstellungen hinsichtlich einer Ökonomie, die den Interessen von Mensch und Umwelt verpflichtet und nach Kriterien der Nachhaltigkeit gestaltet ist. Daher sollte die österreichische CSR-Politik den Diskurs darüber in den Mittelpunkt stellen, was gesellschaftlich wünschenswerte Verhaltensweisen eigentlich sind, wer darüber entscheidet bzw. auf welchen Wegen sie erreichbar sind. Dabei ist insbesondere der Frage breiter Raum zu geben, in welchem Verhältnis freiwillige Instrumente wie CSR zu gesetzlicher Regulierung stehen.

Die nach neoliberalen Grundsätzen vorangetriebene Globalisierung und die damit verbundenen Deregulierungs- und Privatisierungsstrategien begünstigen den Abbau von sozialen Errungenschaften und treiben die Zerstörung der Umwelt voran. Dem kann durch freiwillige Entscheidungen auf betrieblicher Ebene – auch bei besten Intentionen – nur sehr beschränkt entgegengewirkt werden. Gerade angesichts der aktuellen Finanzkrise zeigt sich die Notwendigkeit verbindlicher und effektiver Regulierung zum Schutz aller Beteiligten.

Turbokapitalismus und gesellschaftliche Verantwortung sind nicht kompatibel. Daher muss die österreichische CSR-Politik eine Diskussion über Alternativen zum neoliberalen kapitalistischen Wirtschaftssystem genauso einschließen wie Optionen, die Fehlentwicklungen der letzten Jahrzehnte (z.B. Teilprivatisierung des Pensionssystems) wieder rückgängig zu machen.

Eine österreichische CSR-Politik kann sich daher auch nicht auf Fördermaßnahmen und die Regulierung der Rahmenbedingungen von CSR-Aktivitäten beschränken. Vielmehr braucht es beispielsweise verbindliche Regeln zur Berichterstattung für Unternehmen mit aussagekräftigen Indikatoren und Benchmarks.

Darüber hinaus sollen diese Bemühungen verknüpft werden mit der Überprüfung existierender gesetzlicher Bestimmungen bzw. der Ermittlung von Regelungslücken (z.B. in den Bereichen Steuern, Soziales, ArbeitnehmerInnen-, Verbraucherschutz und Umweltschutz) und das sowohl auf nationaler als auch auf europäischer und internationaler Ebene.

Darauf aufbauend sollen entsprechende politische Maßnahmen zur Einführung neuer oder Verbesserung vorhandener gesetzlicher Grundanforderungen für alle Unternehmen abgeleitet werden. Primär ist gesellschaftlich verantwortliches Handeln über für alle Unternehmen gültige gesetzliche Regelungen oder kollektivvertragliche Vereinbarungen herzustellen. Dementsprechend muss ein österreichischer CSR-Aktionsplan vorwiegend regulative Massnahmen vorsehen.

Ausgangspunkt für regulative wie freiwillige Maßnahmen sollten die von österreichischen Interessensgruppen einschließlich der von NGOs identifizierten Hauptprobleme bzw. Schwerpunkte sein. Darauf aufbauend sollten konkrete Ziele in allen relevanten Handlungsfeldern (ArbeitnehmerInnenschutz, Umweltschutz, Verbraucherschutz, etc.) samt Benchmarks definiert und die Maßnahmen zu ihrer Erreichung festgelegt werden.

Zu diesem Zweck sollte eine Serie von themenspezifischen Veranstaltungen abgehalten werden. Im Folgenden werden mehrere Beispiele angeführt, die im Laufe des weiteren Diskurses erweitert, ergänzt und ggfs. modifiziert werden sollen.

Einige der Vorschläge wurden der Studie „Der ‚Public Policy Case for CSR‘ – Rahmenbedingungen für einen starken CSR-Business Case – Diskussionsgrundlage für eine österreichische CSR-Strategie“ (E. Angerler, B. Ungericht, 2011) entnommen.

Beispiele für relevante Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung und mögliche Maßnahmen

Beispiel Arbeitswelt

Untersuchungen zeigen, dass ein erheblicher Anteil der ArbeitnehmerInnen mit ihrem Job unzufrieden ist – und das mit steigender Tendenz! Dafür verantwortlich sind etwa zunehmende Belastungen, unsichere Arbeitsplätze wie auch Diskriminierung. Dies spricht nicht nur für eine umfassende Überprüfung der vorhandenen einschlägigen gesetzlichen Regelungen (z.B. ArbeitnehmerInnenschutzgesetz, Gleichstellungsgesetz) sondern auch für die Ausweitung der betrieblichen Mitbestimmung und der Demokratisierung sowie Verpflichtung auf Gemeinwohlorientierung der Wirtschaft. Von zentraler Bedeutung ist auch das Zurückdrängen präkarisierter Arbeitsverhältnisse. Gesellschaftlich verantwortliche Unternehmen müssen sich zur Eliminierung atypischer Arbeitsverhältnisse bekennen. Darüber hinaus könnten freiwillige Benchmarks (z.B. regelmäßige unabhängige Messung der Arbeitszufriedenheit im Unternehmen mittels standardisierter Verfahren sowie Veröffentlichung der Ergebnisse, die Vergleiche mit anderen Unternehmen zulassen) abgeleitet werden.

