



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Freiwilligkeit von CSR-Maßnahmen?

Positionen unterschiedlicher Akteure in Österreich.

Verfasser

Mag. phil. Sebastian Kuehs

Angestrebter akademischer Grad

Magister (Mag.)

Wien, Oktober 2012

Studienkennzahl: A 057 390

Studienrichtung: Internationale Entwicklung

Betreuer: Ao. Univ.-Prof. Dr. Margarete Maria Grandner

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	4
Tabellenverzeichnis	4
Abkürzungsverzeichnis	4
1. Einleitung	7
1.1 Erkenntnisinteresse und Einbettung der Forschungsfragen.....	9
1.2 Methodische Vorgehensweise und inhaltliche Strukturierung.....	12
2. CSR – Eine Einführung	14
2.1 Historische Grundrisse und Ausbreitung von CSR.....	15
2.1.1 Entstehungsgeschichte von CSR	15
2.1.2 Bedeutungszuschreibungen oder die gesellschaftliche Relevanz von CSR.....	17
2.1.3 Globale Ausbreitung des CSR Konzepts.....	22
2.3 Der Versuch einer Systematisierung eines unsystematischen Ansatzes	23
2.3.1 Die CSR-Pyramide nach Carroll	25
2.3.2 Die CSR Definition der Europäischen Kommission	26
2.3.3 Zentrale Merkmale von CSR.....	28
2.3.3.1 CSR und Nachhaltige Entwicklung.....	28
2.3.3.2 CSR und Stakeholder Beziehungen.....	31
2.4 Der Prozess der Positionierung der EU zu CSR.....	33
2.5 Freiwillige Internationale Richtlinien und Initiativen	40
2.5.1 Der UN Global Compact	41
2.5.2 Die Global Reporting Initiative	44
2.5.3 OECD Leitlinien für multinationale Unternehmen	48
2.5.4 ISO-Norm 26000 zur gesellschaftlichen Verantwortung.....	50
2.5.5 Zwischenfazit.....	51
2.6 Freiwilligkeit oder Reglementierung? – Chancen und Risiken von CSR	53
2.6.1 CSR und das Dilemma der Freiwilligkeit.....	56

2.6.1.1 CSR – Zwischen Freiwilligkeit und Zwang	59
2.6.2 CSR als diskursives Feld	61
2.6.3 Ansichtssache – Von der Rolle der Wirtschaft innerhalb der Gesellschaft	63
3. Akteursanalyse – Akteure des Dialogs zu CSR in Österreich	68
3.1 Geschichte der CSR Debatte in Österreich	69
3.1.1 Ursprünge der österreichischen Nachhaltigkeitsdebatte	69
3.1.2 Die Anfänge des österreichischen CSR Diskurses.....	72
3.2 CSR Diskurs in Österreich	75
3.2.1 Wesentliche Diskursakteure in Österreich	75
3.2.2 Positionen der Diskursakteure.....	77
3.3 Analyse der Hauptdiskursakteure.....	81
3.3.1 AK – Arbeiterkammer.....	82
3.3.2 WKO – Wirtschaftskammer Österreich	85
3.3.3 respACT – Austrian business council for sustainable development.....	88
3.3.4 NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung.....	90
4. Empirische Untersuchung	95
4.1 Das Erhebungs- und Aufbereitungsverfahren	97
4.1.1 Die Erhebungsmethode – ExpertInneninterviews.....	97
4.1.2 Dokumentation wesentlicher Aspekte der Datenerhebung	98
4.1.3 Das Aufbereitungsverfahren	99
4.2 Das Auswertungsverfahren	100
4.2.1 Die Auswertungsmethode – Qualitative Inhaltsanalyse.....	100
4.2.2 Durchführung der Auswertung – Kategorienbildung.....	106
4.3 Forschungsergebnisse.....	108
4.3.1 Darstellung der Forschungsergebnisse.....	109
4.3.2 Interpretation der Ergebnisse	120
5. Conclusio.....	129
I Literaturverzeichnis	134
II Anhang.....	143

Interview AK	143
Interview WKO	150
Interview respACT	159
Interview NeSoVe	164
III Kurzzusammenfassung	168
IV Abstract	168
V Lebenslauf.....	169

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die zehn Prinzipien des Global Compact.....	43
Abbildung 2: Allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell.....	101
Abbildung 3: Ablaufmodell zusammenfassender Inhaltsanalyse.....	103

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Interne und externe Dimension von CSR im EU-Grünbuch.....	31
Tabelle 2: Darstellung der Kategorien	106

Abkürzungsverzeichnis

ADA	Austrian Development Agency
AGEZ	Arbeitsgemeinschaft Entwicklungszusammenarbeit
AK	Arbeiterkammer
AKG	Arbeiterkammergesetz
BIM	Ludwig-Boltzmann-Institut für Menschenrechte
BMASK	Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
BMLFUW	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
BMWFJ	Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend
CERES	Coalition for Environmentally Responsible Economies
CSR	Corporate Social Responsibility
COP	Communication on Progress
ECCJ	European Coalition for Corporate Justice
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
EMS	European Multi-Stakeholder-Forum
EU	Europäische Union
EZA	Entwicklungszusammenarbeit
GC	Global Compact
gedifo	Gesellschaftspolitisches Diskussionsforum
GRESEA	Research Group for an Alternative Economic Strategy

GRI	Global Reporting Initiative
GUV	Gesellschaftliche Unternehmensverantwortung
ILO	International Labour Organization
IMF	International Monetary Fund
IPP	Integrated Product Policy
ISO	International Organization for Standardization
IV	Industriellenvereinigung
KMU	Klein- und Mittelbetriebe
LK	Landwirtschaftskammer
NeSoVe	Netzwerk Soziale Verantwortung
NGO	Nichtregierungsorganisation
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OEZA	Österreichische Entwicklungszusammenarbeit
ÖGB	Österreichischer Gewerkschaftsbund
OHCHR	Office of the High Commissioner for Human Right
respACT	Responsible Action
SA	Social Accountability
SAI	Social Accountability International
SR	Social Responsibility
SRI	Social Responsible Investment
UDHR	Universal Declaration on Human Rights
UN	United Nations
UNDP	United Nations Development Programme
UNEP	United Nations Environment Programme
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization
UNO	United Nations Organization
UNODC	United Nations Office on Drugs and Crime
UPJ	Bundesinitiative Unternehmen: Partner der Jugend
VÖGB	Verband Österreichischer Gewerkschaftlicher Bildung
WCED	World Commission on Environment and Development
WKG	Wirtschaftskammergesetz
WKO	Wirtschaftskammer Österreich
WTO	World Trade Organization

1. Einleitung

Mit der gegenwärtigen Finanzkrise haben Forderungen nach einer Regulierung des Wirtschaftssystems wieder an Aktualität gewonnen. Bereits vor der Krise ließ sich ein gesellschaftliches Umdenken in Richtung eines nachhaltigen Umgangs mit Mensch und Natur feststellen. So fand in den letzten Jahren eine breite gesellschaftliche Debatte über Formen nachhaltiger Entwicklung oder über Auslöser, mögliche Folgen und Maßnahmen gegen den Klimawandel statt. Ebenso wurden zivilgesellschaftliche Forderungen nach verbessertem Umweltschutz und einer Eindämmung von Nahrungsmittelspekulationen immer lauter. Gleichzeitig schlägt sich dieser gesellschaftliche Wertewandel in Konsumententscheidungen nieder. Bemerkbar wird dies durch die gesteigerte Nachfrage nach biologisch produzierten Lebensmitteln oder Produkten, die Tierschutz und Umweltschutzstandards erfüllen, fair gehandelt oder unter sozialverträglichen Arbeitsbedingungen produziert werden.

Besonders mit dem gegenwärtig zu beobachtenden Phänomen einer globalisierten Marktwirtschaft – in Form von globalen Netzwerken, wie internationalen Handelsbeziehungen oder globalen Produktionsprozessen – sind Forderungen nach international gültigen sozialen und ökologischen Mindeststandards für Unternehmensaktivitäten höchst aktuell. Unternehmen sollen demnach Verantwortung für ihre Handels- und Produktpolitik übernehmen, indem sie gewisse Standards, wie die Umsetzung von Menschenrechten, sozialen Arbeitsbedingungen, Umweltschutz etc., innerhalb ihrer eigenen Unternehmenstätigkeit und auch innerhalb ihrer zunehmend global vernetzten Handels- und Zuliefererketten umsetzen.

Besonders die von zivilgesellschaftlichen Akteuren gehegten Hoffnungen auf international verbindliche Standards und Richtlinien haben sich nach mäßigen Erfolgen bei UN Konferenzen, wie den Klimakonferenzen zuletzt in Durban, Cancún und Kopenhagen oder der im Juni 2012 abgehaltenen UN Konferenz über nachhaltige Entwicklung (Rio+20) in Rio de Janeiro, nicht erfüllt. Dennoch oder gerade deshalb versuchen besonders zivilgesellschaftliche Organisationen durch die Veröffentlichung oder das Aufdecken fragwürdiger Handlungsweisen von Unternehmen Druck auszuüben, damit diese über gesetzliche Richtlinien hinaus verstärkt soziale und ökologische Verantwortung übernehmen.

Das Konzept der Corporate Social Responsibility (CSR) setzt an diesem gesellschaftlichen Umdenkprozess an. Es befasst sich in seiner Grundidee mit Fragen der Verantwortung von Unternehmen gegenüber Umwelt und Gesellschaft. Allgemein wird CSR – in Anlehnung an das Paradigma der Nachhaltigkeit – als eine Möglichkeit gesehen, um Unternehmen zur Verantwortung für ihr Handeln gegenüber der Gesellschaft zu ziehen. Das Konzept findet dabei gegenwärtig eine zunehmende Thematisierung in wissenschaftlichen Fachdiskursen sowie in Debatten von politischen, zivilgesellschaftlichen und wirtschaftlichen Akteuren. Kaum ein in der Öffentlichkeit stehendes größeres Unternehmen kann es sich *leisten*, auf öffentlichkeitswirksame CSR Maßnahmen zu verzichten.

Obwohl CSR zu einem Modebegriff eines breiten gesellschaftspolitischen Diskurses geworden und zugleich auch ein immer wichtiger werdender Wettbewerbsfaktor für Unternehmen auf dem Markt ist, gibt es keine allgemein anerkannte Definition sowie keine einheitlichen Vorgaben bzw. Richtlinien von CSR. Weitgehend einig sind sich die Akteure darüber, dass CSR als ein Instrument verstanden wird, durch welches Unternehmen einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können. Strittig sind bislang Fragen nach Rahmenbedingungen von CSR Maßnahmen, etwa ob diese freiwillig und nach eigenem Ermessen beschlossen werden können oder bestimmte Richtlinien verbindlich beachtet werden müssten.

Besonders auf internationaler Ebene kann auf Grund weltweiter Produktionsprozesse und Handelsbeziehungen einer (freiwilligen) gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in Staaten mit geringen Sozial- und/oder Umweltstandards eine durchaus wichtige Rolle zukommen. Aspekte wie Umweltschutz oder soziale Arbeitsbedingungen können damit in den Billiglohnländern des globalen Südens durch Unternehmen gefördert und vorangetrieben werden. So spricht die Austrian Development Agency (ADA) von zahlreichen Überschneidungen zwischen den Zielsetzungen der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit (OEZA) und den Prinzipien des CSR Konzepts, vor allem hinsichtlich der Orientierung an einer nachhaltigen Entwicklung. Kritisiert wird jedoch die Tatsache, dass im Gegensatz zu den international verpflichtenden Normen in der Entwicklungszusammenarbeit für CSR Maßnahmen weder genaue Kriterien oder Standards, noch Verpflichtungen für ihre Umsetzung bestehen. Der Privatsektor gilt für die ADA als ein wesentlicher Motor für eine nachhaltige Entwicklung und als ein Instrument zur Armutsbekämpfung. Die Bedeutung einer Zusammenarbeit mit Unternehmen, die in *Entwicklungsländern* tätig sind, wird dabei hervorgehoben. Bei einer Zusammenarbeit mit

Unternehmen spielt die Überprüfung der Einhaltung von bestimmten sozialen und ökologischen Standards eine wesentliche Rolle. (vgl. ADA 2006: 2ff)

CSR Maßnahmen werden demnach eine internationale, entwicklungspolitische Relevanz zugesprochen. Die Frage, ob CSR Maßnahmen von Unternehmen auf einer freiwilligen und unverbindlichen Basis oder anhand verbindlicher und überprüfbarer Rahmenbedingungen gesetzt werden, kann als wesentlich bezeichnet werden.

1.1 Erkenntnisinteresse und Einbettung der Forschungsfragen

Nach Allen L. White (2008) befindet sich der CSR Ansatz gegenwärtig an einem Scheideweg. Nach einer Dekade, in der CSR als Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gestanden ist, befindet sich der Ansatz derzeit im Umbruch. Dabei stellt sich die Frage, ob das Konzept nur eine vorübergehende Modeerscheinung war und zukünftig an Relevanz verliert oder ob es doch eine Weiterentwicklung und Institutionalisierung erfährt. Besonders weil, nach White, CSR von Unternehmen teilweise als PR-Maßnahme missbraucht wird und damit die Grundidee des Ansatzes, dass Unternehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft für ihr Handeln übernehmen, nur bedingt erfüllt wird, steht CSR, vor allem von ArbeitnehmerInnenvertretungen und zivilgesellschaftlichen Akteuren in der Kritik. (vgl. White 2008: 267) Innerhalb des wissenschaftlichen sowie gesellschaftspolitischen Diskurses zu CSR kristallisiert sich die Frage als wesentlich heraus, ob CSR Maßnahmen rechtlich verbindlicher Reglementierungen bedürfen oder ob diese von Unternehmen selbstverantwortlich gesetzt werden sollen. Die Antwort auf diese Frage ist wichtig, da sie die Bedeutung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung bestimmt, indem sie nicht nur eine theoretische Konzeptualisierung definiert, sondern schlussendlich eine praktische Umsetzung maßgeblich vorgibt.

Auf nationaler sowie europäischer Ebene nehmen verschiedene Interessengruppen innerhalb dieses Diskurses unterschiedliche konzeptionelle Positionen ein: Allen voran fordern auf der einen Seite Wirtschaftsverbände und Unternehmen, dass CSR grundsätzlich auf dem Prinzip der Freiwilligkeit aufbauen sollte und somit vorrangig als freiwillige Unternehmensstrategie verstanden wird, die Fragen des ökonomischen Nutzens

in den Vordergrund stellt. Gleichzeitig fordern auf der anderen Seite Gewerkschaften, sonstige ArbeitnehmerInnenvertretungen sowie einige Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Regulierungsmaßnahmen und Überwachungsmechanismen bis hin zu Sanktionen bei Missbrauch innerhalb eines regulativen Systems, mit allgemeingültigen Regeln als Rahmenbedingungen. (vgl. Ungericht et al. 2008: 69)

Ausgehend von der oben dargelegten Problematik stellt sich die Frage nach unterschiedlichen Standpunkten und den Argumentationen diverser Akteure innerhalb des gesellschaftspolitischen Diskurses zu CSR Maßnahmen und deren Verankerung in Wirtschaft und Gesellschaft. Welche Vor- bzw. Nachteile werden dabei von den unterschiedlichen Akteuren in einer Freiwilligkeit bzw. Reglementierung von CSR Maßnahmen gesehen? Dies inkludiert ebenso Fragen nach verschiedenen inhaltlichen Zugängen und Konzepten von CSR sowie Fragen nach Bedeutung und Zielsetzung der jeweiligen Konzeptideen.

Um diesen Diskurs, der nicht nur innerhalb der Europäischen Union geführt wird, für die geplante Forschungsarbeit einzugrenzen, wird sich die Arbeit auf die Positionen relevanter gesellschaftspolitischer Akteure in Österreich konzentrieren. Eine Untersuchung zu Positionen österreichischer Diskursakteure ist nicht nur für österreichische Unternehmen sowie deren Zulieferketten relevant. Vielmehr hat diese ebenso Bedeutung für (Diskurs-)Prozesse innerhalb der EU, welche wiederum den globalen Diskurs zur Thematik beeinflussen kann. Somit kann an dieser Stelle von einem Zusammenhang zwischen lokalen Diskursen und globalen (Entwicklungs-) Prozessen ausgegangen werden.

Aus den oben erwähnten Aspekten lassen sich für die vorliegende Arbeit folgende Forschungsfragen ableiten:

- Welche Positionen nehmen unterschiedliche Akteure im gesellschaftspolitischen Diskurs in Österreich bezüglich der Freiwilligkeit von Corporate Social Responsibility Maßnahmen ein?
- Welche Argumente werden von den unterschiedlichen Akteuren für bzw. gegen die Freiwilligkeit von Corporate Social Responsibility Maßnahmen verwendet, welche Vor- bzw. Nachteile werden von diesen Akteuren gesehen?

Nach Bernhard Mark-Ungericht und Richard Weiskopf (2004) ist CSR als ein politischer Diskurs zu verstehen. Spezifische CSR Konzepte sind somit in gesellschaftspolitische bzw. wirtschaftspolitische Diskurse eingebettet. Diese markieren unterschiedliche Positionen, Interessen, Ansichten und wirtschaftspolitische Zielsetzungen und repräsentieren dadurch wiederum unterschiedliche normative Perspektiven einer fairen und gerechten Gesellschaft sowie Ansichten zu einer jeweils favorisierten Wirtschaftsordnung. Als politischer Diskurs muss dieser als solcher analysiert werden, da er maßgeblich das öffentliche Verständnis von CSR prägt und gleichzeitig auch Konfliktlinien zwischen unterschiedlichen Interessen aufzeigt. Darüber hinaus ist er als ein politisches Instrument zu verstehen, mit dessen Hilfe, spezifische Interessen durchgesetzt werden sollen. (vgl. Mark-Ungericht et al. 2004: 334)

So sieht Jon Burchell in CSR eine Möglichkeit, das gegenwärtige und zukünftige Verhältnis zwischen Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft zu diskutieren und zu gestalten. (vgl. Burchell 2008: 3) Der Diskurs zu CSR ist demnach nicht nur eine Debatte um ein Konzept, vielmehr behandelt er die grundlegende Thematik einer wirtschaftspolitischen Ausrichtung ebenso wie Fragen der Wirtschaftsethik. Der Diskurs impliziert somit auch eine Auseinandersetzung mit der Rolle von Wirtschaftsakteuren respektive Unternehmen innerhalb der Gesellschaft. Er fragt nach deren gesellschaftlicher Aufgabenbestimmung, sowie welcher Handlungsspielraum diesen Akteuren gewährt werden soll bzw. inwiefern sie bestimmte Grundanforderungen zu erfüllen haben. Dies umfasst ebenso Fragen nach dem Umgang mit Umwelt und Ressourcen oder mit sozialen Belangen. Inwieweit sollen diese durch gesetzliche Schutznormen reglementiert sein, inwiefern reichen freiwillige Leitlinien zur Orientierung aus?

Schlussendlich spiegelt der CSR Diskurs die Frage nach der Rolle des Marktes sowie dessen Fähigkeit als ein regelndes Prinzip für die Gesellschaft und deren Bedürfnisse wider. Inwieweit können über den Wettbewerbsmarkt gesellschaftliche Ansprüche geregelt werden und ab wann bedarf es demokratisch legitimierter, staatlicher Institutionen zur Herstellung und Absicherung gesellschaftlicher Bedürfnisse? Diese Fragen sind speziell vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Transformationsprozesse, wie sie besonders ab den 1980er Jahren durch eine globalisierte Ökonomie und einer damit einhergehenden Liberalisierung in Form von Deregulierung zu beobachten sind, höchst aktuell. (vgl. Ungericht et al. 2008: 59)

Somit geht es bei der Debatte um verbindliche oder freiwillige CSR um mehr als nur eine konzeptuelle Festlegung. Vielmehr dreht sich der Diskurs um die Frage eines verantwortungsvollen Umgangs von Unternehmen mit Mensch, Tier und Umwelt. Von der

Grundidee her stellt sich das Konzept gegen ein übergeordnetes, kurzfristiges Renditestreben und damit gegen die mit diesem Habitus der Profitmaximierung teilweise einhergehenden, negativen Aspekte wie Umweltzerstörung und Ressourcenplünderung, soziale Ausbeutung und inhumane Arbeitsbedingungen. CSR kann demnach als eine Möglichkeit verstanden werden, den negativen Folgen eines globalisierten Kapitalismus entgegenzuwirken. Die Frage nach internationalen verbindlichen sozialen und ökologischen Richtlinien und Mindeststandards spielt besonders in Staaten mit niedrigen Sozial- und Umweltstandards oder schwacher staatlicher Durchsetzungskraft eine besondere Rolle.

1.2 Methodische Vorgehensweise und inhaltliche Strukturierung

Die geplante Forschungsarbeit ist als eine qualitative zu begreifen. Die Untersuchung soll dabei nicht in Form eines linearen und vorstrukturierten Forschungsprozesses ablaufen, vielmehr handelt es sich um einen offenen Prozess. Durch die relative Offenheit gegenüber dem Forschungsgegenstand kann die Forschungstätigkeit als ein zirkulärer Prozess verstanden werden, in welchem durch eine permanente Reflexion die Relevanz der verwendeten Methode, Theorien, Begriffe sowie Kategorien für das Gegenstandsfeld immer wieder aufs Neue überprüft werden kann. (vgl. Flick 1995: 126f.)

Die Arbeit gliedert sich in einen theoretischen sowie in einen empirischen Teil.

Im ersten Teil erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem wissenschaftlichen und politischen Diskurs zu CSR allgemein sowie, in weiterer Folge, mit der Thematik der Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen, um damit das Forschungsthema theoretisch abzugrenzen sowie relevante Begriffe für die Arbeit zu definieren. Thematisiert werden dabei Entstehungsgeschichte und gesellschaftliche Relevanz von CSR sowie die globale Ausbreitung und wachsende internationale Bedeutung des Konzepts. Darüber hinaus erfolgt eine Darstellung und Diskussion darüber, wie sich die Europäische Kommission zu CSR positioniert sowie der bestehenden relevanten, internationalen Richtlinien und Initiativen für eine gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Abschließend werden Chancen und Risiken des CSR Konzepts vor dem Hintergrund

gesellschaftspolitischer Debatten mit besonderer Fokussierung auf die Thematik der Freiwilligkeit diskutiert.

In einem zweiten Schritt erfolgt im Zuge einer Akteursanalyse die Darstellung bedeutender gesellschaftspolitischer (Dialog-)Protagonisten in Österreich. Dabei wird zuerst die Entstehungsgeschichte der österreichischen Debatte zu Nachhaltigkeit und CSR thematisiert, um darauf aufbauend österreichische Diskursakteure und deren Positionen zu CSR darzustellen. Anschließend werden vier wesentliche österreichische Akteure und deren Positionen und Bedeutungszuschreibungen an das CSR Konzept einer genaueren Analyse unterzogen, die vor allem für den daran anschließenden empirischen Teil relevant sein wird.

Der empirische Teil hat zum Ziel, für die Beantwortung der Forschungsfragen ein genaueres Datenmaterial zu erhalten, welches zu den Erkenntnissen aus der Akteursanalyse ergänzend herangezogen werden kann. In diesem Kapitel erfolgt zuerst eine Darstellung und Diskussion der Erhebungs- und Auswertungsmethode. Anhand von ExpertInneninterviews werden die Positionen von vier relevanten österreichischen Diskursakteuren zu CSR erhoben, wobei der Fokus vor allem auf das Prinzip der Freiwilligkeit gelegt wird. Das gewonnene Datenmaterial wird anhand einer zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring (2007) ausgewertet. Daraufhin werden die gewonnenen Ergebnisse aus den Interviews sowie aus den Akteursanalysen des vorhergehenden Kapitels interpretiert.

Den Abschluss der Arbeit bilden ein Vergleich sowie eine Diskussion der Ergebnisse, die sich aus den Erkenntnissen des Theorieteils, den Positionen der unterschiedlichen Akteure sowie den Ergebnissen der Interviews zusammensetzen.

2. CSR – Eine Einführung

Im vorliegenden Theorieteil der Arbeit wird eine Auseinandersetzung mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility vorgenommen. Dadurch soll ein theoretischer Rahmen erarbeitet werden, anhand dessen das Gegenstandsfeld konkretisiert wird sowie relevante Begriffe für die Arbeit definiert werden.

Grundsätzlich geht es beim Konzept der Corporate Social Responsibility um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Obwohl das Konzept gegenwärtig eine verstärkte Thematisierung erfährt, bestehen weder eine allgemein anerkannte Definition noch einheitliche Richtlinien bzw. Vorgaben. Dabei findet der CSR Ansatz nicht nur eine zunehmende Relevanz innerhalb einer betriebswirtschaftlichen Praxis. Er ist vielmehr Gegenstand eines breiten gesellschaftspolitischen Diskurses, welcher sich quer durch wirtschaftliche als auch zivilgesellschaftliche Bereiche zieht und ebenso innerhalb eines wissenschaftlichen Fachdiskurses eine immer größere Beliebtheit erfährt.

Im Rahmen des vorliegenden Kapitels wird vor dem Hintergrund der in der Arbeit zentralen Themenstellung der Blick weniger auf CSR als Managementansatz – als betriebswirtschaftliches Instrument – gerichtet, vielmehr erfolgt eine Auseinandersetzung mit dem wissenschaftlichen, aber auch politischen Diskurs zu CSR.

Um eine für die Arbeit fruchtbare Annäherung an das Konzept der CSR zu erhalten, wird in einem ersten Schritt ein kurzer historischer Blick auf die Entstehungsgeschichte von CSR geworfen. Daran anschließend wird der Frage der gesellschaftlichen Relevanz von CSR nachgegangen. Bestimmte gesellschaftspolitische Entwicklungsprozesse, so die These hier, stehen dabei eng mit den Erwartungen und Zuschreibungen an das Konzept in einem Zusammenhang und haben es somit nachhaltig mitgeprägt. In diesem Zusammenhang wird ebenso die globale Ausbreitung sowie die wachsende internationale Bedeutung von CSR thematisiert.

In einem nächsten Schritt erfolgt der Versuch einer theoretischen Systematisierung des CSR Ansatzes. Dabei wird mit der „CSR Pyramide“ nach Archie B. Carroll sowie mit der in der einschlägigen (europäischen) Literatur häufig herangezogenen CSR Definition der Europäischen Kommission von 2001 ein weites und ein enges CSR Verständnis dargestellt, mit Hilfe derer die konzeptionelle Unschärfe von CSR überwunden und zentrale Merkmale hervorgehoben werden sollen. Um die politische Bedeutung des

Konzepts zu unterstreichen, wird dann der Prozess der Positionierung der Europäischen Kommission zu CSR diskutiert. Diese Position hat nicht nur zur vermehrten Auseinandersetzung mit CSR innerhalb der Europäischen Union beigetragen, sondern hat sich auch wesentlich auf die inhaltliche Ausrichtung ausgewirkt.

Des Weiteren werden bestehende relevante internationale Richtlinien und Initiativen dargestellt und diskutiert. Zum Abschluss dieses Theoriekapitels erfolgt eine Diskussion zur Thematik der Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen. Dabei werden Chancen und Risiken von CSR vor dem Hintergrund eines breiten gesellschaftspolitischen Diskurses erörtert, welcher auch in einem engen Zusammenhang mit der Frage nach der Rolle der Wirtschaft in der Gesellschaft steht.

2.1 Historische Grundrisse und Ausbreitung von CSR

Im vorliegenden Unterkapitel erfolgt ein überblicksartiger historischer Blick auf die Entstehungsgeschichte des CSR Ansatzes, anhand welchem eine Annäherung an den durchaus heterogenen Ansatz erarbeitet werden soll. Es erscheint sinnvoll bestimmte gesellschaftspolitische Entwicklungsprozesse zu diskutieren, nicht nur um einerseits die gesellschaftliche Relevanz von CSR zu ergründen, sondern auch um andererseits dessen inhaltliche Bedeutungszuschreibungen zu verstehen, welche die Bedeutung von CSR maßgeblich mitbestimmt haben. Anschließend werden die globale Ausbreitung des Ansatzes sowie die wachsende internationale Bedeutung von CSR thematisiert.

2.1.1 Entstehungsgeschichte von CSR

Schon um 1900 lassen sich erste soziale Engagements von Unternehmen, damals vor allem in ihrem lokalen Umfeld, feststellen. (vgl. Mühle 2010: 17) Ein erster wissenschaftlicher Diskurs zu CSR findet sich ab den 1950er Jahren in den USA. Archie B. Carroll (1999) sieht den Ursprung der Debatte zur sozialen Verantwortung von Unternehmen in dem im Jahr 1953 erschienenen Werk von Howard R. Bowen „Social Responsibility of a Businessman“. Auch wenn sich schon vor Mitte des 20. Jahrhunderts ähnliche

Überlegungen finden lassen, sieht Carroll das Werk Bowens als Beginn einer modernen Debatte zur Thematik und Bowen damit als „Father of Corporate Social Responsibility“, da dieser als einer der ersten der jüngsten Vergangenheit eine soziale Verantwortung von Geschäftsleuten eingefordert hat: (vgl. Carroll 1999: 269f.; vgl. Bowen 1953: 6)

“It refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society.” (Bowen 1953: 6 zit. nach Carroll 1999: 270)

Auf Grund des großen Einflusses, welche die Wirtschaft auf das Leben der BürgerInnen hat, sollen UnternehmerInnen ihr Handeln an den Bedürfnissen und Erwartungen der Gesellschaft orientieren. Bowen markiert mit dieser Forderung ein erstes Umdenken – dass gesellschaftliche Interessen über die der UnternehmerInnen, welche sich hauptsächlich auf die Gewinnmaximierung konzentrieren, zu stellen sind. Während bei Bowen die UnternehmerInnen selbst im Fokus seiner Überlegungen stehen, erweitert Keith Davis 1967 diese auf Unternehmen als handelnde Akteure innerhalb der Gesellschaft. Damit wird den Unternehmen als Organisationen eine zentrale Bedeutung für die gesellschaftliche Entwicklung zugeschrieben, welche sich ihres Einflusses sowie ihrer Macht innerhalb der Gesellschaft bewusst werden sollen. (vgl. Carroll 1999: 270ff.; vgl. Loew et al. 2004: 19f.; vgl. Davis 1967)

In den 1960er Jahren lässt sich eine vermehrte wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem CSR Konzept feststellen. Besonders ab den 1970ern kam es zu ersten empirischen Untersuchungen und damit einhergehend zu vermehrten Versuchen, eine Definition von CSR zu erarbeiten. Dies hatte zur Folge, dass der Ansatz der CSR zunehmend spezifischere Formen annahm. Gleichzeitig tauchten ebenso erste alternative Konzepte mit unterschiedlichen Schwerpunkten auf. In den 1980er und 1990er Jahren kam es nach Archie B. Carroll zu einer weiteren wissenschaftlichen Vertiefung des CSR Konzeptes, weiteren Definitionsversuchen sowie zur Entwicklung weiterer alternativer theoretischer Konzepte. Hierzu sind exemplarisch das Konzept der *Corporate Citizenship*, der *Corporate Social Performance* oder die *Stakeholder Theorie* zu erwähnen. Auch wenn die alternativ entwickelten Konzepte sich teilweise auf andere Schwerpunkte konzentrierten, bezogen sie sich dennoch auf Grundüberlegungen der CSR Ansätze und Definitionen, weshalb sie nach Carroll eng mit diesen zusammenhängen und somit nichts vollkommen Neues hervorgebracht wurde. (vgl. Carroll 1999: 291f.)

Festzuhalten ist, dass sich der Diskurs zu Corporate Social Responsibility bis Ende der 1990er Jahre hauptsächlich auf den US-amerikanischen und später auch auf den britischen Raum konzentrierte. Erst zur Jahrtausendwende hielt der Ansatz auch innerhalb der Europäischen Union Einzug. (vgl. Loew et al. 2004: 24)

2.1.2 Bedeutungszuschreibungen oder die gesellschaftliche Relevanz von CSR

Wie schon die Darstellung der historischen Grundrisse zur Entwicklung des CSR Ansatzes zeigen, ist seine grundsätzliche Idee, dass Unternehmen Verantwortung für ihr Handeln gegenüber der Gesellschaft zu übernehmen haben. Wie diese Verantwortung auszusehen hat, ist bis heute ein strittiges Thema, weshalb sich bis dato keine allgemein anerkannte Definition durchgesetzt hat. Dennoch gibt es Definitionen bzw. zumindest Auslegungen, wie zum Beispiel in Europa die der Europäischen Kommission, die den breiten Diskurs dazu bestimmen. Bevor jedoch auf den Zug dieser dominierenden Bedeutungszuschreibung an das Konzept aufgesprungen wird, wird im Folgenden die Entwicklung der Idee von CSR diskutiert. Damit soll nicht nur die Vielschichtigkeit der grundlegenden Idee des Konzepts veranschaulicht werden, sondern vielmehr auch der Versuch einer theoretischen Systematisierung des Ansatzes unternommen werden, um wesentliche Aspekte der Idee für die Themenstellung der vorliegenden Arbeit zu fassen.

An dieser Stelle scheint es sinnvoll zu sein, sich mit der Frage zu beschäftigen, welche wesentlichen Bedeutungen dem Konzept der CSR zugeschrieben werden. Dies gilt besonders, da es sich bei diesem Konzept um kein statisches handelt. Vielmehr wird es über zeitlich wechselnde Bedeutungszuschreibungen bestimmt, wie unter anderem Ursula Mühle (2010) festhält. Nach der Autorin kann CSR unter folgenden Aspekten definiert werden: „[...] by content, the underlying ideas, values and norms and on behalf of the ones who issued the program and which methods are used in order to integrate it into a firm.” (Mühle 2010: 300)

Das Verständnis von CSR ist somit immer auch eine Frage des Anwendungsbereiches. Es ist abhängig von spezifischen geographischen, gesellschaftlichen oder kulturellen Geltungsbereichen und muss damit auch als Ergebnis bestimmter gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse verstanden werden. Gleichzeitig haben diese Prozesse nicht nur die Entstehungsgeschichte und damit auch die Bedeutungszuschreibungen mit beeinflusst,

sondern ebenso grundsätzlichen Einfluss auf die Relevanz einer gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung innerhalb der Gesellschaft.

Seit der ersten Thematisierung ab Mitte des letzten Jahrhunderts, ob und wie Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen haben, haben sich Gesellschaft und Wirtschaft weiter entwickelt. Um nun der Frage nachzugehen, warum CSR gegenwärtig in wissenschaftlichen Abhandlungen sowie innerhalb gesellschaftspolitischer sowie/bzw. ökonomischer Diskurse eine durchaus relevante Stellung einnimmt, wird nun ein (kurzer) historischer Blick auf gesellschaftspolitische Entwicklungsprozesse geworfen. Der gegenwärtige Diskurs zu CSR ist dabei nicht von diesen Prozessen zu trennen, vielmehr haben diese die inhaltliche Bedeutung sowie die gesellschaftliche Relevanz von CSR mitgeprägt. Nach Jon Burchell ist es notwendig, sich mit Prozessen, wie dem Globalisierungsphänomen oder der aufgekommenen Bedeutung einer so genannten nachhaltigen Entwicklung, auseinanderzusetzen, um die zunehmende Relevanz des Konzepts der Corporate Social Responsibility sowie die sich verändernde Debatte und die wechselnden Bedeutungszuschreibungen zu verstehen. (vgl. Burchell 2008a: 7)

Der Wandel der CSR Debatte geht nach Burchell einher mit einem neuen (Beziehungs-)Verhältnis von Kapital und Zivilgesellschaft. Dieser Wandel ist mit verschiedenen Prozessen verknüpft, welche den gegenwärtigen Diskurs zu CSR wesentlich mitbestimmen haben und welche nun im Folgenden kurz dargestellt werden. Burchell hält dabei fünf wesentliche Entwicklungen fest: (vgl. Burchell 2008: 2)

Erstens betont Burchell das, besonders innerhalb der Sozialwissenschaften vielfach angesprochene, Phänomen eines Rückzug des Staates aus bestimmten vormals eindeutig staatlichen Aufgabenbereichen: „[...] the state is stepping back from corporatism and is less willing to directly shape and provide for the needs of its citizenry.“ (ebd.: 2; vgl. Cox 1999) Eine zunehmende Ausgliederung ehemals (wohlfahrts-)staatlicher Aufgabengebiete – wie die des Pensions-, des Gesundheits- bis hin zum Bildungssystem – hin zu privaten Anbietern markieren eben diesen Trend. Dieses Phänomen wird (vor allem von KritikerInnen) oftmals als sogenanntes *neoliberales Paradigma* bezeichnet.

Einhergehend mit diesen Transformationsprozessen ist, zweitens, eine zunehmende *Globalisierung des Kapitals* festzuhalten, die eine zunehmend dominante Rolle in der Beziehung von Staat und Zivilgesellschaft einnimmt. (vgl. Burchell 2008: 2) Besonders das Phänomen der Globalisierung wurde die letzten Jahre innerhalb der Sozialwissenschaften ein immer wichtigeres Thema. Der viel verwendete, aber gleichzeitig

ungenau definierte Begriff der Globalisierung beschreibt nach Jürgen Mackert „[...] die Ausdehnung, Vertiefung und Beschleunigung weltweiter ökonomischer, politischer, sozialer und kultureller Interaktionsbeziehungen.“ (Mackert 2006: 37) Auslöser dieser Prozesse lassen sich nach Mackert einerseits durch neue Kommunikationstechnologien sowie durch schnellere Transportmöglichkeiten und eine gesteigerte Mobilität erklären, andererseits spielen ebenso politische Entscheidungsprozesse innerhalb dieser Prozesse eine wesentliche Rolle. Diese politischen Entscheidungen haben dazu geführt, dass dem Wettbewerbsmarkt eine zunehmende Bedeutung in der Ordnung gesellschaftlicher und damit sozialer Verhältnisse zugesprochen wird. (vgl. ebd.: 37ff) Der verstärkte Einfluss internationaler Marktkräfte zeigt sich auch in der aktuellen Finanzkrise, in welcher die internationalen Finanzmärkte eine dominante Rolle einnehmen. Schon 1996 vertraten Elmar Altvater und Birgit Mahnkopf die Auffassung, dass „[...] Globalisierung gleichbedeutend [ist] mit Deregulierung und daher mit einer Schwächung der politischen Gestaltungsmacht der Nationalstaaten gegenüber den Marktkräften.“ (Altvater et al. 1997: 37)

Einen dritten Faktor sieht Jon Burchell in der zunehmenden Bedeutung von Marken(-produkten) innerhalb alltäglicher menschlicher Lebenswelten. In diesem Zusammenhang hält er fest: „[...] marketing strategies of major multinationals have increasingly focused upon attaching lifestyles and values to cement the importance of the brand above the actual commodities being sold.“ (Burchell 2008: 2) Markenprodukte sind mittlerweile nicht nur Begleiter des Alltags, vielmehr haben sie Einhalt in die kulturellen Systeme gefunden, indem sie gewisse Lebensstile und Werte präsentieren und repräsentieren. Davon sind vor allem aber nicht ausschließlich die Gesellschaften der *westlichen Industriestaaten* betroffen. Gerade diese tägliche Präsenz, sowie auch die Bedeutungszuschreibungen an die unterschiedlichen Marken(-produkte), haben Einfluss auf die menschliche Kultur und Lebenswirklichkeit.

Im Zusammenhang mit den beiden letztgenannten Punkten sieht Burchell als vierten Faktor die wachsende Macht der KonsumentInnen einerseits und andererseits einen gesellschaftlichen Wertewandel, der sich auch im Konsumverhalten niederschlägt. (vgl. ebd.) Gerade dieser Wertewandel bzw. Umdenkprozess, der sich beispielsweise mit aufgekomenen Begriffen wie Klima- oder Umweltpolitik oder durch den Boom von *Fair Trade*- oder auch *Bio*-Produkten beschreiben lässt, spielt eine zunehmende Rolle und führt zu veränderten Erwartungen von Seiten der KonsumentInnen an Unternehmen und deren Produkte. So schreibt Beatrix Kuhlen in diesem Zusammenhang:

„Die Unternehmen erkennen, dass die Herstellung von Waren und Dienstleistungen und der damit verbundene Gewinn sowie die Schaffung von Arbeitsplätzen, nur einen Teil der Unternehmensaufgaben darstellen. Die Globalisierung, der industrielle Wandel, die öffentlichen Proteste gegen Umweltschädigungen und die zunehmende Transparenz der Wirtschaftstätigkeit durch die Medien haben zu einem Wertewandel in der Bevölkerung geführt.“ (Kuhlen 2005: 7)

Auch neue Informationstechnologien, die mehr Transparenz ermöglichen, spielen eine nicht zu unterschätzende Rolle im veränderten Umgang von KonsumentInnen mit ProduzentInnen und Produkten bzw. Marken. Die Macht der KonsumentInnen liegt dabei vor allem in ihren Konsumententscheidungen, aus bestimmten Gründen etwas zu kaufen oder eben nicht, wodurch Unternehmen unter Druck gesetzt werden können. Konsumverhalten kann folglich auch als Steuerungsmechanismus für ein Umdenken bei Unternehmen gesehen werden.

Als fünften und letzten Punkt sieht Burchell die, auch mit dem eben erwähnten gesellschaftlichen Wertewandel im Zusammenhang stehende, wachsende Bedeutung des Paradigmas einer *nachhaltigen Entwicklung* und mit diesem der zunehmende Anspruch an Unternehmen, nachhaltig zu agieren. (vgl. Burchell 2008: 2) Als Folge der Forderung nach einer Balance zwischen Wirtschaftswachstum und Umweltschutz kann nach Burchell der Report der Brundtland Kommission der Vereinten Nationen, „Our common future“ von 1987, verstanden werden. Darin wird nachhaltige Entwicklung folgendermaßen definiert: „[...] development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“ (WCED 1987: 43; zit. nach Burchell 2008a: 10) Während sich diese erste Definition vor allem auf Umweltthemen bezog, wurde der Themenbereich der Nachhaltigkeit in den 1990er Jahren um soziale und ökonomische Themenstellungen erweitert. (vgl. Jarolimek 2012: 136)

Nach Jon Burchell haben die eben dargestellten fünf Entwicklungen die heutige Bedeutung von CSR mitgeprägt sowie zur Ausbreitung des Konzepts wesentlich beigetragen. Dabei spielten nicht nur die veränderte Beziehung zwischen Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft – also politische, wirtschaftliche sowie gesellschaftliche Faktoren – eine wesentliche Rolle, sondern ebenso damit einhergehende kulturelle Veränderungen. Im Rahmen des Prozesses der so genannten Globalisierung, auf Grund gesteigerter Mobilität und neuer Kommunikationstechnologien, wurden globale Interaktionsprozesse vereinfacht

und dadurch vertieft. Damit kam es zu einer Reihe von Wandlungsprozessen in sozialer, ökonomischer, kultureller und ökologischer Hinsicht, die bis heute andauern. Besonders auch auf wirtschaftlicher Ebene kam es zu tiefgreifenden Veränderungen. Auf Grund von gesteigerter Mobilität und Kommunikation sind Unternehmen fortan nicht mehr auf lokale Strukturen angewiesen, Produktion und Management somit nicht mehr lokal gebunden. Vielmehr können Unternehmen auf Grundlage von Kosten-Nutzen-Rechnungen flexibel international agieren und ihre Wirtschaftstätigkeit den sich ständig ändernden Anforderungen eines globalen Marktes entsprechend anpassen. (vgl. Burchell 2008a: 8f.)

Als Resultat kann der zunehmende Einfluss multinationaler Konzerne, so genannter *Global Players*, auf gesellschaftspolitische Fragen gesehen werden. Begleitet werden diese Prozesse von verringerten nationalstaatlichen Handlungs- und Regulierungsspielräumen und einer zunehmenden Macht der (Finanz-)Märkte. (vgl. ebd.: 8f.; vgl. Koch 2007: 98f.)

Speziell seit den 1980er Jahren lässt sich, wie unter anderem Hannes Koch (2007) herausarbeitet, ein verstärkter öffentlicher Diskurs innerhalb der Industriestaaten zum Verhältnis von Markt und Staat und somit über die veränderte Wirtschafts-, Umwelt- und Sozialpolitik, die eng mit Prozessen der Globalisierung in Zusammenhang steht, feststellen. Dabei werden nicht nur die negativen Folgen von Industrialisierung und Wirtschaftswachstum auf die Umwelt verstärkt thematisiert, sondern ebenso Fragen der sozialen Folgen der Globalisierung. So wird von KritikerInnen oftmals angeprangert, dass durch die Globalisierung nur einige wenige profitieren, ein großer Teil der Weltbevölkerung jedoch nicht zu mehr Wohlstand gekommen ist. Vielmehr sei es zu einem Auseinanderdriften armer und reicher Bevölkerungsschichten gekommen. Mit dieser wachsenden Kritik einhergehend entstanden speziell ab Ende der 1990er Jahre globalisierungskritische Bewegungen. Diese sozialen Bewegungen kritisieren nicht nur unethisches Verhalten von (Groß-)Konzernen, sondern ebenso die Machtverschiebung weg von nationalstaatlichen Regierungen hin zu transnationalen Unternehmen bzw. zur so genannten Finanzindustrie. (vgl. Burchell 2008a: 9ff; vgl. Koch 2007: 98f.)

Nach Hannes Koch ist das Konzept der CSR dabei als Antwort auf diese aufgekommene (zivilgesellschaftliche) Kritik zu verstehen. Unternehmen, Lobbyverbände und internationale Institutionen begannen Kriterien für ein wünschenswertes Verhalten von Unternehmen zu erstellen. In Form von internationalen, sozialen und ökologischen Mindeststandards soll den durch die Globalisierung entstandenen Gerechtigkeits- und Regulierungslücken entgegen gewirkt werden. (vgl. Koch 2007: 99)

Im folgenden Unterkapitel wird nun die globale Ausbreitung des CSR Ansatzes und die damit verbundene Etablierung von internationalen Initiativen, Organisationen und globalen Konferenzen diskutiert. Dabei wird der Frage nachgegangen, wie sich internationale politische Organisationen und Akteure mit CSR auseinandergesetzt und damit zu einer globalen Ausweitung und deren inhaltlichen Bedeutung beigetragen haben.

2.1.3 Globale Ausbreitung des CSR Konzepts

Um die globale Verbreitung sowie die wachsende internationale Bedeutung von CSR zu thematisieren, bezieht sich das vorliegende Unterkapitel auf die Forschungsarbeit von Ursula Mühle (2010), in welcher sie sich mit der globalen Ausbreitung bzw. Institutionalisierung von CSR auseinandersetzt.

Die globale Ausbreitung des CSR Konzepts verortet die Autorin vor allem ab den 1990er Jahren. Die Verbreitung lässt sich nach Mühle vor allem auf zwei zusammenhängende Faktoren zurückführen. Einerseits wurde das Themenfeld der CSR für Unternehmen wirtschaftlich interessant. CSR wurde zu einem *Business Case*, indem es zunehmend in betriebswirtschaftlichen Entscheidungsfindungsprozessen an Relevanz gewann. (vgl. Mühle 2010: 261ff) Vor allem auch der im vorhergehenden Kapitel dargestellte, gesellschaftliche Anspruch an Unternehmen, sich in ihrem Handeln an ethischen Richtlinien zu orientieren, hat wesentlich zu einer Ausbreitung beigetragen. Andererseits kam es, als zweiter wesentlicher Faktor, zu verstärkten Interaktionen zwischen wirtschaftlichen, zivilgesellschaftlichen und politischen Akteuren. Während sich vor allem Nichtregierungsorganisationen (NGOs) – die sich auf unterschiedliche Themenbereiche wie beispielsweise auf Umweltschutz, ArbeitnehmerInnenrechte oder die Bekämpfung von Korruption fokussierten – für eine Weiterentwicklung und eine Ausbreitung des Konzepts einsetzten, errichteten (internationale) politische Akteure bzw. Organisationen – wie beispielsweise die Vereinten Nationen oder die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) – die Rahmenbedingungen in Form von Richtlinien, Initiativen und Plattformen, um eine internationale Verbreitung des CSR Ansatzes möglich zu machen. (vgl. ebd.: 301ff) Mühle betont, dass auch Unternehmen eine wichtige Rolle bei der aktiven Verbreitung des Konzepts eingenommen haben. So spielten gerade VertreterInnen der Wirtschaft eine zentrale Rolle bei der Etablierung von Multistakeholder-Initiativen wie der des *Global Compact* oder der *Global Reporting Initiative*, auf welche zu einem späteren Zeitpunkt

näher eingegangen wird. Unternehmen sind somit als Adressaten und gleichzeitig als Vorantreiber von CSR zu verstehen. (vgl. ebd.: 121f.; 301f.) Neben der Institutionalisierung durch internationale Organisationen, die dadurch eine Voraussetzung für eine weltweite Verbreitung geschaffen haben, spielen somit Unternehmen, in Form von mithervorgebrachten Sozial- und Umweltstandards, bei der Bedeutungszuschreibung eine wichtige Rolle. Die eigentlichen Adressaten des CSR Ansatzes prägen und gestalten diesen und dessen Ansichten sowie Festschreibungen somit aktiv mit. (vgl. ebd.: 294f.)

2.3 Der Versuch einer Systematisierung eines unsystematischen Ansatzes

Wie schon erwähnt, gibt es bis heute keine allgemein anerkannte Definition von CSR. Der Begriff Corporate Social Responsibility ist vielmehr durch unterschiedliche (Bedeutungs-) Zuschreibungen gekennzeichnet. Er ist als ein Ansatz zu sehen, dessen Verständnis, nach Michael Blowfield und Alan Murray (2008), von den jeweiligen gesellschaftlichen Gegebenheiten abhängig ist. Wie sich die Gesellschaft in einem steten Prozess der Veränderung befindet, verändern sich auch die Bedeutungszuschreibungen von CSR. Das Konzept ist in das gesellschaftliche Gefüge eingebettet, weshalb es nicht unabhängig von diesem zu sehen ist. Nach den beiden Autoren ist demnach keine zeitlose, allgemein gültige Definition des Ansatzes möglich. Im wesentlichen drückt es durch seine von außen zugeschriebene Bedeutung die jeweilige (Wechsel-)Beziehung zwischen Gesellschaft und Wirtschaft aus. (vgl. Blowfield et al. 2008: 16ff)

Im Folgenden soll nun versucht werden, eine erste theoretische Annäherung an das vorliegende Problemfeld des uneindeutigen Corporate Social Responsibility Begriffs erreicht werden. Durch die Herausarbeitung zentraler Merkmale sollen die Rahmenbedingungen für eine vertiefende Diskussion geschaffen werden. Besonders wenn keine universal gültige Definition von CSR besteht, stellt sich die Frage, wie eine Annäherung, die wesentliche Aspekte des Ansatzes inkludiert, vorgenommen werden kann.

Grundsätzlich muss in der Beschäftigung mit dem CSR Ansatz von zwei unterschiedlichen Aspekten von Theorie und Praxis ausgegangen werden. Zum einen findet der Ansatz eine vertiefende Thematisierung innerhalb wissenschaftlicher Fachdiskursen sowie eine

Theoretisierung in Debatten von politischen, zivilgesellschaftlichen und wirtschaftlichen Akteuren. Zum anderen ist Corporate Social Responsibility als Aktivität bzw. Anwendungsbereich, als ein Managementansatz innerhalb einer unternehmerischen Praxis zu verstehen.

Einen Versuch einer Annäherung unternehmen Michael Blowfield und Jędrzej Frynas in einem im Jahr 2005 publizierten Artikel. Darin verstehen sie Corporate Social Responsibility als ein nicht klar definiertes Konzept, als einen *umbrella term* – einen Überbegriff – für vielfältige Theorien und Praktiken. Dabei definieren sie folgende Schlüsselaspekte, die CSR charakterisieren (Blowfield et al. 2005: 503):

“(a) that companies have a responsibility for their impact on society and the natural environment, sometimes beyond legal compliance and the liability of individuals;

(b) that companies have a responsibility for the behaviour of others with whom they do business (e.g. within supply chains); [...]

(c) that business needs to manage its relationship with wider society, whether for reasons of commercial viability or to add value to society.” (ebd.)

Mit der Benennung dieser Kerncharakteristika von CSR versuchen die Autoren beiden Aspekten des Ansatzes gerecht zu werden, einerseits CSR als wissenschaftliches Gegenstandsfeld, andererseits als praktisches Anwendungsgebiet für Unternehmen. Sie betonen deshalb, dass dabei Mehrdeutigkeiten nicht auszuschließen sind. Primär sehen sie die dargestellten Schlüsselaspekte als einen Anstoss für eine weitere vertiefende, vor allem wissenschaftliche, Auseinandersetzung zur Debatte der Beziehung von Wirtschaft und Gesellschaft. (vgl. ebd.: 503f.)

Um nach dieser ersten allgemeinen Darstellung eine theoretische Systematisierung voranzutreiben, wird in Anlehnung an Stefan Jarolimek (2012) im Folgenden zwischen einem CSR Verständnis im weiteren sowie im engeren Sinn unterschieden (vgl. Jarolimek 2012: 136).

Für eine Annäherung an ein Verständnis von CSR im weiteren Sinne, wird auf die in der einschlägigen Literatur immer wieder Verwendung findende CSR-Pyramide nach Archie B. Carroll zurückgegriffen.

2.3.1 Die CSR-Pyramide nach Carroll

Das von Carroll entwickelte Modell der Verantwortungspyramide gilt als eines der bekanntesten Konzepte innerhalb der CSR Forschung. Es beschreibt die gesamte unternehmerische Verantwortung gegenüber der Gesellschaft anhand von vier Ebenen, deren jeweilige Relevanz von Carroll mit Hilfe einer Pyramide dargestellt und im Folgenden von unten nach oben beschrieben wird. Die Pyramide ist dabei als ein Vorschlag von Carroll zu verstehen, um den Umfang von CSR einzugrenzen:

- Auf der untersten Ebene der Pyramide befindet sich die *Ökonomische Verantwortung (Economic Responsibilities – be profitable)*, welche als grundlegende Voraussetzung für die drei restlichen Ebenen zu verstehen ist. Sie beschreibt die Hauptaufgabe von Unternehmen, nämlich die Produktion und Bereitstellung von Gütern und Dienstleistungen für die Gesellschaft, wobei das primäre Motiv für UnternehmerInnen der Profit und der Erhalt des Unternehmens ist.
- Die zweite Ebene der Pyramide nennt Carroll die *Rechtliche Verantwortung (Legal Responsibilities – obey the law)*. Diese umschreibt die rechtlichen Rahmenbedingungen, innerhalb welcher Unternehmen agieren können. Gesetze widerspiegeln gesellschaftlich anerkannte Normen. Durch die Einhaltung von Gesetzen erfüllen Unternehmen somit gesellschaftlich festgeschriebene Richtlinien.
- Auf der dritten Ebene befindet sich die *Ethische Verantwortung (Ethical Responsibilities – be ethical)*. Sie beschreibt die nicht gesetzlich festgelegten, sondern gesellschaftlich gewünschten Normen und Werte, an welche sich Unternehmen in ihrem Handeln orientieren sollten, um nicht durch die Gesellschaft negativ sanktioniert zu werden.
- Die vierte und oberste Ebene nennt Carroll die *Philanthropische Verantwortung (Philanthropic Responsibilities – be a good corporate citizen)*. Diese umreißt freiwilliges Engagement von Seiten der Unternehmen in wohltätigen Bereichen. Im Unterschied zu der darunter liegenden Ethischen Verantwortung, in welcher

die Einhaltung gesellschaftlich definierter, ethischer und moralischer Normen von der Gesellschaft erwartet wird, beschreibt diese Ebene freiwillige Beiträge von Unternehmen zur Entwicklung von gesellschaftlicher Wohlfahrt. Diese Beiträge werden von der Gesellschaft zwar nicht erwartet, sind jedoch durchaus erwünscht. (vgl. Carroll 1991: 4ff; vgl. Kuhlen 2005: 8f.)

Mit dem CSR Pyramidenmodell definiert Carroll die vier Komponenten der ökonomischen, rechtlichen, ethischen sowie philanthropischen Verantwortung als zentrale Merkmale von Corporate Social Responsibility. Alle vier Aspekte unternehmerischer Verantwortung müssen dabei zusammen als Ganzes verstanden werden und somit gleichzeitig Erfüllung finden. (vgl. Carroll 1999: 8) Wie Stefan Jarolimek (2012) anmerkt, werden bei dem von Carroll entwickelten Modell bereits Grundaspekte unternehmerischen Handelns, wie die Profitmaximierung oder die Einhaltung rechtlicher Vorgaben, als Unternehmensverantwortung verstanden. (vgl. Jarolimek 2012: 136) Demnach enthält das Konzept von Carroll sowohl verpflichtende als auch freiwillige Aspekte und kann somit breit ausgelegt werden.

2.3.2 Die CSR Definition der Europäischen Kommission

Für eine weitere Reduktion des Umfangs des CSR Konstrukts und um ein Verständnis von Corporate Social Responsibility im engeren Sinn zu erhalten, wird im Folgenden eine ältere Definition der Europäische Kommission aus dem „Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“ (2001), auf welche vor allem im europäischen (Fach-)Diskurs vermehrt zurückgegriffen wird, diskutiert.

Im erwähnten Grünbuch definiert die Europäische Kommission Corporate Social Responsibility als „[...] ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“ (Europäische Kommission 2001: 7)

Wesentlich ist erstens die Betonung des *Prinzips der Freiwilligkeit*, im Rahmen dessen Unternehmen, über bestehende Gesetze hinausgehend, selber entscheiden können, ob bzw. inwiefern sie gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Gerade das Prinzip der

Freiwilligkeit ist ein wesentlicher Kritikpunkt an eben jenem CSR-Konzept.¹ Ein weiterer, wesentlicher Punkt ist die Konzentration auf die eigentliche Unternehmenstätigkeit. Während bei dem von Carroll vorgeschlagenen Pyramidenmodell auch solche Maßnahmen unter CSR fallen, die nicht direkt mit der Unternehmenstätigkeit zu tun haben – wie er sie etwa in der Philanthropischen Verantwortung darstellt, die über die Kerntätigkeit von Unternehmen hinaus geht – grenzt die Europäische Kommission in ihrer Definition von 2001 die Verantwortung von Unternehmen auf die eigentliche Unternehmenstätigkeit ein. Unternehmerisches Engagement, das darüber hinaus geht, zählt demnach für sie nicht mehr zum Konzept der Corporate Social Responsibility.

Wie Jarolimek betont, sind im Rahmen des von der Kommission vertretenen Verständnisses von CSR viele Maßnahmen nicht als CSR zu begreifen. (vgl. Jarolimek 2012: 136) So grenzt die Kommission, vor allem im Unterschied zu Carrolls Pyramidenmodell, ihre Vorstellung von CSR folgenderweise weiter ein: Während Carroll das ökonomische Prinzip des Profitstrebens sowie die Einhaltung von Gesetzen selbst als Teile von CSR versteht, fallen diese Aspekte nach der Kommission nicht darunter.

Ein weiteres, wesentliches Merkmal ist der Bezug auf die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern, die nach dem Verständnis der Kommission als wesentliche Funktion von CSR gesehen werden kann. Gerade durch die Interaktion mit den verschiedenen Stakeholdern eines Unternehmens können Übereinkünfte getroffen werden. Damit lassen sich Tätigkeiten der Unternehmen besonders gegenüber diesen Anspruchsgruppen legitimieren. (vgl. ebd.: 136f.; vgl. Zerfaß 2010: 398 ff.)

Die dargestellte Definition der Kommission von 2001 spricht die ökonomische Verantwortung von Unternehmen nicht an, diese Dimension wird jedoch im gleichen Dokument an einer späteren Stelle festgehalten. Damit bezieht sich die Kommission, neben den sozialen und ökologischen Aspekten der Verantwortung, auch auf die ökonomische Dimension und stellt damit direkten Bezug zum Konzept einer *Nachhaltigen Entwicklung* her, welches die Kommission als wesentlich erachtet und in dieser Arbeit zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal aufgegriffen wird. (vgl. Europäische Kommission 2001: 4f.; vgl. Jarolimek 2012: 136)

¹ Wie Stefan Jarolimek erwähnt wird in der neueren Definition der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2011 das Prinzip der Freiwilligkeit nicht mehr explizit erwähnt. Der Positionierungsprozess der Europäischen Kommission zum CSR-Ansatz wird in Kapitel 2.4 thematisiert. (vgl. Jarolimek 2012: 136; vgl. Europäische Kommission 2011)

2.3.3 Zentrale Merkmale von CSR

Der Versuch, die konzeptionelle Unschärfe von Corporate Social Responsibility durch eine theoretische Systematisierung – in Form einer Unterscheidung zwischen einem engen einem weiten CSR Verständnis – zu überwinden, wurde durch die Darstellung der CSR Pyramide nach Archie B. Carroll bzw. der häufig herangezogenen Definition der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2001 unternommen. Während durch das Konzept nach Carroll ein Einblick in die Grundidee des CSR Ansatzes gewonnen werden konnte, wurde durch die Definition der Kommission ein spezifischerer sowie (relevanter) Rahmen aufgezeigt. Folgende drei Aspekte erscheinen, wie in Anlehnung an die Stellungnahme der Kommission eben erörtert, dabei als wesentlich, nämlich die Stakeholder-Beziehung, der Bezug zu nachhaltiger Entwicklung sowie das Prinzip der Freiwilligkeit.

Im Folgenden werden nun – quasi als ein Zwischenfazit – zentrale Merkmale des CSR Konzepts diskutiert. Damit soll eine Fokussierung auf, für die vorliegende Untersuchung wesentliche Aspekte ermöglicht werden. Obwohl, wie eben dargestellt, vor allem die Stakeholder-Beziehung, das Leitbild einer Nachhaltigen Entwicklung sowie das Prinzip der Freiwilligkeit als Charakteristika von CSR identifiziert wurden, werden im Folgenden nur die zwei ersteren Merkmale diskutiert. Das Prinzip der Freiwilligkeit, als übergeordnete Problemstellung dieser Arbeit, findet zum Abschluss des theoretischen Kapitels eine genauere Betrachtung. Auch vor dem Hintergrund einer sich verändernden Position der Europäischen Kommission, wie im nachfolgenden Kapitel aufgezeigt wird, erscheint es sinnvoll, die höchst relevante Diskussion um die Freiwilligkeit von CSR zu einem späteren Zeitpunkt aufzugreifen, um den Diskurs im Ganzen zu erfassen.

2.3.3.1 CSR und Nachhaltige Entwicklung

Wie schon weiter oben erwähnt, knüpft das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung an die Ergebnisse des Brundtland Reports von 1987, welcher sich für eine zusammenhängende Betrachtung von Wirtschaftswachstum, Umwelt und Entwicklung einsetzt. Spätestens durch den darauf folgenden UN Weltgipfel zur Nachhaltigen Entwicklung 1992 in Rio de Janeiro hat sich das Leitbild einer Nachhaltigen Entwicklung mehr und mehr durchgesetzt. Der Begriff der Nachhaltigkeit erfreut sich gegenwärtig größter Beliebtheit und wird als Ausdruck einer wünschenswerten Zielsetzung einer gesellschaftlichen Entwicklung quer durch alle menschlichen Bereiche herangezogen. Im Wesentlichen geht es bei der

Begrifflichkeit, wie weiter oben schon erwähnt, darum, dass die Menschen so mit ihrer Umwelt und ihren Ressourcen umgehen, dass zukünftige Generationen nicht eingeschränkt werden. In der in Rio de Janeiro verabschiedeten „Agenda 21“ wurden erstmals Aufgabengebiete für die verschiedenen gesellschaftlichen Akteure festgehalten, die zu erfüllen sind, um zu einer gemeinsamen Nachhaltigen Entwicklung beizutragen. (vgl. De Carlo 2004: 11f.; vgl. Loew et al. 2004 : 56f.)

Durch unterschiedliche Prozesse, wie in Kapitel 2.1.2 dargestellt, hat die Thematik der Nachhaltigkeit besonders ab den 1990er Jahren Eingang in die Unternehmenspolitik gefunden. Die wachsende Bedeutung von Corporate Social Responsibility kann dabei als Reaktion auf das gegenwärtige Leitbild der Nachhaltigkeit verstanden werden. In Anlehnung an das CSR Konzept wurde der Begriff der *Tripple Bottom Line* entwickelt, welcher besonders von John Elkington geprägt wurde. Die *Tripple Bottom Line* oder auch *magisches Dreieck* genannt, fasst die sozialen, ökologischen sowie ökonomischen Aspekte als eine Einheit zusammen, weshalb im deutschen auch von den *drei Säulen der Nachhaltigkeit* gesprochen wird. Diese können mittlerweile als wesentliches Merkmal des Konzepts der Corporate Social Responsibility verstanden werden. Wie Thomas Loew et al. (2004) festhalten, entsteht das Konzept aus der Überlegung, dass Unternehmen als „multifunktionale Wertschöpfungseinheiten“ zu verstehen sind, die auf unterschiedlichen Ebenen agieren. Deswegen dürfen die drei Dimensionen nicht als isoliert voneinander verstanden werden, vielmehr soll es bei der Umsetzung von CSR zu Überschneidungen und Synergien auf allen Ebenen kommen, die gleichwertig Berücksichtigung finden müssen. Mit dem Einfluss der *Triple Bottom Line* auf das CSR-Konzept soll allen drei Säulen der Nachhaltigkeit, also der ökonomischen, ökologischen sowie der gesellschaftlichen bzw. sozialen Dimension, in gleichem Maße Bedeutung geschenkt werden. Wesentlich dabei ist, vor allem für Unternehmen, dass die ökonomische Dimension – die Lukrierung von Erträgen über die reine Existenzsicherung hinaus – als Voraussetzung dafür verstanden werden muss, dass Unternehmen überhaupt einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können. Alle drei Verantwortungsbereiche zusammen sollen für Unternehmen zu einem gesteigerten wirtschaftlichen Erfolg führen, weshalb oftmals von einer *win-win* Situation gesprochen wird. Dabei soll ein positives Image sowie damit zusammenhängend ein erhöhter Umsatz für Unternehmen bei einem gleichzeitigen Beitrag zu einer gesamtgesellschaftlichen nachhaltigen Entwicklung erreicht werden. (vgl. Loew et al. 2004: 66f. ; vgl. Kuhlen 2005: 24f. ; Köppl et al. 2004a: 5)

Konkret sind nach Peter Köppl und Martin Neureiter (2004) die drei benannten Verantwortungsbereiche für Unternehmen folgendermaßen relevant:

- Die *soziale Verantwortung* bzw. die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft hängt mit dem Verhalten bzw. dem Engagement eines Unternehmens zusammen. Besonders KundInnen, aber auch die Gesellschaft an sich, interessieren sich zunehmend für die spezifischen Handlungen der Unternehmen. Unternehmen sollten den an sie gestellten Ansprüche gerecht werden. Die entsprechende Berücksichtigung dieser Ansprüche kann für Unternehmen den Vorteil haben, dass ihre Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in sie gestärkt werden und somit auch die Loyalität der KundInnen wächst. Die soziale Verantwortung bezieht sich darüber hinaus ebenso auf die eigenen MitarbeiterInnen. Ein soziales Verhalten gegenüber den Angestellten kann deren Motivation und Leistungsfähigkeit steigern, was sich wiederum auf die Produktivität des Unternehmens auswirken kann. In einem dritten Punkt erwähnen Köppl und Neureiter die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen gegenüber der Politik. Dabei können gesellschaftliches Engagement sowie Transparenz, Kooperationen zwischen Unternehmen und Politik fördern.
- Die *ökologische Verantwortung* bzw. die Verantwortung der Unternehmen gegenüber der Umwelt spielt eine zunehmend wichtige Rolle, da sie eng mit dem Image eines Unternehmens zusammenhängt. Die Umweltverträglichkeit unternehmerischen Handelns innerhalb der Wertschöpfungskette wird vor allem für InvestorInnen, KundInnen aber auch für andere Stakeholder, wie in Kapitel 2.1.2 erörtert, ein immer wichtiger werdendes Kriterium.
- Die *ökonomische Verantwortung* bezieht sich, neben der grundlegenden Voraussetzung, Gewinn zu erwirtschaften, auf die Unternehmensstruktur. Sie umfasst Fragen der Hierarchien innerhalb eines Unternehmens, die Rolle von Aufsichtsräten bzw. Vorständen und deren Verantwortung ebenso wie Fragen nach Offenheit und Transparenz – beispielsweise nach der Höhe von Managergehältern, vor allem im Vergleich zu anderen Angestellten. (vgl. Köppl et al. 2004: 21)

2.3.3.2 CSR und Stakeholder Beziehungen

Der Definition der Europäischen Kommission zufolge spielen die Wechselbeziehungen zwischen Unternehmen und ihren Stakeholdern eine zentrale Rolle. Besonders durch Prozesse wie sie in Kapitel 2.1.2 diskutiert wurden, kam es zu Veränderungen in den Unternehmensbeziehungen bzw. wurden diese Beziehungen auf andere Anspruchsgruppen erweitert. Während sich bis in die 1980er bzw. bis Anfang der 1990er Jahre Unternehmen vor allem an den Interessen der Shareholder – die in der Steigerung des Unternehmenswertes lagen – zu orientieren hatten, kam es darauf folgend zu einer Verschiebung, indem andere Interessensgruppen zunehmend Ansprüche und Erwartungen an Unternehmen stellten. Durch die Erwartungen neuer Anspruchsgruppen wie MitarbeiterInnen, LieferantInnen, KundInnen, der Staat, aber auch NGOs als neue zentrale gesellschaftspolitische Interessensgruppen müssen sich Unternehmen an diesen orientieren und ihre Strategie dementsprechend (bis zu einem gewissen Grad) adaptieren, schon alleine um ihre Wettbewerbsfähigkeit nicht zu gefährden. (vgl. Köppl et al. 2004: 14f.)

Das Grünbuch der Europäischen Kommission von 2001 spricht die Bereiche an, die Unternehmen zu erfüllen haben, um gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. Die Kommission unterscheidet dabei zwischen einer internen und einer externen Dimension von CSR. (vgl. Europäische Kommission 2001: 9ff) Diese Dimensionen überschneiden sich (logischerweise) mit den im vorhergehenden Unterkapitel dargestellten drei Dimensionen der Verantwortung von Unternehmen. Um die zentralen Aspekte sowohl der internen als auch äußeren Dimension im Grünbuch von 2001 prägnant darzustellen, wird auf die zusammenfassende Tabelle nach Loew et al. 2004 zurückgegriffen:

Tabelle 1: Interne und externe Dimension von CSR im EU-Grünbuch (Quelle: Loew et al. 2004: 27)

Interne Dimension von CSR	Externe Dimension von CSR
<p>Humanressourcenmanagement (Mitarbeiter)</p> <p>Lebenslanges Lernen, Nichtdiskriminierung, Gleichbehandlung von Frauen und Männern, Gewinn-, Kapitalbeteiligung.</p>	<p>Lokale Gemeinschaften (Umfeldverantwortung)</p> <p>Integration der Unternehmen in das lokale Umfeld, Steuerzahlung, Beschäftigung, Umweltbelastung, positive freiwillige Beiträge: Partnerschaften, Sponsoring, ...</p>

<p style="text-align: center;">Arbeitsschutz</p> <p>Viele Fragestellungen bereits gesetzlich geregelt, neue Herausforderungen durch Outsourcing, externe Beschaffung. Berücksichtigung von Arbeitsschutzfragen bei der Beschaffung und der Beauftragung von Fremdfirmen.</p>	<p style="text-align: center;">Geschäftspartner, Zulieferer und Verbraucher</p> <p>„Soziale“ Verantwortung auch für Zulieferer und deren Belegschaft, Abhängigkeit der Zulieferer von fairen Preisen, Compliance bei Zulieferern. Zulieferer werden nicht nur nach Preisangebot ausgewählt. Bedarfsorientierung, Qualität, Sicherheit der Produkte/Dienstleistungen, Zuverlässigkeit, Design für alle.</p>
<p style="text-align: center;">Sozialverträgliche Umstrukturierung von Unternehmen</p> <p>Fusionen, Rationalisierung, Umstrukturierungen können zu Stellenabbau, Massenentlassungen und Betriebsschließungen führen. Berücksichtigung der wirtschaftlichen und sozialen Folgen für die betroffene Region. Berücksichtigung der Interessen der Mitarbeiter. Negative Auswirkungen mildern.</p>	<p style="text-align: center;">Menschenrechte</p> <p>Globale Versorgungsketten, internationale Wirtschaftstätigkeit. Relevante Normen u.a. OECD Guidelines for Multinational Companies, ILO Erklärung zu grundlegenden Prinzipien und Rechte der Arbeit. Verhalten in Ländern, in denen Menschenrechte häufig verletzt werden, Abkommen von Cotonou: Kampf gegen Korruption. Freiwillige Verhaltenskodizes der Unternehmen, EU-Forderung nach einem Europäischen Verhaltenskodex.</p>
<p style="text-align: center;">Steuerung der Umwelteinwirkungen und des Ressourcenverbrauchs</p> <p>Win-Win-Potenziale durch sparsamen Ressourceneinsatz, Unterstützung der Unternehmen bei der Einhaltung der Rechtsvorschriften, Belohnungsmechanismen für Vorreiterunternehmen. IPP ist ein gutes Beispiel für die Zusammenarbeit zwischen</p>	<p style="text-align: center;">Globaler Umweltschutz</p> <p>Grenzüberschreitende Auswirkungen, Ressourcenverbrauch. Durch IPP Umwelleistung in der Supply Chain verbessern, Investitionen in Drittländern, OECD Guidelines, Global Compact, Verhaltenskodizes.</p>

Unternehmen und Behörden. EMAS und ISO sind für CSR nutzbare Konzepte.	
------------------------------------------------------------------------	--

Nach dieser theoretischen Darstellung zentraler Aspekte soll nun der Prozess der Positionierung zu CSR von Seiten der Europäischen Union von ihren Anfängen bis zur Gegenwart diskutiert werden. Dies ist von Relevanz, da die Europäische Union besondere Bedeutung innerhalb des europäischen Diskurses im Zusammenhang mit den Inhalten von CSR hat und damit als wichtiger politischer Akteur auftritt.

2.4 Der Prozess der Positionierung der EU zu CSR

Wie erwähnt, ist die Debatte zu CSR in Europa, abgesehen von Großbritannien, erst ab den 1990er Jahren aufgetaucht und wurde in der Stellungnahme von 2001 das erste Mal von der Europäischen Union thematisiert. Mittlerweile kann nach Reinhard Steurer (2010) Europa als eine der führenden Weltregionen, welche sich mit CSR auseinandersetzen, verstanden werden. (vgl. Steurer 2010: 55) Der Ursprung der CSR Debatte innerhalb der Europäischen Union ist nach Thomas Loew et al. (2004) auf die im Jahr 2000 entwickelte, so genannte *Lissabon Strategie* zurückzuführen. In dieser wurde das Ziel vereinbart, die EU bis ins Jahr 2010 „[...] zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensbasierten Wirtschaftsraum in der Welt zu machen [...].“ (Europäische Kommission 2000: o.S.; vgl. Loew et al. 2004: 24) Als Folge dieser Strategie sehen Thomas Loew und seine MitautorInnen folgende zwei Positionspapiere der Europäischen Union, beide aus dem Jahr 2001: Einerseits die Mitteilung der Kommission (2001a) „Nachhaltige Entwicklung in Europa für eine bessere Welt“, sowie andererseits das schon erwähnte „Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“ (2001). (vgl. Europäische Kommission 2001; 2001a; vgl. Loew et al. 2004: 24)

In der EU-Strategie für eine *Nachhaltige Entwicklung*, wie sie vom Europäischen Rat in Göteborg im Jahr 2001 postuliert wurde, hebt die Europäische Union – in Anlehnung an die von 1992 verfasste „Rio-Erklärung“ der Vereinten Nationen, welche wiederum als

Reaktion auf die Ergebnisse der Brundtland Kommission verstanden werden muss – die Bedeutung für eine globale nachhaltige Entwicklung hervor und sieht sich in der Umsetzung dabei selbst in einer Schlüsselrolle. (vgl. Europäische Kommission 2001a: 2)

Im selben Jahr des Gipfels von Göteborg, wo die EU ihre Strategie für eine Nachhaltige Entwicklung dargestellt hat, veröffentlichte sie daran anschließend eine erste Stellungnahme zu Corporate Social Responsibility im erwähnten Grünbuch. Dabei wird von der Kommission festgehalten, dass CSR als ein wesentlicher Beitrag von Seiten der Wirtschaft für eine gesamtgesellschaftliche nachhaltige Entwicklung verstanden wird, weshalb diese politisch weiter gefördert werden soll. (vgl. Loew et al. 2004: 26) Wie schon weiter oben dargestellt, sollen Unternehmen dabei eine gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, indem sie, unabhängig von gesetzlichen Richtlinien, im Rahmen ihrer Unternehmenstätigkeit einen freiwilligen Beitrag zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung leisten sollen. (vgl. Europäische Kommission 2001: 7; vgl. Loew et al. 2004: 25f.) So hält die Kommission im Grünbuch von 2001 weiter fest:

„Sozial² verantwortlich handeln heißt nicht nur, die gesetzlichen Bestimmungen einhalten, sondern über die bloße Gesetzeskonformität hinaus, ‚mehr‘ investieren in Humankapital, in die Umwelt und in die Beziehungen zu anderen Stakeholdern.“
(vgl. Europäische Kommission 2001: 7)

In den ersten Stellungnahmen der Europäischen Kommission zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen im Grünbuch von 2001 bzw. die darauf folgende „Mitteilung der Kommission betreffend die soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung“ (2002), lassen sich nach Thomas Loew et al. (2004) unter folgenden wesentlichen Punkten zusammenfassen: Corporate Social Responsibility betrifft demnach soziale sowie ökologische Aspekte; sie soll zu einer Nachhaltigen Entwicklung beitragen; dabei soll unternehmerisches Engagement über bestehende gesetzliche Richtlinien hinaus gehen und diese zugleich nicht ersetzen; die Kommission unterscheidet bei der Umsetzung von CSR für Unternehmen grundsätzlich zwischen einer internen sowie externen Dimension; CSR soll dabei die Art des Unternehmensmanagements beeinflussen und sie soll von Unternehmen freiwillig

² Loew et al. (2004) sowie Köppl und Neureiter (2004a) kritisieren die fehlerhafte, deutsche Übersetzung aus dem englischen Originaldokument. Darin wird der englische Begriff *social* mit dem deutschen Wort *sozial* übersetzt. Diese Übersetzung würde zu kurz greifen, weil die Betonung lediglich auf der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit liegt, weshalb sie statt dessen den Begriff *gesellschaftlich* vorschlagen. (vgl. Loew et al. 2004: 26; vgl. Köppl et al. 2004a: 5)

durchgeführt werden, weil diese „[...] der Auffassung sind, dass es ihrem langfristigen Interesse dient.“ (Europäische Kommission 2002: 6 zit. nach Loew et al. 2004: 26; vgl. Loew et al. 2004: 25f.)

Grundlegend dabei ist, dass CSR innerhalb der alltäglichen Unternehmenstätigkeit verankert werden soll. Grundwerte und Ziele der Unternehmen sollen sich demnach an der Idee der CSR orientieren. Gleichzeitig betont die Kommission im Grünbuch die Bedeutung von Berichten und Audits, wobei auf bestehende Umweltberichterstattungen sowie auf weitere Initiativen wie beispielsweise die Global Reporting Initiative (GRI) verwiesen wird. Des Weiteren werden Sozialstandards, wie etwa das SA 8000 – ein von der NGO Social Accountability International (SAI) entwickelter Sozialstandard zur Auditierung und Zertifizierung –, sowie Sozial- und Umweltgütesiegel und ökologisch-ethische Investments (Social Responsible Investment – SRI) im Grünbuch angesprochen, wobei nach der Kommission nur die wenigsten Leitfäden und Standards den gesamten Bereich von CSR abdecken würden. (vgl. Loew et al. 2004: 27f.)

Als Folge des Grünbuchs zu CSR wurde von der Kommission das „European Multi-Stakeholder-Forum“ (EMS) einberufen, welches die Aufgabe zugesprochen bekam, den Austausch von Erfahrungen zu Instrumenten, Praktiken oder Schwierigkeiten bei der Umsetzung zwischen Gewerkschaften, Unternehmens- und Verbraucherverbänden, NGOs, Vertretern der EU sowie anderen relevanten Organisationen (wie beispielsweise OECD und ILO) und weiteren ExpertInnen zu fördern um damit weitere Empfehlungen zu CSR zu entwickeln. Außerdem wurde eine Arbeitsgruppe eingerichtet, welche einen Austausch zwischen nationalen VertreterInnen von CSR und der für die EU zuständigen CSR-Generaldirektion ermöglichen soll. Die Ergebnisse des Forums, welches in der Zeit von 2002 bis 2004 stattfand, wurden in einem „Final Forum Report“ veröffentlicht. Weitere Plenarsitzungen fanden in den Jahren 2006, 2009 und 2010 statt. (vgl. Loew et al. 2004: 28f.; vgl. Europäische Kommission 2012: o.S.)

In der Mitteilung der Kommission „Umsetzung der Partnerschaft für Wachstum und Beschäftigung: Europa soll auf dem Gebiet der sozialen Verantwortung der Unternehmen führend werden“ (2006), betont diese die besondere Bedeutung von Unternehmen und ihr Engagement bei der Umsetzung von CSR Maßnahmen. Indem Unternehmen im Bereich der CSR als Hauptakteure agieren plädiert die Kommission für die Schaffung eines engeren Bündnisses zwischen ihr und europäischen Unternehmen. Unternehmen sollen

darin wesentlich und aktiv zur Förderung von CSR beitragen. Neben dieser zentralen Aussage in der Mitteilung von 2006 bekräftigt die Kommission ihre Position zur Freiwilligkeit. Zusätzliche Verpflichtungen für Unternehmen versteht sie bei der Umsetzung als kontraproduktiv. Darüber hinaus betont sie den zusätzlichen enormen Arbeitsaufwand, welchen die Unternehmen durch verpflichtende Regelungen hätten, weshalb sie solche grundsätzlich ablehnt. Besonders deshalb, weil dadurch die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen gefährdet werden würde. (vgl. Europäische Kommission 2006: 3f.)

Das in der Mitteilung von 2006 hervorgehobene Bündnis zwischen der Europäischen Kommission und der Wirtschaft wird von anderen Stakeholdern wie Gewerkschaften und anderen zivilgesellschaftlichen Akteuren stark kritisiert, vor allem da sich diese von jenem neuen Bündnis ausgeschlossen sehen. Weiters bemängeln sie die fehlende verpflichtende Rechenschaftspflicht von Unternehmen gegenüber ihren Stakeholdern. (vgl. Konrad 2006: 5f.) Das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe) kritisiert, dass CSR dadurch rein über Marktmechanismen bestimmt werden soll. Des Weiteren bemängelt das Netzwerk, dass die Gefahr von CSR für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen von der Kommission ernster genommen wird als eine ernstgemeinte Umsetzung des Konzepts. Dies sei mit ein Grund, weshalb wichtige Stakeholder wie NGOs oder Gewerkschaften im CSR Dialog ausgeschlossen würden. (vgl. Liegl o.J.: o.S.) Reinhard Steurer (2010) spricht in diesem Zusammenhang von einem Wechsel in der Position und damit in der Politik der EU-Kommission zu CSR von einer vormals aktiven hin zu einer passiven Herangehensweise. Während in den Mitteilungen von 2001 und 2002 die Kommission aktiv versuchte, das Konzept der CSR voranzutreiben, würde die Verantwortung in der Weiterentwicklung des Konzepts und vor allem dessen Umsetzung vermehrt in die Hände der Wirtschaftsakteure gelegt werden. Diese Entwicklung sei dabei unter anderem auf den politischen Wechsel der Kommission von 2004 zurückzuführen, von einer Mitte-Links unter Romano Prodi zu einer Mitte-Rechts Position unter José Manuel Barroso. Die veränderte Position der Kommission zu CSR wäre nach Steurer vor allem ein Resultat dieses politischen Wechsels. (vgl. Steurer 2010: 66)

In der aktuellsten Mitteilung der Europäischen Kommission vom Oktober 2011, „Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)“, – auch unter Kommissionspräsident Barroso – lässt sich jedoch eine Veränderung in der Grundhaltung zu CSR erkennen. So legt sie eine neue, „moderne“, aber zugleich deutlich

kürzere Definition von CSR dar: Die Kommission definiert CSR nun als „[...] die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft [...]“. (Europäische Kommission 2011: 7). Dabei führt sie weiter fort:

„Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden.“ (ebd.)

Inhaltliche Grundsätze und Leitlinien von CSR werden von der Kommission 2011 folgendermaßen eingegrenzt: „Menschenrechte, Arbeits- und Beschäftigungspraktiken (z.B. Aus- und Fortbildung, Diversität, Gleichstellung von Frauen und Männern, Gesundheit der Arbeitnehmer und Wohlbefinden) und Ökologie (z.B. Artenvielfalt, Klimawandel, Ressourceneffizienz, Lebenszyklusanalyse und Prävention von Umweltverschmutzung) sowie Bekämpfung von Bestechung und Korruption.“ (ebd.: 8) Des Weiteren fallen Aspekte darunter wie „[...] die Einbindung und Weiterentwicklung der Gemeinschaft, die Integration von Menschen mit Behinderungen sowie die Vertretung der Verbraucherinteressen, einschließlich des Schutzes der Privatsphäre [...].“ (ebd.) Darüber hinaus spielt die Förderung der sozialen und ökologischen Verantwortung im Zusammenhang mit der gesamten Lieferkette sowie die „Offenlegung nicht-finanzieller Informationen“ eine wesentliche Rolle. (vgl. ebd.)

Wie das Ludwig-Boltzmann-Institut für Menschenrechte (BIM) festhält, lässt sich in dieser neuesten Positionierung nicht nur eine „[...] höhere Anforderung punkto Verantwortung für soziale, ökologische und ethische Belange [...]“ von Seiten der Unternehmen feststellen, sondern ebenso ein verstärkter Aspekt im Bereich der Menschenrechte. (vgl. BIM 2012: o.S.)

Des Weiteren lässt sich eine veränderte Haltung der Kommission im Bezug zur Freiwilligkeit von CSR Aktivitäten erkennen. Sie spricht fortan davon, dass sie „[...] einen Vorschlag für eine Rechtsvorschrift über die Transparenz der sozialen und ökologischen Informationen präsentieren [...]“ wird. (Europäische Kommission 2011: 14) Dieser Vorschlag soll dabei von Unternehmen selbst verfasst werden:

„Bei der Entwicklung von CSR sollten die Unternehmen selbst federführend sein. Behörden sollten eine unterstützende Rolle spielen und dabei eine intelligente Kombination aus freiwilligen Maßnahmen und nötigenfalls ergänzenden Vorschriften einsetzen, die etwa zur Förderung der Transparenz und zur Schaffung von Marktanreizen für verantwortliches unternehmerisches Handeln beitragen und die Rechenschaftspflicht von Unternehmen sicherstellen sollen.“ (ebd.: 9)

Wesentlich ist auch hier, dass die neben den freiwilligen Maßnahmen gesetzten „ergänzenden Vorschriften“ die Unternehmen nicht in ihrer Flexibilität stören sollen. Somit wird abermals festgelegt, dass die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen über die Umsetzung von sozial verantwortlichem Handeln gestellt wird. Dies zeigt sich alleine schon daran, dass Unternehmen selbst, also ohne die Beteiligung anderer Stakeholder-Gruppen, Vorschriften erarbeiten sollen. Für die Umsetzung der neuen Strategien stellt die Kommission weiter einen Aktionsplan vor, der im Zeitraum zwischen 2011 und 2014 umgesetzt werden soll. Der Aktionsplan zur Umsetzung der neuen Strategien sieht dabei folgende acht Bereiche vor:

- CSR soll weiter ins Blickfeld gerückt werden und bereits bewährte Verfahren sollen verbreitert werden. Dabei schlägt die Kommission die Einführung eines europäischen Preises sowie eine branchenspezifische Plattform vor, mit deren Hilfe eingegangene Verpflichtungen veröffentlicht werden und Fortschritte zugleich überwacht werden können.
- Eine öffentliche Debatte über die Rolle von Unternehmen soll geführt werden sowie Erhebungen über das Vertrauen der BürgerInnen gemacht werden.
- Es sollen Selbst- und Koregulierungsprozesse verbessert werden, indem ein Verhaltenskodex ausgearbeitet wird.
- Marktanreize für CSR sollen verstärkt werden, der Markt soll somit CSR Aktivitäten mehr belohnen. Um dies zu erreichen, soll sich die Europäische Union verstärkt für Maßnahmen in den Bereichen Verbrauch, öffentliches Auftragswesen sowie Investitionen einsetzen.
- Die Transparenz von Unternehmen im Zusammenhang von sozialen und ökologischen Informationen soll verbessert werden. Die Kommission setzt sich dabei zum Ziel, einen Vorschlag für eine Rechtsvorschrift für die Offenlegung solcher Informationen zu erstellen.

- Weitere finanzielle Unterstützung von Seiten der Kommission für Bildungs- und Ausbildungsmaßnahmen sowie Forschung im Bereich CSR soll geleistet werden.
- CSR Strategien auf nationaler sowie subnationaler Ebene sollen weiter hervorgehoben werden. Dafür sollen die Mitgliedsländer der Europäischen Union bis Mitte 2012 Pläne zur CSR Förderung vorlegen bzw. aktualisieren.
- Die Kommission setzt sich zum Ziel, dass europäische sowie internationale CSR Konzepte besser aufeinander abgestimmt werden. Sie hebt dabei folgende Konzepte hervor: Die *OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen*, die *Global Compact Initiative* der Vereinten Nationen, die *Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte*, die *Dreigliedrige Grundsatzerklärung des Internationalen Arbeitsamtes über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik* sowie die *ISO-Norm 26000 zur sozialen Verantwortung*. (vgl. Europäische Kommission 2012a: o.S.)