Beispiel Menschen mit Behinderungen

Ein Ziel könnte auch die verstärkte Eingliederung von Menschen mit Behinderung in den Arbeitsprozess sein. Dabei wäre die relevante gesetzliche Regelung (Behinderteneinstellungsgesetz) zu überprüfen (z.B. ob die zu entrichtende Ausgleichstaxe bei Nichteinstellung hoch genug ist). Gleichzeitig könnte man aber auch entsprechende steuerliche Anreize zur verstärkten Einstellung fixieren (wenn also die Ausgleichstaxe nicht in Anspruch genommen wird). Als gesellschaftlich verantwortliches Handeln könnte dann die Nichtinanspruchnahme der Ausgleichstaxe definiert und in freiwilligen CSR-Richtlinien verankert werden.

Einkommensverteilung

Die immer ungleichere Einkommensverteilung (Reiche werden reicher, Arme werden ärmer) ist nicht nur höchst unsozial, sondern wirtschaftspolitisch kontraproduktiv, da die zurückbleibende Reallohnentwicklung zu entsprechenden Kaufkraftverlusten und damit zu

Nachfragerückgängen und Wachstumsschwäche führt. Die Umverteilung von den Arbeits- zu den Besitzeinkommen ist eine der zentralen Ursachen der derzeitigen wirtschaftlichen Krise. Investitionen in die Realwirtschaft wurden zugunsten spekulativer Anlagen zurückgestellt. Besonders empörend ist die ungleiche Bezahlung von Frauen und Männern. Eine radikale Umverteilung von oben nach unten bzw. Abschaffung geschlechtsspezifischer Lohnunterschiede muss daher ein zentraler Aspekt einer glaubwürdigen Politik der gesellschaftlichen Verantwortung sein. Mögliche Maßnahmen beinhalten u.a. ausreichende gesetzliche bzw. kollektivvertragliche Mindestlöhne, effektive Besteuerung von Vermögen und hohen Gehältern sowie volle Transparenz bei Gehältern. Die diesbezüglichen Bestimmungen des Gleichbehandlungsgesetzes könnten etwa freiwillig auch von (noch) nicht betroffenen Unternehmen umgesetzt werden. Auf freiwilliger Ebene könnte auch eine Festlegung einer Obergrenze der Lohnspreizung - Verhältnis von höchsten zu niedrigsten Löhnen - festgelegt werden (z.B. von 7:1).

Beispiel Finanzsektor

Die neoliberale Politik der Deregulierung hatte ganz besonders negative Auswirkungen im Finanzsektor. Der „Casino-Kapitalismus“ mit seinen finanziellen Kartenhäusern, die mit fragwürdigen Finanzprodukten (Wettpapiere und verbrieftete Schulden) gebaut wurden, der sich durch hemmungslose Spekulation - auch mit Rohstoffen und gegen Staaten - auszeichnet, muss durch Vergesellschaftung und Regulierung gebändigt werden. Von zentraler Bedeutung sind Verbote von bestimmten Finanzprodukten sowie Beseitigung von Steueroasen und „Offshore-Finanzplätzen“ sowie Einführung einer Finanztransaktionssteuer. Besonders fragwürdig ist auch der Bereich des sogenannten ethischen Investments (Socially Responsible Investment) mit seinen überwiegenden Pseudo-Regeln (wie oben dargestellt). Eine kritische Evaluierung dieser „Regeln“ bzw. die Ausarbeitung von Alternativen muss daher auch ein zentraler Aspekt eines österreichischen CSR- Aktionsplanes sein.

Beispiel Werbewahn

Ein weiteres Beispiel wäre die Zurückdrängung der immer weiter um sich greifenden Werbung sowie die Bekämpfung von irreführenden Marktpraktiken. In diesem Zusammenhang könnten die einschlägigen Rechtsvorschriften (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, UWG, bzw. die EU Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) daraufhin überprüft werden, ob sie streng genug (z.B. hinsichtlich an Kinder gerichtete Werbung) und wirkungsvoll sind (es gibt ja keine Behörde, die Marktüberwachung betreibt). Weiters könnten auch die freiwilligen Werbebeschränkungen der Industrie (Selbstbeschränkungscode) evaluiert werden. Daneben könnte man auch überlegen, ob die freiwillige Selbstkontrolle der Wirtschaft (Werberat) nicht besser durch eine wirtschaftsunabhängige Einrichtung, oder zumindest eine Multistakeholder-Plattform ersetzt werden könnte.