Wie bereits erwähnt, lassen sich in dieser neuesten Mitteilung der Kommission von 2011 einige Änderungen in ihrer Grundhaltung erkennen. Hervorzuheben ist vor allem die veränderte Haltung der Europäischen Kommission zum Prinzip der Freiwilligkeit. Während sie sich in den vorhergehenden Stellungnahmen klar und deutlich zum Prinzip der Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen bekannt hat, spricht sie in der Mitteilung von 2011 davon, dass gegebenenfalls „ergänzende Vorschriften“ neben den freiwilligen Maßnahmen herangezogen werden sollen. Dies lässt eine Zäsur in der Grundposition erkennen.

Die Bundesinitiative Unternehmen: Partner der Jugend (UPJ) hält fest, dass immer noch an der Prämisse festgehalten wird, dass die Unternehmen bei der Umsetzung von CSR tonangebend sein sollen. Gleichzeitig jedoch sollen Behörden diese fortan unterstützen, weshalb nun von einer Kombination zwischen freiwilligen Maßnahmen und ergänzenden Vorschriften die Rede ist. Diese ergänzenden Vorschriften sollen dabei die Transparenz sowie Marktanreize für unternehmerisch verantwortliches Handeln weiter fördern und zugleich die Rechenschaftspflicht von Unternehmen garantieren. (vgl. UPJ 2012: o.S.)

Wie das UPJ-Netzwerk weiter fest hält, sind die Reaktionen aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft zu dieser neuen Mitteilung der Kommission erwartungsgemäß höchst unterschiedlich. Vertreter der Wirtschaft fordern weiter die Freiwilligkeit von CSR als Grundprämisse ein und kritisieren damit Bestrebungen der Kommission, Transparenz- und Berichterstattungspflichten für Unternehmen zu fördern. Sie empfinden dies als einen

massiven Eingriff in die unternehmerischen Handlungsfreiheiten. Eine ähnliche Position zeigt sich auch in einer Stellungnahme der deutschen Bundesregierung, die die große Bedeutung der Freiwilligkeit hervorhebt. Positive Reaktionen gibt es von Seiten des UN Global Compact (GC) sowie der Global Reporting Initiative (GRI) die besonders die veränderte Strategie im Bezug auf die CSR-Berichterstattung als wesentlich hervorheben. Von Seiten zivilgesellschaftlicher NGOs wird vor allem der Strategiewechsel hin zu einer verpflichtenden Berichterstattung begrüßt. Gleichzeitig werden jedoch weitere Veränderungen im Zusammenhang von Haftungspflichten von Unternehmen gefordert. So kritisiert beispielsweise die internationale Menschenrechtsorganisation Amnesty International, dass keine Maßnahmen bestehen, die Menschenrechtsverletzungen von EU-Unternehmen außerhalb der Europäischen Union verhindern sollen. (vgl. UPJ 2012: o.S.)

2.5 Freiwillige Internationale Richtlinien und Initiativen

Im folgenden Unterkapitel erfolgt eine Darstellung relevanter freiwilliger internationaler Richtlinien und Initiativen. Neben den von der Europäischen Kommission erwähnten Konzepten, wie den *OECD Leitsätzen für multinationale Unternehmen*, der *Global Compact Initiative* der Vereinten Nationen, den sowie der *ISO-Norm 26000 zur sozialen Verantwortung*, wird die vom UNEP unterstützte *Global Reporting Initiative* als weitere international relevante Initiative thematisiert.

Im Hinblick auf die von der Europäischen Kommission angestrebten Zielsetzung, europäische CSR Konzepte an die bestehenden globalen anzugleichen bzw. aufeinander abzustimmen, wird den hier vorgestellten Initiativen – vor dem Hintergrund gegenwärtiger Diskurse um freiwillige bzw. verpflichtende Regulierungsmaßnahmen für CSR – für die vorliegende Arbeit eine besondere Beachtung geschenkt. Ziel ist es, relevante internationale Konzepte, welche die Verantwortung von Unternehmen unterstützen, zu thematisieren, wobei nur wesentliche Ausschnitte der unterschiedlichen Richtlinien und Standards bearbeitet werden können. Neben den hier dargestellten freiwilligen internationalen Richtlinien und Initiativen sind ebenso die von der Europäischen Kommission angesprochenen zu erwähnen, nämlich die *Dreigliedrige Grundsatzerklärung zu multinationalen Unternehmen und Sozialpolitik* der Internationalen Arbeitsorganisation

(ILO) sowie die *Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrecht*. Obwohl in den verschiedenen hier dargestellten Initiativen immer wieder auf diese Initiativen Bezug genommen wird, können sie – aber auch eine beinahe schon unüberschaubare Vielzahl anderer CSR Initiativen – im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht näher aufgegriffen werden.

Ursula Mühle (2010), die sich, wie bereits erwähnt, mit der globalen Ausbreitung von Corporate Social Responsibility auseinandergesetzt hat, sieht das Konzept der CSR als ein globales Phänomen, welches sich – vor allem auch durch das Vorantreiben von Seiten der international einflussreichsten Unternehmen und internationalen politischen Organisationen bzw. Akteuren – als eine Norm (beinahe) weltweit institutionalisiert hat. Mühle streicht dabei vor allem den Global Compact und die Global Reporting Initiative als die zwei wichtigsten internationalen Initiativen vor, die nicht nur miteinander, sondern ebenso mit vielen anderen Organisationen und Initiativen verknüpft sind. (vgl. Mühle 2010: 121f.) So hält sie fest:

„They are both the driver and the outcome of the current CSR boom. The Global Compact and the GRI make up part of a wider organizational field of CSR, where political actors, intermediate actors and business interact. [...] They are the hubs of a network of myriad global, regional and local organizations.” (ebd.: 122)

Mühle versteht den Global Compact und die Global Reporting Initiative als Zentren eines Netzwerkes unterschiedlicher globaler CSR Aktivitäten, welches sich um beide Initiativen gebildet hat. Gleichzeitig haben beide innerhalb des letzten Jahrzehnts wesentlich zu einer globalen Ausbreitung und Institutionalisierung von CSR beigetragen. (vgl. ebd.)

2.5.1 Der UN Global Compact

Der *UN Global Compact* (GC) wurde beim Weltwirtschaftsforum in Davos im Jahr 1999 vom damaligen UN Generalsekretär Kofi Annan vorgestellt. Er kann nach Lucia de Carlo als eine Antwort auf die damals zunehmende Kritik globalisierungskritischer Bewegungen und deren Forderungen nach einem ethischen Verhalten von Unternehmen verstanden werden. (vgl. De Carlo 2004: 11) Der Global Compact ist dabei nicht als ein regulatives Instrument, welches einen bestimmten Verhaltenskodex überprüft oder gar sanktioniert, zu

verstehen. Vielmehr ist er eine Werteplattform, welche auf einer freiwilligen Selbstverpflichtung beruht.

“[...] [T]he Global Compact exists to assist the private sector in the management of increasingly complex risks and opportunities in the environmental, social and governance realms, seeking to embed markets and societies with universal principles and values for the benefit of all.” (UN Global Compact 2012a: o.S.)

Die formelle Verwaltung der Global Compact Initiative wird vom Global Compact Office mit Sitz in New York organisiert. Neben dem Büro in New York gibt es eine Reihe von nationalen bzw. regionalen Netzwerkknoten, welche die Netzwerke vor Ort koordinieren. In Österreich ist die Unternehmensplattform respACT für das nationale Global Compact-Netzwerk zuständig. Aufgabe der regionalen Netzwerke ist es, die Umsetzung sowie die Weiterentwicklung der Prinzipien des Global Compacts zu fördern. Bei weltweiten Netzwerktreffen werden die Grundregeln des Global Compacts erarbeitet. (vgl. Global Compact Netzwerk Österreich 2012: o.S.)

Die Global Compact Initiative beruht auf zehn grundlegenden Prinzipien, welche auf folgenden UN Deklarationen und Konventionen basieren: auf der *Universal Declaration on Human Rights* (UDHR) von 1948; auf der *ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work* von 1998; auf der Rio-Deklaration *Rio Principles on Environment and Development* von 1992 sowie auf der *Convention against Corruption* aus dem Jahr 2003. Darüber hinaus kooperiert der Global Compact mit sechs weiteren UN Agenturen, nämlich mit dem OHCHR, der ILO, dem UNEP, UNDP, UNODC und der UNIDO. Er bildet mit diesen Agenturen das so genannte *Inter-Agency Team*. Des Weiteren arbeitet der Global Compact mit einigen VertreterInnen von Gewerkschaften und zivilgesellschaftlichen Organisationen zusammen, weshalb die Initiative einem so genannten Multistakeholder-Ansatz entspricht. (vgl. Mühle 2010: 123ff; vgl. Köppl et al. 2004: 28; vgl. Hummel 2007: 224)

Die zehn Prinzipien des Global Compact setzen sich aus den vier Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz sowie Korruptionsbekämpfung zusammen und sind folgendermaßen definiert:

Abbildung 1: Die zehn Prinzipien des Global Compact (Quelle: UN Global Compact 2012: o.S.)

<p>Human Rights</p> <ul style="list-style-type: none">• Principle 1: Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights; and• Principle 2: make sure that they are not complicit in human rights abuses. <p>Labour</p> <ul style="list-style-type: none">• Principle 3: Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining;• Principle 4: the elimination of all forms of forced and compulsory labour;• Principle 5: the effective abolition of child labour; and• Principle 6: the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.
<p>Environment</p> <ul style="list-style-type: none">• Principle 7: Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges;• Principle 8: undertake initiatives to promote greater environmental responsibility; and• Principle 9: encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies. <p>Anti-Corruption</p> <ul style="list-style-type: none">• Principle 10: Businesses should work against corruption in all its forms, including extortion and bribery.

Gegenwärtig sind nach eigenen Angaben des Global Compacts weltweit über 8700 Unternehmen Mitglied. Damit ist der Global Compact die weltweit größte freiwillige CSR Initiative. (vgl. Global Compact 2012a: o.S.) Fast jedes Unternehmen kann Mitglied des Global Compact werden. Ausgenommen sind Unternehmen, die beispielsweise Antipersonenminen oder Streubomben produzieren oder mit diesen handeln, die von den Vereinten Nationen sanktioniert werden bzw. die durch die UN-Beschaffungsabteilung auf eine schwarze Liste gesetzt wurden. Teilnehmende Unternehmen müssen (sollten) die zehn Prinzipien in ihre alltägliche Unternehmenstätigkeit integrieren sowie diese weiter fördern. Wesentlich ist der jährlich zu verfassende Fortschrittsbericht (COP – Communication on Progress), in dem Fortschritte in Bezug auf die Umsetzung der Prinzipien dargestellt werden sollen. Wenn ein Unternehmen keinen COP oder gleichzusetzenden Bericht

veröffentlicht, wird es auf der Global Compact Website als „non-communicating“, bei wiederholtem Ausbleiben als „inactive“ geführt. Der Global Compact geht davon aus, dass die durch den Fortschrittsbericht erzeugte Transparenz sowie die Auflistung von *Best Practice* Beispielen, Unternehmen zu einer Umsetzung der Prinzipien ermuntert werden. (vgl. UN Global Compact 2012b: o.S.)

Die Orientierung von Unternehmensstrategien an den eben dargestellten Prinzipien sollen dabei nicht als Wohltätigkeit verstanden werden. Vielmehr soll die Integration der Prinzipien in die Firmenpolitik, in das Kerngeschäft, im wirtschaftlichen Interesse der Unternehmen liegen. Damit sollen allen Beteiligten positive Effekte zukommen, im Sinne einer *win-win* Situation.

Die Initiative ist als ein Netzwerk unterschiedlicher globaler Akteure zu verstehen, sie soll einen breiten internationalen Dialog fördern. Damit wird eine global anerkannte CSR Rahmenbedingung geboten, an welcher sich Unternehmensstrategien orientieren können. (vgl. Köppl et al. 2004 : 28; vgl. Hummel 2007: 222f.; vgl. Mühle 2010: 126ff) So schreibt Ursula Mühle (2010), dass die Global Compact Initiative gerade deshalb wesentlich zu einer Ausbreitung und Unterstützung von CSR beigetragen hat, weil einerseits immer wieder neue Themengebiete aufgegriffen wurden, andererseits die Vernetzung relevanter globaler Akteure auf diesem Feld gefördert wurde. (vgl. Mühle 2010: 128f.)

2.5.2 Die Global Reporting Initiative

Neben dem Global Compact stellt nach Ursula Mühle die *Global Reporting Initiative* (GRI) die zweite wichtige internationale CSR Initiative dar. Die Initiative wurde 1997 durch die US-amerikanische Nichtregierungsorganisation CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies), einem Netzwerk von WissenschaftlerInnen, NGOs (unter anderem aus dem EZA-, Sozial- und Umweltschutzbereich) und Unternehmen ins Leben gerufen und wird seit 1999 von dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP), mit dem Ziel die GRI als eine globale Plattform zu fördern, unterstützt. Mittlerweile befindet sich die Initiative in strategischen Partnerschaften unter anderem mit dem UN Global Compact, der OECD und der International Organization for Standardization (ISO). Seit dem Jahr 2002 ist die GRI eine unabhängige Nonprofit Organisation mit Sitz in Amsterdam. Im Jahr 2010 haben nach eigenen Angaben über 1800 Organisationen und Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung an den Richtlinien

der GRI orientiert. (vgl. GRI 2012: o.S. ; vgl. Mühle 2010: 129f.; vgl. Köppl et al. 2004 : 27)

Die Multistakeholder-Initiative stellt Leitlinien, vor allem für Unternehmen, aber auch für andere Organisationen zur Verfügung, an welchen sich diese in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung orientieren können. Sie setzt dabei Prinzipien und Indikatoren fest, an welchen Organisationen ihre ökonomischen, ökologischen sowie sozialen Leistungen messen können. (vgl. GRI 2012a: o.S.) Die Richtlinien wurden dabei im Rahmen eines Dialoges von BeraterInnen aus Unternehmen, NGOs, internationalen Organisationen und anderen Stakeholdern entwickelt. Die Erarbeitung global einheitlicher Leitlinien, an welchen sich Unternehmen und Organisationen orientieren können, kann als wesentliches Ziel der GRI festgehalten werden. Damit soll die Transparenz und Verantwortung von Unternehmen gefördert werden und so das Vertrauen ihrer Stakeholder gestärkt werden. (vgl. GRI 2012: o.S.; vgl. Loew et al. 2004: 116)

Im Gegensatz zum GC richtet die GRI ihre Leitlinien auf spezifische Branchen aus. So wurden bzw. werden speziell auf bestimmte Sektoren zugeschnittene Versionen des Leitfadens erstellt, um eine internationale Vergleichbarkeit sowie eine spezifische Anwendung zu ermöglichen. Diese umfassen nach eigenen Angaben die Sektoren „[...] Stromversorger, Finanzdienstleistungen, Bergbau und Metall, Nichtregierungsorganisationen, Lebensmittelverarbeitung, Flughafenbetreiber sowie Baugewerbe und Immobilien [...]“ und sollen in weiterer Folge noch in den Bereichen Event-Organisatoren, Medien sowie Öl und Gas ergänzt werden. (vgl. GRI 2012b: o.S.; vgl. Mühle 2010: 130) Neben den veröffentlichten Richtlinien von 1999 und 2002 ist der sogenannte *G3 Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung* von 2006 gegenwärtig der aktuellste, wobei bereits an einem neuen Leitfaden (G4) gearbeitet wird.

Darin werden folgende Vorteile einer Berichterstattung, die sich an diesem Leitfaden orientiert, festgehalten: Die Leistung der Organisation kann zuverlässig geprüft werden; dies fördert ebenso eine kontinuierliche Leistungsverbesserung; die Berichterstattung dient als Instrument für den Dialog mit den Stakeholdern und sichert darüber hinaus wichtige Inputs für das weitere interne Verfahren. (vgl. GRI 2006: 6)

Für die Berichterstattung wurden Prinzipien erstellt und definiert, an welchen Organisationen sich orientieren können, ohne dass dies eine Anforderung für die Berichtsangaben darstellt, die zwingend zu erfüllen wäre. (vgl. ebd.: 8) So hält die Global Reporting Initiative in ihrem Leitfaden fest:

„Die Prinzipien sollen insgesamt zur Schaffung von Transparenz beitragen – ein Wert und eine Zielsetzung, die der Nachhaltigkeitsberichterstattung durchgängig zugrunde liegt. Transparenz lässt sich definieren als lückenlose Offenlegung von Informationen über Themen und Indikatoren, die erforderlich sind, um Auswirkungen widerzuspiegeln und um Stakeholder in die Lage zu versetzen, Entscheidungen zu treffen. Transparenz schließt zudem alle Prozesse, Verfahren und Annahmen mit ein, auf die für die Offenlegung zurückgegriffen wird.“ (ebd.: 6)

Die Prinzipien setzen sich dabei aus folgenden Punkten zusammen: (vgl. ebd.: 9ff)

- Wesentlichkeit
- Einbeziehung von Stakeholdern
- Nachhaltigkeitskontext
- Vollständigkeit
- Ausgewogenheit
- Vergleichbarkeit
- Genauigkeit
- Aktualität
- Klarheit
- Zuverlässigkeit

Grundsätzlich werden in dem Leitfaden drei Kategorien von Standardangaben für die Berichterstattung festgelegt. Diese werden als „wesentliche Elemente“ in der Berichterstattung verstanden, weshalb *empfohlen* wird, sich bei der Erstellung eines Berichtes an diese zu halten. Sie umfassen *Strategie und Profil* eines Unternehmens respektive einer Organisation, um deren Leistungen in einen Gesamtzusammenhang setzen zu können. Dies beinhaltet neben der Strategie eines Unternehmens Aspekte wie beispielsweise die Führungsstruktur der Organisation (*Corporate Governance*) – den *Managementansatz*, welcher darstellt, wie ein Unternehmen an bestimmte Themen herangeht, um damit einen ganzheitlichen Blick auf die Leistungen zu erhalten. Unter anderem werden Firmenrichtlinien, die Einbeziehung von Stakeholdern sowie die *Leistungsindikatoren*, welche vergleichbare Daten über ökonomische, ökologische und gesellschaftliche bzw. soziale Leistungen liefern sollen, wie Angaben zu Produktverantwortung, Anerkennung von internationalen Standards der UNO und ILO zu

Arbeits- und Menschenrechten sowie der OECD Leitsätze hierbei mit einbezogen. (vgl. GRI 2006: 5; 19ff)

Wie die Berichterstattung des GC beruht auch die der GRI auf einer freiwilligen Basis. Die einzige Verpflichtung von Seiten der Unternehmen bzw. Organisationen besteht in einer Nachhaltigkeitsberichterstattung, die sich an den GRI Leitlinien orientiert und der GRI ausgehändigt wird:

„In addition to the reporting, the GRI works with a positive signalling system. When a company both fulfils the guidelines and successfully passes the review process, it qualifies for having the status of reporting ‘in-accordance’.” (Mühle 2010: 131)

Ursula Mühle führt hierbei an, dass im Vergleich zu der Zahl der Berichte die Anzahl der MitarbeiterInnen in der Kontrollabteilung, welche 2009 bei etwa 30 MitarbeiterInnen lag, zu gering sei, was eine seriöse Überprüfung der Berichte äußerst fragwürdig erscheinen lässt. Dennoch ist die Global Reporting Initiative nach dem Global Compact die zweitgrößte internationale Initiative. Wesentlich dabei ist, dass die GRI – die im Gegensatz zum UN Global Compact keine politische Initiative darstellt – sich, wie erwähnt, auf bestehende internationale Standards und Richtlinien bezieht. Wie der GC bemühte sich auch die GRI von Anfang an, dem Ansatz der CSR einen globalen Rahmen zu geben, in dem ökonomische, ökologische sowie gesellschaftliche Aspekte als wesentlich aufgenommen werden und diese auch weiterentwickelt werden. (vgl. ebd.: 131f.) Beide Initiativen können somit heute als die wichtigsten, global durchgesetzten Standards in der Nachhaltigkeitsberichterstattung verstanden werden, die eine internationale Vergleichbarkeit ermöglichen. So ist es auch nicht verwunderlich, dass die GRI und der GC im Jahr 2010 eine Kooperation vereinbart haben “[...] to build a universal framework for corporate sustainability performance and disclosure, aiming to transform business practices on a global scale.“ (UN Global Compact 2012c: o.S.) In dieser Kooperation wurde festgehalten, dass fortan vom GC empfohlen wird, die GRI Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung für die Fortschrittsberichte von Unternehmen zu verwenden, die Mitglied des Global Compact sind. Umgekehrt wird die GRI die zehn Prinzipien des Global Compact in ihren nächsten Berichterstattungsleitfaden integrieren, in dem zu den Prinzipien passende Leitlinien und Indikatoren entwickelt und in die GRI

Standards aufgenommen werden. Dies soll eine weiter verbesserte internationale Vergleichbarkeit in der Nachhaltigkeitsberichterstattung und damit auch die Umsetzung von CSR Maßnahmen fördern. (vgl. UN Global Compact 2012c: o.S.)

2.5.3 OECD Leitlinien für multinationale Unternehmen

Als weitere bekannte Leitlinien sind die *OECD Leitlinien für multinationale Unternehmen* zu nennen, deren Bedeutung auch die Europäische Kommission in ihrer Mitteilung von 2012 hervorhebt. Die ersten OECD Leitsätze stammen aus dem Jahr 1976. Nach einer gründlichen Überarbeitung, die im Jahr 2000 von den OECD Mitgliedsländern verabschiedet wurde, kam im Jahr 2011 eine neue Aktualisierung der Leitlinien heraus. Grundsätzlich handelt es sich bei den OECD Leitsätzen um Empfehlungen der Regierungen der OECD Mitgliedsstaaten an multinationale Unternehmen aus den OECD Mitgliedsländern. Sie verfolgen das Ziel, die Unternehmensverantwortung, besonders für international agierende Konzerne, zu fördern. Bei den OECD Leitsätzen handelt es sich, im Gegensatz zu den beiden vorhergehend dargestellten Initiativen, nicht explizit um einen Multistakeholder-Ansatz, sondern vielmehr um einen multilateralen Verhaltenskodex. Auch die OECD Leitlinien sind nicht rechtsverbindlich, sondern als Empfehlungen und Maßstäbe, für ein „[...] verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln in einem globalen Kontext, das dem geltenden Recht und international anerkannten Normen entspricht [...]“ zu verstehen. (OECD 2011: 3) Wesentlich dabei ist, dass es sich um die einzigen multilateralen Leitsätze für ein verantwortungsbewusstes Handeln von Unternehmen dieser Art handelt, zu deren Förderung die Mitgliedsstaaten sich verpflichtet haben. Die Leitsätze sollen positive Beiträge von Seiten der Unternehmen hinsichtlich ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte begünstigen. (vgl. ebd.: 3f.)

Die OECD Leitlinien umfassen freiwillig einzuhaltende Standards zu Themenbereichen wie Arbeit und Umwelt, Verbraucherschutz und Korruptionsbekämpfung. Der Umsetzungsmechanismus der Leitsätze ergibt sich einerseits durch die nationalen Kontaktpunkte der teilnehmenden Länder, andererseits, auf multilateraler Ebene, über den Investitionsausschuss der OECD, wobei letzterer für die Überwachung sowie Implementierung der Leitsätze zuständig ist. Mit der Einrichtung nationaler Kontaktpunkte soll die Umsetzung der Leitlinien von den Unternehmen unterstützt werden. In Österreich ist dieser Kontaktpunkt im BMWFJ angesiedelt. Bei Kritik bzw. bei einer Beschwerde am

Vorgehen eines Unternehmens kann der jeweilige Kontaktpunkt (nach eigenem Ermessen) den Sachverhalt prüfen und, wenn nötig, zur Lösung des Problems mit Hilfe eines Mediationsverfahrens beitragen sowie eine Erklärung dazu abgeben. (vgl. Loew et al. 2004: 115; vgl. Kuhlen 2005: 62) Eine wesentliche Neuerung in der Aktualisierung der Leitlinien von 2011 ist die Bestimmung, dass die nationalen Kontaktpunkte die Ergebnisse der Konsultationen in Form einer Abschlusserklärung veröffentlichen müssen. Ebenso neu ist die Einbindung von Akteursgruppen wie NGOs, Gewerkschaften und Unternehmensverbände. (vgl. Utz 2011: 8)

Inhaltlich umfassen die Leitsätze, neben allgemeinen Ausführungen zu grundlegenden Pflichten von Unternehmen, Aspekte wie *Offenlegung und Information*, also größtmögliche Transparenz über die finanziellen Aspekte hinaus; die Einhaltung der *Menschenrechte*; den Themenbereich *Beschäftigung und Beziehungen zwischen den Sozialpartnern*, also die Einhaltung internationaler Arbeitsrichtlinien sowie beispielsweise die Förderung von einheimischem Personal; *Umwelt* und deren Schutz sowie Weiterentwicklung und Forschung zu Technologien für einen verbesserten Umweltschutz; die *Bekämpfung von Bestechung, Bestechungsgeldforderungen und Schmiergelderpressungen*; Rücksichtnahme auf *Verbraucherinteressen*; Förderung von *Wissenschaft und Technologie*; Förderung eines fairen *Wettbewerbs* und Einhaltung der bestehenden Gesetze; sowie die Einhaltung der *Besteuerung* in den jeweiligen Ländern. (vgl. OECD 2011: 15ff)

Die OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen beziehen sich auf internationale Vereinbarungen wie die der ILO zu Kernarbeitsnormen oder der UN Erklärung der Menschenrechte. Bei einem möglichen Fehlverhalten von Unternehmen – auch außerhalb der OECD Staaten –, die ihren Hauptsitz in den OECD Mitgliedsstaaten haben, kann durch jede Person oder Organisation Beschwerde gegen diese eingebracht werden. Jedoch liegt es im Ermessen der jeweiligen nationalen Kontaktpunkte, darauf zu reagieren. Auf Grund der Freiwilligkeit bestehen bis auf das sogenannte *naming and shaming* bei einem Verstoß gegen die Richtlinien keinerlei Sanktionsmöglichkeiten. So kritisiert Britta Utz, dass auch in der neuesten Version der Leitlinien keinerlei Möglichkeiten einer Sanktionierung bei Verstößen auf OECD Ebene bestehen. Trotz der Verpflichtung zu einer Abschlusserklärung bei einem durch einen nationalen Kontaktpunkt eingeleiteten Beschwerdeverfahren bestehen keine einheitliche Kriterien für die Berichterstattung über eine nicht zustande gekommene Einigung in einem Konsolidierungsverfahren. Die

Bewertung bleibt im Ermessen der jeweiligen Kontaktstellen und ist somit vom politischen Willen der Mitgliedsstaaten abhängig. (vgl. Utz 2011: 10f.)

2.5.4 ISO-Norm 26000 zur gesellschaftlichen Verantwortung

Eine weitere von der Europäischen Kommission erwähnte Initiative ist die *ISO-Norm 26000 zur gesellschaftlichen Verantwortung*, welche von der Internationalen Organisation für Normierung (ISO) im Jahr 2010 als eine internationale Norm veröffentlicht wurde. Sie ist aus der ISO 26000 Arbeitsgruppe hervorgegangen, die sich aus VertreterInnen von über 90 Ländern und mehr als 40 Organisationen sowie von sechs Stakeholdergruppen aus Industrie, ArbeitnehmerInnen, Verwaltung, KonsumentInnen, NGOs und Wissenschaft zusammensetzte. Auf Grund der breiten Beteiligung ist diese Initiative ebenfalls als eine Multistakeholder-Initiative zu verstehen. Wie schon die oben dargestellten Initiativen ist die ISO Norm 26000 ein Leitfaden, dessen Anwendung auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruht und somit lediglich als Orientierung bzw. Empfehlung zu verstehen ist. Der ISO 26000 Leitfaden ist weder rechtlich bindend, noch eine zertifizierbare Norm. Er ist als eine *Best Practice* Empfehlung für sozial und gesellschaftlich verantwortliches Handeln von Unternehmen und Organisationen zu verstehen und damit ein weiterer Versuch einer Standardisierung von Social Responsibility³. In seiner Ausführung orientiert er sich inhaltlich ebenso an Richtlinien der Vereinten Nationen sowie der Internationalen Arbeitsorganisation. (vgl. BMWFJ 2012: o.S.)

Wesentlich für die ISO ist der Stakeholder Ansatz. Die Einbindung von Stakeholdern wird als ein wesentliches Handlungsprinzip festgeschrieben, weshalb auch Empfehlungen zu Umsetzung bzw. deren Einbindung gegeben werden.

Die ISO 26000 Norm definiert folgende sieben Kernbereiche gesellschaftlicher Verantwortung:

- Organisationsführung (Organizational Governance)
- Menschenrechte (Human Rights)
- Arbeitspraktiken (Labour Practices)
- Umwelt (Environment)
- Faire Geschäftspraktiken (Fair Operating Practices)

³ Hierbei ist explizit von Social Responsibility (SR) die Rede, damit neben Unternehmen sich auch andere Organisationen an dem Leitfaden orientieren können.

- KonsumentInnenangelegenheiten (Consumer Issues)
- Gesellschaftliche Einbindung und Entwicklung (Community Involvement and Development) (vgl. Gürtler 2010: 2)

Zusätzlich zu diesen Kernbereichen werden im Leitfaden Handlungsfelder angeführt, welche zur Unterstützung bei der Umsetzung herangezogen werden können. Neben den Kernbereichen besteht der ISO 26000 Leitfaden aus folgenden sieben Prinzipien:

- Rechenschaftspflicht (Accountability)
- Transparenz (Transparency)
- Ethisches Verhalten (Ethical Behaviour)
- Achtung der Interessen der Anspruchsgruppen (Respect for Stakeholder Interests)
- Achtung der Rechtsstaatlichkeit (Respect for the Rule of Law)
- Achtung Internationaler Verhaltensstandards (Respect for International Norms of Behaviour)
- Achtung der Menschenrechte (Respect for Human Rights) (vgl. respACT 2010: o.S.)

Wie schon bei den oben dargestellten Initiativen bestehen auch bei der ISO 26000 keine Anforderungen zur Einhaltung der Leitlinien. Weniger noch, es müssen – im Gegensatz zum GC oder der GRI – keine Berichte zur Umsetzung verfasst werden, sondern lediglich Lizenzen bei der jeweiligen nationalen Standardisierungs- bzw. Normierungsorganisation erworben werden. Somit besteht keine Überprüfbarkeit der Umsetzung der Leitlinie, sie liegt alleine im Ermessen des Unternehmens respektive der Organisation.

2.5.5 Zwischenfazit

Grundsätzlich besitzen alle hier dargestellten Initiativen, Richtlinien und Standards den Anspruch, globale Rahmenbedingungen für eine gesellschaftliche Verantwortung (vor allem) für Unternehmen zur Verfügung zu stellen, um damit verantwortungsbewusste und in weiterer Folge nachhaltige Unternehmenshandlungen zu fördern. Während es bei den hier dargestellten Multistakeholder-Ansätzen – des Global Compacts, der Global Reporting Initiative sowie der ISO 26000 – den Unternehmen bzw. Organisationen selbst überlassen ist, diesen beizutreten und gegebenenfalls deren Bedingungen, wie eine jährliche

Berichterstattung zu erfüllen, wird die Einhaltung der OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen von jedem Unternehmen „erwartet“, welches seinen Hauptsitz in einem Unterzeichnerstaat hat.

Alleine schon durch die Begrifflichkeit der *Erwartung* zeigt sich auch bei dem Verhaltenskodex der OECD die Unverbindlichkeit dieser Leitsätze. Bei einer Beschwerde auf Grund eines Verstoßes gegen die Leitlinien liegt es im Ermessen der jeweiligen nationalen Kontaktpunkte wie damit umgegangen wird und ob ein Unternehmen überhaupt, auch bei einer nicht erfolgreichen Konsolidierung, namentlich genannt wird.

Die anderen dargestellten Initiativen beruhen auf der Eigeninitiative von Unternehmen, daran teilzunehmen. Sie stellen Richtlinien zur Verfügung, an welchen sich ein Unternehmen orientieren und sein Verhalten dementsprechend ausrichten kann. Die Unternehmen können Verhaltenskodizes selbst erstellen und sich dabei an bestehenden Empfehlungen der Initiativen orientieren. Die Teilnahme an diesen freiwilligen Initiativen erhöht dabei (im besten Fall) die Transparenz von Unternehmen und ermöglicht damit einen besseren Einblick für externe als auch interne Stakeholder in die Geschäftspolitik der Unternehmen. Sie kann dadurch ebenso zu einem positiven Öffentlichkeitsbild eines Unternehmens beitragen, indem durch die Öffnung die Glaubwürdigkeit erhöht wird. Gleichzeitig argumentieren die unterschiedlichen Initiativen, dass durch eine Teilnahme auch die Leistungen der Konkurrenz ersichtlich werden, ein Unternehmen demnach besser auf diese reagieren kann, was nicht nur den teilnehmenden Unternehmen zu gute kommt, sondern wiederum zu einer (innovativen) Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsmaßnahmen führen soll.

Die Freiwilligkeit ist jedoch bei allen dargestellten Multistakeholder-Initiativen oberstes Prinzip. Bei der GRI sowie beim GC müssen zumindest Nachhaltigkeitsberichte über Umsetzung und Fortschritte der Leitlinien erstellt werden, auch wenn deren Ausbleiben keine tiefgreifenden Konsequenzen nach sich zieht. Die Frage, die sich hierbei stellt, ist natürlich die nach der Sinnhaftigkeit bzw. wie erfolgsversprechend rein freiwillige Orientierungsleitlinien ohne ernstzunehmende Sanktions- und Kontrollmechanismen ohne rechtliche Verbindlichkeit sind. Wenn Leitlinien lediglich als Orientierungs- und Vergleichshilfe, als reine Empfehlungen gefasst werden, birgt dies sogar die Gefahr von Missbrauch, indem beispielsweise bestimmte positive Verhaltensformen und Leistungen hervorgehoben werden, andere negative jedoch kaum bzw. nicht erwähnt oder im schlimmsten Fall sogar vertuscht werden. Die Teilnahme an solchen Initiativen könnte als

reine PR-Maßnahmen missbraucht werden, die propagierte Absicht dieser Richtlinien, den verantwortungsbewussten Umgang von Unternehmen mit ihrem Umfeld, ins Leere laufen. Der Vorteil der Unternehmen durch die unverbindliche Teilnahme liegt unter anderem darin, dass keine (zusätzlichen) bürokratischen Hürden aufgebaut, sie in ihrem Handeln nicht eingeschränkt werden und damit ihre Innovationsfähigkeit sowie Kreativität nicht darunter leiden. Besonders in einem sich ständig verändernden globalen Wettbewerb bedarf es größtmöglicher Flexibilität der Unternehmen, um sich an die wechselnden Bedingungen anzupassen. Rechtlich bindende Beschränkungen und Vorgaben werden dabei als hinderlich zu begriffen.

Grundsätzlich ermöglichen die internationalen Richtlinien und Standards nicht nur eine internationale Vergleichbarkeit sowie grundlegend anerkannte Rahmenbedingungen, sondern sie leisten und leisten ebenso einen Beitrag zu einer weiteren globalen Ausbreitung der propagierten CSR Idee – verantwortungsbewusstes Handeln von Unternehmen auf ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Ebene zu fördern und weiterzuentwickeln.

2.6 Freiwilligkeit oder Reglementierung? – Chancen und Risiken von CSR

Der Ansatz der Corporate Social Responsibility – der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung – zeichnet sich, trotz breiter Verwendung, als ein heterogenes Konzept aus, welches viel Interpretations- bzw. Auslegungs- und somit einen großen Anwendungsspielraum zulässt. (vgl. Blowfield et al. 2008: 503) Ein Grundgedanke der meisten Ansätze ist nach Thomas Loew et al. die Idee, Unternehmen als einen Teil der Gesellschaft zu verstehen, als aktive Akteure, die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu übernehmen haben. Da Unternehmen als soziale Akteure Einfluss auf gesellschaftliche Zusammenhänge haben bzw. durch ihr Tun gesellschaftliche Verhältnisse mitgestalten, wird ihnen im Rahmen des Konzepts der Corporate Social Responsibility Verantwortung für ihr Handeln zugeschrieben. (vgl. Loew et al. 2004: 23f.)

Verantwortlich handeln bedeutet hierbei, über gesetzliche Bestimmungen und wohlfahrtliches Engagement hinaus, das gesamte Kerngeschäft eines Unternehmens

verantwortungsbewusst auszurichten. Die Verantwortung richtet sich auf Aspekte einer sogenannten nachhaltigen Entwicklung, welche eine soziale bzw. gesellschaftliche, eine ökologische sowie eine ökonomische Dimension umfasst. Grundsätzlich soll(te) die zu übernehmende Verantwortung den Interessen von Unternehmen nicht zuwiderlaufen. Vielmehr soll in Abstimmung mit den jeweiligen internen sowie externen Anspruchsgruppen der Unternehmen eine den Unternehmenszielen förderliche Ausrichtung getroffen werden, welche in die wirtschaftliche Tätigkeit – in das Kerngeschäft eines Unternehmens – einfließen kann.

Begriffe wie Wirtschaftswachstum und Umweltschutz, Profit und soziale Arbeitsbedingungen dürften demnach nicht als reine Gegensätze begriffen werden, eher soll beides Hand in Hand gehen und sich gegenseitig fördern. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen kann zu einer *win-win* Situation für alle beteiligten Akteure führen, weshalb der Einbezug der bzw. die Beziehung der Unternehmen zu ihren Stakeholdern bei dem Konzept der CSR eine maßgebliche Rolle einnimmt.

Das Konzept kann in Anlehnung an Ursula Mühle (2010) mittlerweile als ein globales Phänomen verstanden werden. Besonders internationale politische Organisationen bzw. Akteure sowie einflussreiche multinationale Unternehmen haben zu einer globalen Ausbreitung beigetragen. Gleichzeitig haben internationale Initiativen und Richtlinien, wie unter anderem der UN Global Compact oder die Global Reporting Initiative, den CSR Ansatz als eine globale Norm weltweit institutionalisiert. (vgl. Mühle 2010: 121f.) Die im vorhergehenden Kapitel dargestellten, bestehenden internationalen Initiativen beruhen im Grunde alle auf freiwilliger Basis. Sie sind als Leitlinien, als Empfehlungen zu begreifen, an welchen sich Unternehmen orientieren sollen bzw. können. Unternehmen können ihre Verantwortlichkeit selbst bestimmen.

Die mit den Prozessen einer Globalisierung einhergehenden Faktoren, wie die Zunahme des globalen Handels, die Ausbreitung transnationaler Handelsnetzwerke und die in einer internationalen Arbeitsteilung eingebetteten Produktionsprozesse, haben zu einer wachsenden Macht der globalen Finanzmärkte beigetragen, wobei transnational agierenden Unternehmen eine zentrale Rolle zukommt. (vgl. Held et al. 2008: 15) Nationalstaatliche Handlungsspielräume und damit Bemühungen um Regulationsmechanismen stoßen auf Grund globaler Zusammenhänge an ihre Grenzen. Für die Lösung globaler Probleme bedarf es zunehmend globaler Akteure, wie internationale politische Institutionen, die international gültige Standards und Richtlinien erarbeiten und sich für ihre Umsetzung einsetzen.

Besonders in den letzten Jahrzehnten wird, wie dargestellt, zunehmend die Forderung an transnational agierende Unternehmen gestellt, Verantwortung für ihr Handeln zu übernehmen und Ansprüchen und Erwartungen von Stakeholder Gruppen entgegen zu kommen. Diese Forderungen gehen einerseits einher mit gesellschaftlichen Umdenkprozessen, welche sich durch gegenwärtige populäre Schlagwörter wie *Nachhaltigkeit*, *Bio*, *Fair Trade*, *Menschenrechte*, *Umwelt-* und *Klimaschutz* beschreiben lassen. Andererseits spielen neue Kommunikations- und Informationstechnologien, neue Formen von Informationsgewinnung bei diesen Prozessen eine zentrale Rolle. Die gesteigerte Transparenz zwingt Unternehmen vermehrt, sich mit ihrem Öffentlichkeitsbild und damit mit einer verantwortungsbewussten Unternehmenspolitik auseinander zu setzen. So sind Unternehmen, trotz fehlender international bindender Richtlinien, verstärkt bemüht, Verantwortung für ihre Handels- und Produktpolitik zu übernehmen und soziale sowie ökologische Standards und Richtlinien – wie beispielsweise die Umsetzung von Menschenrechten, sozialen Arbeitsbedingungen, Umweltschutz etc. – einzuhalten bzw. zumindest sich daran zu orientieren. Die öffentliche Meinungs- und Bewusstseinsbildung kann somit als Chance dafür gesehen werden, dass sich Unternehmen an bestimmte Richtlinien – auch außerhalb strenger gesetzlicher Bestimmungen (besonders westlicher Staaten) – halten sollten. Sie müssen ihre Unternehmenspolitik auch in den zunehmend netzwerkartig, global verteilten Handels- und Zuliefererketten, also beispielsweise auch in Ländern ohne strikte Arbeits- oder Umweltgesetze, zunehmend an den Erwartungen ihrer Stakeholder ausrichten.

Die wachsende Bedeutung des Konzepts der Corporate Social Responsibility kann also mit den eben beschriebenen Prozessen in einen Zusammenhang gestellt und auch als Antwort auf die Erwartungen von BürgerInnen, VerbraucherInnen, InvestorInnen sowie (zivilgesellschaftlicher) Organisationen etc. verstanden werden. (vgl. Neureiter 2004: 43f.)

Wenn jedoch nun eine gesellschaftliche Unternehmensverantwortung einerseits vor allem auf einer freiwilligen Basis umgesetzt, andererseits mögliche ergänzende Vorschriften bzw. Richtlinien durch die Unternehmen(-svertretungen) nach eigenen Vorstellungen (und damit Interessen) selbst erstellt werden sollen, stellt sich die Frage, welche Erfolgsaussichten eine propagierte Unternehmensverantwortung hinsichtlich einer gesamtgesellschaftlichen, nachhaltigen Entwicklung besitzt. Besteht dadurch nicht die Gefahr, dass die grundsätzliche Idee, wie sie Howard R. Bowen Mitte des letzten Jahrhunderts geprägt hat, gefährdet ist und als Marketingstrategie missbraucht wird?

Können Marktmechanismen und bestehende (internationale) Richtlinien als Orientierungshilfen sowie Zertifizierungssysteme dazu beitragen oder bedarf es gesetzlicher Regulierungsmaßnahmen bzw. Mindeststandards, um eine *wirkliche* Verantwortung zu gewähren? Dieser wesentlichen Frage in der CSR Debatte nach einem Modell zwischen selbstverantwortlicher Freiwilligkeit und verpflichtenden Regulierungsmaßnahmen wird an dieser Stelle nachgegangen.

2.6.1 CSR und das Dilemma der Freiwilligkeit

In der Frage der Unternehmensverantwortung spielt die Frage der Freiwilligkeit bei der Umsetzung von bestimmten Richtlinien, Leitsätzen und sonstigen Maßnahmen eine zentrale Rolle. Unternehmen und Wirtschaftsverbände treten verstärkt dafür ein, dass CSR grundsätzlich freiwillig zu sein hat. Maßnahmen sollen somit weitgehend unabhängig von gesetzlichen Verordnungen oder verpflichtenden Zertifizierungen sein. Die Position anderer gesellschaftspolitischer Akteure, wie Gewerkschaften oder bestimmter zivilgesellschaftlicher Organisationen wie NGOs – hierbei besonders Menschenrechts-, EZA- und Umweltschutzorganisationen – hingegen ist, dass nur gesetzlich verankerte Regulierungsmaßnahmen bzw. Sanktionierungen bei Verstößen und Missbrauch die Sinnhaftigkeit von CSR gewährleisten können.

Besonders der Mangel an gesetzlichen Richtlinien bzw. Regulierungsmaßnahmen steht im Mittelpunkt der Kritik am gegenwärtigen CSR Konzept, wie er von der Europäischen Kommission vorgegeben wird. In diesem Zusammenhang wird kritisiert, dass die fehlenden verbindlichen Richtlinien und Mindeststandards, aber auch die konzeptionelle Unschärfe des Konzepts dazu führen, dass CSR als PR-Trick von Unternehmen verwendet und somit als Marketinginstrument missbraucht wird, mit welchem sich ein positives öffentliches Erscheinungsbild und damit betriebswirtschaftliche Interessen durchsetzen lassen. (vgl. Köppl et al. 2004: 19) Demnach würde das gegenwärtig höchst populäre Paradigma der Nachhaltigkeit und die oftmals propagierte Hinwendung zu einer *Green Economy* als eine (weitere) Gewinnsteigerung für die Unternehmen verwendet werden, ohne dass eine nachhaltige Veränderung garantiert ist. So besteht die Gefahr, dass gerade durch die Abwesenheit von bindenden Normen CSR Kommunikation als ein Instrument des sogenannten *Greenwashing* verwendet wird. Die Kritik ist hierbei auch, dass von Unternehmen durchaus vorbildhafte Maßnahmen hervorgehoben und öffentlich breit

kommuniziert werden, gleichzeitig jedoch andere, weniger rühmliche Unternehmensaktivitäten unerwähnt bleiben. (vgl. Nemelka 2012: o.S.) Die Position von Wirtschaftsverbänden und Unternehmen ist, dass CSR grundsätzlich freiwillig sein soll und sowieso durch die Bedingungen des Marktes und dessen *unsichtbare Hand* gesteuert wird. Durch die gesteigerte Nachfrage nach Produkten, die gewisse nachhaltige Kriterien aufweisen – ob sie nun soziale Arbeitsbedingungen fördern oder zum Klimaschutz beitragen – würde ein Umdenken der Unternehmen fördern, weshalb diese ihre Politik verstärkt nachhaltig ausrichten. So ist ein Hauptargument der Befürworter von freiwilligen CSR Maßnahmen, dass CSR Aktivitäten im Interesse der Unternehmen liegen, weil sie vor allem ihre Reputation gegenüber den KonsumentInnen, HandelspartnerInnen oder InvestorInnen absichern und damit eine höhere Gewinnspanne erwarten lassen. Bei Nichtteilnahme würden die Unternehmen hingegen ihre Wettbewerbsfähigkeit gefährden. (vgl. McInerney 2006: 23) Besonders durch die geänderten Erwartungen der unterschiedlichen Anspruchsgruppen sind die Unternehmen beinahe gezwungen, sich diesen zu fügen um konkurrenzfähig zu bleiben. Die Nachfrage bestimmt das Angebot, eine Marktsteuerung auf Grund des wachsenden Bedarfs an nachhaltig produzierten Gütern wäre dadurch gegeben. Darüber hinaus würde die Abwesenheit verbindlicher Rahmenbedingungen die Flexibilität von Unternehmen und damit deren Eigeninitiativen in der Durchführung von Projekten, ihre Kreativität und Innovation fördern, was wiederum zu einer Weiterentwicklung der CSR Grundidee beitragen könnte. Verbindliche Regelungen hingegen könnten solche Entwicklungen hemmen, da sie dazu führen könnten, dass nur bestimmte Mindestanforderungen erfüllt werden, gleichzeitig führen sie zu weiteren, administrativen Anforderungen an die Unternehmen. Darüber hinaus könnten gesetzliche Regulierungen, die nicht über globalpolitische Akteure wie die UNO festgeschrieben werden, sondern eben beispielsweise nur innerhalb der Europäischen Union, europäische Unternehmen in ihrer Wettbewerbsfähigkeit im Hinblick auf die (wachsende) internationale Konkurrenz gefährden. (vgl. Ungericht et al. 2008: 20f.)

Das „neoklassische Argument“, dass es im wirtschaftlichen Interesse der Unternehmen liegt CSR Normen auszurichten und diese zu erfüllen, ist nach Thomas McInerney jedoch verfehlt: Auch wenn viele Unternehmen auf Grund des Drucks ihrer Stakeholder Verantwortung in ihrer Politik übernehmen, gibt es eine Vielzahl von Unternehmen, die beispielsweise den KonsumentInnen nicht bekannt sind und damit keine bzw. nur begrenzt Aufmerksamkeit erhalten. Dadurch würde das Argument, dass Unternehmen auf Grund des Zieles einer positiven Reputation CSR Leitsätze berücksichtigen, ins Leere laufen und

CSR nur von jenen unterstützt werden, die oftmals öffentlich in Erscheinung treten. (vgl. McInenry 2006: 23ff) Die Frage, die sich daraus ergibt, ist, ob nicht gerade dadurch wirtschaftliche Nachteile entstehen, wenn bestimmte Unternehmen sich quasi auf Grund verstärkter öffentlicher Aufmerksamkeit selbst regulieren *müssen*, andere, die im Hintergrund agieren, nicht.

Außerdem gibt es trotz bereits *aktivierter Marktmechanismen* weltweit zahlreiche Unternehmen, die Arbeits- und Menschenrechte missachten, an Umweltverschmutzung oder an Korruption beteiligt sind. Dies stellt besonders in *Entwicklungsländern* ein großes Problem dar, da gerade dort kaum Kontrollen und niedrige Arbeits- und Umweltstandards herrschen. Aber auch Staaten mit höheren Standards, welche von Unternehmen einzuhalten sind, bleiben nicht unbedingt von solchen negativen Aktivitäten verschont. (vgl. McInerny 2006: 5; vgl. Kuhlen 2005: 12) Beatrix Kuhlen hält fest, dass bestimmte Mindeststandards kaum durch eine selbstverpflichtende Freiwilligkeit von CSR Aktivitäten, sondern nur durch gesetzliche Regulierung durchsetzbar sind. (vgl. Kuhlen 2005: 12) Auch für Ungericht et al. (2008) ist das Prinzip der Freiwilligkeit ungeeignet, um auf einer breiten Basis sinnvoll zu sein. So haben beispielsweise nach einer von den Autoren initiierten Umfrage in österreichischen Unternehmen sogenannte CSR Vorreiter seltener Einwände gegen rechtliche Verbindlichkeiten, sie sehen darin vielmehr einen Schutz gegen *Trittbrettfahrer*. Kleinere Unternehmen befürworten verpflichtende Regulierungsmaßnahmen mehr als größere Unternehmen, sie sehen darin einen Schutz. (vgl. Ungericht et al. 2008: 209f.)

Fehlende Verpflichtungen zur Einhaltung von freiwilligen Standards, bergen die Gefahr von Missbrauch oder werden von Unternehmen, die kaum bekannt sind, einfach ignoriert, weil es betriebswirtschaftlich nicht nötig bzw. hinderlich ist. Besonders wenn CSR Standards nicht einklagbar bzw. Unternehmen bei Verstößen nicht sanktionierbar sind, die Umsetzung von Richtlinien auf einer freiwilligen Selbstverpflichtung basiert und selbst hier eine Berichterstattung keinerlei verpflichtender Rahmen existiert, stellt sich die Frage der Sinnhaftigkeit von Richtlinien, Standards aber auch von CSR im Allgemeinen. Unternehmen, die lediglich gewisse Mindeststandards erfüllen, das CSR Konzept alleine für ihre positive öffentliche Reputation verwenden oder grundsätzlich keinen Wert darauf legen, übernehmen nach Ungericht, Raith und Korenjak keine gesellschaftliche Verantwortung. Warum sollten sie auch, wenn kein Interesse besteht, keine Vorteile für sie dabei herauspringen, keine Sanktionierungen zu befürchten sind? Gleichzeitig kann sich für Unternehmen, die ihre Unternehmenspolitik nach einer gesellschaftlichen

Verantwortung ausrichten, ein Wettbewerbsnachteil ergeben. Eine kostspieligere freiwillige Unternehmensverantwortung könnte so auf einen „Nischenmarkt“ abgedrängt werden, was wiederum die Motivation von Unternehmen, Verantwortung zu übernehmen, einschränken würde. Die Autoren sprechen in diesem Zusammenhang von einem Dilemma von „Erfolg oder Moral“, weshalb sie festhalten, dass eine reine Freiwilligkeit nicht zielführend sei. Vielmehr bedarf es klarer Regeln von gesellschaftlicher Verantwortung, um ein bestimmtes Mindestmaß umzusetzen. (vgl. Ungericht et al. 2008: 212f.)

„Verantwortungsbewussten Unternehmen geht es statt einer eindimensionalen Gewinnfixierung um die Befriedigung unterschiedlicher *Stakeholder*-Interessen. Die Freiheit, Verantwortung zu üben, setzt allerdings Regeln voraus, die moralische Handlungsspielräume eröffnen, nicht schließen – und zwar zu Lasten der Unverantwortlichen. Gerade darin, solche Regeln zu schaffen und durchzusetzen, besteht die Verantwortung der Politik.“ (ebd.: 212)

Deshalb fordern Ungericht et al. von den politischen AkteurInnen verpflichtende, internationale Abkommen; Standards und Zertifizierungen, die Branchen und Unternehmensgröße berücksichtigen und alle Aspekte unternehmerischer Verantwortung erfassen; verpflichtende Berichterstattungen; sowie die Steuerung durch Vergabe öffentlicher Mittel an jene Betriebe, die bestimmte Kriterien und Standards einhalten. (vgl. Ungericht et al. 2008: 210ff)

2.6.1.1 CSR – Zwischen Freiwilligkeit und Zwang

Die Diskrepanz zwischen Freiwilligkeit und Zwang wirft die Frage auf, ob es nicht auch einen Mittelweg, eine Alternative zwischen beiden scheinbar unüberwindbaren Polen Ansichten gibt. Gibt es einen *dritten Weg*, der zwischen den Widersprüchen von Freiwilligkeit und Zwang liegt?

Bei der Debatte um gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist eine wesentliche Frage, wie positives Handeln gefördert und negatives „minimiert“ werden kann. Gegenwärtig gibt es, bis auf die *Marktmechanismen* und Initiativen wie *Best Practice* Beispiele, kaum eine positive Steuerung, keine systematische Belohnung für verantwortlich handelnde Akteure. (vgl. Ungericht et al. 2008: 191; 210)

Für Thomas Bredgaard (2004) ergeben sich neben Regulationsmaßnahmen und Maßnahmen, beruhend auf eigenen Entscheidungen, weitere Möglichkeiten, Unternehmen für eine Übernahme einer gesellschaftlichen Verantwortung in ihrer Unternehmenspolitik

zu gewinnen, vor allem indem Unternehmen dazu motiviert werden. Dabei stellt er sich die Frage nach den Bedingungen, die vorherrschen müssen, damit CSR aktiv angenommen und in die Unternehmenspolitik adoptiert wird. Wesentlich für Unternehmen ist die Frage nach dem Kosten-Nutzen-Faktor, also die Frage nach der wirtschaftlichen Motivation, welche direkt die Interessen der Unternehmensführung ansprechen. Auch wenn nach Bredgaard Unternehmen hauptsächlich über Anreize dazu gebracht werden sollen, Verantwortung zu übernehmen, sieht er dennoch auch Bedarf an staatlich regulativen Maßnahmen.

Im Wesentlichen schlägt er vier unterschiedliche Arten bzw. politische Instrumente zur Förderung von CSR Aktivitäten vor: Motivationsprogramme (motivation programs), Überzeugungsbemühungen (persuasion programs), Regulative Programme (regulative programs) sowie Öffentliche Unterstützungsprogramme (public activity programs). Während Motivationsprogramme durch wirtschaftliche Eigeninteressen Akzeptanz finden sollen, bauen Überzeugungsbemühungen und Regulierung in unterschiedlicher Weise Druck auf die Unternehmen auf. Überzeugung soll dabei vor allem durch Hinweis auf gesellschaftliche Werte und Normen entstehen und auch indem Zertifizierungen ausgestellt werden. Regulative Programme hingegen funktionieren durch Zwang, Kontrolle und Sanktionierungen. Öffentliche Unterstützungsprogramme sollen darüber hinaus weitere Anreize zur Umsetzung bieten. Diese sehen beispielsweise eine öffentliche Unterstützung im Ausbau der Infrastruktur oder auch Weiterbildungsmöglichkeiten für MitarbeiterInnen vor. Mit diesem Vorschlag überschreitet Bredgaard die bipolare Auseinandersetzung zwischen *entweder/oder* sondern findet einen Kompromiss, indem er *sowohl* freiwillige Anreize *als auch* verpflichtende Maßnahmen kombiniert. Wesentlich ist dabei für ihn, dass gesetzlich festgelegte Regulierungsmaßnahmen erst dann eineingesetzt werden sollen, wenn die Motivation der Unternehmen über Anreize nicht erreicht wird. (vgl. Bredgaard 2004: 385ff)

Wie für Bredgaard ist es auch für Ungericht et al. die Aufgabe der Politik, Rahmenbedingungen festzulegen, welche gesellschaftliche Unternehmensverantwortung fördern. Dabei sollten gerade solche Unternehmen gefördert werden, die ihr unternehmerisches Handeln danach ausrichten. So empfehlen die Autoren, um Anreize abseits verpflichtender Maßnahmen zu schaffen, einerseits eine direkte Förderung engagierter Unternehmen, andererseits eine indirekte Unterstützung im Sinne von „Schutz engagierter Unternehmen“, beispielsweise durch positiv bzw. negativ sanktionierende Rahmenbedingungen. Dies würde zu einer Sicherung von gewissen Mindeststandards bei

gleichzeitiger Gewährleistung einer Wettbewerbsneutralität beitragen. (vgl. Ungericht et al. 2008: 191)

2.6.2 CSR als diskursives Feld

Innerhalb der Europäischen Union ist der gesellschaftspolitische, aber auch wissenschaftliche Diskurs zu CSR vor allem durch die inhaltlichen Stellungnahmen der Europäischen Kommission definiert. So sprechen Thomas Ungericht et al. (2008) in diesem Zusammenhang von einem „dominanten CSR Diskurs“, welcher durch die Europäische Kommission, aber auch von Lobbyverbänden – hauptsächlich der ArbeitgeberInnen – geprägt wurde. Charakteristisch für diesen dominanten Diskurs der EU ist das *Prinzip der Freiwilligkeit*, die *freiwillige Selbstverpflichtung*, wie im ersten Grünbuch der Europäischen Kommission zu CSR von 2001 festgehalten. Das Merkmal der Freiwilligkeit dominiert den europäischen CSR-Diskurs und damit die inhaltliche Bestimmung des CSR-Konzepts. (vgl. Ungericht et al. 2008: 19f.) Auch wenn die Europäische Kommission in ihrer neuesten Mitteilung von 2011 davon abgekommen ist, das Prinzip der Freiwilligkeit als ein beinahe nicht diskutierbares Paradigma darzustellen und fortan gegebenenfalls *ergänzende Vorschriften* neben den freiwilligen Maßnahmen herangezogen werden, streicht sie dennoch die Bedeutung der Freiwilligkeit hervor. Dies zeigt sich auch schon darin, dass ergänzende Vorschriften nicht von *außen*, durch weitere Anspruchsgruppen, sondern vor allem von Unternehmen und ihren Interessenvertretungen selbstbestimmt erstellt werden sollen. Die von den Unternehmen zu setzenden Maßnahmen, um einer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, bleiben somit so oder so vor allem in den Händen der Unternehmen selbst. (vgl. Ungericht et al. 2008: 209).

Die konzeptuelle Bestimmung von CSR und damit die Frage der Verantwortung sowie die nach den Praktiken von Unternehmen muss anhand des politischen Diskursprozesses betrachtet werden. (vgl. ebd.) Dieser hängt wiederum mit der gesellschaftlichen Verteilung von Macht und damit mit dem Einfluss bestimmter Akteure auf die Entwicklung des Konzepts – also die inhaltlichen Zuschreibungen von CSR und deren Ausrichtung – zusammen: Das Konzept der CSR ist als politischer Diskurs zu verstehen „[...] welcher bestimmten Interpretationen und Grundverständnissen unternehmerischer Verantwortung den Vorzug gegenüber anderen gibt, und damit bestimmte Praktiken und Instrumente

behindert und andere befördert.“ (ebd.: 69) Die Bedeutungszuschreibung und auch die betriebliche Praxis ist damit aus einem diskursiven Prozess heraus entstanden, welcher ein bestimmtes öffentliches Bild sowie praktische Anwendungsmuster vorgibt bzw. dominiert. (vgl. ebd.: 59; 69) Für Thomas Ungericht et al. wurde der CSR Ansatz in Europa, neben der Kommission, seit 2006 besonders von dem Europäischen Bündnis für CSR, einem aus etwa 200 großen europäischen Unternehmen und CSR-Initiativen auf Arbeitgeberseite bestehenden Netzwerk, beeinflusst. Anspruchsgruppen, wie Gewerkschaften und zivilgesellschaftlicher Organisationen, spielten bei der CSR Positionierung der Kommission hingegen nach den Autoren kaum eine Rolle. So fand beispielsweise auch das EU-Multi-Stakeholder-Forum zu CSR, welches 2002 initiiert wurde, nur wenig Resonanz. (vgl. ebd.: 19) Es ist somit auch nicht verwunderlich, dass der Antiregulierungsdiskurs der ArbeitgeberInnen prägend für die europäische CSR Entwicklung war und bis heute ist. (vgl. ebd.; vgl. Unerman et al. 2007: 351) Ungericht et al. sprechen davon, dass CSR von einer „eindimensionalen Bestimmung“ geprägt ist, weshalb das Prinzip der Freiwilligkeit eine dominante Zuschreibung findet. (Ungericht et al. 2008: 9; 11) Das Prinzip der Freiwilligkeit sowie der Begriff der Verantwortung seien durch einen dominanten CSR Diskurs geprägt, welcher ökonomischen Zielen untergeordnet ist. Eine gesellschaftliche Verantwortung soll folglich für diese Ziele verwertbar gemacht werden, moralische Fragen werden den ökonomischen Interessen untergeordnet. Der CSR Diskurs dreht sich lediglich um die funktionale Verantwortung von Unternehmen, welche sich auf Grund ökonomischer Rechtfertigungen moralisch vor niemandem zu verantworten haben. (vgl. ebd.: 15) Die Autoren sprechen in diesem Zusammenhang von einer „[...] ökonomisch legitimierten *Entmoralisierung* des Verantwortungskonzepts [...]“. (ebd.) Sie halten weiter fest, dass eben dieser durch Wirtschaftsakteure geprägte dominante Diskurs mit seiner Definitionsmacht das Verhältnis von Subjekt und Objekt der Verantwortung verdreht. Besonders wenn vor allem die (großen) Unternehmen selbst (mit-)bestimmen, was eine *gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen* bedeuten soll, wird nach Ungericht et al. die *gesellschaftliche Unternehmensverantwortung* zu einer *Verantwortung der Gesellschaft für die Unternehmen* verkehrt. Damit verkommt der CSR Diskurs zu einer „einseitigen Instrumentalisierung“ im ökonomischen Interesse der Wirtschaftstreibenden und wird zur *Ware*, die zu einer weiteren Gewinnsteigerung beitragen soll: (vgl. Ungericht et al. 2008: 22f.) „Als *Managementansatz* wird CSR zur *neutralen* technischen Lösung, in der Unternehmensstrategie und allgemeines Interesse ganz ungezwungen in eins fallen sollen.“ (ebd.: 23f.) Wesentlich dabei sei, dass lediglich die Frage einer effizienteren

technischen Umsetzung von CSR als Managementstrategie, jedoch kein Diskurs zur grundlegenden theoretischen Ausrichtung des Konzepts, zugelassen wird. Über *Best Practice* Beispielen soll die *win-win* Situation weiter hervorgehoben und verankert werden, was wiederum die Legitimation des Instruments ausbaut. (vgl. ebd.: 24)

2.6.3 Ansichtssache – Von der Rolle der Wirtschaft innerhalb der Gesellschaft

Der Diskurs über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist nicht zu trennen von der Frage, welche Rolle die Wirtschaft und damit Unternehmen innerhalb der Gesellschaft einnehmen. Die Frage nach der Rolle der Wirtschaft impliziert die Frage nach der Rolle bzw. Verantwortung des Staates. Dieser organisiert die Rahmenbedingungen des gesellschaftlichen Zusammenlebens und strukturiert damit die gesellschaftlichen Verhältnisse und Entwicklungsprozesse.

Diese Fragen spiegeln sich in der Auseinandersetzung um Freiwilligkeit respektive Regulierung von CSR. Gerade im CSR Diskurs sieht Jon Burchell eine Möglichkeit, das gegenwärtige sowie zukünftige Verhältnis zwischen Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft zu diskutieren und zu gestalten. (vgl. Burchell 2008: 3) Das Potential von CSR hängt dabei, wie schon mehrfach erörtert, von dessen Zuschreibungen und Erwartung ab. So wird beispielsweise im wissenschaftlichen Diskurs zu CSR immer wieder gerne auf den wirtschaftsliberalen Ökonomen Milton Friedman Bezug genommen. Dieser äußerte bereits im Jahr 1970 Bedenken über die Sinnhaftigkeit von CSR. Für Friedman ist das primäre Ziel von Unternehmen die Profitmaximierung. Dies sei zugleich die einzige soziale Verantwortung von Unternehmen, nämlich ihre eigene Reproduktion zu gewährleisten. (vgl. Friedman 1970: o.S.) Der postulierte Anspruch von CSR, dass Unternehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu übernehmen haben, würde demnach nicht erfüllt werden können, genauso wenig wie ein Unternehmensbeitrag zu einer gesamtgesellschaftlichen nachhaltigen Entwicklung.

Im Bezug auf die Aussage Friedmans sprechen Ungericht et al. von einer „[...] eindimensionalen, ökonomisch-funktionalen Auffassung von gesellschaftlicher Verantwortung [...].“ (Ungericht et al. 2008: 22) Dazu passt durchaus auch die Forderung nach einer Unverbindlichkeit von CSR Maßnahmen. Unternehmen müssen selbst bestimmen können, ob es in ihrem (ökonomischen) Interesse liegt, Aktivitäten zu setzen, wobei deren Interesse allem von den ständig wechselnden Marktanforderungen abhängig

ist. Wenn nun beispielsweise der Anspruch bestimmter Stakeholder Gruppen erhoben wird, dass die Produktion eines Unternehmens ökologisch nachhaltig zu erfolgen hat, würden Unternehmen von selbst, anhand einer Kosten-Nutzen-Kalkulation entscheiden, ob sie dieser (Markt-)Anforderung gerecht werden soll(t)en oder eben nicht. So wird vor allem von wirtschaftsliberaler Seite postuliert, dass, wenn die Notwendigkeit einer Veränderung, eines Umdenkens besteht, dies über die Marktkräfte ohnehin erfolgt. Diese Ansicht gründet nach McInerny (2006) auf der Idee eines *neoliberalen* Wirtschaftssystems, welches davon ausgeht, dass Fehlentwicklungen eben nicht durch staatliche Regulierungen, sondern vielmehr durch Marktmechanismen – durch die *unsichtbare Hand des Marktes* – von selbst behoben werden. (vgl. McInerny 2006: 10) Steuerer begreift in diesem Zusammenhang den moderneren Ansatz von CSR selbst als ein ursprünglich neoliberales Konzept, als eine Antwort auf den Rückzug des Staates aus gewissen vormaligen Aufgabengebieten, welche vom Markt übernommen wurden. Spannend dabei ist, dass, obwohl das Konzept aus Ländern mit – im Vergleich – bescheidenen sozialstaatlichen Strukturen stammt, es heute vor allem in Staaten mit einer wohlfahrtsstaatlichen Tradition vermehrt gefördert wird. So ist es nicht verwunderlich, dass beispielsweise der UN Global Compact heute (auf Grund der Teilnehmerzahlen) in skandinavischen Unternehmen populärer ist als in US-amerikanischen. (vgl. Steuerer 2010 S.65ff) Das CSR-Verständnis mit dem Hauptcharakteristikum der Unverbindlichkeit, wie es vor allem von Seiten der Wirtschaft gefördert wird, kann demnach als ein Instrument, welches seine Funktion durch die Mechanismen des Marktes erhält, verstanden werden. Der Markt soll sich, im Idealfall weitestgehend unabhängig von staatlichen Verpflichtungen, selbst regulieren und damit auch die einer kapitalistischen Verwertungslogik unterworfenen Gesellschaft. Diese Ansicht nimmt gegenwärtig eine bedeutende Stellung ein, wie es sich auch in dem bereits erwähnten „dominanten CSR Diskurs“ innerhalb der EU widerspiegelt.

Die Rolle des Staates und dessen Einfluss auf Wirtschaft und Gesellschaft ist dabei wesentlich. Besonders in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise, sei es nun eine *Banken-* und/oder *Staatschuldenkrise*, hat diese grundsätzliche Frage (wieder) vermehrt an Relevanz gewonnen. Von KritikerInnen wird nicht nur die *Macht* der internationalen Finanzinstitutionen innerhalb des wirtschaftlichen und politischen Systems angeprangert, sondern auch der Ruf nach staatlicher bzw. internationaler Kontrolle und Regulierungen des Wirtschaftssystems wird lauter. (vgl. Steuerer 2010: 66ff)

Die Kritik an der Freiwilligkeit und marktgesteuerten Umsetzung von CSR fällt in eben dieses Terrain. Es stellt sich die Frage, ob (zumindest in den sogenannten westlichen Gesellschaften) *anerkannte* Werte, wie Menschenrechte oder Umweltschutz, nur nach eigenem Ermessen umzusetzen sind, oder ob es auf Grund der Wichtigkeit dieser Themen nicht doch in das staatliche Aufgabengebiet fällt, dies zu regulieren und durchzusetzen.

McInerny (2006) behandelt in seinem Artikel die grundsätzliche Frage nach der Rolle des Staates und der Rolle der Wirtschaft bzw. des Marktes im Bezug auf den CSR Diskurs. Die Frage wird dabei vor allem dadurch bestimmt, ob die Gesellschaft einen starken Staat mit all seiner Regulationsmacht oder eine *mehr privat, weniger Staat-*Doktrin und damit mehr Eigenverantwortung will bzw. benötigt. Für McInerny sollte sich der Staat dafür einsetzen, wieder mehr Regulationsmacht gegenüber den Marktkräften zu erhalten. Besonders auf Grund der zunehmenden Dominanz eines globalen Marktes auf gesellschaftspolitische Entwicklungsprozesse sollte es nach McInerny im Interesse der Staaten sein, dieser Macht durch Regulationen entgegenzuwirken. Für ihn sollen im Diskurs zur Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen freiwillige Maßnahmen – wenn überhaupt – auf bestehenden verpflichtenden Rahmenbedingungen aufbauen, wenn die Idee und die Werte, die vom CSR Ansatz vermittelt werden, eine Umsetzung finden sollen. Er ist weiter der Ansicht, dass wesentliche Aspekte, wie Umweltschutz, Arbeitsrechte, Menschenrechte oder Anti-Korruptionsgesetze, auf Grund ihrer Relevanz nicht in die Hände von freiwilligen internationalen sowie privaten Initiativen gelegt werden dürfen, sondern sie müssen von staatlicher Seite reguliert werden. Vor allem sollten Vorschriften für alle Unternehmen gleich gelten. (vgl. McInerny 2006: 22; 32; 38f.; 47f.)

Auch Unerman und O'Dwyer (2007) stellen sich gegen den dominanten Diskurs, der von der Wirtschaft geleitet wird und den Unternehmen eine größtmögliche Freiheit geben will. Sie sehen eine Selbstregulierung durch Markt und Unternehmen als ineffektiv und nicht zielführend, weshalb sie sich dafür einsetzen, dass der Staat die Rahmenbedingungen für eine Unternehmensverantwortung schafft. Für die Autoren können effektive Regulierungen, die der Idee einer Verantwortung von Unternehmen für die Gesellschaft entsprechen, nur unabhängig von Unternehmen und deren Vertretungen erarbeitet werden. (vgl. Unerman et al. 2007: 333f.; 351)

So kann zusammenfassend die Frage gestellt werden, welche Vorstellungen wir von unserer gesellschaftlichen Entwicklung haben. Soll die bestehende Wirtschaftsordnung ein Werkzeug *für* den Menschen darstellen und kann diese dabei nach seinen Bedürfnissen reguliert werden, oder *muss* sich die Gesellschaft nach den *Bedürfnissen* des

Wirtschaftssystems ausrichten, um einen gewissen Standard zu erhalten und auszubauen? Ist das Hauptkriterium, dass es *der Wirtschaft* gut gehen muss, damit es auch *uns* gut gehen kann? Stellt das gegenwärtige kapitalistische Wirtschaftssystem, die *freie Marktwirtschaft*, in ihrer gegenwärtigen Form, das, in Anlehnung an Francis Fukuyama viel zitierte *Ende der Geschichte* dar?

Die Frage, die sich hier stellt ist, ob das gegenwärtige Wirtschaftssystem, welches auf den Prinzipien von Profitmaximierung und Wirtschaftswachstum aufbaut, überhaupt zulässt, dass sich Unternehmen dafür einsetzen, mit den gegebenen Ressourcen so umzugehen, dass nachfolgende Generationen auch die Möglichkeit haben, ihre Bedürfnisse befriedigen zu können. Im politischen Diskurs zu CSR werden gerade diese Fragen aufgeworfen. Wenn es bei dem Konzept um eine Auseinandersetzung mit Umweltschutz, den Bedingungen für ArbeitnehmerInnen, interne Unternehmensstrukturen, mit einem nachhaltigen Umgang mit Umwelt und Ressourcen oder um Transparenz geht, kann die Verantwortung dafür in private Hände gelegt werden? Inwiefern kann der (Privat-) Wirtschaft eine Verantwortung zugesprochen werden? Jedoch, wieso sollte diese Verantwortung von der öffentlichen Hand geregelt werden?

Wenn in Anlehnung an Milton Friedman Unternehmen nur an ihrem Gewinn interessiert sind bzw. interessiert sein können, stellt CSR nichts anderes als ein *Business Case*, eine betriebswirtschaftliche Kosten-Nutzen-Abwägung dar.

Der momentan viel verwendete Begriff der *Green Economy* scheint demnach als ein Oxymoron – als PR-Trick einer weiteren Profitmaximierung und Schließung einer Marktnische. In Anlehnung an Ungericht et al. kann in diesem Zusammenhang anstelle einer „Moralisierung der Märkte“ durch den Corporate Social Responsibility Ansatz von einer „Vermarktung der Moral“ gesprochen werden. Die Moral wird demnach nach dem Prinzip des Gewinnstrebens instrumentalisiert. (vgl. Ungericht et al. 2008: 33) Aus diesem Grund unterscheiden die Autoren begrifflich zwischen der Frage nach einer gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und „[...] dem dominanten, an einem funktionalen *ökonomischen* Konzept der Verantwortung orientierten CSR-Diskurs [...]“. (ebd.: 9) Sie sehen dabei eine Differenz, weil die Begrifflichkeit von CSR von einer eindimensional, ökonomisch geprägt ist, weshalb sie sich mit der deutschen Begrifflichkeit der *gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung* (GUV) deutlich vom Konzept der CSR abgrenzen. Sie differenzieren ausdrücklich, um nicht der Gefahr ausgesetzt zu sein, von dem dominanten CSR Diskurs vereinnahmt zu werden: (vgl. ebd.)

„[...] die praxisnahen Auffassungen von gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung in den Unternehmen lassen sich schwerlich auf das von den Arbeitgeberorganisationen geprägte CSR-Konzept [...] reduzieren, geschweige denn immer damit in Einklang bringen.“ (ebd.: 115)

Sie plädieren dafür, auf Grund der Differenz zwischen CSR und der Vorstellungen einer GUV, welche auseinander zu halten seien, dass die Thematik einer Unternehmensverantwortung gegenüber der Gesellschaft über CSR als Managementinstrument hinausgehen muss. Mit dieser Differenzmarkierung betonen sie eine gesellschaftliche Verantwortung, die moralisch und nicht ökonomisch legitimiert wird, und schaffen dadurch eine veränderte Perspektive, indem gesellschaftliche Ansprüche ökonomischen Zielsetzungen gegenübergestellt werden. (vgl. ebd.: 15f.) Sie entkoppeln dadurch die durch den dominanten CSR Diskurs geprägte Bindung an den Unternehmenserfolg von der Orientierung an den Bedürfnissen von weiteren Teilen der Gesellschaft. Somit ermöglichen sie es, die Frage der Bedeutungszuschreibung und nach dem Sinn von CSR – wie er ursprünglich von Bowen geprägt wurde – und damit auch die Frage nach der Rolle von Unternehmen als soziale Akteure innerhalb der Gesellschaft, wieder in den Mittelpunkt zu stellen. Die Antwort darauf – aus welcher Perspektive heraus sie auch gegeben wird – hängt dabei maßgeblich mit dem Diskurs um Freiwilligkeit oder verpflichtende Regulierungen von Corporate Social Responsibility Maßnahmen zusammen.

3. Akteursanalyse – Akteure des Dialogs zu CSR in Österreich

Im vorliegenden Teil der Arbeit erfolgt eine Auseinandersetzung mit den in Österreich wesentlichen gesellschaftspolitischen Dialogakteuren. Dabei werden relevante Akteure, die sich aktiv in die Debatte um CSR einbringen sowie deren Positionen und Stellungnahmen bezüglich der Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen thematisiert und deren Haltung zu CSR dargestellt.

Im ersten Teil steht die Erörterung der Ursprünge der österreichischen Nachhaltigkeitsdebatte im Mittelpunkt, um darauf aufbauend auf die Entstehungsgeschichte des österreichischen Diskurses zu CSR einzugehen. Durch diese historische Betrachtungsweise sollen die Wurzeln der Debatte analysiert werden, um ein Grundverständnis für die Entstehung der gegenwärtigen Positionen zu erhalten.

Im zweiten Teil dieses Kapitels wird der gegenwärtige österreichische CSR Diskurs näher betrachtet. Dabei werden zuerst wesentliche österreichische Diskursakteure identifiziert, um anschließend deren Positionen zu CSR – mit besonderem Fokus auf die Positionierung der Akteure zu Freiwilligkeit bzw. Reglementierung von CSR Maßnahmen – darzustellen.

Im dritten und letzten Teil des vorliegenden Kapitels werden vier wesentliche österreichische CSR Diskursakteure analysiert. Damit sollen – was für den empirischen Teil der Arbeit interessant ist – neben den Organisationsstrukturen der Akteure vor allem auch deren Positionen bzw. Bedeutungszuschreibungen an das CSR Konzept, herausgearbeitet werden. Im Rahmen der für die vorliegende Untersuchung grundlegenden Problemstellung konnten dabei die Arbeiterkammer und die Wirtschaftskammer Österreich, als Vertreter der österreichischen Sozialpartnerschaft, sowie die Unternehmensplattform respACT – Austrian business council for sustainable development und das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe), ein Zusammenschluss österreichischer Nichtregierungsorganisationen sowie ArbeitnehmerInnenvertretungen, als wesentliche nichtstaatliche Diskursakteure identifiziert werden.

3.1 Geschichte der CSR Debatte in Österreich

Das folgende Unterkapitel setzt sich mit den historischen Wurzeln von CSR, aber auch mit Diskursen über gesellschaftliche Unternehmensverantwortung in Österreich auseinander. Im ersten Teil werden die Ursprünge der österreichischen Nachhaltigkeitsdebatte thematisiert, um daran anschließend auf die Anfänge des gesellschaftlichen Diskurses zu CSR in Österreich einzugehen.

3.1.1 Ursprünge der österreichischen Nachhaltigkeitsdebatte

Bereits bevor das Konzept der CSR in Europa an Popularität gewonnen hat, wurden in Österreich erste Debatten über Verantwortung von Unternehmen gegenüber Gesellschaft und Natur geführt. Nach Alfred Strigl lässt sich in Österreich seit den 1980er Jahren – und somit früher als sonstige Nachhaltigkeits- bzw. CSR-Debatten innerhalb Europas – eine erste Diskussion über den Zusammenhang einer nachhaltigen Entwicklung und der Wirtschaftstätigkeit von Unternehmen nachweisen. Strigl spricht hierbei von einer verhältnismäßig frühen Auseinandersetzung und somit von einem traditionellen Bewusstsein in Österreich für die Umwelt(schutz)thematik. Seit den 1970er Jahren hat Österreich vergleichsweise den größten Anteil an ökologischer Landwirtschaft in Europa und gleichzeitig von Beginn an eine klare Position gegen genetisch veränderte Organismen sowie (seit Zwentendorf) gegen Atomkraftwerke. Wesentlich in den gesellschaftspolitischen Debatten ist die Einbindung von Stakeholdergruppen, die in Österreich traditionell über die Sozialpartnerschaft organisiert wird. (vgl. Strigl 2005: 125) So lernten die österreichischen Unternehmen bereits in den 1990er Jahren, sich einerseits auf Stakeholderinteressen einzulassen und zugleich Aspekte wie Umweltschutz mit zu berücksichtigen:

„In the 1990s Austrian companies learned to deal with the terms environmental and social friendliness and finally with the term ‚sustainability‘. Enterprises nowadays begin to include this visionary concept in their own goals and business philosophy. Moreover they are starting to implement the sustainability concept in their

management strategies and tools and communicate this through sustainability reporting and open stakeholder dialogue.” (ebd.: 125)

In Österreich lässt sich somit ein frühes Sozial- und Umweltbewusstsein sowie, auf Grund der Tradition der Sozialpartnerschaft, eine frühe Einbindung von Interessensgruppen in politische Entscheidungsfindungsprozesse feststellen. Dies ist nach Strigl mit ein Grund, weshalb sich die CSR Debatte bzw. deren Themenbereich der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen in Österreich auch relativ schnell ausgebreitet hat. (vgl. ebd.: 125f.)

Besonders vor dem Hintergrund der UN Gipfel – 1992 in Rio de Janeiro, 1997 in Kyoto und 2002 in Johannesburg – wurden unterschiedliche österreichische Initiativen und Institutionen gegründet, welche sich mit Themen im Zusammenhang mit nachhaltiger Entwicklung auseinandersetzten. Die Verabschiedung der *Österreichischen Nachhaltigkeitsstrategie* von 2002 kann als Resultat dieser Prozesse verstanden werden, was zu einer vertieften Auseinandersetzung mit der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen beigetragen hat. Gleichzeitig fand das, kurz zuvor in Europa in den Mittelpunkt gerückte, Konzept der Corporate Social Responsibility eine verstärkte Thematisierung. (vgl. ebd.; vgl. Konrad 2006: 8) Nach Strigl können demnach die Gründungen folgender Initiativen und Institutionen als Resultat der Nachhaltigkeitsdebatten, besonders ab den 1990er Jahren, gesehen werden:

- Das Österreichische Institut für Nachhaltige Entwicklung (ÖIN) (1995) sowie das Klima Bündnis Österreich (1997), welche eine nachhaltige Entwicklung in Österreich fördern.
- Das Umweltministerium, das unter anderem für die Koordinierung und Implementierung der *Österreichischen Nachhaltigkeitsstrategie* (2002) zuständig ist.
- Das Austrian Business Council for Sustainable Development (ABCSD), ein Nachhaltigkeitsforum von österreichischen Unternehmen, welches 2007 mit dem Verein respACT Austria zur Unternehmensplattform respACT - Austrian business council for sustainable development zusammengeführt wurde.
- Die Arbeitsgemeinschaft Entwicklungszusammenarbeit (AGEZ), die bis 2008 eine Plattform unterschiedlicher österreichischer NGOs war. Aus dem

Zusammenschluss der AGEZ mit anderen Akteuren bildete sich der Verein Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe) heraus.

- Die Initiative Sozialwort von unterschiedlichen christlichen Kirchen, die sich der Nachhaltigkeitsdebatte von religiöser und spiritueller Seite anschlossen. (vgl. Strigl 2005: 126)

Dirk Raith, Bernhard Ungericht und Thomas Korenjak sehen die österreichische Debatte zu CSR vor allem durch die Gründung von CSR Austria angetrieben. (vgl. Raith et al. 2009: 33) Diese wurde im Jahr 2002 vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA), der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) sowie der Industriellenvereinigung (IV) gegründet und ist die erste österreichische Initiative, welche sich explizit mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility auseinandersetzte. Zielsetzung dieser Initiative war es, einerseits Bewusstsein zu CSR zu schaffen, andererseits den Dialog zwischen Wirtschaft, Staat und Gesellschaft zu fördern. Um dies zu bewerkstelligen, wurden Diskussionsveranstaltungen und Workshops abgehalten, Studien erstellt sowie Konsultationsprozesse und ein Multistakholder Dialog gefördert. (vgl. Konrad 2006: 8) Die Initiative CSR Austria beauftragte 2003 die erste österreichweite Studie zu CSR, sie vergab erstmals den CSR Preis *TRIGOS* und veröffentlichte im gleichen Jahr das *CSR Leitbild der österreichischen Wirtschaft*. (vgl. Raith et al. 2009: 33; vgl. CSR Austria 2003a; vgl. CSR Austria 2003) Besonders das *CSR Leitbild der österreichischen Wirtschaft* spielte in den Anfängen des österreichischen CSR Diskurses eine Rolle. Grundlegend thematisiert es die ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung von österreichischen Unternehmen. ArbeitnehmerInnenvertretungen sowie NGOs aus dem Umwelt- und Sozialbereich wurden eingeladen, zum Leitbild Stellung zu nehmen. Astrid Konrad (2006) sieht diese Veröffentlichung als den Grundstein für die Vernetzung unterschiedlicher zivilgesellschaftlicher Akteure zur Thematik gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung. Als Reaktion auf das Leitbild der Wirtschaft wurde, als eine kritische Stellungnahme, das *Leitbild der Zivilgesellschaft* erstellt. (vgl. Konrad 2006: 8; vgl. Raith et al. 2009: 33 ; vgl. CSR Austria 2003; vgl. AGEZ et al. 2003) Bis heute haben sich CSR Austria sowie die zivilgesellschaftliche Vernetzung weiter entwickelt und als wichtige Akteure im gesellschaftspolitischen Diskurs zu CSR gefestigt. Sie präsentieren sich heute unter den Namen respACT bzw. Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe). (vgl. Konrad 2006: 8)

3.1.2 Die Anfänge des österreichischen CSR Diskurses

Nach Bernhard Mark-Ungericht und Richard Weiskopf ist in Zusammenhang mit der Entstehung der österreichischen CSR Debatte besonders interessant, dass sich gerade die österreichischen ArbeitgeberInnenverbände, die Wirtschaftskammer sowie die Industriellenvereinigung des CSR Ansatzes angenommen und mit Hilfe der damaligen konservativen Bundesregierung die Initiative CSR-Austria gegründet haben. Dies obwohl die aufkommende Kritik – am Wirtschaftssystem, an der globalen Ungleichheit sowie an der zunehmenden Macht transnationaler Konzerne über Politik und Gesellschaft – und Forderungen nach einer Verantwortung von Unternehmen für deren Handlungen sowie nach einer Wiedereinbindung wirtschaftlicher Institutionen in das gesellschaftliche Gefüge, von zivilgesellschaftlichen Akteuren und ArbeitnehmerInnenorganisationen kam. (vgl. Mark-Ungericht et al. 2004: 333) Für die zwei Autoren ergibt sich dieses Phänomen daraus, dass – auf Grund von sozio-politischen Transformationsprozessen und den ersten Bemühungen auf EU Ebene, die Thematik einer gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen auf europäischer, aber auch globaler Ebene voranzutreiben – die WirtschaftsvertreterInnen Handlungen setzen mussten, um ihr Terrain abzusichern und eigene Interessen durchzusetzen. Letzteres sei vor dem (bereits thematisierten) Hintergrund zu sehen, dass CSR als ein politischer Diskurs zu verstehen ist, in welchem spezifische Konzepte in gesellschaftspolitische bzw. wirtschaftspolitische Diskurse eingebettet sind, die durch unterschiedliche Interessen und Ansichten bestimmt werden und dadurch als ein politisches Instrument verwendet werden, um spezifische Interessen durchzusetzen. (vgl. ebd.: 334) Demnach war es die grundlegende Zielsetzung der Initiative CSR Austria eine „proaktive CSR Politik“ voranzutreiben, um österreichische Unternehmen sowie Österreich als Wirtschaftsstandort zu stärken. Wesentliche damit zusammenhängende Ziele der Initiative waren: das Image österreichischer Unternehmen zu fördern; die Kommunikation der Unternehmen über ihre CSR Aktivitäten zu verstärken; die Wettbewerbsvorteile von Unternehmen, die eine gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, hervorzuheben; sowie die Vertrauensbildung als Bedingung für wirtschaftlichen Erfolg und Wachstum zu fördern. (vgl. ebd.: 334; vgl. Deuerlein et al. 2003: 4) Mark-Ungericht und Weiskopf halten fest, dass die Instrumente und Publikationen der CSR Initiative von Seiten der Wirtschaftsverbände ein spezifisches CSR Bild prägten, wobei damit auch versucht wurde, alternative Konzepte zu verdrängen. Nach den Autoren sei ein Teil dieses Bildes das soziale Engagement von Unternehmen in

Österreich, welches bereits seit dem 19. Jahrhundert eine lange Tradition habe. Zentrale Aspekte davon finden sich auch im (damaligen) CSR Diskurs der Unternehmensverbände wieder. Dieser wurde durch folgende Charakteristika geprägt:

- Freiwilligkeit
- CSR als eine *win-win* Situation und als ein Wettbewerbsvorteil
- Schwerpunkt auf das lokale Umfeld
- ein verkürzter Bezug auf das Kerngeschäft und die Hervorhebung der Philanthropie. (vgl. Mark-Ungericht et al. 2004: 334f.)