Beispiel Energie – Gebäude und Mobilität

Gebäude (Heizung, Warmwasser) und Mobilität sind für über 60% des Energieverbrauchs in Österreich verantwortlich (Energienstatus Österreich 2011, BMWFJ). Dort gibt es auch die größten Sparpotentiale. Zentrale Strategien sind dabei Wärmedämmung von Gebäuden (besonders des Altbestandes), Reduktion des Verkehrs und effizientere Transportmittel. Überprüft bzw. verschärft werden sollten etwa veraltete Bauvorschriften und wenig anspruchsvolle gesetzliche Bestimmungen zur Energieeffizienz von Automobilen oder auch unzureichende Besteuerung von Spritfressern. Von gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmen können in beiden Bereichen vorbildliche Leistungen erwartet werden. Das bedeutet zum Beispiel, dass neue Gebäude mindestens der Stufe A des Energieausweises entsprechen bzw. existierende Gebäude in absehbarer Zeit auf dieses Niveau gebracht werden. Sie sollten auch dafür Sorge tragen, dass der durchschnittliche CO₂-Ausstoß der PKW-Flotte bei maximal 140g CO₂/km liegt. Neue Fahrzeuge sollten bei max. 120g CO₂/km liegen. Derart sollten Benchmarks für den Energieverbrauch (und weitere Umweltparameter) auch in anderen Bereichen (z.B. industrielle Prozesse) definiert werden.

Beispiel Unternehmensaktivitäten außerhalb Österreichs

International tätige größere Unternehmen sollten - insbesondere in Ländern mit unzureichend entwickelter Gesetzgebung und/oder mangelhaftem Gesetzesvollzug - klare und verbindliche rechtliche Vorgaben unter Einbeziehung der gesamten Lieferkette erhalten und für ihre Handlungen rechenschaftspflichtig gemacht werden. Dazu gehören völkerrechtlich verbindliche Regeln für große Unternehmen, rechtlich verbindliche Sorgfalts- und Berichtspflichten, verbindliche Verankerung der Menschenrechte in internationalen Wirtschafts- und Investitionsabkommen, verbindliche Regeln für Exportförderung, verbindliche Beschwerde- und Sanktionsmechanismen ebenso wie auch die internationale Rechtsdurchsetzung von betroffenen Opfern. Es sollte auch sichergestellt werden, dass Österreich alle relevanten Normen der ILO ratifiziert (z.B. Kinderarbeit) und österreichische Unternehmen für ihr Handeln in anderen Staaten nach österreichischen Kriterien haftbar zu machen sind. Das umfasst auch ein Unternehmensstrafrecht wie eine Änderung des Internationalen Privatrechts. Auf freiwilliger Ebene können insbesondere Transparenzpflichten über die allgemeinen Anforderungen hinaus diskutiert werden, sowie die Einführung einer Menschenrechtsklausel in die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Unternehmen in internationalen Handelsbeziehungen.

Beispiel (öffentliche) Beschaffung

Der „Österreichischer Aktionsplan zur nachhaltigen öffentlichen Beschaffung“ enthält Umweltkriterien für 16 Beschaffungsgruppen (Mindestanforderungen), für die es allerdings noch keine verbindliche Zielquoten gibt (ist für 2012 vorgesehen). Damit wurde ein erster, wichtiger Schritt gesetzt. Die Integration von sozialen Kriterien ist vorgesehen. Man sollte sicherstellen, dass diese Kriterien wie auch die Zielquoten anspruchsvoll genug ausfallen. Dieses Regelwerk sollte aber auch außerhalb staatlicher Stellen zum Einsatz kommen und daher Bestandteil von Regelwerken der gesellschaftlichen Verantwortung werden.

Vorhandene Richtlinien im Bereich von CSR zeichnen sich vielfach durch ausgeprägte Substanzlosigkeit und mangelnde konkrete normative Vorgaben aus, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß (z.B. ISO 26000, Global Compact, Principles for Responsible Investment, GRI, EMAS, ISO 14001, Respect Leitlinien, ONR 192500 etc.). Charakteristisch ist, dass diese Instrumente der Industrie weitgehende Gestaltungsfreiheit einräumen, kaum greifbare und anspruchsvolle Performance-Anforderungen oder Berichtspflichten mit geringer Aussagekraft enthalten (d.h. ohne Vergleichbarkeit oder Benchmarks). Sie eignen sich daher eher für Marketingzwecke, jedoch nicht für anspruchsvolle Politik im Sinne der Nachhaltigkeit. Ein österreichischer Aktionsplan muss daher diese vorhandenen Regelwerke im Bereich CSR auf den Prüfstand stellen und anspruchsvollere Alternativen erarbeiten.