Dieses CSR Konzept der Wirtschaft hebt, nach Mark-Ungericht und Weiskopf, vor allem die ökonomischen Bedürfnisse sowie die im eigenen Ermessen liegenden und damit auch beliebigen CSR Aktivitäten von Unternehmen hervor. Eine ethische Verpflichtung für Unternehmen bleibt auf Grund der Forderung nach freiwilligen und damit beliebig-flexiblen Aktivitäten im Hintergrund dieses CSR Ansatzes. (vgl. ebd.: 338)

Als Gegenpol zum CSR Konzept der WirtschaftsvertreterInnen wurde von ArbeitnehmerInnenorganisationen, wie der Arbeiterkammer oder dem Österreichischen Gewerkschaftsbund und von Dachverbänden österreichischer Umwelt-, Politik-, Entwicklungs- und Solidaritätsgruppen bzw. -Organisationen sowie anderen NGOs, wie Amnesty International, eine Koalition gegründet. Diese Koalition setzte sich kritisch mit dem CSR Konzept der Unternehmensvertreter auseinander und setzte sich darüber hinaus zum Ziel, eine eigene, alternative Position zur Thematik zu erarbeiten. Diese zivilgesellschaftliche Positionierung zu CSR unterschied sich klar von jener der Unternehmensverbände. Die Koalition sah in dem CSR Konzept der Wirtschaft vor allem einen Versuch, das Vertrauen innerhalb der Gesellschaft in Wirtschaft und Unternehmen, das auf Grund unterschiedlicher Skandale gesunken war, zurückzugewinnen. CSR sei demnach als PR-Antwort der Wirtschaft auf diese Entwicklungen zu verstehen. Darüber hinaus sahen diese Organisationen der Koalition die Gefahr, dass das CSR Konzept der sich für Selbstregulierung einsetzenden WirtschaftsvertreterInnen im Grunde dazu diene, mögliche verpflichtende soziale und ökologische Mindeststandards für die internationalen Geschäftsaktivitäten von Unternehmen präventiv zu verhindern. Somit gab es von Anfang an eine unterschiedliche Ausgangsposition der ArbeitnehmerInnenorganisationen und der zivilgesellschaftlichen Akteure auf Grund unterschiedlicher Interessen. (vgl. ebd.: 339)

Diese erste Positionierung der Koalition aus ArbeitnehmerInnenorganisationen und unterschiedlichen zivilgesellschaftlichen Organisationen umfasste nach Mark-Ungericht und Weiskopf folgende Grundaspekte:

- verpflichtende Mindeststandards anstelle von freiwilligen Maßnahmen
- das Kerngeschäft sowie die Partizipation von Stakeholdern als die zentralen Bereiche von CSR
- die Möglichkeit von Sanktionierungen bei Verstößen
- Transparenz (vgl. ebd.)

Wesentliches Ziel dieses CSR Konzepts war es, die möglichen negativen Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten durch verpflichtende Regulierungsmaßnahmen zu minimieren. Um dies zu erreichen dürfe die Verantwortung nicht in die Hände der ManagerInnen selbst gelegt, sondern es müsse vielmehr gesetzlich bestimmt werden, um die Unabhängigkeit von den Wettbewerbsinteressen der Unternehmen zu garantieren. Anstelle von Anreizen setzte sich die Koalition verstärkt für einen gesetzlichen Zwang zur Umsetzung bestimmter Mindeststandards ein. Da die Einführung von gesetzlich verpflichtenden CSR Mindeststandards und Sanktionierungen aber für die nahe Zukunft – auf Grund des mangelnden politischen Willen – als unrealistisch gesehen wurde, forderten die Interessensgruppen zumindest größtmögliche Transparenz für propagierte CSR Aktivitäten von Unternehmen.

So kann festgehalten werden, dass dieses zivilgesellschaftliche CSR Bild eine gewisse Homogenisierung und Standardisierung impliziert – anstelle von Aktivitäten nach dem eigenen Ermessen – was wiederum Vergleichbarkeit, Überprüfung und gegebenenfalls Sanktionierung zulassen soll. Ein weiterer wesentlicher Unterschied dieses CSR Ansatzes zu jenem der WirtschaftsvertreterInnen ist, nach den beiden Autoren, in der verstärkten Hervorhebung der internationalen Dimension von CSR zu sehen. So wird neben der nationalen vor allem auch die internationale Bedeutung von CSR betont. (vgl. ebd.: 339ff) Schon in den Anfängen der österreichischen Debatte zu CSR und in den teilweise gegensätzlichen Positionen von Wirtschaft und Zivilgesellschaft bzw. ArbeitnehmerInnenvertretungen spiegeln sich die verschiedenen Interessen und unterschiedlichen Sichtweisen auf die Welt und die Gesellschaft wieder. (vgl. ebd.: 342f.) “They aim at a reformation or a dynamic preservation of the status quo and they are to be seen as strategies in a field of socio-political conflict.“ (ebd.: 343)

3.2 CSR Diskurs in Österreich

Im Folgenden wird nun der aktuelle Diskurs zu CSR in Österreich einer näheren Betrachtung unterzogen. Dabei werden zuerst wesentliche österreichische Diskursakteure identifiziert, anschließend werden deren Positionen zu CSR thematisiert, wobei der Fokus besonders auf die Positionierung der Akteure zu Freiwilligkeit bzw. Reglementierung von CSR Aktivitäten gelegt wird. Zur Identifizierung der Akteure, sowie zur Darstellung ihrer unterschiedlichen Positionen innerhalb des gesellschaftspolitischen Diskurses in Österreich, wird vor allem auf das von Dirk Raith, Bernhard Ungericht und Thomas Korenjak im Jahr 2009 publizierte Buch „Corporate Social Responsibility in Österreich“ Bezug genommen. Die Autoren stellen in diesem Buch die Ergebnisse eines vom Netzwerk Soziale Verantwortung in Auftrag gegebenen Forschungsprojekts dar, welches sich mit Diskurs und Praxis von CSR in Österreich auseinandersetzt. (vgl. ebd.: 10)

3.2.1 Wesentliche Diskursakteure in Österreich

Wie bereits erörtert, wurde der österreichische Diskurs zu Nachhaltigkeit und CSR von Anfang an durch die verschiedenen Positionen der Sozialpartner bzw. Interessensvertretungen geprägt, wobei besonders Wirtschaftskammer Österreich (WKO) und Industriellenvereinigung (IV) auf der einen Seite, sowie Arbeiterkammer (AK) und Österreichischer Gewerkschaftsbund (ÖGB) auf der anderen Seite aktiv sind. Darüber hinaus gibt es unterschiedliche, zivilgesellschaftliche bzw. private Gruppen, NGOs, Institutionen und Initiativen, die sich am Diskurs beteiligen:

„Die österreichische CSR-Debatte vereinte damit von Anbeginn alte und neue, korporatistische und zivilgesellschaftliche Akteure. Sie entzündete sich entlang der traditionellen sozialpartnerschaftlichen Konfliktlinien, zugleich erforderte sie zu beiden Seiten Dialog und Kooperation mit neuen zivilgesellschaftlichen ‚Stakeholdern‘.“ (Raith et al. 2009: 33)

Neben den Kammern bzw. Verbänden nahmen vor allem die Initiative CSR Austria sowie das zivilgesellschaftliche Netzwerk als „repräsentative Kontrahenten“ in der Debatte eine bedeutende Stellung ein. Auch wenn sich die Namen der beiden Kontrahenten verändert

haben, sind die Akteure, die dahinter stehen (beinahe) die selben geblieben. Im Jahr 2005 wurde aus CSR Austria die Initiative respACT. ArbeitnehmerInnenorganisationen sowie entwicklungspolitische, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen schlossen sich zusammen und gründeten das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe). Auch wenn sich bei den Grundsätzen der beiden Vereine kaum etwas veränderte, wurden die Bemühungen verstärkt, die eigenen Positionen ausdifferenzieren und zu konkretisieren sowie diese öffentlich zu propagieren. (vgl. ebd.: 33; 36f.)

Das von CSR Austria im Jahr 2003 herausgegebene *CSR Leitbild für die österreichische Wirtschaft* wurde von der Nachfolgeorganisation respACT „in Umsetzungs- und Branchenleitfäden operationalisiert“ und ist 2007 in einer weitgehend unveränderten, dritten Auflage veröffentlicht worden. Wie die vorhergehenden beiden Leitbilder, basiert auch dieses weiterhin auf der Forderung einer „unbedingten freiwilligen Selbstverpflichtung“. (Raith et al. 2009: 33f.; vgl. respACT 2007) Auch das NeSoVe konkretisierte die Forderung nach einer Verbindlichkeit. Im Jahr 2008 wurden ein Indikatorenkatalog, mit dessen Hilfe Organisationen ihre soziale Verantwortung bewerten können, sowie ein Forderungspapier an die Politik erarbeitet. (vgl. Raith et al. 2009: 34; vgl. NeSoVe 2008; vgl. NeSoVe 2008a)

Neben diesen Diskursakteuren nehmen an der Debatte auch jene Bundesministerien teil, in deren Ressort CSR eine Rolle spielt. Dies sind das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW), das Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMAK) sowie das Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BWFJ). Die Ministerien nehmen nach Dirk Raith et al. eine vermittelnde Funktion ein, sie agieren als „politische Intermediäre“ zwischen den festgefahrenen Positionen. Dabei bemühen sich die Ministerien zunehmend um eine Kompromissfindung zwischen Freiwilligkeit und Verbindlichkeit und beziehen offiziell wenig Stellung. Dennoch muss festgehalten werden, dass die Ministerien je nach politischer Besetzung durchaus auch Position beziehen. Das BMAK ist außerordentliches Mitglied beim NeSoVe, das BMLFUW, das BWFJ und auch das BMAK sind fördernde Mitglieder bei respACT. (vgl. Raith et al. 2009: 36; 54)

Zusätzlich zu den bereits benannten Akteuren bezeichnen Dirk Raith, Bernhard Ungericht sowie Thomas Korenjak folgende Akteure als relevant für den Diskurs zu CSR in Österreich: Evangelische Kirche; Gemeinde Wien MA22 (Nachhaltigkeitskoordination); Institut zur Cooperation bei Entwicklungs-Projekten (ICEP) bzw. corporAID – Initiative für Wirtschaft, Entwicklung und globale Armutsbekämpfung; Katholische Kirche;

Südwind Agentur; Verbraucherrat am Österreichischen Normungsinstitut (VR); Verein für Konsumenteninformation (VKI). (vgl. ebd.: 36ff)

Für Raith et al. ist die CSR Debatte in Österreich strukturell und inhaltlich bis heute vor allem durch ebendiese festgefahrenen, unterschiedlichen sozialpartnerschaftlichen Positionierungen, Interessen bzw. Gesellschaftsbilder geprägt. Auch die Einbindung unterschiedlicher Anspruchsgruppen hat kaum zu einer Auflockerung der festgefahrenen Positionen beigetragen: „Man lädt einander ein, spricht auch zunehmend dieselbe Sprache, aber häufig aneinander vorbei – gerade in der grundsätzlichen Frage der Freiwilligkeit oder Verbindlichkeit von CSR.“ (ebd.: 35)

3.2.2 Positionen der Diskursakteure

Im Folgenden werden die Positionen der oben identifizierten Diskursakteure zu CSR eruiert. Dirk Raith, Bernhard Ungericht und Thomas Korenjak betonen dabei, wie bereits festgestellt, dass die österreichische Debatte zu CSR auf Grund verhärtender Positionen unterschiedlicher Interessensgruppen bzw. Initiatoren in einer Pattsituation festgefahren und seit Beginn „über die sozialpartnerschaftliche Konfliktlinien“ geprägt ist. Damit spaltet sie sich auf den ersten Blick in zwei Lager: (vgl. ebd.: 10; 13)

„Zu beiden Seiten finden sich traditionelle korporatistische und neue zivilgesellschaftliche Akteure, die jeweils *entweder* federführend an der Entwicklung des ‚CSR-Leitbildes der österreichischen Wirtschaft‘ beteiligt waren bzw. dessen dominante CSR-Konzeption zum Ausgangspunkt ihrer Arbeit nehmen [...] oder aus einer Position spezifischer Ansprüche, moralischer Prinzipien oder nicht-ökonomischer Rationalitäten diese dominante CSR-Konzeption kritisch ansprechen [...].“ (ebd.: 13)

Zusätzlich zu den traditionellen Akteuren der österreichischen Sozialpartnerschaft stoßen, besonders seit den 1990er Jahren, neue Akteure der Zivilgesellschaft zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Debatten hinzu. Diese neuen zivilgesellschaftlichen Akteure vertreten unterschiedliche Themenbereiche, wie Menschenrechte, Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit und sind im Gegensatz zu den österreichischen Interessensvertretungen und Großverbänden zumeist unabhängig von parteipolitischen Einflüssen. (vgl. Karlhofer

2012: 538) Nach Ferdinand Karlhofer stehen die korporatistischen und zivilgesellschaftlichen Akteure „naturgemäß in einem Spannungsfeld zueinander“, da „korporatistische Arrangements“ sich auf die „Einbindung verbandlicher Akteure in staatliche Steuerungszusammenhänge“ stützen und zivilgesellschaftliche Akteure eine „zumindest latente Skepsis gegenüber dem Staat“ besitzen. Dennoch lässt sich besonders in den letzten Jahren die Tendenz feststellen, dass Akteure der Sozialpartner mit jenen der Zivilgesellschaft kooperieren. Gleichzeitig kommt es durch ein zunehmendes zivilgesellschaftliches Engagement sowie durch den wachsenden Einfluss anderer Lobbygruppen (beispielsweise aus der Wirtschaft) zu einer „Pluralisierung der traditionellen Interessensvermittlungsstrukturen“ mit Folgen für das traditionelle korporatistische System. (vgl. ebd.: 545f.)

Diese aufkommenden Kooperationen zwischen den korporatistischen und den zivilgesellschaftlichen Akteuren lässt sich auch in der Debatte zu CSR feststellen. So sprechen Dirk Raith, Bernhard Ungericht und Thomas Korenjak von „repräsentativen Kontrahenten“ innerhalb des österreichischen CSR Diskurses. Auf der einen Seite die Interessensvertretungen der ArbeitgeberInnen sowie die Unternehmensplattform respACT, auf der anderen Seite die ArbeitnehmerInnenvertretungen sowie das NeSoVe. Dazu kommen noch, wie oben aufgezählt, eine Reihe anderer Akteure hinzu, die sich jeweils eher auf eine der beiden Seiten positionieren. (vgl. Raith et al. 2009: 13f.)

Dirk Raith, Bernhard Ungericht und Thomas Korenjak bezeichnen in ihrem Buch Vertreter der erstgenannten Position als *Proponenten*, die der zweitgenannten als *Opponenten*, um damit die andauernde Debatte um CSR als ein umstrittenes Konzept zu untermauern – jedoch ohne dabei bestehende Gegensätze festschreiben zu wollen. Im Folgenden wird diese Bezeichnung übernommen.

Die Agenda CSR wird vor allem von Seiten der Wirtschaftsvertreter vorgegeben, auf Grund der Tatsache, dass CSR von diesen initiiert wurde. So wird von den österreichischen Diskursakteuren zu CSR anerkannt, dass es bei CSR um eine freiwillige Selbstverpflichtung geht, die über gesetzliche Bestimmungen hinaus zu gehen hat. (vgl. ebd.: 33) Die Auslegungen, was dies bedeutet, sind dennoch höchst unterschiedlich: „Die Bedeutung dieser ‚Freiwilligkeit‘ – ob als ‚Freiheit‘ bestimmendes Prinzip von Verantwortung oder als ‚Beliebigkeit‘ ihr mögliches Gegenteil – bleibt indes umstritten.“ (ebd.)

Prinzipiell gehen beide Seiten in ihrem Grundverständnis von der CSR Grünbuch-Definition der EU Kommission, wie in Kapitel 2.3.2 erörtert, aus, nämlich, dass CSR als eine „grundsätzlich freiwillige Selbstverpflichtung über gesetzliche Verpflichtungen hinaus“ geht und als ein Beitrag von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung zu verstehen ist. Wesentlich dabei ist, dass die beiden Seiten den Begriff der Freiwilligkeit sowie den moralischen Bezugsrahmen unterschiedlich interpretieren. So verstehen die *Proponenten* unter CSR vermehrt eine Möglichkeit einer der ökonomischen Logik unterworfenen, „strategischen *Vermarktung der Moral*“. Sie sehen CSR eher als einen „marktorientierten Ansatz“, sie heben dabei den „Nutzenaspekt“ von CSR hervor. Der Markt und seine Mechanismen ist für sie ein Garant für Innovation und Verbreitung. CSR soll demnach ein ökonomischen Zielsetzungen untergeordnetes, „unbestimmtes Instrument“ sein, welches zu sozialen und ökologischen „Nebeneffekten“ führen kann. Für die *Opponenten* hingegen ist CSR vielmehr – vor dem Hintergrund ethischer Grundwerte – ein „Instrument zur *Moralisierung der Märkte*“. Sie verstehen CSR als einen „regulatorischen Ansatz“. In rein freiwilligen Maßnahmen sehen sie die Gefahr einer „Privatisierung von gesellschaftlicher Verantwortung“. Dem soll entgegengewirkt werden, indem durch verbindliche Regelungen CSR Aktivitäten von Unternehmen kontrolliert, aber auch legitimiert werden. Sie gehen idealerweise von einem inhaltlich bestimmten CSR Konzept aus, welches sich nicht von einem gesellschaftlichen Moralverständnis ablösen lässt. Primär ist CSR also für die *Proponenten* eine ökonomische, für die *Opponenten* hingegen eine moralische Kategorie. (vgl. ebd.: 14f.; 43ff)

Beide stimmen dahingehend weitgehend überein, dass CSR sich vor allem auf das Kerngeschäft und somit auf die Gewinnerzielung eines Unternehmens bezieht und die gesamte Wertschöpfungskette miteinbezogen werden sollte. Die *Proponenten* befürworten dabei durchaus die Schaffung von Wettbewerbsvorteilen für Unternehmen, die CSR Aktivitäten ergreifen, wie etwa staatliche Förderungen, Auszeichnungen etc. (vgl. ebd.: 15) Die *Opponenten* hingegen fordern vor allem, dass möglichen Wettbewerbsnachteilen für jene Unternehmen durch verpflichtende Rahmenbedingungen, wie international verbindliche Standards, Transparenz etc. entgegengewirkt wird. Diese Rahmenbedingungen sollen eine gewisse Planungssicherheit schaffen, „Trittbrettfahrer“ verunmöglichen und schlußendlich dadurch eine echte *win-win* Situation schaffen. (vgl. ebd.: 46ff; 51f.) Auch wenn beide Seiten Transparenz als ein Kernelement von CSR betrachten, setzen sich die *Proponenten* verstärkt für optionale Management- und

Zertifizierungssysteme ein, die *Opponenten* für „verbindliche Informations-, Prüf- und Berichtspflichten“. (vgl. ebd.: 17; 60f.)

Um eine effektive Umsetzung von CSR voranzutreiben, bevorzugen die *Proponenten* „[...] differenzierende Maßnahmen wie Förderungen, Auszeichnungen und teils Zertifizierungen [...], die über den Markt Anreize zu freiwilligem Engagement schaffen sollen.“ (ebd.: 17) Es sei dabei die Aufgabe der Politik, diese Anreize für ein freiwilliges Engagement zu geben sowie Bewusstseinsbildung zu betreiben, um die Öffentlichkeit für CSR zu sensibilisieren. Damit sollen „günstige Marktbedingungen für verantwortliche Unternehmen“ geschaffen werden. Durch ein System der „positiven Belohnung“ soll ein freiwilliges Engagement von Unternehmen als vorbildlich und nachahmenswert dargestellt werden und damit andere Unternehmen dazu bewegen, es gleich zu tun. Teilweise werden von den *Proponenten* in bestimmten Fällen auch negative Sanktionierungen befürwortet. So können für respACT – in Ausnahmefällen – negative Sanktionen gesetzt werden, beispielsweise wenn CSR als reiner PR-Trick eingesetzt wird. Hier soll eine Sanktionierung bevorzugt über nicht-staatliche Akteure in Form von Kritik erfolgen und der Markt durch eine negative Berichterstattung *abstrafen*. Jedoch ziehen die *Proponenten* positive Anreize den Sanktionierungen, Negativ-Rankings oder auch Zertifizierungsinitiativen vor und sind darüber hinaus gegenüber einer Vereinheitlichung und damit Vergleichbarkeit von CSR sehr skeptisch. (vgl. ebd.: 63) Sie sehen in einer Standardisierung vor allem die Gefahr, dass CSR „[...] eine Festschreibung auf kompromissbedingt niedrigem Niveau bedeuten [...]“ würde und damit die Innovation durch CSR darunter leiden könnte. (ebd.) Die *Opponenten* hingegen erkennen zwar die Bedeutung von Marktanreizen an, die Verantwortung für wesentliche soziale und ökologische Bereiche sollten jedoch nicht in die Hände der Unternehmen oder des Marktes gelegt werden, sondern vielmehr verbindlich und sanktionierbar gesetzlich bestimmt werden. (vgl. ebd.: 17f.; 65f.) Darüber hinaus kritisieren sie bestehende CSR Auszeichnungen, die für bestimmte Projekte vergeben werden und teilweise einen „fraglichen Bezug zum Kerngeschäft“ eines Unternehmens haben. Sie fordern vielmehr eine „[...] ‚integrierte und ganzheitliche‘ Bewertung, welche die operative Tätigkeit und die sozialen und ökologischen Effekte eines Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigen sollte.“ (ebd.: 64) Gleichzeitig stehen sie für verlässliche, „marktbasierte, selbstverpflichtenden Maßnahmen“, wie beispielsweise Gütesiegel oder Zertifizierungen, ein. Diese würden eine Vergleichbarkeit für KonsumentInnen ermöglichen und damit Konsumententscheidungen unterstützen. (vgl. ebd.)

Wesentlich ist, dass sie für CSR eine „einheitliche und verbindliche inhaltliche Definition“ fordern, um „Beliebigkeiten“ entgegen zu wirken. Dies beschränkt sich nicht nur auf Österreich oder die EU – sie fordern vielmehr global sozial-ökonomische Mindeststandards. (vgl. ebd.: 66f.) Die *Proponenten* hingegen setzen sich, wie bereits erwähnt, für eine größtmögliche Flexibilität für die Unternehmen ein und stellen sich somit gegen eine solche Standardisierung.

Von allen Akteuren wird eine Reform des Beschaffungs-, Förder- und Vergabewesens der öffentlichen Hand als notwendig erachtet und als ein Instrument zu einer weiteren Verbreitung von CSR gesehen. (vgl. ebd.: 65) Die Ministerien versuchen, wie bereits erwähnt, eine vermittelnde Position zwischen den (teilweisen) konträren Ansichten einzunehmen, indem sie sich um Zwischenpositionen, und damit vor allem um einen „anreizbasierten Ansatz“ bemühen. Mit diesem „anreizbasierten Ansatz“ soll den gegensätzlichen Positionen entgegen gewirkt werden, indem gewisse Elemente vereint werden. (vgl. ebd.: 14; 39) Dabei soll versucht werden „[...] staatliche Förderungen, ‚soft-law“-Maßnahmen und freiwillige, aber verbindliche Initiativen ‚beyond compliance‘ (d.h. über geltende gesetzliche Bestimmungen hinausgehend, z.B. durch Zertifizierungen) positive und negative Auswirkungen der Geschäftstätigkeit über den Marktmechanismus zu steuern.“ (ebd.: 39)

3.3 Analyse der Hauptdiskursakteure

Im folgenden Kapitel werden vier wesentliche Akteure innerhalb des österreichischen CSR Diskurses analysiert. Da im empirischen Teil der Arbeit die Positionen dieser vier Akteure zu Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen im Rahmen von ExpertInneninterviews herausgearbeitet werden, erscheint es an dieser Stelle sinnvoll, diese Akteure zuvor einer näheren Betrachtung zu unterziehen. Die Auswahl der vier Akteure erfolgte auf Grund ihrer Relevanz innerhalb des österreichischen Diskurses und umfasst die Arbeiterkammer, die Wirtschaftskammer, die Initiative respACT sowie das Netzwerk Soziale Verantwortung. Die ersten beiden sind als gesetzliche Interessensvertretungen – die einerseits die Interessen der ArbeitnehmerInnen, andererseits die der ArbeitgeberInnen vertreten – in Österreich maßgeblich in politischen Diskursen sowie in der Gesetzgebung

involviert. Sie prägen nicht nur den politischen Diskurs, sondern haben zugleich großen Einfluss auf die Realpolitik der Bundesregierung, vor allem bei Wirtschafts- und Sozialthemen. Die beiden weiteren Akteure sind die „repräsentativen Kontrahenten“ innerhalb des österreichischen CSR Diskurses. Die beiden Vereine setzen sich explizit mit der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen auseinander und vertreten die verschiedenen Positionen ihrer jeweiligen Anspruchsgruppen zu CSR.

Im Folgenden werden Struktur und Handlungsfelder der Akteure dargestellt sowie anschließend die jeweilige Positionierung zu CSR analysiert.

3.3.1 AK – Arbeiterkammer

Die Arbeiterkammer ist die gesetzliche Interessenvertretung (geregelt im Arbeiterkammergesetz (AKG)) für ArbeiterInnen und Angestellte und vertritt die Interessen von 3,4 Millionen ArbeitnehmerInnen gegenüber Regierung, Wirtschaft und anderen Interessenvertretungen in Themenbereichen wie Beschäftigung, Weiterbildung, Qualifizierung sowie in Sachen Arbeits- und Sozialrecht und Verbraucherschutz. Die AK besteht aus einer Bundesarbeiterkammer, die als Dachorganisation für die neun Länder-Arbeiterkammern fungiert. Neben Beratungs- und Servicedienstleistungen vertritt sie, zusammen mit dem Österreichischen Gewerkschaftsbund (ÖGB), ihre Anspruchsgruppen bei der Erstellung von Gesetzen in den Bereichen Arbeitsrecht, Sozialpolitik, Preispolitik und Konsumentenschutz. Die AK ist laut dem AKG verpflichtet, bei Gesetzesentwürfen in sozial-, bildungs- und wirtschaftspolitischen Themenbereichen – innerhalb eines gesetzlich bestimmten Begutachtungsverfahrens – die Interessen und Positionen der ArbeitnehmerInnen und KonsumentInnen einzubringen. Des Weiteren handelt sie die Kollektivverträge und damit die Arbeitsbedingungen und Gehälter ihrer Mitglieder aus.

Als gesetzlich bestimmte Interessensvertretung und Teil der österreichischen Sozialpartnerschaft ist die AK ein so genannter Selbstverwaltungskörper und somit unabhängig von Bund, Land und Wirtschaft. (Pflicht-)Mitgliedschaft und Mitgliedsbeitrag sind gesetzlich festgelegt. Als Selbstverwaltungskörper bekommt sie zwar vom Staat bestimmte Verwaltungsaufgaben zugeteilt und steht durch das zuständige Aufsichtsorgan im BMSAK unter staatlicher Aufsicht, darüber hinaus jedoch darf der Staat keine Weisungen erteilen. (vgl. AK 2006: 1; 2012; 2012a; 2012b)

Die Position der Arbeiterkammer zu CSR wird in mehreren Positionspapieren und Stellungnahmen festgehalten: So kritisierte die AK im Jahr 2006 die im gleichen Jahr erschienene Mitteilung der EU Kommission, da diese – im Gegensatz zum Grünbuch von 2001, in dem die AK eine „interessenpolitisch relativ ausgewogene Position“ erkannt hatte – zu sehr auf Seite der Unternehmenspositionen aufgebaut sei. In dieser EU-Mitteilung wird demnach eine Freiwilligkeit bei der Umsetzung von CSR Aktivitäten betont, jegliche Ansätze für eine Standardisierung hingegen abgelehnt. Des Weiteren wird kritisiert, dass Stakeholder nur ein Anhörungsrecht zugesprochen bekommen und kein Bezug zu einer Überwachung, Kontrolle und Sanktionierungen von CSR Maßnahmen gestellt wird. Wesentlich ist, dass sich die AK dazu bekennt, dass freiwillige Maßnahmen, die über gesetzliche Bestimmungen hinausgehen, einen wesentlichen Bestandteil von CSR darstellen. Dennoch fordert sie, dass diese Freiwilligkeit nicht mit „Willkürlichkeit“ gleichgesetzt werden darf. Wenn Unternehmen einerseits „beliebig selbst definieren können“ und aber andererseits keine Überwachungsmechanismen existieren, bestehe die Gefahr, dass Unternehmen sich nicht an die selbst gesetzten Maßnahmen halten und nach Gutdünken einstellen können. Das Konzept würde dadurch zu einem „kurzfristigen Marketinginstrument“ verkommen. Dies würde die Glaubwürdigkeit von CSR mindern und einen „sozialpolitischen Fortschritt“ verhindern. (vgl. AK 2006: 1f.) Aus diesem Grund stellt die AK die Forderung nach „[...] EU-Rahmenbedingungen, wie bestimmte Mindestanforderungen, konkrete, operationale Kriterien zur Bewertung von CSR-Maßnahmen, verpflichtende Einbeziehung der Stakeholder sowie ein System der Überprüfung der Einhaltung der Selbstverpflichtung [...]“, um damit Transparenz und Glaubwürdigkeit zu ermöglichen. (ebd.: 2)

Darüber hinaus erachtet die Kammer CSR nur bei einer „[...] aktiven Unterstützung und konstruktiven Kritik seitens der externen Stakeholder [...]“ als sinnvoll. Um die Rolle der ArbeitnehmerInnen(-vertretungen) zu stärken, plädiert sie weiter für „[...] verbindliche Mindeststandards für die rechtzeitige Einbeziehung in die Entwicklung, Implementierung und Überwachung von CSR-Maßnahmen [...]“ sowie dafür, dass bei der Vergabe von Auszeichnungen auch Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben mitberücksichtigt werden müssen. (ebd.) Die AK fordert damit ein „System zur Überprüfung der Einhaltung“ durch ein „unabhängiges Auditing sowie Öffentlichkeitsarbeit“, in welchem Interessensgruppen und NGOs Parteienstellung zukommen soll. (vgl. AK o.J: 6) Somit setzt sich die Arbeiterkammer dafür ein, dass „soziales Handeln der Unternehmen“ durch gesetzliche und kollektivvertragliche Normen bestimmt wird. Ihrer Ansicht nach können

freiwillige Maßnahmen allein weder Vorschriften zum Schutz der ArbeitnehmerInnen, noch deren Kontrolle bei der Umsetzung ersetzen, genausowenig wie mögliche Sanktionierungen. Freiwillige Maßnahmen können „allenfalls ergänzen“ (vgl. AK 2008: o.S.):

„Erfahrungen sprechen dafür, dass Unternehmen klare rechtliche Rahmenbedingungen und starke inner- und überbetriebliche ArbeitnehmerInnen-Interessensvertretungen brauchen, damit sie ihr Verhalten verlässlich auch an gemeinwohlorientierten Aspekten ausrichten.“ (ebd.)

Weiter fordert die Arbeiterkammer verpflichtende Transparenz und Rechenschaftspflichten bei Sozial- und Umweltberichterstattung durch „konkrete Kriterien und Indikatoren“, die eine Vergleichbarkeit der Daten und somit Auskunft über Leistungen und Aktivitäten eines Unternehmens geben können.

Bei der Umsetzung von CSR Maßnahmen sollten die folgenden Rahmenbedingungen erfüllt werden:

- bestimmte „inhaltliche Mindestanforderungen im Rahmen der Selbstverpflichtung“, wobei diese über die der *Legal Compliance* hinauszugehen haben
- „konkrete, operative Kriterien zur Bewertung von CSR-Maßnahmen“
- die Wertschöpfungskette muss bei CSR-Maßnahmen Beachtung finden
- eine verpflichtende Einbeziehung der Stakeholder bei der Ausarbeitung der unternehmerischen CSR Zieldefinition, wobei bei deren Evaluierung ein System herausgearbeitet werden soll, das eine unabhängige „Überprüfung der Einhaltung der Selbstverpflichtung“ zulässt. (vgl. AK 2008: o.S.)

Auf globaler Ebene sieht die Arbeiterkammer CSR Initiativen „unter Umständen“ als „Wegbereiter“ für eine globale Durchsetzung von sozialen und ökologischen Mindeststandards, wobei der Bezug auf bestehende internationale Standards und Richtlinien, wie die der ILO-Kernarbeitsnormen, UN-Menschenrechte oder die OECD-Leitsätze für Multinationale Unternehmen, als wesentlich verstanden werden. (vgl. AK 2008: o.S.; vgl. AK o.J.:4) Auch hier sieht sie eine Kontrolle der Einhaltung von Verhaltenskodizes sowie anderer CSR Instrumente nur durch den Einbezug der Gewerkschaften, Betriebsräte sowie auch der einzelnen ArbeitnehmerInnen gewährleistet. (vgl. AK o.J.: 6)

Die AK versteht zusammenfassend das auf Freiwilligkeit beruhende CSR Konzept als einen „ersten Schritt in die richtige Richtung“, auf welchen „verbindliche und einklagbare Normensetzungen“ sowie rechtliche Anreize, wie speziell angepasste „vergabe- und wettbewerbsrechtliche Maßnahmen“ oder vorbestimmte Bedingungen für eine öffentliche Unternehmensförderung folgen müssen. (vgl. AK o.J.: 6) So hält sie fest, dass es auf europäischer Ebene eines „grundsätzlichen Wertewandels und Paradigmenwechsels“ bedarf, deren Ziel es sein muss, „[...] dass ein Unternehmen als soziale Organisation erfasst wird, die wiederum Verantwortung gegenüber AnteilseignerInnen, ArbeitnehmerInnen, GläubigerInnen sowie gegenüber der gesamten Gesellschaft hat.“ (AK 2011: 3)

3.3.2 WKO – Wirtschaftskammer Österreich

Die Wirtschaftskammer ist die gesetzlich bestimmte Interessenvertretung von über 400.000 österreichischen Mitgliedsbetrieben (geregelt im Wirtschaftskammergesetz (WKG)). Neben der Vertretung der Interessen von österreichischen Unternehmen bietet sie ebenso Service- und Beratungsdienstleistungen an. Darüber hinaus betreibt sie Bildungseinrichtungen, wie das WIFI oder auch Fachhochschulstudiengänge, sie versteht diese als Beitrag, um die „Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Wirtschaft zu stärken“.

Als Teil der österreichischen Sozialpartnerschaft steht sie in einem ständigen Dialog – einem „interessenpolitischen Willensbildungsprozesses“ – mit Regierung und anderen Interessensvertretungen bzw. Sozialpartnern und setzt sich aktiv für die „Gestaltung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen“ vor dem Hintergrund der Interessen ihrer Mitgliedsunternehmen in Wirtschafts- und Sozialfragen ein. Neben der Interessenvertretung beim Zustandekommen von Gesetzen ist es ebenso Aufgabe der WKO, Regelungen der Arbeitsbeziehungen zwischen ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen bei den Kollektivverträgen mitzuverhandeln.

Die WKO besteht aus einer Dachorganisation und neun Wirtschaftskammern in den Bundesländern, wobei die Kammern in sieben Sparten (Gewerbe und Handwerk, Industrie, Handel, Bank und Versicherung, Transport und Verkehr, Tourismus und Freizeitwirtschaft, Information und Consulting) aufgeteilt werden, die wiederum in Fachorganisationen gegliedert sind. Neben diesen Sparten gibt es Abteilungen, die sich mit politischen, organisatorischen und serviceorientierten Aufgaben beschäftigen. Zu den

politischen Abteilungen gehören unter anderem Bildungspolitik, Finanz- und Handelspolitik, Rechtspolitik, Sozialpolitik und Gesundheit.

Die gesetzliche Interessenvertretung für österreichische Wirtschaftstreibende basiert, wie auch die Arbeiterkammer, auf dem Prinzip der Selbstverwaltung und ist zugleich eine Körperschaft des öffentlichen Rechts, in der die Organe sowie deren Bestellung, Struktur und Finanzierung gesetzlich geregelt sind. Darüber hinaus bestimmt der Gesetzgeber, welche beruflichen Vertretungen eine verpflichtende Mitgliedschaft haben. Die staatliche Aufsichtsbehörde der WKO ist im BMWFJ angesiedelt. (vgl. WKO o.J.: 1f.; 2012; 2012a; 2012b)

Als Interessensvertretung der österreichischen ArbeitgeberInnen setzt sich die WKO beispielsweise für flexible Arbeitsmodelle sowie für Steuerentlastungen, Bürokratie-Abbau oder Förderungen für Unternehmen ein. Sie sieht sich dem „System der sozialen Marktwirtschaft“ verpflichtet und setzt sich damit einerseits für Maßnahmen für ein „nachhaltiges, stetiges Wirtschaftswachstum“, für Schutz des Privateigentums und für die „unternehmerische Freiheit“ ein. Andererseits setzt sie sich nach eigenen Angaben ebenso dafür ein, dass bestimmte Standards, wie Menschenrechte, Umwelt- und Sozialstandards, internationale (faire) Wettbewerbsregeln etc. umgesetzt werden. Darüber hinaus unterstützt die Wirtschaftskammer das Konzept der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung und definiert dieses folgendermaßen (vgl. WKO 2012c):

„Corporate Social Responsibility (CSR) – die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – ist ein Konzept, das Unternehmen eine Grundlage liefert, um auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Interessensgruppen zu integrieren.“ (WKO 2012d: o.S.)

Für die WKO geht es bei dem Konzept darum, den Ansatz der nachhaltigen Entwicklung in das operative Geschäft einzugliedern. Als ein Managementsystem soll CSR „[...] das soziale Engagement des Unternehmens für seine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und die lokale Gemeinschaft sowie Umwelt systematisch [...] integrieren und weiter [...] entwickeln [...]“ sowie gleichzeitig die Reputation und die „langfristige Lebensfähigkeit“ des Unternehmens absichern. (ebd.) Wesentlich dabei ist die freiwillige Selbstverpflichtung des Managements, Bestimmungen einzuhalten, die es selbst in der

Unternehmenspolitik bzw. den Unternehmenszielen festlegt. CSR ist demnach als ein „humanes Managementsystem“ zu verstehen, welches Nachhaltigkeit sichert und auf einen „verantwortungsvollen Umgang mit den relevanten Anspruchsgruppen“ abzielt. Zugleich hält es sich in der Umsetzung an bestehende Rechtsvorschriften sowie nationale und internationale Standards und Leitlinien. Grundsätzlich orientiert sich das CSR Verständnis der WKO an dem von der Unternehmensplattform respACT 2009 herausgegebenen CSR Leitbild der österreichischen Wirtschaft „Erfolg mit Verantwortung“, welches neben der Industriellenvereinigung auch von der WKO mitinitiiert wurde.⁴ Die WKO hält fest, dass das Leitbild weniger als ein Forderungskatalog, sondern vielmehr als ein „Menüplan“ zu verstehen sei, welcher Unternehmen bei der Umsetzung von CSR unterstützen soll, weshalb politische Forderungen darin kaum zu finden sind. (vgl. WKO 2012d; 2012e; 2012f)

Wesentlich bei der Positionierung der WKO zu CSR ist die Betonung der Rücksichtnahme auf die Besonderheiten der KMUs, die nur durch eine weitgehende Freiwilligkeit gewährleistet werden kann (vgl. Schneider et al. 2011: o.S.) So halten Andreas Schneider und Irmgard Poschacher aus der Stabsabteilung *Wirtschaftspolitik* für die WKO fest:

„Durch die Einführung einer Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung (Trigos), die Entwicklung eines CSR-Leitbilds und die Gründung des Vereins respACT hat die Unternehmenseite bewiesen, dass ihr CSR ein großes Anliegen ist. Es wird aber von der Wirtschaftskammer Österreich auch der Standpunkt vertreten, dass CSR nicht zertifizierbar bzw. gesetzlich verordenbar ist.“ ebd.)

Die Wirtschaftskammer sieht CSR somit als den Beitrag der Unternehmen zu einer gesamtgesellschaftlichen nachhaltigen Entwicklung. Dieser Beitrag muss von den Unternehmen selbst, aus einem freiwilligen Engagement heraus, betrieben werden, weshalb weder verpflichtende Normen noch vereinheitlichte Zertifizierungssysteme als sinnvoll erachtet werden, besonders weil diese Unternehmen in ihren Handlungsspielräumen einschränken würden. CSR ist demnach als ein freiwilliges Managementsystem zu betrachten, das dazu beitragen soll, Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in die Unternehmenspolitik zu integrieren.

⁴ Eine nähere Betrachtung des CSR Leitbild erfolgt bei der Akteursanalyse der Initiative respACT, als Herausgeber des Leitbildes, im folgenden Unterkapitel.

3.3.3 respACT – Austrian business council for sustainable development

Die Unternehmensplattform respACT entstand im Oktober 2007 aus dem Zusammenschluss der 1995 gegründeten Organisationen Austrian Business Council for Sustainable Development (ABCSD) und der Initiative CSR-Austria. respACT finanziert sich durch die Mitgliedsbeiträge ihrer Unternehmen und wird darüber hinaus vom BMWFJ, BMLFUW, BMASK sowie von der WKO und der IV unterstützt. Um Mitglied zu werden, muss sich ein Unternehmen zum Leitbild „Erfolg mit Verantwortung“ bekennen.

Der Name respACT steht für „responsible action“. Die Plattform setzt sich vor allem für die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung in Österreich im Zusammenhang mit dem Konzept der Corporate Social Responsibility ein. Sie fördert österreichische, nach den CSR-Richtlinien agierende Unternehmen darin, Ziele, wie ökologisches und soziales Handeln, umzusetzen und gleichzeitig einen größtmöglichen Grad an ökonomischer Rentabilität und Eigenverantwortlichkeit zu bewahren.

International ist der Verein exklusiver österreichische Partner des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Organizational Stakeholder der Global Reporting Initiative (GRI) in Österreich und arbeitet zugleich mit seiner europäischen Partnerorganisation CSR Europe zusammen. Darüber hinaus ist die Plattform seit 2006 nationaler Netzwerkknoten des United Nations Global Compact.

Die Plattform unterstützt Kleinbetriebe bis zu Großkonzernen und fordert verantwortungsvolles Handeln in den Bereichen „Führung und Gestaltung, Markt, MitarbeiterInnen, Umwelt und Gesellschaft“. Ein wesentliches Ziel ist es, dass sich immer mehr Unternehmen der Nachhaltigkeit verpflichten und sich vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass wirtschaftlicher Erfolg nicht von einer sozialen und ökologischen Vorgangsweise zu trennen ist, verändern.

Als Unternehmensplattform bietet respACT ihren Mitgliedern unterschiedliche Konzepte oder Projekte zu den Themen CSR und Nachhaltigkeit an. Weiter können die beteiligten Unternehmen ihre Erfahrungen zu den unterschiedlichen Themen im Rahmen der Plattform austauschen und sich so vernetzen.

Ein weiteres wichtiges Handlungsfeld sieht respACT im Dialog mit der Politik, der Bevölkerung und den Medien. Dieser Dialog soll besonders dazu dienen, die Gesellschaft über die Durchführung der verschiedenen Projekte von Unternehmen zu informieren.

Neben den oben genannten Angeboten für nachhaltigkeitsorientierte Unternehmen führt respACT auch selbst Projekte sowohl auf regionaler, nationaler aber auch europaweiter Ebene durch, um ihre Philosophie zu verbreiten und Betriebe zu sensibilisieren. (vgl. respACT 2012: o.S.; 2012a)

„Ziel ist es, österreichischen Betrieben die konkrete Umsetzung von CSR durch innovative Methoden, Leitfäden, Beratungsprojekte, Auszeichnungen und Netzwerke zum Erfahrungsaustausch zu erleichtern.“ (respACT 2012a: o.S.)

Als Projekt mit besonderer Bedeutung kann dabei TRIGOS, eine Auszeichnung für österreichische Unternehmen, die sich einer gesellschaftlichen Verantwortung verpflichtet fühlen, hervorgehoben werden. Es werden dabei jährlich regional und national Preise an Unternehmen verliehen, die ihr Kerngeschäft gesellschaftlich verantwortlich ausrichten, wobei die Kategorien Arbeitsplatz, Gesellschaft, Markt, Ökologie und Social Entrepreneurship bewertet werden. Diese Auszeichnung soll den Erfolg von nachhaltig agierenden Unternehmen an die Öffentlichkeit bringen und so deren Vorbildfunktion forcieren, wodurch eine weitere Ausbreitung von CSR erwartet wird. (vgl. TRIGOS 2012: o.S.)

Wie bereits erwähnt, ist respACT Herausgeber des 2009 veröffentlichten CSR Leitbildes „Erfolg mit Verantwortung“, dessen Zielsetzung es ist, Unternehmen darin zu unterstützen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Das Leitbild bietet Unternehmen anhand von fünf Handlungsfeldern (Führung und Gestaltung, Markt, Mitarbeiter, Umwelt, Gesellschaft) die Möglichkeit, durch „konkrete Anwendungsgebiete“ schrittweise gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Es kann zugleich für eine systematische Dokumentation herangezogen werden. Das Leitbild zu CSR und Nachhaltigkeit wurde gemeinsam mit VertreterInnen von interessierten Unternehmen in einem „offenen und transparenten Prozess“ entworfen und kann als Folgedokument des im Jahr 2003 herausgegebenen CSR Leitbilds „Erfolgreich Wirtschaften. Verantwortungsvoll Handeln“ verstanden werden. Inhaltlich orientiert es sich an folgenden internationalen Dokumenten: *ISO 26000 Guidance on Social Responsibility*, den *OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen* sowie an das *UN Framework on Business and Human Rights*. (vgl. respACT 2012b: o.S.; vgl. WKO 2012e: o.S.)

Wie bereits erwähnt, lassen sich in dem aktuellsten Leitbild politische Forderungen zu CSR weniger finden. Dennoch bekennt sich die Unternehmensplattform auf ihrer

Homepage zu einer freiwilligen Umsetzung von CSR. Sie definiert ihre Mission darüber, dass sie ihre Mitgliedsunternehmen soweit unterstützt, dass diese ökologische und soziale Ziele „ökonomisch und eigenverantwortlich“ erreichen. (vgl. respACT 2012: o.S.) Des Weiteren sieht der Verein respACT seine Vision darin, dass Unternehmen verantwortungsvoll im „Markt und gegenüber MitarbeiterInnen, Gesellschaft und Umwelt“ handeln. CSR sei dabei jedoch nicht als ein „Public Relations-Instrument“ zu verstehen, „[...] sondern als Managementprinzip mit dem Wertesystem der Nachhaltigen Entwicklung.“ (ebd.)

3.3.4 NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung

Das Netzwerk Soziale Verantwortung wurde im Jahr 2006 als Netzwerk von unterschiedlichen NGOs und ArbeitnehmerInnenvertretungen gegründet. Die Mitglieder des Netzwerkes stehen den CSR Positionen der Wirtschaftvertreter sowie der „Anspruchslosigkeit der gesteckten Ziele“ vieler Unternehmen, die im „CSR Bereich“ tätig sind, kritisch gegenüber. Sie sehen darin einen „[...] Widerspruch zwischen behaupteten und gut vermarkteten Errungenschaften und der gar nicht so beeindruckenden Praxis [...]“. (NeSoVe 2012: o.S.) Das Netzwerk fordert deshalb, dass soziale, ökologische und menschenrechtliche Kriterien als „Grundprinzipien unternehmerischen Handelns“ implementiert werden:

„Ziel von NeSoVe war daher von Anfang an die Festlegung verbindlicher anspruchsvoller Kriterien für freiwillige CSR-Maßnahmen gepaart mit der Überprüfung und ggfs. Veränderung bereits bestehender gesetzlicher Regelungen für alle Unternehmen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene.“ (ebd.)

Historisch gesehen liegen die Anfänge des Netzwerkes in dem von der Arbeiterkammer Wien und dem Verband Österreichischer Gewerkschaftlicher Bildung (VÖGB) organisierten gesellschaftspolitischen Diskussionsforum gedifo. Aus diesem Forum bildete sich eine Projektgruppe zum Thema "Allianzen zwischen Betriebsräten & NGOs" heraus, die im Jahr 2003 die schon erwähnte Stellungnahme zum Leitbild von CSR-Austria veröffentlichte. Unterzeichner dieser zivilgesellschaftlichen Perspektive zu CSR – auf der auch das aktuelle Positionspapier von NeSoVe von 2008 basiert – waren Amnesty

International, Arbeitsgemeinschaft Entwicklungszusammenarbeit (AGEZ), Bundesarbeiterkammer (AK), Ökobüro – die Koordinationsstelle österreichischer Umweltorganisationen – und Österreichischer Gewerkschaftsbund (ÖGB). Aus der Projektgruppe bildete sich der Verein NeSoVe heraus, dessen ordentliche Mitglieder Organisationen aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich sowie Gewerkschaften und einzelne Betriebsratskörperschaften sind. Darüber hinaus sind Einzelpersonen aus der Zivilgesellschaft sowie das BMASK außerordentliche Mitglieder, Wirtschaftsunternehmen sind hingegen keine Mitglieder. Als Fördergeber des Vereins treten, neben dem BMASK, die Arbeiterkammern in den Bundesländern (bis auf die von Tirol und Vorarlberg) auf. Das NeSoVe ist Mitglied der European Coalition for Corporate Justice (ECCJ), in welcher Verbraucherschutz- und Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften sowie akademische Institutionen (wie beispielsweise GRESEA – Research Group for an Alternative Economic Strategy) aus 15 Ländern Mitglied sind. Der Dachverband ECCJ setzt sich ebenso für internationale gesetzliche Standards und Prinzipien für Unternehmensverantwortung ein und hebt dabei vor allem die Rolle der EU bei der Umsetzung hervor. (vgl. NeSoVe 2012; 2012a; 2012b; 2012c; 2012d)

Der Zusammenschluss zu einem Netzwerk vereint unterschiedliche Interessensgruppen aus den Bereichen Menschenrechte und Antidiskriminierung, Entwicklungszusammenarbeit, Ökologie, Konsumentenschutz und ArbeitnehmerInnen. Das Netzwerk soll die Durchsetzung ihrer Interessen stärken und fördern. Für das NeSoVe ist die Festlegung von gesellschaftlich wünschenswerten Handlungsweisen eine öffentliche Aufgabe demokratisch legitimierter Institutionen. Demnach ist es Aufgabe des Staates, für das *Gemeinwohl* zu sorgen. Eine Abtretung dieser Aufgabe an private Einrichtungen sei als „grundsätzlich problematisch“ zu verstehen, da diese „im Rahmen neoliberaler Politikkonzeptionen“ für den Erhalt des *Gemeinwohls* nötige, „anspruchsvolle Regulierungen“ verhindern würden. (vgl. NeSoVe 2012; 2012e) Eine „substantielle Nachhaltigkeitspolitik“ ist demzufolge nur sinnvoll, wenn die Politik über der Ökonomie steht und diese Reglementierungen setzt. Der Verein hält fest, dass „[...] [ü]ber diese Grundanforderungen hinausgehende freiwillige ‚Best Practice‘ Benchmarks für CSR-Zwecke [...] idealer Weise gleich mit den gesetzlichen Grundanforderungen mitentwickelt und so optimal aufeinander angestimmt werden [könnten].“ (NeSoVe 2012e: o.S.)

CSR Maßnahmen sind somit auch für das Netzwerk als freiwillig zu begreifen. Wesentlich dabei ist jedoch, dass grundlegende gesetzliche Bestimmungen, wie Unternehmen verantwortlich agieren sollen, durch den Staat getroffen werden. Erst darüber

hinausgehende unternehmerische Engagements sind demnach als CSR zu begreifen, auch wenn diese gewisse Anforderungen, wie eine geregelte Berichterstattung über CSR Aktivitäten von Unternehmen durch „aussagekräftige Indikatoren und Benchmarks“, zu erfüllen haben.

Für NeSoVe ist CSR kein einheitlich akzeptiertes Konzept, sondern es ist bestimmt durch unterschiedliche gesellschaftliche bzw. ökonomische Vorstellungen, weshalb NeSoVe dafür eintritt, dass ein österreichischer CSR Aktionsplan den gesellschaftlichen Diskurs in den Mittelpunkt stellt. Damit sollen Rückschlüsse ermöglicht werden, was gesellschaftlich wünschenswerte Verhaltensweisen sind und wie bzw. durch wen diese umzusetzen sind – wobei damit auch die Frage nach dem Verhältnis von freiwilligen Instrumenten, wie eben CSR, zu gesetzlichen Regulierungen geklärt werden soll.

Das Netzwerk stellt sich gegen die mit der Globalisierung einhergehenden, „neoliberalen Deregulierungsstrategien“ staatlicher Aufgabengebiete, da diese zu einem „Abbau von sozialen Errungenschaften“ und zu einer Zerstörung der Umwelt führen würden. (vgl. NeSoVe: 2012e) So hält das Netzwerk in diesem Zusammenhang fest, dass durch „[...] freiwillige Entscheidungen auf betrieblicher Ebene – auch bei besten Intentionen – nur sehr beschränkt entgegengewirkt werden [kann]. Gerade angesichts der aktuellen Finanzkrise zeigt sich die Notwendigkeit verbindlicher und effizienter Regulierung zum Schutz aller Beteiligten.“ (ebd.) Deswegen beschränkt sich das Netzwerk nicht nur auf Forderungen nach regulierten Rahmenbedingungen von CSR Maßnahmen oder deren Förderungen:

„Vielmehr sollen diese Bemühungen verknüpft werden mit der Überprüfung existierender gesetzlicher Bestimmungen bzw. der Ermittlung von Regelungslücken (z.B. in den Bereichen Steuern, Soziales, ArbeitnehmerInnen-, VerbraucherInnen und Umweltschutz) und das sowohl auf nationaler, also auch auf europäischer und internationaler Ebene.“ (ebd.)

Damit sollen politische Maßnahmen erreicht werden, die neue oder bestehende gesetzliche Grundanforderungen für Unternehmen entwickeln bzw. ausbauen. Wesentlich dabei ist, dass die Ausarbeitung solcher Regelungen auf Grundlage einer „gleichrangigen Gewichtung aller Interessensgruppen“ zu erfolgen hat. Diese Gruppen sollen Hauptprobleme und Schwerpunkte identifizieren, von denen ausgehend spezifische Handlungsfelder und in weiterer Folge konkrete Maßnahmen abgeleitet werden. Es sollen regulative Bestimmungen gesetzt werden, die gegebenenfalls durch etwa steuerliche

Anreize weiter gefördert werden. Förderungen oder Anreize sollten an klare „anspruchsvolle Anforderungen“ geknüpft werden. Als Beispiel führt NeSoVe an, dass bei einer nicht beanspruchten Ausgleichstaxe – die ein Unternehmen dann entrichtet, wenn es, wie im Behinderteneinstellungsgesetz festgelegt, die vorgegebene Quote von beschäftigten Menschen mit Behinderung nicht erfüllt – ein Unternehmen zusätzliche steuerliche Begünstigungen erhält und diese Nichtinanspruchnahme in freiwilligen CSR Richtlinien festgelegt wird.

Bei bereits bestehenden CSR Richtlinien, wie beispielsweise die GRI, der Global Compact oder die ISO-Norm 26000, kritisiert das Netzwerk, weil diese durch eine „ausgeprägte Substanzlosigkeit“ charakterisiert seien und (in unterschiedlichem Ausmaß) kaum „konkrete normative Vorgaben“ aufweisen. Diese CSR Richtlinien ermöglichen eine „weitgehende Gestaltungsfreiheit“ abseits greifbarer Anforderungen oder konkreter Berichterstattungsverpflichtungen, die damit nur eine zweifelhafte Aussagekraft oder Möglichkeit einer Vergleichbarkeit besitzen. Vielmehr seien diese vor allem Marketingzwecken dienlich und weniger einer anspruchsvollen Nachhaltigkeitspolitik, weshalb das Netzwerk sich für die Überarbeitung oder Ausarbeitung von Alternativen zu diesen Richtlinien einsetzt (vgl. ebd.):

„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 (wann ist Werbung irreführend oder wann sind Löhne angemessen?). Daher müssen hier neue Wege beschritten werden, welche die Beteiligung von Interessensgruppen vorsehen.“ (ebd.)

Der Verein hält in diesem Zusammenhang fest, dass die Ausarbeitung „anspruchsvoller Kriterien“, also von Indikatoren zur Bestimmung gesellschaftlich verantwortungsvollen Handelns von Unternehmen, auf einer allgemeinen Ebene kaum möglich ist. *Benchmarks* zu *Best Practice* Beispielen oder Berichtspflichten können deshalb nur sektorspezifisch bestimmt werden. Bei der Ausarbeitung allgemeiner Kriterien von CSR Zertifizierungen bestehe die Gefahr, dass diese auf Grund ihres notwendigerweise weiten Bogens *zu weich* sind und damit zu kurz greifen. Neben Regelungen und Anreizen fordert das Netzwerk ebenso Sanktionierungsmöglichkeiten bei fragwürdigem bzw. *negativem* Verhalten von Unternehmen, wobei der Öffentlichmachung solcher Verhaltensformen eine zentrale

Bedeutung zugeschrieben wird. So genannte *Watch-Dogs*, wie beispielsweise die Organisation Foodwatch, sollten dementsprechend gefördert werden.

Für das Netzwerk Soziale Verantwortung soll eine gesellschaftliche Unternehmensverantwortung einerseits durch regulative, andererseits durch freiwillige, jedoch zugleich klar definierte, Maßnahmen, erreicht werden. Letzteres versteht das Netzwerk unter CSR.

4. Empirische Untersuchung

Im vierten Teil der vorliegenden Arbeit werden die Positionen zur Freiwilligkeit von CSR der in Kapitel 3.3 identifizierten vier wesentlichen Akteure des österreichischen CSR Diskurses einer genaueren, empirischen Betrachtung unterzogen. Wie bereits im vorhergehenden Kapitel erörtert, erfolgt die Auswahl der vier Akteure auf Grund ihrer Relevanz innerhalb des österreichischen Diskurses. Es handelt sich um die beiden Sozialpartner Arbeiterkammer und Wirtschaftskammer sowie die beiden privaten Vereine respACT und Netzwerk Soziale Verantwortung.

Die Kriterien, die diese vier als wesentliche Diskursakteure auszeichnen, weshalb sie für den vorliegenden empirischen Teil herangezogen werden, sind folgende: Die Arbeiterkammer und die Wirtschaftskammer nehmen als Vertreter der österreichischen Sozialpartnerschaft traditionell eine wesentliche Stellung innerhalb gesellschaftspolitischer Diskurse in Österreich ein. Beim Zustandekommen von Gesetzen sind diese beiden die gesetzlich bestimmten Vertreter der ArbeitnehmerInnen bzw. der ArbeitgeberInnen. Damit bestimmen sie nicht nur die politischen Diskurse in Österreich, vor allem in Sozial- und Wirtschaftsfragen, wesentlich mit, sondern sie üben ebenso einen großen Einfluss auf die politischen EntscheidungsträgerInnen und damit auf die Gesetzgebung aus. Neben AK und WKO sind ebenso der Österreichische Gewerkschaftsbund (ÖGB) und die Landwirtschaftskammer (LK) gesetzliche Interessensvertretungen. Weshalb die beiden ersten für die vorliegende Arbeit herangezogen werden, begründet sich folgendermaßen: Obwohl auch ÖGB und LK durchaus Stellung zu CSR beziehen, sind diese – wie anhand eigener Recherchen herausgefunden wurde – weniger umfassend als jene der AK und WKO.

Die beiden anderen hier herangezogenen Diskursakteure, respACT und NeSoVe, können als wesentlich innerhalb der österreichischen CSR Debatte bezeichnet werden, da sich beide in der Themenausrichtung ihrer Organisationen explizit mit CSR bzw. mit gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung auseinandersetzen. Als nichtstaatliche Akteure und „repräsentative Kontrahenten“ innerhalb des CSR Diskurses vertreten beide die Positionen ihrer Stakeholder (Mitgliedsunternehmen bei respACT sowie ArbeitnehmerInnen und eine Vielzahl unterschiedlicher zivilgesellschaftlicher Organisationen beim NeSoVe), wodurch sie aktiv an der CSR Debatte bzw. an der Debatte

um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen teilnehmen und diese durch Stellungnahmen und Forderungen an die Politik aktiv mitgestalten. Besonders auf Grund ihrer Spezialisierung auf den Themenbereich kann beiden eine gewisse Vorreiterrolle zugesprochen werden.

Nach der im vorhergehenden Kapitel durchgeführten Akteursanalyse wurden anhand von ExpertInneninterviews VertreterInnen der hier untersuchten vier Akteure zu den Positionen der für diese Arbeit vorliegenden Problemstellung näher befragt. Diese Interviews bzw. deren Auswertung sollen die bei der Akteursanalyse nicht geklärten Fragen beantworten, um damit für die Beantwortung der Forschungsfragen zusätzliches, genaueres Datenmaterial zu erhalten. Besonders für die Untersuchung von politischen Diskursakteuren scheint es sinnvoll zu sein, sich nicht nur auf verschriftlichte Stellungnahmen zu beziehen, sondern zusätzliche empirische Daten zur Vervollständigung der Untersuchung heranzuziehen.

Im Folgenden werden zuerst Erhebungs- und Auswertungsmethode dargestellt und diskutiert. Als Erhebungsmethode dienen ExpertInneninterviews, in Form von Leitfadeninterviews, anhand welcher Positionen von jeweils einer Expertin bzw. einem Experten als VertreterIn der Arbeiterkammer, der Wirtschaftskammer sowie von respACT und dem NeSoVe erhoben werden. Der Fokus der Interviews soll einerseits auf den allgemeinen Positionen des jeweiligen Akteurs zu CSR liegen. Andererseits soll das Prinzip der Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen eine besondere Berücksichtigung finden. Für die Auswertung der aus den ExpertInneninterviews gewonnenen Daten wird auf die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2007) zurückgegriffen.

Nach Darstellung und Diskussion der Erhebungs- und Auswertungsmethode werden Kategorien bestimmt, die aus dem gewonnenen Datenmaterial, den Interviewtranskripten, herausgearbeitet werden sowie Aussagen der vier VertreterInnen diesen zugeordnet. Abschließend erfolgt eine Interpretation des gewonnenen Materials, nämlich der bestimmten Kategorien sowie der Ergebnisse der vier einzelnen Akteursanalysen.

4.1 Das Erhebungs- und Aufbereitungsverfahren

Im vorliegenden Unterkapitel erfolgt eine Diskussion und Darstellung der Erhebungsmethode der empirischen Daten sowie deren Aufbereitung. Dabei wird in einem ersten Schritt näher auf die Form der Datenerhebung eingegangen. In einem weiteren Schritt werden wesentliche Aspekte der Datenerhebung dokumentiert. Abschließend wird die Aufarbeitung der gewonnenen Daten beschrieben.

4.1.1 Die Erhebungsmethode – ExpertInneninterviews

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden VertreterInnen der vier herangezogenen Diskursakteure zur Positionierung zu CSR allgemein und sowie zum Primat der Freiwilligkeit befragt. Die VertreterInnen können als ExpertInnen betrachtet werden, da sie einerseits ein fundiertes Wissen über den zu vertretenen Akteur sowie dessen Position und zugleich auch über den allgemeinen Diskurs in Österreich über CSR sowie darin involvierte, andere Akteure aufweisen. Aus diesem Grund wird als Erhebungsmethode auf das ExpertInneninterview zurückgegriffen.

Nach Uwe Flick sind bei ExpertInneninterviews die Befragten kein „Einzelfall“, sondern zumeist ein „Repräsentant einer Gruppe“ (vgl. Flick 1995: 214):

„Wenn [...] Experten-Interviews unter dieser Bezeichnung durchgeführt werden, sind in der Regel Mitarbeiter einer Organisation in einer spezifischen Funktion und mit einem bestimmten (professionellen) Erfahrungswissen die Zielgruppe.“ (ebd.: 215)

ExpertInneninterviews sind als eine „spezielle Form von Leitfadeninterviews“ zu verstehen. Charakteristisch für Leitfadeninterviews ist die „relativ offene Gestaltung der Interviewsituation“. Diese relative Offenheit soll ermöglichen, dass die Sichtweisen – oder in diesem Fall auch das Wissen bzw. die Positionen – der interviewten Person genauer zu Geltung kommen können, was bei standardisierten Interviews oder Fragebögen durch deren starre Gestalt eingeschränkter ist. (vgl. ebd.: 194; 214)

Bei einem nichtstandardisierten Interview wird bei der Befragung durch den bzw. die InterviewerIn eine vorbereitete Liste offener Fragen, der so genannte Leitfaden als Grundlage herangezogen. (vgl. Gläser et al. 2009: 111) Dadurch wird nach Jochen Gläser und Grit Laudel dem bzw. der InterviewerIn ermöglicht, unterschiedliche Themen zu behandeln, die „[...] durch das Ziel der Untersuchung und nicht durch die Antworten des Interviewpartners bestimmt werden [...]“. (ebd.) Darüber hinaus können dadurch „einzelne, genau bestimmbare Informationen“ erhalten werden. (vgl. ebd.) Der Leitfaden kann als eine Art Gerüst verstanden werden, der dem bzw. der InterviewerIn einen Orientierungsrahmen für das Interview bietet, welcher in Anlehnung an das Erkenntnisinteresse gebildet wird. Zugleich lässt dieser Rahmen eine „weitgehende Entscheidungsfreiheit“ zu, beispielsweise in welcher Reihenfolge und wie Fragen gestellt werden oder ob situationsabhängig zusätzliche, spezifische Fragen artikuliert werden. (vgl. ebd. 142f.)

4.1.2 Dokumentation wesentlicher Aspekte der Datenerhebung

Die Kontaktaufnahme mit den VertreterInnen erfolgte durch Email-Anfragen an die vier Akteure. Während bei den beiden privaten (kleineren) Organisationen die allgemeinen Kontakt-Emailadressen angeschrieben wurden, wurde bei den beiden Kammern bei den zuvor recherchierten zuständigen Abteilungen direkt angefragt. Bei den Anfragen wurde das Erkenntnisinteresse der Interviews bereits artikuliert, weil nicht anzunehmen war, dass es durch Vorinformationen zu einer Verfälschung bei der Datenerhebung kommen würde – da es im Interesse der VertreterInnen liegt, die Positionen ihrer Organisation wahrheitsgetreu zu vertreten.

Die Erhebung erfolgte im Juli und August 2012. Orte der Erhebungen waren, bis auf das Interview mit der Vertreterin von NeSoVe, die Räumlichkeiten der jeweiligen Organisationen. Das Interview mit der Vertreterin von NeSoVe wurde aus terminlichen Gründen über ein Internettelefonat geführt. Um die Interviewsituation dennoch in einem persönlichen Rahmen zu gestalten, konnte die Interviewte den Interviewer während des Interviews via Webcam sehen.

Die Interviews dauerten durchschnittlich 22 Minuten, wobei das kürzeste ca. 15 Minuten und das längste ca. 39 Minuten in Anspruch nahm. Die unterschiedliche zeitliche Dauer der Interviews lässt sich auf die mehr oder weniger ausführlichen Antworten sowie auf die

Genauigkeit der gegebenen Antworten zurückführen. So wurde bei Unklarheiten oder vor dem Hintergrund des Erkenntnisinteresses bei weniger befriedigenden Antworten vom Interviewer näher nachgefragt.

Die Interviewten wurden vor dem Interview durch den Interviewer über Erkenntnisinteresse sowie über die Methode der Datenerhebung aufgeklärt. Bei den interviewten Personen wurde für die Tonaufzeichnung des Interviews sowie für die Verwendung der Namen und Nennung dieser als VertreterIn des jeweiligen Akteurs ein mündliches Einverständnis eingeholt.

Die Interviews wurden auf Tonband bzw. über eine Computersoftware digital aufgezeichnet, um die gewonnenen Daten aus den Interviews zu sichern. Die Gefahr einer Einflussnahme bzw. Verzerrung durch die bewilligten Tonaufnahmen war auf Grund der Interviewsituation mit den ExpertInnen nicht gegeben, weil es sich dabei grundsätzlich nicht um eine *natürliche* Gesprächssituation handelte, noch der Anspruch an eine solche gestellt werden musste.

4.1.3 Das Aufbereitungsverfahren

Die Gesprächsaufzeichnung der Interviews ermöglichte eine vollständige, wörtliche Transkription. Damit konnten Informationsverluste oder –veränderungen, wie es etwa bei einem Gedächtnisprotokoll oder bei beiläufigen Notizen der Fall sein kann (bzw. ist), vermieden werden. Wie Gläser und Laudel erwähnen, gibt es für die Transkription von Interviewprotokollen keine allgemein gültigen Regeln. Im Folgenden sollen kurz die einheitlichen Regeln, die bei der Transkription angewendet wurden, dargestellt werden: Da es sich bei der dokumentierten Interviewsituation um ein ExpertInneninterview handelt, das Erkenntnisinteresse somit auf die von den VertreterInnen dargestellten Positionen bzw. auf das Fachwissen abzielte, spielten emotionale bzw. paraverbale Äußerungen für das Untersuchungsziel somit weniger eine Rolle. Es wurden folglich keine während der Gesprächsaufzeichnung entstandenen Geräusche oder (alle) Pausen, Unterbrechungen, Husten oder Lachen etc. schriftlich festgehalten, außer sie ließen nach Ansicht des Interviewers Rückschlüsse auf inhaltliche Äußerungen zu. Dialektwörter wurden bei zu starkem Abweichen von der hochdeutschen Sprache (Schriftdeutsch) übersetzt. Unverständliche Passagen wurden durch „[xxx]“ vermerkt, wobei gegebenenfalls die vermutete Bedeutung nachstehend in runder Klammer angeführt wurde. Nonverbale

Äußerungen bzw. Antworten, bei denen auf Grund von Gesprächszusammenhang und/oder Sprachmelodie Rückschlüsse auf die Bedeutung gezogen werden konnten, wurden in einer runden Klammer vermerkt (beispielsweise „Mhm“ für „Ja“). Der bzw. die Interviewte wurde durch ein „B“ gekennzeichnet, der Interviewer durch ein „I“. (vgl. Gläser et al. 2009: 193f.)

4.2 Das Auswertungsverfahren

In diesem Unterkapitel wird das Auswertungsverfahren zur Bearbeitung des gewonnenen Datenmaterials diskutiert und dargestellt. Dabei werden in einem ersten Schritt auf die Auswertungsmethode näher eingegangen sowie wesentliche Analyseschritte dargestellt. Darauf aufbauend folgt die Durchführung der Auswertung in Form von Kategorienbildung.

4.2.1 Die Auswertungsmethode – Qualitative Inhaltsanalyse

Für die Auswertung der Daten wird auf die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse zurückgegriffen. Anhand der transkribierten Gesprächsaufnahmen sollen die für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Untersuchung relevanten Informationen systematisch und zielgerichtet herausgearbeitet werden. Der Rückgriff auf die Auswertungsmethode der qualitativen Inhaltsanalyse soll das Ziel verfolgen, „[...] den Texten inhaltliche Informationen zu entnehmen, diese Informationen in ein geeignetes Format umzuwandeln und sie in diesem Format, das heißt, getrennt vom ursprünglichen Text, weiterzuverarbeiten [...].“ (Gläser et al. 2009: 197)

Die Anfänge der Qualitativen Inhaltsanalyse lassen sich auf Philipp Mayring zurückführen. Bei der Entwicklung der Methode entnahm er die „Stärken der quantitativen Inhaltsanalyse“, um darauf aufbauend eine „qualitativ orientierte Textanalyse“ zu erhalten. Die Methode ist als ein systematisches, regelgeleitetes Vorgehen zu begreifen, das durch die „Orientierung an vorab festgelegten Regeln“ intersubjektivität ermöglichen soll. Mayring sieht seine Methodik der Inhaltsanalyse als einen Gegensatz zur „freien Interpretation“, da jeder Auswertungsschritt auf begründete Regeln zurückgeführt werden

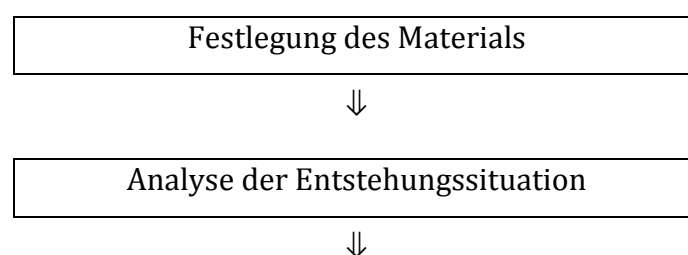
muss. Damit ermöglicht sie durch die Festlegung eines konkreten, nachvollziehbaren Ablaufs der Analyse eine „systematische Interpretation“. (vgl. Mayring 2007: 42f.) Gleichzeitig ermöglicht sie eine flexible, bedarfsangepasste Handhabung: „Die Inhaltsanalyse ist kein Standardinstrument, das immer gleich aussieht; sie muss an den konkreten Gegenstand, das Material, angepasst sein und auf die spezifische Fragestellung hin konstruiert werden.“ (ebd. 43)

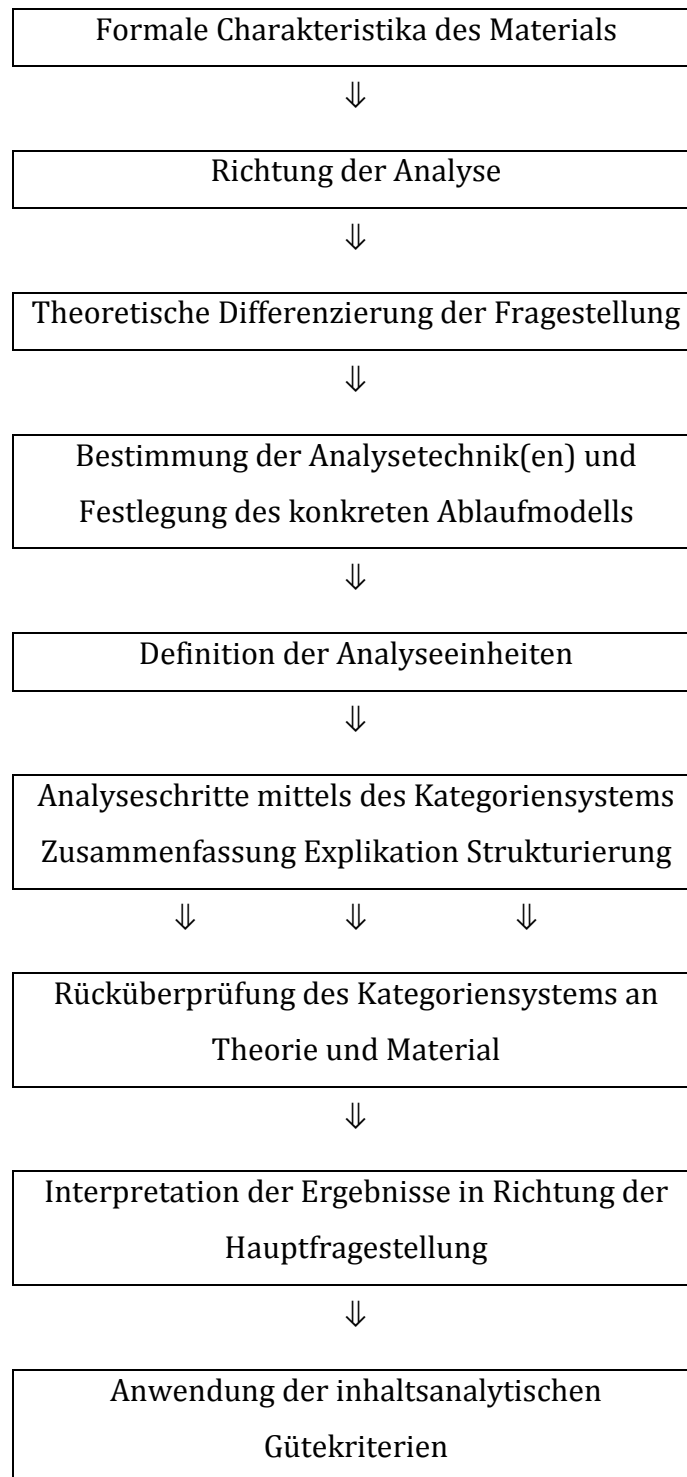
Mayring hält folgende wesentliche Punkte der inhaltsanalytischen Basis, des methodischen Gerüsts, fest:

- *Einordnung in ein Kommunikationsmodell*: Hierbei wird das Ziel der Analyse festgelegt.
- *Regelgeleitetheit*: Die Zerlegung des Materials in Analyseeinheiten sowie die schrittweise Bearbeitung anhand eines Ablaufmodells.
- *Arbeiten mit Kategorien*: Die Fassung von Analyseaspekten in genau begründete Kategorien.
- *Gütekriterien*: Hierbei sind Intersubjektivität des Verfahrens, Vergleichbarkeit der Ergebnisse sowie der Einbau von Reliabilitätsprüfungen gemeint. (vgl. Mayring 2005: 10f.) Bei den Gütekriterien hält Mayring jedoch fest, dass die Übereinstimmung bei einem Vergleich qualitativer Forschungsarbeiten, vor allem auf Grund derer interpretativer Bestandteile, nicht zwingend zu erwarten sind. Es sei deshalb auch fraglich, ob Gütekriterien der quantitativen Forschung auf die qualitative übertragbar sind. (vgl. Mayring 2005: 12f.)

Der Ablauf der Analyse wird im Vorhinein strukturiert: „Konkret heißt das, vorab sich zu entscheiden, wie das Material angegangen wird, welche Teile nacheinander analysiert werden, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, um zu einer Kodierung zu gelangen.“ (Mayring 2007: 43) Für den strukturierten Ablauf einer Inhaltsanalyse schlägt Mayring folgendes allgemeines Ablaufmodell vor:

Abbildung 2: Allgemeines inhaltsanalytisches Ablaufmodell (Quelle: Mayring 2007: 54)





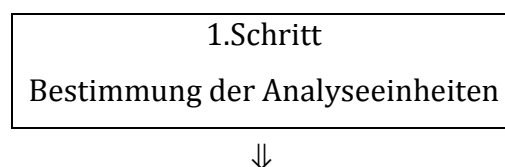
Das dargestellte Ablaufmodell muss als ein allgemeines verstanden und an Material und Fragestellung spezifisch angepasst werden. Das Ablaufmodell der Analyse ermöglicht die Zerlegung der Analyse in vorher festgelegte, einzelne Interpretationsschritte. (vgl. ebd.: 53) Bevor darüber entschieden wird, was aus dem Material herausinterpretierbar ist, muss zuerst das Ausgangsmaterial analysiert werden. Diese ersten vier Punkte des Modells

wurden für die vorliegende Untersuchung bereits im vorhergehenden Kapitel 4.1 definiert: Diese umfassen die „Festlegung des Materials“, in diesem Fall die transkribierten Gespräche; die „Analyse der Entstehungssituation“, also die Bedingungen, unter welchen das Material produziert wurde, hier also anhand von leitfadenorientierten ExpertInneninterviews; sowie die „Formalen Charakteristika des Materials“, hier der anhand der Interviewtranskription festgeschriebene Text. (vgl. ebd.: 46f.) Die „Richtung der Analyse“ ergibt sich aus dem verwendeten Material sowie dem Erkenntnisinteresse der Arbeit, hier die Positionen der vier Akteure zur Freiwilligkeit von CSR, die „Differenzierung der Fragestellung“ aus der Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit. Für die „Bestimmung der Analysetechnik“, also das regelgeleitete Textverstehen und –interpretieren, differenziert Mayring „drei Grundformen des Interpretierens“, die für die Analyse von Textmaterial herangezogen werden können:

- *Zusammenfassung*: Hierbei soll das Material durch die Analyse der Daten zusammengefasst und dabei auf die wesentlichen Inhalte reduziert werden. Durch Abstraktion soll ein „überschaubarer Corpus“ geschaffen werden, der ein „Abbild des Grundmaterials“ ist.
- *Explikation*: Es soll zu den „einzelnen fraglichen Textteilen“ zusätzlich Material herangetragen werden, um damit gewisse Textstellen näher zu erläutern, erklären und deuten und das Verständnis zu erweitern.
- *Strukturierung*: Hierbei werden bestimmte Elemente aus dem Material herausgefiltert und vorher bestimmten Ordnungskriterien zugeordnet. Damit kann ein Querschnitt des Materials oder die Einschätzung des Materials auf Grund bestimmter Kriterien ermöglicht werden. (vgl. ebd. 56ff)

Die vorliegende Untersuchung orientiert sich an der Zusammenfassung als Form des Interpretierens. So ergibt sich für diese Untersuchung folgendes konkretes Ablaufmodell:

Abbildung 3: Ablaufmodell zusammenfassender Inhaltsanalyse (Quelle: Mayring 2007: 60)



2.Schritt
Paraphrasierung der
inhaltstragenden Textstellen



3.Schritt
Bestimmung des angestrebten
Abstraktionsniveaus
Generalisierung der Paraphrasen
unter diesem Abstraktionsniveau



4.Schritt
1.Reduktion durch Reduktion,
Streichen bedeutungsgleicher
Paraphrasen



5.Schritt
2.Reduktion durch Bündelung,
Konstruktion, Integration von
Paraphrasen auf dem
angestrebten Abstraktionsniveau



6.Schritt
Zusammenstellung der neuen
Aussagen als Kategoriensystem



7.Schritt
Rücküberprüfung des
zusammenfassenden
Kategoriensystems am
Ausgangsmaterial

In einem ersten Schritt müssen Analyseeinheiten festgelegt werden. Mayring schlägt dafür die Punkte „Kodiereinheit“, „Kontexteinheit“ und „Auswertungseinheit“ vor: Die „Kodiereinheit“ ist die Festlegung des kleinsten Materialbestand- bzw. Textteils, der unter eine Kategorie gefasst wird, hier einzelne Wörter. Die „Kontexteinheit“ ist die Festlegung des größten Textbestandteils unter einer Kategorie, hier gegebenenfalls ein ganzer Absatz. Die „Auswertungseinheit“ legt die Reihenfolge bei der Auswertung der Textteile fest. Hier wird auf die Reihenfolge, wie sie bei der Analyse der vier Akteure in Kapitel 3.3 verwendet wurde, zurückgegriffen, wobei diese Reihung spontan, also ohne Regelbezug verlief. (vgl. ebd.: 53)

Nach der Bestimmung der Analyseeinheiten erfolgt eine Paraphrasierung inhaltlich relevanter Textteile, unbedeutende werden gestrichen. Die Textteile werden auf eine „einheitliche Sprachebene“ reduziert, so dass lediglich „grammatikalische Kurzformen“ übrig bleiben. In einem nächsten Schritt wird in Anlehnung an das zu bearbeitende Material ein Abstraktionsniveau bestimmt. Dabei werden die gebildeten Paraphrasen, die unter diesem Niveau liegen, verallgemeinert, jene die darüber liegen, vorerst belassen. Hier wie auch bei anderen Reduktionsschritten wird im Zweifelsfall auf theoretische Vorannahmen, hier die Ergebnisse der Akteursanalyse, zurückgegriffen. Inhaltsgleiche sowie für die Untersuchung unwichtige Paraphrasen können darauf folgend in einem ersten Reduktionsschritt gestrichen werden. Anschließend werden in einem zweiten Reduktionsschritt sich aufeinander beziehende, gegenstandsgleiche bzw. -ähnliche sowie über das Material verstreute Paraphrasen zu jeweils einer Aussage zusammengefasst. Damit werden die Aussagen zu einem Kategoriensystem zusammengestellt. Schlussendlich erfolgt eine Rücküberprüfung des Kategoriensystems am Ausgangsmaterial bzw. zumindest an den gebildeten Paraphrasen des ersten Durchgangs. Damit soll gewährleistet werden, dass die gewonnenen Kategorien das Ausgangsmaterial repräsentieren. Mayring hält fest, dass besonders bei großen Materialmengen diese Analyseschritte zusammengefasst werden können. (vgl. ebd.: 59ff)

Im Zentrum der Qualitativen Inhaltsanalyse steht das Kategoriensystem. Das Erkenntnisinteresse der Analyse wird in Kategorien konkretisiert, weshalb der Kategorienkonstruktion und -begründung eine zentrale Rolle zukommt. Durch das Kategoriensystem verspricht sich Mayring eine Vergleichbarkeit und somit Abschätzung

der Reliabilität der Ergebnisse, auch wenn dieses System an die jeweilige Studie angepasst werden muss. (vgl. ebd. 43f.)

Bei der Kategorienbildung unterscheidet Mayring zwischen einer induktiven und einer deduktiven Vorgehensweise. Bei der induktiven Kategorienbildung werden Kategorien in Form eines Verallgemeinerungsprozesses direkt aus dem Material heraus abgeleitet, wobei die Fragestellung der Untersuchung zentral ist. Die deduktive Kategoriendefinition erfolgt anhand theoretischer Überlegungen und Vorannahmen. Hierbei werden Erkenntnisse der Voruntersuchung herangezogen und Kategorien vorab gebildet. Das induktive Verfahren sieht Mayring dabei als das grundlegende Modell der zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalyse. (vgl. ebd.: 74ff)

Für die Kategorienbildung der vorliegenden Analyse wird das induktive Verfahren als primäres gewählt. Damit soll erreicht werden, dass die Aussagen der interviewten VertreterInnen so wenig wie möglich verzerrt werden und damit in der Sprache des Materials herausgebildet werden können. Dennoch wird bei der Bildung der Kategorien, vor allem bei Zweifelsfällen oder Unklarheiten auf theoretische Vorannahmen respektive auf Ergebnisse der Akteursanalyse zurückgegriffen. Als Selektionskriterium für die Kategorienbildung wird die Fragestellung dieser Arbeit herangezogen, was bedeutet, dass Aussagen, die mit dieser in Zusammenhang stehen, besonders berücksichtigt werden. (vgl. ebd.: 57; 75) Die Bildung sowie auch die Zuordnung von Kategorien zu bestimmten Textelementen sind dabei immer als eine Interpretation zu verstehen, wobei diese „so regelgeleitet und so explizit wie möglich“ sein sollen. (vgl. Mayring 2005: 11)

4.2.2 Durchführung der Auswertung – Kategorienbildung

Die Bildung der Kategorien wurde aus Gründen der Übersicht in Oberkategorien und Unterkategorien aufgeteilt. Die zehn Oberkategorien beschreiben verallgemeinerte Aussagen, die einem Themenbereich zuordenbar sind. Diese allgemeinen Themenbereiche wurden anhand von 29 Unterkategorien spezifiziert:

Tabelle 2: Darstellung der Kategorien

Kategorie	Bezeichnung	Unterkategorie	Bezeichnung
Kategorie A	CSR Verständnis		

		Unterkategorie A1	Freiwilliges Instrument
		Unterkategorie A2	Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung
		Unterkategorie A3	Mitsprache der Stakeholder
		Unterkategorie A4	Ausrichtung auf Kerngeschäft
		Unterkategorie A5	Transparenz
Kategorie B	Rahmenbedingungen für Freiwilligkeit		
		Unterkategorie B1	Vorgegebene Rahmenbedingungen
		Unterkategorie B2	Keine Rahmenbedingungen
Kategorie C	Vorteile der Freiwilligkeit		
		Unterkategorie C1	Zielgerichtete Anwendungsmöglichkeiten
		Unterkategorie C2	Innovation und Weiterentwicklung
Kategorie D	Nachteile der Freiwilligkeit		
		Unterkategorie D1	Willkür
		Unterkategorie D2	PR-Missbrauch
		Unterkategorie D3	Massentauglichkeit
Kategorie E	Vorteile einer teilweisen Verpflichtung		
		Unterkategorie E1	Beschäftigung mit Nachhaltigkeit
		Unterkategorie E2	Mitsprache Stakeholder
		Unterkategorie E3	Transparente Berichterstattung
		Unterkategorie E4	Einklagbarkeit
Kategorie F	Nachteile einer Verpflichtung		
		Unterkategorie F1	Unzureichende Motivation
		Unterkategorie F2	Überforderung
Kategorie G	Umsetzungsmotive		

		Unterkategorie G1	Moralische Komponente
		Unterkategorie G2	Marktanreize (Pull-Faktor)
		Unterkategorie G3	Steuerliche Vorteile (Pull-Faktor)
		Unterkategorie G4	Öffentlich Vergabe (Pull-Faktor)
		Unterkategorie G5	Sanktionierungen (Push-Faktor)
Kategorie H	CSR und GUV		
		Unterkategorie H1	CSR als wesentlicher Beitrag nachhaltiger Entwicklung
		Unterkategorie H2	CSR als zusätzlicher Beitrag nachhaltiger Entwicklung
Kategorie I	Verantwortung der Unternehmen		
		Unterkategorie I1	Unternehmensverantwortung ausreichend
		Unterkategorie I2	Unternehmensverantwortung nicht ausreichend
Kategorie J	Verantwortung des Gesetzgebers		
		Unterkategorie J1	Gesetzliche Vorgaben wesentlicher Bereiche
		Unterkategorie J2	Privatisierung des Rechts

4.3 Forschungsergebnisse

In diesem Unterkapitel werden die gewonnenen Ergebnisse dargestellt und interpretiert. Dabei werden zuerst die gebildeten Kategorien beschrieben sowie diesen die Aussagen der jeweiligen Akteure zugeordnet. Zum Abschluss des empirischen Kapitels erfolgt eine Interpretation des Datenmaterials, nämlich der Kategorien sowie der Ergebnisse der Akteursanalyse, in Bezug auf die Hauptfragestellung.

4.3.1 Darstellung der Forschungsergebnisse

Die Darstellung der Forschungsergebnisse erfolgt anhand einer Beschreibung der gebildeten Kategorien. Im Gegensatz zu herkömmlichen zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalysen liegt das Interesse der vorliegenden Untersuchung nicht nur auf den zusammengeführten wesentlichen Aussagen des Textmaterials. Es sind also nicht nur die Aussagen im Gesamten von Interesse, sondern vielmehr auch deren Zuordnung zum jeweiligen Akteur. Somit werden neben der Beschreibung wesentlicher Aussagen, in Form von Kategorien, ebenso jeweils Ankerbeispiele – also Textstellen aus den Aussagen des jeweiligen Vertreters bzw. der jeweiligen Vertreterin – angeführt, um daraus einerseits Rückschlüsse ziehen zu können, wer was gesagt hat, und andererseits, wie der- oder diejenige dies gemeint hat, da in den Verallgemeinerungen durchaus auch spezifische, inhaltliche Unterschiede auftauchen. Für die Beschreibung der Kategorien wurde bei Unklarheiten auf die Erkenntnisse der Akteursanalyse zurückgegriffen.

Im Folgenden wird die Bedeutung der Kategorien und Unterkategorien dargestellt. Bei den Unterkategorien werden darüber hinaus Ankerbeispiele samt Zuordnung zu dem jeweiligen Diskursakteur angeführt.

Kategorie A: CSR Verständnis

Diese Kategorie bezieht sich auf das Verständnis des CSR Konzepts des jeweiligen Vertreters bzw. Vertreterin. Das CSR Verständnis lässt sich in vier Bereiche unterteilen, die in den folgenden Unterkategorien festgehalten werden.

Unterkategorie A1: Freiwilliges Instrument

Diese Unterkategorie beschreibt CSR als ein freiwilliges Instrument.