Es ist sehr schwierig - wenn nicht unmöglich - anspruchsvolle Kriterien umfassend auf allgemeiner Ebene zu definieren. Daher ist auch ein österreichisches CSR-Gütezeichen, welches nur solche Kriterien enthält, wenig sinnvoll. Es ist unumgänglich, sektorspezifische „Best-practice“-Dokumente mit klaren Benchmarks und Berichtspflichten zu erarbeiten. Man sollte sich bewusst sein, dass mit allgemeinen, „weichen“, eher managementorientierten Kriterien vorhandene substanzielle Regeln ausgehebelt werden können, also z.B. das Umweltzeichen im Bereich Tourismus oder Gütekriterien im Bereich Biolandbau. Die Ausarbeitung der in Österreich anwendbaren freiwilligen wie verbindlichen Regeln gesellschaftlicher Verantwortung müssen im Rahmen eines demokratisch legitimierten politischen Prozesses erfolgen, wobei die Positionen aller relevanten Interessengruppen angemessen berücksichtigt werden sollen. Wo möglich sollten diese Anforderungen (verbindliche Grundanforderungen wie freiwillige Benchmarks auf hohem Niveau) in einem gemeinsamen Prozess festgelegt werden.

Mit Anreizen, Förderungen bzw. finanziellen Zuwendungen für CSR-Aktivitäten sollte man vorsichtig umgehen. Eine finanzielle Förderung sollte - wenn überhaupt - ausschließlich an die Erfüllung von (weitgehend noch nicht vorhandenen) anspruchsvollen und selektiven Anforderungen geknüpft werden, die eben nicht von jedem erfüllt

werden können. Als Vorbild könnte das EU-Umweltzeichen dienen, welches definitionsgemäß nur den besten 10-20% der Produkte vorbehalten ist. Gesellschaftlich verantwortliches Handeln bedarf nicht nur der Setzung von Regeln und von Anreizen, sondern bedarf auch der Sanktionen im Falle gegenteiliger Verhaltensweisen („carrots and sticks“). Hier ist das Öffentlichmachen von fragwürdigen Handlungen der Wirtschaft durch „Watch-Dogs“ von zentraler Bedeutung. Solche Aktivitäten einschließlich entsprechender Internetplattformen sollten jedenfalls gefördert werden (wie etwa die kürzlich in Deutschland mit Unterstützung der Regierung gegründete Plattform „Lebensmittelklarheit“, bei der sich VerbraucherInnen über irreführende Lebensmittelkennzeichnung beschweren können). Dies schließt auch die Vergabe eines Negativpreises mit ein (z.B. nach dem Vorbild der deutschen Organisation Foodwatch, welche den Preis „Goldener Windbeutel“ für die dreiste Werbelüge im Lebensmittelbereich vergibt, oder in Anlehnung an den Public Eye Award, der von den Schweizer Organisationen „Erklärung von Bern“ und Greenpeace gestiftet wird).

Existierende Systeme und Regelungen für Akkreditierung und Zertifizierung scheinen für den Bereich CSR wenig geeignet zu sein, da adäquates gesellschaftliches Handeln Wertmaßstäbe bzw. Beurteilungen einschließt, die sich nur partiell objektivieren lassen. (So lässt sich die Frage schwer beantworten, wann Werbung irreführend oder Löhne angemessen sind). Hier müssen neue Wege beschritten werden, welche die Beteiligung von Interessengruppen bei der Verifizierung im Rahmen staatlicher Kontrollinstanzen vorsehen (z.B. Bestätigung der Gewerkschaft, dass das Unternehmen die Gründung eines Betriebsrates nicht behindert hat). Eine rein privatwirtschaftlich organisierte Zertifizierung ist nicht sinnvoll, da die wirtschaftliche Abhängigkeit der ZertifiziererInnen von den Unternehmen eine unabhängige Prüfung kaum zulässt.

Impressum

Eigentümer, Herausgeber und Verleger

Netzwerk Soziale Verantwortung
Erdbergstraße 10/37, 1030 Wien
Tel.: +43/1/230 10 30 37
Fax.: +43/1/230 10 30 66
ZVR-Nummer: 069638267
office@sozialeverantwortung.at
www.sozialeverantwortung.at

Bankverbindung

BAWAG
BLZ: 14000
Konto Nr.: 17110-026-943

Redaktion

Dr. Franz Fiala
Ass.jur. Marieta Kaufmann

Layout

Christoph Lepka
office@christophleпка.at

Druck

Wienwork
Integrative Betriebe und AusbildungsGmbH