AK: „[...] CSR ist immer freiwillig.“ (I. AK: 35)

WKO: „[...] wenn man von CSR spricht, ist wenn es über die gesetzlichen Anforderungen hinaus geht.“ (I. WKO: 43-44)

NeSoVe: „[...] natürlich handelt es sich bei CSR Maßnahmen um freiwillige Maßnahmen, die Unternehmen eingehen.“ (I. NeSoVe: 36-37)

Unterkategorie A2: Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung

Hier wird CSR als Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung festgehalten.

WKO: „[...] CSR ist der Beitrag der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung [...].“
(I. WKO: 13)

respACT: „[...] grundsätzlich muss man da unterscheiden zwischen Nachhaltigkeit und CSR [...] Nachhaltigkeit als die große, übergeordnete Mission [...] CSR ist dabei das Mittel, indem Unternehmen das Ziel verfolgen können.“ (I. respACT: Absatz 14-17)

Unterkategorie A3: Mitsprache der Stakeholder

In dieser Unterkategorie werden Aussagen zur Bedeutung eines Mitspracherechts von Stakeholdern bei der Entwicklung von CSR Maßnahmen festgehalten.

AK: „[...] [CSR ist] nicht abzulehnen, wenn alle [...] Stakeholder im Rahmen eines Problems [...] die Möglichkeit haben, sich zu artikulieren [...].“(I. AK: 52-54)

WKO: „[...] CSR [ist] so zu sagen auch ein Stakeholder Ansatz [...].“ (I. WKO: 31-31)

Unterkategorie A4: Ausrichtung auf Kerngeschäft

In dieser Unterkategorie wird festgehalten, dass CSR sich auf das Kerngeschäft eines Unternehmens ausrichtet.

AK: „[...] CSR darf nicht nur eine Maßnahme sein, ein Charity Projekt, sondern ein Unternehmen, das sich rühmt, CSR zu machen, muss gesamthaft CSR machen und das heißt, Unternehmenskultur auf allen Ebenen [...].“ (I. AK: 233-237)

WKO: „[...] CSR ist nicht [...] an der Oberfläche, sondern im, in der Struktur, im Kerngeschäft drinnen.“ [...]“ (I. WKO: 60-62)

respACT: „[...] all jene, die das wirklich ernst nehmen und die wirklich CSR in ihr Unternehmenskonzept integriert haben [...].“ (I. respACT: 49-50)

Unterkategorie 5: Transparenz

In dieser Unterkategorie werden Aussagen festgehalten, die Transparenz als wesentlich für CSR beschreiben.

AK: „Das heißt, dass Stakeholder wirklich dabei sind, dass sie ernst genommen werden, dass Kommunikation stattfindet, dass Transparenz vorhanden ist, z.B.: in Berichtsform [...].“ (I. AK: 205-207)

respACT: „[...] ein Nachhaltigkeitsbericht ist ein Tool, das öffentlich sein sollte. [...] Nicht muss, aber sollte [...].“ (I. respACT: 143; 147)

Kategorie B: Rahmenbedingungen für Freiwilligkeit

Diese Kategorie bezieht sich auf Aussagen zu vorgegebenen Rahmenbedingungen einer freiwilligen CSR. Dabei geht es darum, ob vorgegebene Rahmenbedingungen bei der Umsetzung von freiwilligen CSR Maßnahmen begrüßt werden oder nicht.

Unterkategorie B1: Vorgegebene Rahmenbedingungen

Diese Unterkategorie beschreibt die Ansicht des jeweiligen Akteurs, dass bestimmte Rahmenbedingungen für freiwillige CSR vorgegeben werden sollten.

AK: „Ich kann mir schon vorstellen, dass ein freiwilliges Engagement, dass das schon auch in Ordnung ist [...]. Aber es muss gewährleistet sein, dass wirklich, [...] auf Augenhöhe die Stakeholder an einem Tisch sind [...].“ (I. AK: 124-126)

respACT: „[...] zum Beispiel die verpflichtende Berichterstattung. Die wir nicht im vollen Ausmaß unterstützen, aber eben zum Beispiel für börsennotierte Unternehmen [...]. Und da sind wir auch dafür, wirklich zu sagen, alle börsennotierten Unternehmen müssen einen Nachhaltigkeitsbericht vorlegen.“ (I. respACT: 134-138)

NeSoVe: „Sinnvoll können CSR Maßnahmen sein im Kontext mit regulativen Maßnahmen.“ (I. NeSoVe: 17)

Unterkategorie B2: Keine Rahmenbedingungen

Diese Unterkategorie beschreibt die Auffassung, dass es für CSR keine Rahmenbedingungen bedarf.

WKO: „[...] die Systemgrenze, wo CSR dann wieder aufhört, ist klarerweise dann, [...] wenn das gesetzlich verpflichtet wird.“ (I. WKO: 72-74)

Kategorie C: Vorteile der Freiwilligkeit

Unter der Kategorie C werden Aussagen einbezogen, die Vorteile einer freiwilligen CSR beschreiben. Spezifizierungen werden in den Unterkategorien festgehalten.

Unterkategorie C1: Zielgerichtete Anwendungsmöglichkeiten

Diese Unterkategorie beschreibt Aussagen über Vorteile einer freiwilligen CSR hinsichtlich einer zielgerichteten, bedarfsorientierten Anwendungsmöglichkeit.

AK: „[...] dann gibt's wahrscheinlich darüber Themen, so zu sagen, halt, die jetzt halt nicht so anspruchsvoll sind, wo es darum geht, Dinge weiter zu entwickeln.“ (I. AK: 201-203)

WKO: „Der Vorteil des Ganzen ist, dass so zu sagen eben auf den Spezialfall so zu sagen eingegangen werden kann.“ (I. WKO: 117-118)

respACT: „[...] weil sie dadurch die Möglichkeit haben, wie schon gesagt, [...] sich auch zu positionieren, sich unterschiedliche Möglichkeiten zu überlegen [...].“ (I. respACT: 39-40)

NeSoVe: „[...] wenn ich tatsächlich Maßnahmen ergreife, zeige ich natürlich Handlungsspielräume für Unternehmensführung auf, das ist denk ich ein positiver Aspekt.“ (I. NeSoVe: 78-80)

Unterkategorie C2: Innovation und Weiterentwicklung

Die Unterkategorie C2 fasst Aussagen über Kreativität, Innovation und damit über mögliche Weiterentwicklungen von CSR als Vorteile einer Freiwilligkeit zusammen. Diese Kategorie enthält Stellungnahmen, die besagen, dass durch die Abwesenheit von Verpflichtungen bestimmte Aktivitäten überzeugender, innovativer und dadurch auch effizienter umgesetzt werden als Maßnahmen, die verbindlich zu erfüllen wären.

AK: „[...] wenn alle [...] Stakeholder im Rahmen eines Problems [...] bei einem Problem sind, die Möglichkeit haben, sich zu artikulieren, [...] dann kann Freiwilligkeit eines bringen, nämlich eine Weiterentwicklung, die man vielleicht, die gesetzliche Ebene zu schwierig wäre [...].“ (I. AK: 52-55)

WKO: „In dem Moment, wie man aber CSR so wie am Anfang skizziert, als Prozess, [...] dann wirkt CSR so zu sagen als kontinuierlicher Verbesserungsprozess im Unternehmen [...].“ (I. WKO: 132-135)

respACT: „Also diese Freiwilligkeit, ja, bringt eben zum Vorschein die Kreativität [...] der Unternehmer, weil sie dadurch die Möglichkeit haben, [...] sich auch zu positionieren, sich unterschiedliche Möglichkeiten zu überlegen [...].“ (I. respACT: 38-40)

NeSoVe: „Ich habe natürlich auch eine gewisse Pilotprojekttrolle, also wenn ich gerade [...] im ökologischen Bereich oder im Produktbereich da in einer gewissen Richtung forsche [...] dann kann sich das natürlich vielleicht auch irgendwann durchsetzen.“ (I. NeSoVe: 80-83)

Kategorie D: Nachteile der Freiwilligkeit

Die Kategorie D beinhaltet Aussagen über Nachteile einer freiwilligen CSR ohne vorgegebene, einzuhaltende Rahmenbedingungen.

Unterkategorie D1: Willkür

Diese Unterkategorie fasst Ausführungen zusammen, im Rahmen derer Freiwilligkeit als Nachteil gesehen wird, da CSR Maßnahmen willkürlich gesetzt werden können.

AK: „Die Unternehmen suchen sich ein Projekt heraus, das wird super aufgeblasen, super verkauft [...].“ (I. AK: 229-230)

Unterkategorie D2: PR-Missbrauch

Die Unterkategorie D2 enthält Stellungnahmen, dass die Gefahr besteht, CSR könne bei einer freiwilligen Verwendung als PR-Trick missbraucht werden.

AK: „[...] Unternehmen haben hier begonnen, so zu sagen, sich ein anderes Mäntelchen umzuhängen. [...] CSR [...] wird deshalb gemacht [...], um dieses Renditestreben[...] ein Stückchen anders zu verpacken.“ (I. AK: 25-28)

Unterkategorie D3: Massentauglichkeit

Hier werden Ansichten zusammengefasst, die die Massentauglichkeit von CSR auf Grund von Freiwilligkeit verhindert sehen.

AK: „Da hilft mir eine freiwillige Regelung nicht, der macht einfach nicht mit. (I. AK: 111-112)

respACT: „Also [...] diese Massentauglichkeit ist wahrscheinlich die größte Gefahr, also, dass wir es einfach nicht schaffen werden, alle Unternehmen anzusprechen.“ (I. respACT: 89-90)

NeSoVe: „[...] da würde ich halt sagen, das ist etwas, was ich gesamtgesellschaftlich nicht durchsetzen kann, weil der Business Case CSR ein relativ [...] kleinen Bereich einfach ausmacht [...].“ (I. NeSoVe: 55-58)

Kategorie E: Vorteile einer teilweisen Verpflichtung

In dieser Kategorie werden Anmerkungen über Vorteile einer teilweise verpflichtenden, freiwilligen CSR festgehalten. Die Art der Verpflichtung wird in der jeweiligen Unterkategorie erklärt.

Unterkategorie E1: Beschäftigung mit Nachhaltigkeit

Hier werden Aussagen angeführt, die in einer verpflichtenden Berichterstattung den Vorteil sehen, dass Unternehmen sich dadurch mit der eigenen Nachhaltigkeit auseinandersetzen müssen.

respACT: „Wenn denn etwas vorgeschrieben wird, [...] zum Beispiel [...] verpflichtende Berichterstattung, zum Beispiel, für alle großen Unternehmen, wäre es etwas, wo jedes große Unternehmen [...] sich damit beschäftigen muss, was bedeutet Nachhaltigkeit für sie.“ (I. respACT: 90-94)

Unterkategorie E2: Mitsprache Stakeholder

In dieser Unterkategorie werden Aussagen festgehalten, die ein vorgeschriebenes Mitspracherecht von Stakeholdern bei der Entwicklung von CSR Maßnahmen als Vorteil sehen.

AK: „[...] es muss gewährleistet sein, dass wirklich, so zu sagen, auf Augenhöhe die Stakeholder an einem Tisch sind, dass sie wirklich etwas zu sagen haben [...].“ (I. AK: 125-127)

Unterkategorie E3: Transparente Berichterstattung

Hier werden Stellungnahmen zusammengefasst, die in einer vorgeschriebenen Regelung zur Berichterstattung eine Verbesserung in der Transparenz von CSR Maßnahmen sehen.

respACT: „[...]] zum Beispiel für börsennotierte Unternehmen, wo wir einfach sagen, es wird nicht eben für alle Shareholder möglich sein, einzusehen, wie sich dieses Unternehmen im Bezug auf Nachhaltigkeit macht. Und da sind wir auch dafür, wirklich zu sagen, alle börsennotierten Unternehmen müssen einen Nachhaltigkeitsbericht vorlegen.“ (I. respACT: 135-138) „[...] möglichst viele Stakeholder, nicht nur Shareholder [...].“ (I. respACT: 147-148)

Unterkategorie E4: Einklagbarkeit

In dieser Unterkategorie geht es darum, dass, wenn ein Unternehmen CSR Aktivitäten ergreift, das Unternehmen eine Verpflichtung eingeht, jene Aktivitäten umzusetzen und diese ansonsten einklagbar sind.

NeSoVe: „[...] die freiwilligen CSR Maßnahmen verbindlich in dem Sinne sein sollen, dass wenn sie eingegangen sind, sollten sie auch einklagbar sein.“ (I. NeSoVe: 115-117)

Kategorie F: Nachteile einer Verpflichtung

In der Kategorie F werden Aussagen festgehalten, die Nachteile einer CSR mit verbindlichen Rahmenbedingungen beschreiben.

Unterkategorie F1: Unzureichende Motivation

Diese Unterkategorie zielt auf Annahmen, die in einer verpflichtenden CSR die Gefahr einer geschmäleren Motivation der Unternehmen bei der Umsetzung jener Maßnahmen sehen.

WKO: „[...] Pull Faktoren sind wesentlich besser, [...] weil die intrinsische Motivation größer ist dies zu machen. Das heißt, es wird ein Unternehmer viel [...] mehr darauf anspringen zu sagen, ich habe einen persönlichen Nutzen davon.“ (I. WKO: 247-250)

respACT: „Und, wenn man nur mehr sagt, es muss jetzt jeder Betrieb, [...] dann ist das für mich ein Kampf und es ist etwas, mit dem ich mich irgendwie ungern beschäftige [...].“ (I. respACT: 50-52)

Unterkategorie F2: Überforderung

Hier werden Bedenken beschrieben, dass durch eine verpflichtende CSR Unternehmen, vor allem Klein- und Mittelbetriebe, überfordert sein könnten.

WKO: „Der Unternehmer ist ja auch überfordert und wir dürfen nicht vergessen, wir haben 60 Prozent Einpersonenernehmen [...].“ (I. WKO: 296-297)

respACT: „[...] gerade bei Klein- und Mittelbetrieben, [...] sie sollten nicht noch zusätzlich überfordert werden, da müsste man einfach Anreize schaffen [...].“ (I. respACT: 101-102)

Kategorie G: Umsetzungsmotive

Kategorie G fasst Annahmen über mögliche Motive für Unternehmen, CSR Maßnahmen zu ergreifen. Diese Aussagen können in fünf Punkte aufgeteilt werden, wobei neben der moralischen Komponente als Motivation zur Umsetzung vor allem so genannte *Pull*- bzw. *Push*-Faktoren als Motive eine Rolle spielen können. Während unter *Push*-Faktoren positive Anreize, wie etwa Belohnungen begriffen werden, werden unter *Pull*-Faktoren negative Anreize, wie etwa Zwangsmittel verstanden.

Unterkategorie G1: Moralische Komponente

Hier stehen moralische Motive der UnternehmerInnen bei einer Anwendung von CSR Aktivitäten im Mittelpunkt.

WKO: „Es hat jeder, und bei CSR geht es auch um ein Wertemanagement, hat unterschiedliche Wertigkeiten im Kopf.“ (I. WKO: 204-205)

respACT: „Es gibt die gesellschaftlichen Motive, das heißt, Unternehmen wollen ein [...] guter Bürger sein, sie übernehmen Verantwortung für alle Dinge, die sie tun [...].“ (I. respACT: 21-22)

Unterkategorie G2: Marktanreize (Pull-Faktor)

In dieser Unterkategorie werden Aussagen zusammengefasst, im Rahmen derer die Motive zur Umsetzung von CSR in Anreizen des Marktes gesehen werden.

AK: „Natürlich, der Markt spielt natürlich schon ein bisschen eine Rolle [...]. Da ist wahrscheinlich die Rolle der Konsumenten ganz stark angesprochen. [...] aber ich glaube [...], das darf man auch nicht unterschätzen, weil zum Einen ist es so, dass ganz viele Konsumenten, dass jetzt, sich nicht aussuchen können, weil sie nicht die Möglichkeit haben, mehr auszugeben für ein Unternehmen, das so zu sagen sozial verantwortlich handelt.“ (I. AK: 136-144)

WKO: „Anreize können einerseits sein, dass es der Markt honoriert. Dass es eine marktwirtschaftliche Lösung gibt, das heißt, der Konsument, der Kunde reagiert darauf positiv [...].“ (I. WKO: 189-191)

respACT: „Und es gibt die [...] fortschrittlichsten, [...] die Wettbewerbsmotive für CSR, das heißt, Unternehmen sehen CSR und Nachhaltigkeit als eine Chance, wirklich sich am Markt zu positionieren und damit Wettbewerbsvorteile zu erzielen.“ (I. respACT: 23-25)

Unterkategorie G3: Steuerliche Vorteile (Pull-Faktor)

Hier werden Aussagen zu steuerlichen Vorteilen als positiver Anreiz für eine Umsetzung von CSR zusammengefasst.

WKO: „[...] dritte Aspekt [...] ist sicherlich auch, sag ich mal, steuerliche Ansätze zu haben. Zu sagen, in der Steuererklärung gibt es so zu sagen Möglichkeiten [...].“ (I. WKO: 223-226)

respACT: „[...] zum Beispiel, steuerliche Vergünstigungen für Umwelt-Zertifizierungen, oder, ja, steuerliche Begünstigungen ist, ist so ein Faktor [...].“ (I. respACT: 108-109)

Unterkategorie G4: Öffentliche Vergabe (Pull-Faktor)

Diese Unterkategorie enthält Annahmen, dass das öffentliche Vergabewesen durch die vermehrte Auftragsverteilung an Unternehmen mit CSR Aktivitäten einen Anreiz schaffen kann, damit CSR in die Unternehmenspolitik einbezogen wird.

WKO: „Der [...] sehr große Bereich ist natürlich der ganze staatliche Beschaffungsbereich. [...] Das heißt, öffentliche Beschaffung wäre ein riesiger Hebel, hier zu sagen, das will man, das will man nicht. Und könnte hier so zu sagen ein förderliches Umfeld bieten.“ (I. WKO: 196-202)

respACT: „Oder zum Beispiel bei der öffentlichen Beschaffung, das ist einfach ein extrem großer Hebel, [...] wenn man da wirklich sagt, [...] nur die Unternehmen bekommen Aufträge, die wirklich ganzheitlich nachhaltig arbeiten, dann ist das ein wesentlicher, extremer Vorteil am Markt.“ (I. respACT: 110-114)

NeSoVe: „[...] freiwillige CSR Maßnahmen können dann natürlich auch im Rahmen von öffentlicher Beschaffung honoriert werden.“ (I. NeSoVe: 156-157)

Unterkategorie G5: Sanktionierungen (Push-Faktor)

Die Unterkategorie G5 fasst Stellungnahmen zu Sanktionierungen als Instrument zur Motivation für eine Umsetzung von CSR Aktivitäten zusammen.

WKO: „Man kann aber auch so zu sagen Push-Faktoren hier nehmen [...]. Das heißt, ein Anreiz zu setzen, indem man Strafen verhängt, der Klassiker ist so zu sagen, dass Behindertengleichstellungsgesetz (I. WKO 229-223) „Dass wir als Wirtschaftskammer eher diese Pull-Faktoren haben wollen und nicht diese [...] Push-Faktoren [...] haben wollen, das liegt auf der Hand.“ (I. WKO: 236-237)

NeSoVe: „Ich bin aber darüber hinaus der Meinung, dass die freiwilligen CSR Maßnahmen verbindlich in dem Sinne sein sollen, dass wenn sie eingegangen sind, sollten sie auch einklagbar sein.“ (I. NeSoVe: 15-17)

Kategorie H: CSR und GUV

Diese Kategorie fasst Aussagen zusammen, welche das Konzept der CSR als wesentlichen oder als einen zusätzlichen Beitrag von Unternehmen zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung verstehen. Das heißt, zu unterscheiden ist hier, dass einerseits CSR als jener Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung verstanden wird, andererseits Rahmenbedingungen für eine gesellschaftliche Unternehmensverantwortung (GUV) gesetzlich geregelt werden und gegebenenfalls CSR Aktivitäten über die zu erfüllenden Maßnahmen hinausgehen können.

Unterkategorie H1: CSR als wesentlicher Beitrag nachhaltiger Entwicklung

Hier geht es darum, dass CSR als wesentlicher Beitrag von Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung gesehen wird.

WKO: „[...] CSR ist der Beitrag der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung, [...] als Management Konzept der gesellschaftlichen Verantwortung als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.“ (I. WKO: 13-15)

respACT: „[...] Nachhaltigkeit als die große, übergeordnete Mission. Das große, übergeordnete Ziel für die gesamte Gesellschaft. Und CSR ist dabei das Mittel, indem Unternehmen das Ziel verfolgen können.“ (I. respACT: 15-17)

Unterkategorie H2: CSR als zusätzlicher Beitrag nachhaltiger Entwicklung

In der Unterkategorie H2 stehen Annahmen im Mittelpunkt, die besagen, dass CSR als ein zusätzlicher Beitrag von Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung zu verstehen ist, welcher über gesetzlich bestimmte Aspekte einer gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung hinaus reicht.

AK: „[...] dann gibt's wahrscheinlich darüber Themen, [...] die jetzt halt nicht so anspruchsvoll sind, wo es darum geht, Dinge weiter zu entwickeln. Und da sehe ich natürlich sehr wohl einen Spielraum, [...] dass man abseits von Gesetzen versucht, weiter zu kommen [...].“ (I. AK: 201-204)

WKO: „CSR ist ein Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und zwar jener von der Wirtschaft. Der muss natürlich ergänzt werden von politischen Rahmenbedingungen, [...].“ (I. WKO: 20-21)

respACT: „[...] wir sagen auf keinen Fall, CSR muss immer, in jedem Fall nur freiwillig sein, das nicht, sondern, man muss eben schauen, wo macht's Sinn und wo nicht.“ (I. respACT: 77-78)

NeSoVe: „[...] primär muss reguliert werden und darüber hinaus, wenn ich da etwas festgelegt habe, kann ich natürlich auch CSR Maßnahmen, aber auch die wiederum festlegen.“ (I. NeSoVe: 19-21)

Kategorie I: Verantwortung der Unternehmen

Diese Kategorie beinhaltet Stellungnahmen, die sich auf die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen beziehen. Hier wird in den Unterkategorien spezifiziert, ob die Verantwortung, die Unternehmen übernehmen, als ausreichend betrachtet wird oder eben nicht.

Unterkategorie II: Unternehmensverantwortung ausreichend

Hier werden Aussagen zusammengefasst, die die gesellschaftliche Verantwortung, die Unternehmen übernehmen, als ausreichend sehen.

WKO: „[...] wenn dort Kinder ab zwölf Jahren arbeiten dürfen, laut Gesetz, oder ab vierzehn, dann muss ich das als Unternehmen noch lange nicht zulassen.“ (I. WKO: 367-369)

„[...] dass da auch Unternehmen auch dabei sind, aber die dann nur dabei sind und im ganzen Unternehmen es völlig egal ist, was da passiert, dann hat man was falsch gemacht.“ (I. WKO: 411-412)

Unterkategorie I2: Unternehmensverantwortung nicht ausreichend

Diese Unterkategorie umschreibt Ansichten, dass die Eigenverantwortung, die Unternehmen übernehmen, als nicht ausreichend empfunden wird.

AK: „Unternehmen, die freiwillig ein Stückchen mehr machen, das sind nicht die Unternehmen, die eigentlich die Probleme machen. Ich brauche ein Gesetz dort, wo es Probleme gibt [...]. Ich brauche es dort, wo das eben nicht funktioniert.“ (I. AK: 104-108)

respACT: „[...] wir sagen auf keinen Fall, CSR muss immer, in jedem Fall nur freiwillig sein, das nicht, sondern, man muss eben schauen, wo macht`s Sinn und wo nicht.“ (I. respACT: 77-78)

NeSoVe: „Und dass Unternehmenshandeln per se gesellschaftlich verantwortlich ist, ja also ich meine, nach der europäischen Schulden- und Finanzkrise kann das eigentlich niemand mehr ernsthaft behaupten [...].“ (I. NeSoVe: 61-63)

Kategorie J: Verantwortung des Gesetzgebers

Die letzte Kategorie befasst sich mit der Verantwortung des Gesetzgebers respektive des Staates als Garant für das gesellschaftliche Gemeinwohl.

Unterkategorie J1: Gesetzliche Vorgaben wesentlicher Bereiche

Diese Unterkategorie steht für Aussagen, die davon handeln, dass gesetzliche Vorgaben in wesentlichen Bereichen – die das Gemeinwohl betreffen – benötigt werden.

AK: „Ich glaub, man muss es trennen, also ich glaube, überall dort, wo es wirklich um Schutznormen geht, Arbeitsrecht, Arbeitnehmerschutz, Schutz bei Lohn, bei Arbeitszeitfragen, wo es um Kinderarbeit geht und alle diese Dinge, so zu sagen, ich

glaube, da darf man keine Kompromisse eingehen, sondern da muss es ganz klare verbindliche Regelungen geben [...].“ (I. AK: 198-201)

WKO: „[...] bestimmte Probleme, Externalitäten sollten selbstverständlich vom Gesetzgeber abgedeckt werden. Aber, so zu sagen nicht alles in letzter Konsequenz. Weil ein Gesetzgeber, so zu sagen, muss eine, eine lex generalis schaffen, die so zu sagen alle Bürger eines Landes abdeckt oder [...] das Gros der Bürger betrifft. (I. WKO: 95-99)

NeSoVe: „Es ist halt eine [...] Grundfrage, sag ich mal, öffentlicher Verantwortung und sollte auch von der öffentlichen Hand bestimmt werden, das heißt, das ist ein Appell an die politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger Unternehmensverantwortung selbst [...] zu definieren und festzulegen, Unternehmenshandeln zu regulieren.“ (I. NeSoVe: 39-43)

Unterkategorie J2: Privatisierung des Rechts

In dieser letzten Unterkategorie ist die Tendenz einer Deregulierung staatlicher Aufgabengebiete zentral.

AK: „[...] das höhlt sogar verbindliche Normen oder die Entwicklung von verbindlichen Normen aus. Also wir haben viele Beobachtungen, wo auf gesetzlicher Ebene es immer schwieriger wird, so zu sagen, weiter Entwicklungen zu erreichen, weil die Unternehmen sagen, ja kein Gesetz, wir machen uns das selbst, Selbstregulierung quasi. (I. AK: 43-46) „[...] eine Unterwanderung des demokratiepolitischen Prozesses [...].“ (I. AK: 265-266)

NeSoVe: „Also ich gehe davon aus, dass sich mit dem Konzept eigentlich eine, eine Deregulierung durchgesetzt hat [...], ich würde sogar soweit gehen, dass das Konzept CSR ein Ausdruck einer neoliberalen Politik ist.“ (I. NeSoVe: 9-11) „[...] die Grundidee zu sagen, Unternehmensverantwortung delegiere ich an private Organisationen, nämlich an Unternehmen, [...] halte ich so zu sagen für nicht gesamtgesellschaftlich durchsetzbar und deswegen auch nicht für zielführend [...].“ (I. NeSoVe: 12-16)

4.3.2 Interpretation der Ergebnisse

Im Folgenden werden die gewonnenen Datenergebnisse im Bezug auf die Hauptfragestellung interpretiert. Eine Kategorisierung inhaltlicher Informationen ermöglicht deren Umwandlung in ein vereinfachtes, weiterzuverarbeitendes Format, das zugleich durch eine vorbestimmte Ablaufstruktur nachvollziehbar, wiederholbar und damit

vergleichbar gemacht wird. Die Bildung und Zuordnung von Kategorien zu bestimmten Textelementen ist als ein Interpretationsakt zu verstehen, der sich trotz aller Regelgeleitetheit ein letztes Stück an Subjektivität nicht entziehen lässt. Trotz einer strukturierten Herangehensweise bei der Herausbildung von Kategorien besteht immer die Gefahr, dass Informationen verkürzt wiedergegeben und damit verzerrt werden. Ein Vorteil des induktiven Verfahrens bei der Kategoriebildung ist es, dass die Kategorien primär anhand der Sprache der interviewten Personen gebildet werden und damit einer möglichen Verzerrung zumindest entgegengewirkt werden kann. Eine Verkürzung komplexer Aussagen kann dennoch gegeben sein. Zugleich können bei einer Datengewinnung durch Interviews ebenso unterschiedliche Problemfelder entstehen, die sich bei einer zielorientierten Materialerhebung ergeben können. Ein Interview ist schlussendlich immer auch ein Gespräch, welches in eine spezifische Interviewsituation eingebettet und dessen Verlauf von unterschiedlichen Faktoren abhängig ist. So spielen Aspekte, wie der persönliche Zustand der GesprächspartnerInnen (Konzentrationsfähigkeit etc.), die inhaltliche Ausrichtung sowie Art der Fragestellungen, die Gefahr einer verkürzten Darstellung eigener Positionen auf Grund von Komplexität, das Abdriften oder weitschweifende Erklärungen durch Beispiele anstelle von pointierten Antworten, sowie auch das Sprachvermögen der Gesprächspartnerin bzw. des Gesprächspartners eine zu berücksichtigende Rolle. Aussagen und Positionierungen sind zugleich aber auch immer eine Frage des Willens, was preisgegeben werden will bzw. kann. Besonders bei der Untersuchung von Positionen politischer Akteure kann dies ein großes Problem darstellen, um an wesentliche Informationen zu kommen. So können besonders bei ExpertInneninterviews im politischen Ambiente die Aussagen einer rhetorisch geschulten Person – die möglicherweise kein Interesse daran hat, gewisse (wesentliche) Dinge beim Namen zu nennen bzw. auf Fragen einzugehen – bei der auf das Erkenntnisinteresse bezogenen, zielorientierten Datengewinnung ein Problem darstellen. Dieses Problem besteht dabei natürlich nicht nur innerhalb einer Gesprächssituation, sondern ebenso bei der Analyse von Positionspapieren, Stellungnahmen und Selbstbeschreibungen von Akteuren, wie sie in Kapitel 3.3 vorgenommen wurde. Zugleich kann das Weglassen bzw. das rhetorische Umschreiben bestimmter Punkte oder die Art und Weise einer Formulierung ebenso Rückschlüsse und damit Raum für Interpretationen zulassen, die jedoch als Mutmaßungen immer mit Vorsicht zu genießen sind.

Diese Anmerkungen müssen bei der vorliegenden Analyse politischer Debatten und Akteure sowie bei der Interpretation der Analyseergebnisse berücksichtigt werden. Die

Interpretation erfolgt auf Basis der gebildeten und kodierten Kategorien und den Erkenntnissen der im vorhergehenden Kapitel durchgeführten Akteursanalyse.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass alle Akteure CSR als ein freiwilliges Instrument betrachten, welches über gesetzliche Bestimmungen hinaus geht. Die Positionen, ob CSR an bestimmte verbindliche Bedingungen geknüpft wird, sind dennoch unterschiedlich. Ebenso stimmen alle Akteure weitgehend darin überein, dass CSR Maßnahmen sich grundsätzlich auf die gesamte Unternehmensstruktur, auf das Kerngeschäft beziehen sollten. Feststellen lassen sich grundlegende Unterschiede im Nutzen einer gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung. Während die WKO und respACT vor allem den wirtschaftlichen Nutzen für Unternehmen durch CSR Aktivitäten hervorheben, die gleichzeitig soziale und ökologische Verbesserungen mit sich bringen, stellen die AK sowie NeSoVe die Bedeutung von CSR für soziale und ökologische Aspekte in den Mittelpunkt ihres Interesses.

Auffällig war besonders bei der Analyse der Positionspapiere, Stellungnahmen und Eigendarstellung auf der jeweiligen Akteurshomepage im vorhergehenden Kapitel, dass von Seiten der WKO und respACT detaillierte politische Forderungen zu Rahmenbedingungen von CSR weniger zu finden waren, was möglicherweise mit der inhaltlich dominierenden Stellung zusammenhängt. Bei der AK und besonders beim NeSoVe ließen sich hingegen eine Reihe konkreter Vorschläge, Forderungen, Kritikpunkte bzw. Stellungnahmen finden.

Im Folgenden werden nun die Positionen der vier Akteure zu CSR, wie beschrieben, interpretiert und dargestellt.

Die Arbeiterkammer versteht unter CSR freiwillige Maßnahmen, die über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehen und auf die gesamte Wertschöpfungskette eines Unternehmens abzielen. Diese freiwilligen Maßnahmen müssen gleichzeitig durch vorgegebene Rahmenbedingungen strukturiert werden, damit Freiwilligkeit nicht mit Willkürlichkeit gleichgesetzt werden kann. Durch CSR Maßnahmen, die keinerlei Rahmenbedingungen oder Überwachungsmechanismen besitzen, bestehe die Gefahr, dass Unternehmen Maßnahmen beliebig setzen können und sich selbst an diese nicht halten müssen. Dies wäre nichts anderes als ein flexibel gestaltbares Marketinginstrument, welches weder Glaubwürdigkeit fördern, noch wirkliche gesellschaftliche Fortschritte ermöglichen würde. So setzt sich die AK für inhaltliche Mindestanforderungen ebenso ein,

wie für konkrete Kriterien, die eine Bewertung von CSR Aktivitäten zulassen. Wesentlich hierbei ist die Gewährleistung eines Mitspracherechts für Stakeholder bei der Planung und Durchführung von CSR Zieldefinitionen und Maßnahmen. So kritisiert die AK, dass Stakeholder gegenwärtig zumeist nur ein Anhörungsrecht besitzen, jedoch keine weiteren Befugnisse, wie Kontroll- oder etwaige Sanktionierungsmöglichkeiten, haben. Demnach ist eine freiwillige CSR nur sinnvoll, wenn eine unabhängige Überprüfung von gesetzten Maßnahmen ermöglicht wird und sich Stakeholder aktiv in Planung und Durchführung einbringen können. Hierbei nehmen verpflichtende Transparenz und Rechenschaftspflichten bei der Berichterstattung gesetzter Maßnahmen eine wesentliche Rolle ein. Zentral sind hier konkret definierte Kriterien, um damit auch Vergleichbarkeit sowie Auskunft über Leistungen und Aktivitäten eines Unternehmens zu erhalten. Diese Forderungen der AK beziehen sich nicht nur auf Österreich, vielmehr sollen EU-weit dementsprechende Maßnahmen gesetzt werden, wobei bei der Vergabe von Auszeichnungen die Arbeitsbedingungen in den global verteilten Produktionsstandorten mitberücksichtigt werden müssen. Dabei wird speziell NGOs, aber auch anderen Stakeholdern eine zentrale Rolle zugeschrieben. In diesem Zusammenhang und unter diesen Voraussetzungen sieht die AK CSR als eine Möglichkeit, dass bestimmte soziale und ökologische Mindeststandards global verstärkt durchgesetzt werden können. Vorteile einer solchen reglementierten, freiwilligen CSR sieht die AK vor allem bei *weniger anspruchsvollen* Themenbereichen, die nicht gesetzlich bestimmt sind bzw. über Gesetze nur schwer zu regulieren sind. Dadurch besteht das Potential, dass bestimmte Bereiche durch innovative CSR Maßnahmen weiter entwickelt werden, wobei der Markt als möglicher Anreiz zur Umsetzung verstanden wird. Dieser Anreiz sei jedoch bei weitem nicht ausreichend, da nicht jedes Unternehmen erreicht werden kann. So hält die Kammer fest, dass wesentliche Themenbereiche wie Schutznormen, ArbeitnehmerInnenrechte etc. über den Gesetzgeber rechtlich abgesichert werden müssen und nicht in die Verantwortung von privaten Unternehmen gelegt werden dürfen. Dass Unternehmen eine solche Verantwortung von selbst wahrnehmen würden, wird stark bezweifelt, weshalb jegliche grundlegenden Bereiche wie Schutznormen etc. durch gesetzliche und kollektivvertragliche Vorschriften bestimmt werden müssen. Freiwillige CSR Maßnahmen können diese wesentlichen gesetzlichen Bestimmungen, deren Kontrolle, noch mögliche Sanktionierungen nicht ersetzen, sondern höchstens ergänzend wirken. Allgemein wird von Seiten der AK durch die CSR Debatte die Gefahr gesehen, dass staatliche Aufgabengebiete zunehmend dereguliert werden und die Rolle des Staates verstärkt von

privaten Akteuren übernommen werden soll, was demokratiepolitisch sehr bedenklich sei. So wird als wesentlich erachtet, dass der Staat als aktiver Gestalter innerhalb wirtschaftspolitischer Fragen eingreift.

Die Wirtschaftskammer versteht unter CSR ein freiwilliges Managementsystem, mit welchem Unternehmen einen Beitrag für eine gesamtgesellschaftliche nachhaltige Entwicklung leisten können, indem sie nachhaltige Aspekte in ihre gesamte Struktur, ihr Kerngeschäft integrieren. Wesentlich dabei ist, dass CSR als Managementinstrument als ein Prozess zu verstehen ist, der von den Unternehmen aus einem freiwilligen Engagement heraus in Gang gesetzt wird und dessen Ziele im eigenen Ermessen gesteckt werden können. CSR ist als ein freiwilliges Instrument zu verstehen, welches dort einsetzt, wo gesetzliche Bestimmungen aufhören. Neben der voraus gesetzten Einhaltung der Gesetze sollen Unternehmen sich bei der Umsetzung von CSR Maßnahmen an nationale und internationale Standards und Leitlinien halten. Verpflichtende Rahmenbedingungen für CSR oder einheitliche Indikatoren und Zertifizierungssysteme zur Bewertung von gesetzten Maßnahmen werden abgelehnt. Jegliche verbindliche Rahmenbedingungen für CSR Aktivitäten würden den Handlungsspielraum für die Unternehmen sowie die Effizienz bei einer Umsetzung vermindern. Demnach ermöglichen nur freiwillige, unverbindliche CSR Aktivitäten eine zielgerichtete Anwendung auf Spezialfälle, die von Gesetzen und Vorgaben nur ineffizient geregelt werden könnten. Gleichzeitig könnten verbindliche CSR Rahmenbedingungen eine Weiterentwicklung von CSR durch Unternehmen behindern und gleichzeitig die Motivation bei einer Umsetzung schmälern, da Aktivitäten nicht mehr aus eigenen Stücken heraus, bzw. selbstverantwortlich gesetzt werden. Nur eine eigenverantwortliche und -bestimmte Maßnahmensetzung kann demnach zu einer echten *win-win* Situation für alle beteiligten Akteure führen, indem Unternehmen durch ein gesellschaftlich verantwortliches Handeln einerseits ihren eigenen Ziele nachgehen können – also die Rendite bzw. Reputation eines Unternehmens steigern – andererseits diese dadurch gleichzeitig positive Impulse innerhalb ihrer Einflussphäre setzen. Besonders die Lebensfähigkeit eines Unternehmens muss primär Berücksichtigung finden, weshalb betont wird, dass bei möglichen Vorgaben für CSR die Gefahr bestehe, Unternehmen zu überfordern, wobei dabei besonders auf KMUs Rücksicht zu nehmen sei. Die Wirtschaftskammer versteht CSR als einen Stakeholder Ansatz, in welchem Maßnahmen in Wechselbeziehungen mit den jeweiligen Interessensgruppen gesetzt werden, wobei wenig Informationen zu finden sind, inwiefern Stakeholder bei der

Entwicklung von CSR Maßnahmen einbezogen werden (müssen). Ebenso bleiben Fragen der Transparenz für CSR unbeantwortet.

Für die WKO sind innerhalb der EU wesentliche gesellschaftliche Aspekte bereits durch das Gesetz vorgegeben, weshalb weniger wichtige bzw. jene, die nicht effizient über Gesetze geregelt werden können, von Unternehmen freiwillig aufgegriffen werden können. In (außereuropäischen) Staaten mit niedrigen gesetzlichen Sozial- oder Umweltstandards oder schwacher staatlicher Durchsetzungskraft bekommt unternehmerische Verantwortung einen weitaus größeren Stellenwert zugeschrieben und kann dadurch auch zu nachhaltigeren, positiven Veränderungen führen.

Als Motive für die Umsetzung von freiwilligen CSR Maßnahmen sieht die WKO mehrere Punkte ausschlaggebend, wie etwa die moralische Komponente, d.h. Unternehmen agieren verantwortlich auf Grund einer moralischen Verpflichtung. Als wesentlicher Motivationsfaktor werden jedoch Marktanreize gesehen. Verantwortliches Handeln wird demnach vom Markt honoriert werden, negatives Verhalten hingegen sanktioniert, weshalb Unternehmen über kurz oder lang von selbst Verantwortung übernehmen, besonders auch in Ländern mit schwachen gesetzlichen Bestimmungen oder schwacher Durchsetzungskraft – wo Unternehmen deshalb sogar eine Vorreiterrolle zukommen kann, die jedoch nicht erzwungen werden darf. Auszeichnungen wie der TRIGOS können dabei eine Vorbildwirkung erreichen. Neben der Motivation, die über den Markt gegeben ist, sieht die WKO mögliche Anreize durch steuerliche Vorteile für Unternehmen, die verantwortlich handeln, sowie wie durch Veränderung des öffentlichen Vergabewesens, welches gezielt CSR Unternehmen bevorzugt. Sanktionierungsmöglichkeiten werden als Anreiz hingegen abgelehnt.

Die Unternehmensplattform respACT versteht, wie auch die WKO, CSR als ein Managementprinzip, mit dessen Hilfe Unternehmen nachhaltig agieren können. Auch respACT sieht CSR als ein grundsätzlich über gesetzliche Rahmenbedingungen hinaus gehendes, freiwilliges Instrument, jedoch nicht in letzter Konsequenz. Obwohl CSR als prinzipiell freiwillig gesehen und gefördert wird, kann sich der Verein durchaus bestimmte verbindliche Rahmenbedingungen vorstellen, wie etwa verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung für börsennotierte Unternehmen. Diese Rahmenbedingungen müssten dabei genauestens geprüft werden. Primär soll jedoch das freiwillige Engagement der Unternehmen gefördert werden. So ist es ein wesentliches Ziel, dass Unternehmen sich vermehrt freiwillig und eigenverantwortlich mit der Thematik der

Nachhaltigkeit beschäftigen und sich dieser verpflichten, vor allem auf Grund der Einsicht, dass wirtschaftlicher Erfolg und soziale und ökologische Aspekte verbunden werden können. Auch für respACT liegt das wesentliche am CSR Konzept in der ganzheitlichen Anwendung auf die Unternehmensstruktur.

Als Vorteil einer freiwilligen CSR wird vor allem die eigeninitiierte, selbstständige Positionierung der Unternehmen auf bestimmte Bereiche hin verstanden, die nicht nur zielgerichtet dort ansetzt, wo es nötig ist, sondern ebenso die Kreativität von Unternehmen fördert und dadurch auch Weiterentwicklungen im Nachhaltigkeitsbereich zulassen. Wie auch die WKO sieht die Initiative respACT die Gefahr bei einer verbindlichen CSR, dass – durch den Zwang, sich damit beschäftigen zu müssen bzw. bestimmte Vorgaben einzuhalten – die Effizienz bei der Umsetzung von Maßnahmen leidet, weil es nichts ist, was aus eigenen Stücken heraus gemacht wird. Darunter leidet demnach vor allem die Motivation bei einer Umsetzung. Gleichzeitig bestehe dadurch die Gefahr, dass besonders KMUs durch verbindliche Vorgaben weiter überfordert werden.

Generell wird durchaus der Nachteil einer unverbindlichen CSR gesehen, dass damit nicht alle Unternehmen erreicht werden können, das Konzept dadurch nicht massentauglich ist und die Idee, Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung in die Unternehmensführung aufzunehmen, nicht von einer breiten Masse an Unternehmen übernommen wird.

Mögliche Vorteile einer teilweisen Verpflichtung sieht respACT darin, dass sich auch jene Unternehmen mit Nachhaltigkeit beschäftigen müssen, die es ansonsten nicht tun würden, wie bei einer beispielsweise, schon erwähnten, Verpflichtung für börsennotierte Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht vorzulegen. Grundsätzlich wird Transparenz für Stakeholder und Shareholder in Form von Nachhaltigkeitsberichten als sehr wichtig gesehen, die (nicht für alle Unternehmen verpflichtend) öffentlich zugänglich sein sollten.

Für die Anwendung von CSR sieht respACT unterschiedliche Motive gegeben, wie beispielsweise moralische Gründe. Als wichtigstes Motiv werden jedoch marktwirtschaftliche Anreize hervorgehoben. Besonders die Motivation für Unternehmen, durch CSR Aktivitäten Wettbewerbsvorteile zu erlangen, soll schlussendlich zu einer Ausbreitung des CSR Konzepts auf andere Unternehmen beitragen. Auszeichnungen wie der TRIGOS sollen dabei als Vorbildfunktion fungieren und eine weitere Ausbreitung fördern. Neben dem zentralen Marktprinzip sieht der Verein weitere mögliche Anreize durch steuerliche Vergünstigungen für Unternehmen, die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen sowie vor allem auch durch die Honorierung von CSR Maßnahmen durch eine Bevorzugung im öffentlichen Vergabewesen.

Das Netzwerk Soziale Verantwortung steht dem CSR Konzept grundsätzlich kritisch gegenüber. CSR Maßnahmen werden als freiwillig und über gesetzliche Bestimmungen hinausgehend begriffen. Dennoch fordert das Netzwerk Grundanforderungen für CSR, die verbindlich einzuhalten sind, wenn ein Unternehmen CSR Maßnahmen aus einem eigenen Engagement heraus eingeht. So fordert NeSoVe, dass für CSR Maßnahmen in Zusammenarbeit mit allen Interessensgruppen Regelungen ausgearbeitet werden, die zu erfüllen sind. Für diese CSR Grundanforderungen sollen sektorspezifische Kriterien erarbeitet werden, die im besten Fall mit gesetzlichen Bestimmungen abgestimmt sind und eine Kontrolle sowie Vergleichbarkeit ermöglichen. Als Beispiel können hier verbindliche Anforderungen in Form von Indikatoren oder Benchmarks bei einer Berichterstattung von CSR Aktivitäten genannt werden, die von Unternehmen zu erfüllen sind. Ebenso werden Sanktionierungen bei negativem Verhalten eines Unternehmens, beispielsweise durch Veröffentlichung, gefordert.

Das Netzwerk setzt sich dafür ein, dass wenn ein Unternehmen CSR Aktivitäten ergreift, diese auch einzuhalten und ansonsten einklagbar sind. Somit setzt sich der Verein bei Verstoß für Sanktionsmöglichkeiten ein, um einer Beliebigkeit von CSR Maßnahmen entgegen zu wirken.

Bereits bestehende Richtlinien zu CSR werden als substanzlos gesehen, da sie weitgehend unabhängig von Vorgaben sind, CSR Maßnahmen beinahe willkürlich ergriffen werden können und damit wenig Aussagekraft oder Vergleichbarkeit zulassen. Diese seien weniger als eine gesellschaftliche Unternehmensverantwortung, sondern vielmehr nur als Marketingmaßnahmen zu verstehen.

Grundlegend ist es die Position des Netzwerks, dass gesellschaftlich wünschenswerte Handlungsweisen von Unternehmen durch den Staat in Form von Gesetzen vorgegeben werden. Das heißt, das NeSoVe setzt sich primär dafür ein, dass wesentliche Aspekte des Gemeinwohls betreffend durch den Gesetzgeber reguliert werden und unternehmerisches Handeln so in Schranken gewiesen wird. Nur indem die Politik wirtschaftliche Handlungsspielräume reglementiert und damit vorgibt, kann demnach eine sinnvolle Nachhaltigkeitspolitik ermöglicht werden. Die Übertragung von Verantwortung an Unternehmen wird als wenig zielführend verstanden, weil stark bezweifelt wird, dass Unternehmen diese Verantwortung auch wirklich wahrnehmen. Deshalb ist es Aufgabe demokratisch legitimierter Institutionen, dafür zu sorgen, dass gesellschaftliche Unternehmensverantwortung festgelegt wird, um die Interessen der Gesellschaft

durchzusetzen und dafür zu sorgen, dass sich alle Unternehmen daran halten. Der *Business Case* CSR sei nur ein kleiner Bereich und deshalb nach Ansicht vom NeSoVe nicht gesamtgesellschaftlich durchsetzbar. Darüber hinausgehende, freiwillig gesetzte Maßnahmen, die als CSR zu verstehen sind, sind durchaus erwünscht. Diese können Handlungsspielräume erweitern, sowie eine Vorreiterrolle und Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen ermöglichen und zugleich zielgerichtete Anwendungsmöglichkeiten finden. Hierbei wird dem Markt durchaus eine wichtige Rolle zugesprochen. Wie die WKO und die Initiative respACT sieht auch das Netzwerk Soziale Verantwortung in der öffentlichen Beschaffung eine Möglichkeit, dass CSR Aktivitäten honoriert werden. Etwaige Förderungen und Anreize sollten dabei mit bestimmten Vorgaben verknüpft werden.

Wie die Arbeiterkammer sieht auch das NeSoVe gegenwärtig die Tendenz einer Abgabe wesentlicher staatlicher Aufgabengebiete an private Akteure. Diese Deregulierung wird als äußerst problematisch gesehen, da jene soziale Errungenschaften abbauen, den Schutz der Umwelt nicht ausreichend gewährleisten können und damit notwendige Regulierungen verhindern. Deshalb wird vom Netzwerk die Rolle des Staates besonders betont. Eine gesellschaftliche Verantwortung kann demnach nur durch verbindliche Bestimmungen, die idealerweise auch auf europäischer und internationaler Ebene gültig sind, ermöglicht werden. Freiwillige und zugleich in einer bestimmten Form festgelegte CSR Aktivitäten von Unternehmen können darüber hinaus zu einer nachhaltigen, gesellschaftlichen Entwicklung beitragen.

5. Conclusio

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Corporate Social Responsibility als ein heterogenes Konzept zu verstehen ist, welches sich innerhalb eines diskursiven Feldes konstituiert. In der Europäischen Union und damit auch in Österreich nehmen die Stellungnahmen der Europäischen Kommission zu CSR eine dominante Rolle innerhalb dieses Feldes ein. Die unterschiedlichen österreichischen Diskursakteure beziehen sich in ihrem CSR Verständnis auf die vorgegebene Definition der Kommission, weshalb sie CSR – anhand einer ersten Betrachtung – als ein grundsätzlich freiwilliges Instrument verstehen, mit dessen Hilfe Unternehmen Verantwortung für ihr Handeln gegenüber der Gesellschaft übernehmen können. Als freiwillige Maßnahmen werden Aktivitäten bezeichnet, die über Gesetze hinaus gehen. Bis zu diesem Punkt stimmen die Positionen der untersuchten Diskursakteure überein. Bei einer näheren Betrachtung zeigen sich jedoch unterschiedliche Ansichten darüber, ob Freiwilligkeit mit Unverbindlichkeit gleichzusetzen ist oder nicht. So sehen die AK und das NeSoVe eine Notwendigkeit verbindlicher Rahmenbedingungen für über das Gesetz hinausgehende CSR Maßnahmen, wie beispielsweise Berichterstattungspflichten, inhaltliche Mindestanforderungen, verpflichtender Einbezug von Stakeholdern bei der Planung und Durchführung von CSR Maßnahmen oder eine verpflichtende Transparenz sowie im Fall des NeSoVe eine Möglichkeit der Einklagbarkeit von angekündigten, aber nicht erfüllten, CSR Aktivitäten. AK und NeSoVe verfolgen demnach einen regulativen CSR Ansatz, mit dessen Hilfe einem möglichen Missbrauch durch Unternehmen entgegen gewirkt werden soll. Im Mittelpunkt ihres Interesses liegen vor allem soziale und ökologische Aspekte.

Die beiden anderen untersuchten Akteure – die WKO sowie die Plattform respACT – vertreten hingegen die Position, dass CSR Maßnahmen, über rechtliche Bestimmungen hinaus, weitgehend unverbindlich ergriffen werden sollen. respACT kann sich jedoch Verbindlichkeit in bestimmten Fällen – beispielsweise eine verpflichtende Berichterstattung börsennotierter Unternehmen – durchaus vorstellen. Beide Akteure vertreten vor allem die Position, dass der Wettbewerbsmarkt CSR Maßnahmen steuert, reguliert und belohnt und zugleich negatives Verhalten bzw. Missbrauch sanktioniert. Sie verfolgen somit einen marktorientierten Ansatz, der Unternehmen über Marktanreize dazu bringen soll, gesellschaftlich verantwortungsvoll zu handeln. Nach den beiden Akteuren ist

CSR als ein Managementinstrument zu verstehen, welches von Unternehmen freiwillig herangezogen werden kann. WKO und respACT sehen CSR grundsätzlich als einen *Business Case* – eine betriebswirtschaftliche Abwägung von Kosten und Nutzen – durch welchen, neben den ökonomischen Vorteilen für die Unternehmen, ebenso positive Effekte für Umwelt und Gesellschaft erreicht werden können. Nur eine selbstverantwortliche Maßnahmensetzung könne zu einer echten *win-win* Situation für alle Beteiligten führen. Beide Akteure vertreten grundsätzlich die Position, dass nicht (zu) viel über Gesetze reguliert und den Unternehmen eine größtmögliche Freiheit zugesprochen wird.

Somit lassen sich im österreichischen CSR Diskurs unterschiedliche Präferenzen feststellen. Die jeweilige Antwort auf die Frage, ob CSR über das Gesetz hinausgehende, freiwillige und unverbindliche Unternehmensmaßnahmen gesellschaftlicher Verantwortung oder doch in Form von einzuhaltenden Rahmenbedingungen darstellen, wird durch die jeweiligen unterschiedlichen Stakeholderinteressen bestimmt. Während die einen die Interessen der ArbeitnehmerInnen sowie Umweltschutz-, Menschenrechts- und EZA-Organisationen vertreten und für die Durchsetzung von sozialen und ökologischen Aspekten verbindliche Rahmenbedingungen fordern, vertreten die anderen die Interessen von ArbeitgeberInnenseite, weshalb sie weitgehend für unternehmerische Freiheiten und Flexibilität in Form von Unverbindlichkeiten eintreten.

Alle untersuchten Akteure erachten die CSR Grundidee als wichtig und förderungswürdig, die Vorstellungen einer Umsetzung im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung sind jedoch unterschiedlich: Die Präferenzen für ein CSR Steuerungsprinzip in Form von *Carrots and Sticks*, von Anreizen und Bestrafung, sind unterschiedlich ausgerichtet. Beide Instrumente besitzen, wie von den analysierten Diskursakteuren dargestellt, ihre Vor- und Nachteile. So läuft der CSR Diskurs an den einschlägigen ideologischen Konfliktlinien im Bezug auf wirtschaftspolitische Fragen zwischen Fremd- und Selbstregulierung, Gemeinschaft und Individuum, Schutzbedürftigkeit und Eigenverantwortung entlang.

Der Diskurs zu CSR in Österreich bricht somit an den traditionellen korporatistischen Konfliktlinien der Interessensgruppen von ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen, wobei neue (zivilgesellschaftliche) Akteure diesen durch die Ausarbeitung von Vorschlägen, Stellungnahmen und Forderungen aktiv mitbestimmen und vorantreiben. Besonders die Unternehmensplattform respACT und das zivilgesellschaftliche Netzwerk Soziale Verantwortung nehmen hierbei eine führende Rolle ein, wobei beide mit den gesetzlichen Interessensvertretungen kooperieren und Förderungen durch unterschiedliche Bundesministerien erhalten. Generell lässt sich ein zunehmender Einfluss

zivilgesellschaftlicher Akteure – die unterschiedliche Themenbereiche vertreten – auf gesellschaftliche und wirtschaftspolitische Debatten, die vormals hauptsächlich durch die traditionellen korporatistischen Akteure (mit)bestimmt wurden, feststellen. Dieser Einfluss und dessen Bedeutung für die gesetzlichen Interessensvertretungen müssen an anderer Stelle näher betrachtet werden.

Wenn es nun grundsätzlich darum geht, ob bzw. wie Unternehmen innerhalb ihres Kerngeschäftes nachhaltig agieren soll(t)en, greift die Frage nach Freiwilligkeit oder Verbindlichkeit von CSR Maßnahmen zu kurz. Vielmehr ist dies eine wirtschaftsethische Frage, die sich mehr darum dreht, ob Unternehmen dazu verpflichtet werden sollten, ihre Unternehmensaktivitäten nachhaltig auszurichten. Inwiefern sollen die sozialen und ökologischen Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung (über bereits bestehende Vorgaben) gesetzlich vorgeschrieben werden? Oder sind diese doch nur als ein zusätzlicher Beitrag zu verstehen, um die ökonomischen Interessen eines Unternehmens nicht zu gefährden?

Die Antworten auf diese, die gesellschaftlichen Bedürfnisse bzw. das Gemeinwohl betreffenden Fragen werden über Kompromissfindungsprozesse unterschiedlicher gesellschaftlicher Interessengruppen festgelegt, wobei verschiedene Akteure mit unterschiedlicher Macht und Einfluss ausgestattet sind. So nehmen gegenwärtig Kräfte, die weitgehend den Markt als Organisationsprinzip gesellschaftlicher Verhältnisse und als Garant für Entwicklung und Wohlstand befürworten, eine bedeutende Stellung ein. Dem Markt als Steuerungsinstrument, als handlungsleitendes Prinzip auf Grund der Rationalität der Gewinnmaximierung, wird ebenfalls zugesprochen, dass er gesellschaftlich gewünschtes Unternehmensverhalten über kurz oder lang hervorbringt. Negative Auswirkungen wirtschaftlichen Verhaltens von Unternehmen sollen demnach durch *Selbstheilungskräfte des Marktes* kompensiert werden, indem das (Produkt-)Angebot an eine wachsende Nachfrage angepasst wird. In der Tat gehen mit einem gesellschaftlichen Wertewandel veränderte Konsumententscheidungen einher, an denen sich Unternehmen orientieren müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Festzuhalten ist jedoch, dass ein solcher Umdenkprozess bislang nur einem Teil der Gesellschaft zuzuordnen ist. Beispielsweise können oder wollen sich nicht alle KonsumentInnen biologisch nachhaltig angebaute Lebensmittel oder Produkte, die soziale Arbeitsbedingungen garantieren, leisten. Da dieser Prozess eines gesellschaftlichen Wertewandels gegenwärtig stattfindet, bleibt dessen Entwicklung und Durchsetzungskraft offen.

Weiter muss erwähnt werden, dass es in vielen Bereichen für den bzw. die KonsumentIn nicht ersichtlich ist, ob ein konsumiertes Produkt oder bestimmte Einzelteile dessen, von einem Unternehmen, das CSR Maßnahmen einsetzt, gefertigt wurde. Auch gibt es eine Vielzahl an (großen) Unternehmen, die weitgehend unbekannt sind, oder deren Sektor von dem bzw. der durchschnittlichen KonsumentIn nicht (direkt) benötigt wird. Hier versagt das Marktprinzip, eine weitreichende Durchsetzung des CSR Gedankens oder gar eine Massentauglichkeit ist nicht gegeben. Dessen ungeachtet bedarf es für eine marktunterstützte Verbreitung des CSR Ansatzes eines hohen Grades an Transparenz, die potentiellen KonsumentInnen die Möglichkeit gibt, sich verlässlich informieren zu können.

In Anbetracht des dominierenden, marktorientierten Lösungsansatzes muss hier die Frage nach der gesellschaftlichen Prioritätensetzung aufgeworfen werden. Unternehmen sollten sich, als soziale Akteure und Teil der Gesellschaft, auch an den Interessen der Gemeinschaft orientieren. Wirtschaftliche Interessen gehören demnach den gesellschaftlichen untergeordnet. So stellt sich hier die Frage, ob wir einen weitgehend unregulierten Markt und damit eine – frei nach der deutschen Kanzlerin Angela Merkel – *marktkonforme Unternehmensverantwortung* benötigen, um Entwicklung und Wohlstand zu erhalten. Wenn ein nachhaltiger Umgang mit Mensch und Natur als ein erklärtes Ziel gilt, mit dessen Hilfe eine gesteigerte Lebensqualität für alle erreicht werden soll, muss auch die Frage gestellt werden, inwiefern Kapitalismus und Nachhaltigkeit gleichzeitig möglich sind oder ob die beiden nicht ein Widerspruch in sich sind. Spätestens seit Karl Marx besteht die Einsicht, dass die kapitalistische Wirtschaftsordnung abhängig von einem ständigen Wirtschaftswachstum ist, welches wiederum nur durch das Wechselspiel von Produktion und Konsumtion hergestellt werden kann. Der Konsum bzw. die Nachfrage nach einem Produkt treibt die Produktion an, gleichzeitig schafft die Produktion erst das Produkt, welches konsumiert werden kann. Wenn die Produktion abhängig vom Konsum ist und die Überlebensfähigkeit von Unternehmen am Absatz ihrer Produkte hängt, kann keine vollkommene Nachhaltigkeit erreicht werden. Eine vollkommene Nachhaltigkeit kann nicht nur durch die Einhaltung entsprechender Arbeits- oder Umweltstandards erlangt werden, sondern eine etwaige Konsumartikelproduktion sollte auch eine längstmögliche Lebensdauer von Produkten garantieren. Hinsichtlich begrenzter Rohstoffe sollten demnach auch Formen einer gegenwärtigen *Wegwerfgesellschaft* überwunden werden und die vom Club of Rome postulierten *Grenzen des Wachstums* Beachtung finden. Es müsste ein fundamentales Umdenken, weg vom Gedanken der Gewinnmaximierung und dem Ziel

eines gesteigerten Absatzes von Produkten hin zu einem reflektierten Umgang mit den dem Menschen zugänglichen Ressourcen stattfinden.

Dies ist schlussendlich vor allem auch eine Frage des politischen Willens. Gegenwärtig postuliert die nationale bzw. EU-weite Politik eine Förderung nachhaltigen Wirtschaftens und steht zugleich vor dem Dilemma, dass die Wettbewerbsfähigkeit einheimischer bzw. europäischer Unternehmen auf dem globalen Wettbewerbsmarkt nicht gefährdet werden darf. Jener Konflikt zwischen Nachhaltigkeit und Rentabilität verlangt global verbindliche Standards sowie deren Überprüfung durch legitimierte internationale Institutionen. Während für die Weltwirtschaft bereits regulierende Organisationen, wie die Welthandelsorganisation (WTO) oder der Internationale Währungsfonds (IMF) bestehen, scheinen die Chancen für eine Durchsetzung international bindender sozialer und ökologischer Mindeststandards für die nahe Zukunft aussichtslos. Hier sei an die nur mäßig erfolgreichen UN Klima- und Umweltschutz-Konferenzen erinnert. Vor dem Hintergrund aktueller globaler Macht- und Interessensverhältnisse scheint der politische Wille zu einer Reformierung, hin zu einer nachhaltigen Entwicklung, besonders auch auf internationaler Ebene, nicht in Sicht zu sein.

Wenn die Einhaltung gewisser, wichtiger Bereiche in naher Zukunft auch nicht verbindlich vorgegeben wird, so bleibt CSR schlussendlich für jene Anspruchsgruppen, die sich für Umweltschutz und soziale Belange einsetzen, paradoxerweise doch jene Hoffnung, dass Unternehmen zumindest freiwillig Verantwortung übernehmen. Zuletzt bleibt in der gegenwärtigen Situation ArbeitnehmerInnen-, Menschenrechts-, EZA-, Umwelt- und Tierschutzorganisationen nur die Möglichkeit, weiter an ihren Forderungen festzuhalten sowie als *Watch Dogs* Missstände an die Öffentlichkeit zu bringen und zu hoffen, dass durch zivilgesellschaftlichen Druck und Konsumententscheidungen zumindest einige Unternehmen ihre Handlungsweisen überdenken.

I Literaturverzeichnis

ADA – Austrian Development Agency (2006): Corporate Social Responsibility und Entwicklungszusammenarbeit. Austrian Development Agency. In: http://www.entwicklung.at/uploads/media/CSR_und_EZA_de.pdf [Zugriff 10.3.2012]

AGEZ et al. (2003): Die soziale Verantwortung von Unternehmen (CSR) aus zivilgesellschaftlicher Perspektive. Interessensvertretungen der ArbeitnehmerInnen, entwicklungspolitische, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen nehmen Stellung zum Leitbild von CSR-Austria. Wien. In: http://www.frauensolidaritaet.org/news/csr_agez.pdf [Zugriff: 15.7.2012]

AK – Arbeiterkammer (o.J.): AK Positionspapier. Soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung KOM (2002) 347 end. In: http://www.akeuropa.eu/includes/mods/akeu/docs/main_report_de_29.pdf [Zugriff: 9.8.2012]

AK – Arbeiterkammer (2006): BAK Positionspapier. Stellungnahme zur Mitteilung Kom (2006) 136 – Europa soll auf dem Gebiet der sozialen Verantwortung der Unternehmen führend werden. Juli 2006. In: http://www.arbeiterkammer.at/bilder/d43/CSR_EU-Mitteilung_DE.pdf [Zugriff: 9.8.2012]

AK – Arbeiterkammer (2008): Unsere Positionen. Unternehmen und Menschenrechte. In: <http://www.arbeiterkammer.at/online/unternehmen-und-menschenrechte-57822.html?mode=711&STARTJAHR=2008> [Zugriff: 9.8.2012]

AK – Arbeiterkammer (2011): AK Positionspapier. Grünbuch der Europäischen Kommission: Europäischer Corporate Governance-Rahmen. Juli 2011. In: http://www.akeuropa.eu/includes/mods/akeu/docs/main_report_de_186.pdf [Zugriff: 9.8.2012]

AK – Arbeiterkammer (2012): Die AK: Ihre Interessenvertretung. In: <http://www.arbeiterkammer.at/online/die-ak-ihre-interessenvertretung-42626.html> [Zugriff: 5.8.2012]

AK – Arbeiterkammer (2012a): Wir sind Ihr Sozialpartner. In: <http://www.arbeiterkammer.at/online/ihr-sozialpartner-42627.html> [Zugriff: 5.8.2012]

AK – Arbeiterkammer (2012b): Organisation der AK. In: <http://www.arbeiterkammer.at/online/organisation-42632.html> [Zugriff: 5.8.2012]

Altvater, Elmar; Mahnkopf, Birgit (1997): Grenzen der Globalisierung. Ökonomie, Ökologie und Politik in der Weltgesellschaft. Münster: Westfälisches Dampfboot

Blowfield, Michael; Frynas, Jędrzej F. (2005): Setting New Agendas: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in the Developing World. In: International Affairs, Vol. 81, Iss. 3. 499-513.

- Blowfield, Michael; Murry, Alan (2008): Corporate Responsibility. A Critical Introduction. New York: Oxford University Press
- BIM – Ludwig-Boltzmann-Institut für Menschenrechte (2012): EU verlangt mehr Menschenrechte für CSR. In: <http://bim.lbg.ac.at/de/aktuelles/eu-verlangt-mehr-menschenrechte-fuer-csr> [Zugriff: 18.5.2012]
- BMWFJ – Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2012): Norm ISO 26.000 zu "Social Responsibility" beschlossen. In: <http://www.bmwfj.gv.at/Aussenwirtschaft/Investitionspolitik/Seiten/NormvorhabenderISOzuSocialResponsibility.aspx> [Zugriff: 4.6.2012]
- Bredgaard, Thomas (2004): Corporate social responsibility between public policy and enterprise policy. In: Transfer: European Review of Labour and Research, Vol. 10, Iss. 3. 372-392.
- Bowen, Howard R. (1953): Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Row
- Burchell, Jon [Hrsg.] (2008): Introduction. In: The Corporate Social Responsibility Reader. London/New York: Routledge. 1-6.
- Burchell, Jon [Hrsg.] (2008a): Globalization, sustainable development and the changing business environment. In: The Corporate Social Responsibility Reader. London/New York: Routledge. 7-12.
- Carroll, Archie B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. In: Business Horizons, Vol. 34, Iss. 4. 39- 48. In: <http://www.cbe.wvu.edu%2Fdunn%2Fprints.pyramidofcsr.pdf&ei=IJeT5OrLcSBOoar9fsB&usg=AFQjCNGXLfkVEguKd3uRcbxXCaBxlqkG4A&sig2=pS9rYadOoKTc984fJx6ieA> [Zugriff: 28.4.2012]
- Carroll, Archie B. (1999): Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. In: Business and Society, Vol. 38, Iss. 3. 268-295.
- Cox, Robert (1999): Civil Society at the Turn of the Millennium. In: Review of International Studies, Vol. 25, Iss. 1. 3-28.
- CSR Austria (2003): Erfolgreich wirtschaften. Verantwortungsvoll handeln. Das CSR-Leitbild der österreichischen Wirtschaft. Wien
- CSR Austria (2003a): Die gesellschaftliche Verantwortung österreichischer Unternehmen. Eine Studie im Auftrag der Initiative CSR Austria. Wien
- Davis; Keith (1967): Understanding the social responsibility puzzle: What does the businessman owe to society? In: Business Horizons, Vol. 19, Iss. 4. 45-50.

De Carlo, Lucia (2004): Corporate Social Responsibility Möglichkeiten zur Unterstützung durch die deutsche EZ. Bonn. In: [http://www.die-gdi.de/CMS-Homepage/openwebcms3.nsf/\(ynDK_contentByKey\)/ENTR-7C3JDA/\\$FILE/Corporate%20Social%20Responsibility.pdf](http://www.die-gdi.de/CMS-Homepage/openwebcms3.nsf/(ynDK_contentByKey)/ENTR-7C3JDA/$FILE/Corporate%20Social%20Responsibility.pdf) [Zugriff: 21.5.2012]

Deuerlein, Isabella; Riedel Silke; Pomper, Florian (2003): Die gesellschaftliche Verantwortung österreichischer Unternehmen. Studie im Auftrag der Initiative CSR Austria. Wien

Europäische Kommission (2000): Schlussfolgerungen des Vorsitzes, Europäischer Rat (Lissabon), 23. und 24. März 2000. o.O. In: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_de.htm [Zugriff: 2.5.2012]

Europäische Kommission (2001): Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen. KOM (2001) 366 endgültig. Brüssel. In: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf [Zugriff: 12.2.2012]

Europäische Kommission (2001a): Mitteilung der Kommission. Nachhaltige Entwicklung in Europa für eine bessere Welt. Strategie der Europäischen Union für die nachhaltige Entwicklung. KOM (2001) 264 endgültig. Brüssel. In: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2001:0264:FIN:DE:PDF> [Zugriff: 12.2.2012]

Europäische Kommission (2002): Mitteilung der Kommission betreffend die soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung. KOM (2002) 347 endgültig. Brüssel. In: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:de:PDF> [Zugriff: 5.5.2012]

Europäische Kommission (2006): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. Umsetzung der Partnerschaft für Wachstum und Beschäftigung: Europa soll auf dem Gebiet der sozialen Verantwortung der Unternehmen führend werden. KOM (2006) 136 endgültig. Brüssel. In: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:de:PDF> [Zugriff: 5.5.2012]

Europäische Kommission (2011): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen. Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR). KOM (2011) 681 endgültig. Brüssel. In: http://bim.lbg.ac.at/files/sites/bim/Mitteilung%20der%20Kommission_CSR%202011.pdf [Zugriff: 6.3.2012]

Europäische Kommission (2012): Sustainable and responsible business. Multi-stakeholder Forum on Corporate Social Responsibility (CSR). In: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/multi-stakeholder-forum/index_en.htm [Zugriff: 16.5.2012]

Europäische Kommission (2012a): Nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Unternehmertum. Soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR). Neue europäische Strategie. In: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/corporate-social-responsibility/index_de.htm [Zugriff: 16.5.2012]

Flick, Uwe (1995): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Hamburg: Rowohlt Verlag

Friedman, Milton (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits. In: The New York Times Magazine, September 13. In: <http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.friedman.dunn.pdf> [Zugriff: 5.6.2012]

Gläser, Jochen; Grit, Laudel (2009): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Global Compact Netzwerk Österreich (2012): UN Global Compact. Organisationsstruktur. In: <http://www.unglobalcompact.at/ungc/site/de/unglobalcompact/organisationsstruktur> [Zugriff: 6.10.2012]

GRI – Global Reporting Initiative (2006): Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Version 3.0. In: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/German-G3-Reporting-Guidelines.pdf> [Zugriff: 31.5.2012]

GRI – Global Reporting Initiative (2012): What is GRI? An Overview of GRI. In: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/what-is-GRI/Pages/default.aspx> [Zugriff: 31.5.2012]

GRI – Global Reporting Initiative (2012a): Über Global Reporting Initiative. In: <https://www.globalreporting.org/languages/german/Pages/default.aspx> [Zugriff: 31.5.2012]

GRI – Global Reporting Initiative (2012b): Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sektorspezifische Unterstützung. In: <https://www.globalreporting.org/languages/german/Pages/Nachhaltigkeitsberichterstattung.aspx> [Zugriff: 31.5.2012]

Gürtler, Guido (2010): Anwendbarkeit von ISO 26000. In: http://www.muenchen.ihk.de/mike/ihk_geschaefsfelder/standortpolitik/Anhaenge/ISO-26000-2010-Anwenbarkeit-Februar-2011.pdf [Zugriff: 4.6.2012]

Held, David; McGrew, Anthony (2008): Globalization. In: Burchell, Jon [Hrsg.]: The Corporate Social Responsibility Reader. London/New York: Routledge. 13-24.

Hummel, Hartwig (2007): Die Vereinten Nationen und die soziale Verantwortung von Unternehmen. In: Hilger, Susanne [Hrsg.]: Kapital und Moral. Ökonomie und Verantwortung in historisch-vergleichender Perspektive. Köln: Böhlau. 217-236.

Jarolimek, Stefan (2012): CSR-Kommunikation. Begriff, Forschungsstand und methodologische Herausforderungen. In: UmweltWirtschaftsForum, Vol. 19, Iss. 3-4. 135-141.

Karlhofer, Ferdinand (2012): Österreich. Zwischen Korporatismus und Zivilgesellschaft. In: Reutter, Werner [Hrsg.]: Verbände und Interessensgruppen in den Ländern der Europäischen Union. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 521-549.

Koch, Hannes (2007): Wirtschaft zivilisieren – Wenn Unternehmen freiwillig soziale und ökologische Verantwortung übernehmen, kann das einen bindenden rechtlichen Rahmen nicht ersetzen. In: Beschoner, Thomas; Schmidt, Matthias [Hrsg.]: Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship. München/Mering: Rainer Hampp Verlag. 97-104.

Konrad, Astrid (2006): Corporate Social Responsibility. In: Österreichs Internet Portal für Nachhaltige Entwicklung. Thema des Monats 11/2006. In: www.nachhaltigkeit.at/filemanager/download/38853/ [Zugriff: 20.5.2012]

Köppl, Peter; Neureiter, Martin [Hrsg.] (2004): Gesellschaftliche Verantwortung als Business-Motor: Was ist Corporate Social Responsibility? Ein globaler Rundgang. In: Corporate Social Responsibility. Leitlinien und Konzepte im Management der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Linde: Wien. 13-42.

Köppl, Peter; Neureiter, Martin [Hrsg.] (2004a): Was ist Corporate Social Responsibility (CSR)? In: Corporate Social Responsibility. Leitlinien und Konzepte im Management der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Linde: Wien. 4-5.

Kuhlen, Beatrix (2005): Corporate Social Responsibility (CSR). Die ethische Verantwortung von Unternehmen für Ökologie, Ökonomie und Soziales. Baden-Baden: Deutscher Wissenschafts-Verlag

Liegl, Babara (o.J.): CSR nicht ohne die Interessen der StakeholderInnen. Das Netzwerk Soziale Verantwortung (NeSoVe) vertritt die Interessen der StakeholderInnen. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/themen/csr-nicht-ohne-die-interessen-der-stakeholderinnen.php> [Zugriff: 12.6.2012]

Loew, Thomas; Ankele, Kathrin et al. (2004): Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und die sich daraus ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus Berichterstattung. Berlin. In: http://www.future-ev.de/uploads/media/CSR-Studie_Langfassung_BMU.pdf [Zugriff: 4.5.2012]

Mackert, Jürgen (2006): Ohnmächtiger Staat? Über die sozialen Mechanismen staatlichen Handelns. Heidelberg: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Mark-Ungericht, Bernhard; Weiskopf, Richard (2004): The Struggle for Definition. The Public Debate on Corporate Social Responsibility in Austria and the Space of Responsibility. In: Wirtschaftspolitische Blätter, Vol. 51, Iss. 3. 331-352.

Mayring, Philipp (2005): Neuere Entwicklungen in der qualitativen Forschung und der Qualitativen Inhaltsanalyse. In: Mayring, Philipp; Gläser-Zikuda, Michaela [Hrsg.]: Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse. Weinheim/Basel: Beltz Verlag. 7-19.

Mayring, Philipp (2007): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim/Basel: Beltz Verlag

McInerney, Thomas F. (2006): Putting Regulation before Responsibility: Towards Binding Norms of Corporate Social Responsibility. In: Bepress Legal Series. Working Paper 1029. In: <http://law.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=4923&context=expresso> [Zugriff: 14.3.2012]

Mühle, Ursula (2010): The Politics of Corporate Social Responsibility. The Rise of a Global Business Norm. Frankfurt am Main: Campus Verlag

Nemelka, Klaus (2012): Vom Greenwashing zur Green-PR zur CSR. In: Der Glocalist, 6.2.2012. In: <http://glocalist.com/news/kategorie/kommentare/titel/vom-greenwashing-zur-green-pr-zur-csr/> [Zugriff: 27.6.2012]

NeSoVe (2008): Forderungspapier an die Politik. Wirksame Rahmenbedingungen für die Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. In: http://neu.netzwerksozialeverantwortung.at/media/pdf/NESOVE_CSR-Forderungen.pdf [Zugriff: 25.8.2012]

NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung (2012): Das Netzwerk. Das Netzwerk Soziale Verantwortung. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/das-netzwerk/kurzbeschreibung.php> [Zugriff: 15.8.2012]

NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung (2012a): Das Netzwerk. Die Wurzeln des Netzwerks. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/das-netzwerk/wie-nesove-entstand.php> [Zugriff: 15.8.2012]

NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung (2012b): Das Netzwerk. Fördergeber von NeSoVe. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/das-netzwerk/foerdergeber-von-nesove.php> [Zugriff: 25.8.2012]

NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung (2012c): Das Netzwerk. Die Mitglieder. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/das-netzwerk/die-mitglieder.php> [Zugriff: 25.8.2012]

NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung (2012d): Europäischer Dachverband. Über ECCJ. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/europaeischer-dachverband.php> [Zugriff: 25.8.2012]

NeSoVe – Netzwerk Soziale Verantwortung (2012e): Themen. CSR und Politik in Österreich. In: <http://www.netzwerksozialeverantwortung.at/pages/themen.php> [Zugriff: 25.8.2012]

Neureiter, Martin (2004): Die europäische Dimension von CSR: das Grünbuch der EU-Kommission und die Stellungnahme des Europäischen Parlaments. In: Köppl, Peter/Neureiter, Martin [Hrsg.]: Corporate Social Responsibility. Leitlinien und Konzepte im Management der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Linde: 43-61.

OECD (2011): OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. OECD Publishing. In: <http://www.oecd.org/dataoecd/38/35/48808708.pdf> [Zugriff: 2.6.2012]

Raith, Dirk; Ungericht, Bernhard; Korenjak, Thomas (2009): Corporate Social Responsibility in Österreich. Eine Bestandsaufnahme. Wien u.a.: LIT Verlag

respACT (2007): Erfolgreich wirtschaften. Verantwortungsvoll handeln. Das CSR-Leitbild der österreichischen Wirtschaft. Wien. In: http://www.neustart.at/Media/csr_leitbild.pdf [Zugriff: 16.5.2012]

respACT (2010): ISO 26000 - Aktuelles zur internationalen Norm für Gesellschaftliche Verantwortung. In: <http://www.respect.at/site/news/aktuelles/article/5149.html> [Zugriff: 4.6.2012]

respACT (2012): respACT. Wir über uns. Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung. In: <http://www.respect.at/site/plattform/wirueberuns/info/article/5671.html> [Zugriff: 16.5.2012]

respACT (2012a): Projekte. Übersicht. Projekte und Innovationen. In: <http://www.respect.at/site/projekte/bersicht/article/4999.html> [Zugriff: 16.5.2012]

respACT (2012b): Erfolg mit Verantwortung. Ein Leitbild für zukunftsfähiges Wirtschaften. In: <http://www.respect.at/leitbild/de/einleitung> [Zugriff: 16.5.2012]

Schneider, Andreas; Poschacher, Irmgard (2011): Bundesminister Hahn tritt für Qualitätssicherung bei CSR Beratung ein. Unternehmensberater erstmals als CSR-Consultants akkreditiert. In: http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=446726&dstid=334&titel=Bundesminister%2CHahn%2Ctritt%2Cf%C3%BCr%2CQualit%C3%A4tssicherung%2Cbei%2CSR%2CBeratung%2Cein [Zugriff 12.8.2012]

Steurer, Reinhard (2010): The Role of Governments in Corporate Social Responsibility: Characterising Public Policies on CSR in Europe. In: Policy Sciences, Vol. 43, Iss. 1. 49-72.

Strigl, Alfred (2005): Concerted Action Towards Sustainable Development. In: Habisch, André; Jonker, Jan; Wegner, Martina et al. [Hrsg.]: Corporate Social Responsibility Across Europe. Berlin: Springer. 125-139.

TRIGOS (2012): Über TRIGOS. Die Auszeichnung für Unternehmen mit Verantwortung. In: <http://www.trigos.at/trigos/uebertrigos/uebertrigos> [Zugriff: 16.5.2012]

Unerman, Jeffery; O'Dwyer, Brendan (2007): The business case for regulation of corporate social responsibility and accountability. In: Accounting Forum, Vol. 31, Iss. 4. 332-353.

Ungericht, Bernhard; Raith, Dirk; Korenjak, Thomas (2008): Corporate Social Responsibility oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung? Kritische Reflexionen, empirische Befunde und politische Empfehlungen. Wien u.a.: LIT Verlag

UN Global Compact (2012): The Ten Principles. In:
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html> [Zugriff: 30.5.2012]

UN Global Compact (2012a): Overview of the UN Global Compact. In:
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html> [Zugriff: 30.5.2012]

UN Global Compact (2012b): Frequently Asked Questions. In:
<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/faq.html> [Zugriff: 30.5.2012]

UN Global Compact (2012c): GRI and UN Global Compact Forge New Alliance. In:
<http://www.unglobalcompact.org/news/50-06-24-2010> [Zugriff: 2.6.2012]

UPJ – Bundesinitiative Unternehmen: Partner der Jugend (2012): Neue CSR-Mitteilung der EU und erste Stimmen. In:
[http://www.upj.de/nachrichten_detail.81.0.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=2024&cHash=7d4cea8225](http://www.upj.de/nachrichten_detail.81.0.html?&tx_ttnews[tt_news]=2024&cHash=7d4cea8225) [Zugriff: 18.5.2012]

Utz, Britta (2011): Update oder Upgrade? Eine Bilanz zur Revision der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung. In:
<http://library.fes.de/pdf-files/iez/08232.pdf> [Zugriff: 2.6.2012]

WCED – World Commission on Environment and Development (1987): Our Common Future. The Report of the Brundtland Commission. Oxford: University Press

White, Allen L. (2008): Fade, Integrate or Transform? The future of CSR. In: Burchell, Jon [Hrsg.]: The Corporate Social Responsibility Reader. London/New York: Routledge. 267-276.

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (o.J.): Die Wirtschaftskammer Österreich als Teil der Wirtschaftskammerorganisation und als gesetzliche Interessenvertretung innerhalb der Sozialpartnerschaft. In:
http://portal.wko.at/wk/dok_detail_file.wk?angid=1&docid=1807414&stid=659908
[Zugriff: 9.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012): Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut. Die WKO im Einsatz für Unternehmen. In:
<http://portal.wko.at/wk/wirueberuns.wk?ftyp=4> [Zugriff: 5.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012a): Die Wirtschaftskammern Österreichs - "Unsere Aufgaben". Unsere strategischen Geschäftsbereiche. In:
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?stid=420709&angid=1 [Zugriff: 5.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012b): Die Wirtschaftskammern Österreichs - "Unsere Strukturen". Wie wir strukturiert sind. In:
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?stid=420702&angid=1 [Zugriff: 5.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012c): Die Wirtschaftskammern Österreichs - "Unsere Grundsätze". Wonach wir uns richten. In:
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?stid=420707&angid=1 [Zugriff: 5.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012d): Was ist CSR? "Corporate Social Responsibility" erklärt. In:
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=151990&dstid=7276&opennavid=0 [Zugriff: 9.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012e): CSR Leitbild. Von und für österreichische Unternehmen. In:
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=656073&dstid=8683&opennavid=53206 [Zugriff: 9.8.2012]

WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2012f): Die CSR Consultants. Leitbild der Expertsgroup CSR Consultants des Fachverbandes UBIT der Wirtschaftskammer Österreich - "nachhaltig beraten". In:
http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=151997&dstid=7276&opennavid=32865 [Zugriff: 9.8.2012]

Zerfaß, Ansgar (2010): Unternehmensführung und Öffentlichkeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

II Anhang

Interview AK

- 1 I: Ja, Herr Leitsmüller, zuerst wollte ich mal fragen, ob ich Ihren Namen in meiner
2 Diplomarbeit verwenden darf. 00:00:13-5
3
- 4 B: Ja ist kein Problem. 00:00:14-6
5
- 6 I: Und, ob ich Sie als Vertreter der Arbeiterkammer bezeichnen darf in meiner
7 Diplomarbeit? 00:00:18-7
8
- 9 B: Ja ist auch kein Problem. 00:00:20-4
10
- 11 I: Also, ob ich Ihre Aussagen damit 00:00:19-8
12
- 13 B: Ja. 00:00:21-4
14
- 15 I: Alles klar. Dann komme ich zur Einstiegsfrage, nämlich: Welche Zielsetzungen verfolgt
16 das Konzept der CSR für Sie? 00:00:29-2
17
- 18 B: Aus unserer Sicht ist CSR ein problematisches Konzept. Insofern als es unserer
19 Meinung nach doch einen stark neoliberalen Paradigma oder Hintergrund hat. CSR gibt es
20 unserer Meinung nach deshalb, weil etliche Unternehmen, vor allem internationale
21 Konzerne in den letzten 20, 30 Jahren so zu sagen, relativ sehr starken, ja den Gedanken
22 hatten ihre Rendite zu erhöhen und dadurch sind ganz viele Arbeitsplätze auf der Strecke
23 geblieben, die Umwelt ist auf der Strecke geblieben, ah die Gewinne sind immer stärker
24 gestiegen, so zu sagen, und das hat man auf der anderen Seite schon langsam gemerkt, so
25 zu sagen, dass hier eine schiefe Ebene stattfindet und die multinationalen Unternehmen
26 haben hier begonnen, so zu sagen, sich ein anderes Mäntelchen umzuhängen. Und
27 letztendlich ist CSR herausgekommen und dieses CSR ist unserer Meinung nach, wird
28 deshalb gemacht, so zu sagen, um dieses Renditestreben, dieses überzogene Renditestreben
29 ein Stückchen anders zu verpacken. Dass da Charity Maßnahmen sind, dass es
30 Nachhaltigkeitsberichte gibt usw. halt, dass sollte, glaube ich so, ein bisschen ablenken,
31 und soll auch suggerieren irgendwie, dass diese Unternehmen jetzt umdenken und doch
32 [xxx] [Richtung so], gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen, Umweltgedanken
33 einbringen, nur Tatsache ist, so zu sagen, sie verändern sich überhaupt nicht. Es steht nach
34 wie vor das Renditestreben im Vordergrund, aber es gibt jetzt super werbliche
35 Maßnahmen, irgendwie, wie man da ein Mäntelchen ein bisschen umhängen kann.
36 Vielleicht noch einen zweiten Aspekt denn ich noch vorrücken darf, CSR ist immer
37 freiwillig. Das ist für uns natürlich ein riesen großes Problem, weil es geht ja darum, so zu
38 sagen, wirklich verbindliche, nachprüfbare Veränderungen der Rahmenbedingungen
39 vorzunehmen. Das heißt, im Sinn von z.B. konkrete arbeitsrechtliche Normen zu
40 entwickeln oder ökologische Normen zu entwickeln halt, aber nicht freiwillig. Und bei
41 CSR gehen die Unternehmen her und sie machen einen Kodex oder was weiß ich und wir
42 machen das schon, lasst uns, so zu sagen, der Gesetzgeber braucht sich nicht einmischen
43 und das wird dann schön verpackt und schön verkauft, irgendwie. Und was geschieht
44 entscheiden die Unternehmen selbst, aber das sind, das hat nichts mit dem zu tun, so zu

45 sagen, was wirklich gebraucht wird. Und im Gegenteil, das höhlt sogar verbindliche
46 Normen oder die Entwicklung von verbindlichen Normen aus. Also wir haben viele
47 Beobachtungen wo auf gesetzlicher Ebene es immer schwieriger wird, so zu sagen, weiter
48 Entwicklungen zu erreichen, weil die Unternehmen sagen, ja kein Gesetz, wir machen uns
49 das selbst, Selbstregulierung quasi. 00:03:24-9

50

51 I: Ja gut, und so als Gegenfrage natürlich: Sehen Sie auch Vorteile in der Freiwilligkeit
52 oder ist dies an und für sich abzulehnen, grundlegend abzulehnen? 00:03:34-4

53

54 B: Nein, ah grundlegend ist es nicht abzulehnen, wenn alle, wie soll ich sagen, Stakeholder
55 im Rahmen eines Problems, die Stakeholder bei einem Problem sind, die Möglichkeit
56 haben, sich zu artikulieren, es Kommunikation gibt usw., dann kann Freiwilligkeit eines
57 bringen, nämlich eine Weiterentwicklung, die man vielleicht, die gesetzliche Ebene zu
58 schwierig wäre oder nicht so einfach zu erheben wäre. Das Problem ist aber, dass gerade
59 bei CSR ist es so, dass die Stakeholder nicht beteiligt sind. Die sind ab und zu in
60 Stakeholderforen dabei, so zu sagen, aber was, welche Maßnahmen die Unternehmen dann
61 tatsächlich machen, da können die Stakeholder in Wirklichkeit nicht Einfluss nehmen. Sie
62 sind nur pro forma dabei. Also wenn ich ein Multistakeholderforum sehe, wo ich sehe wie
63 das gemacht wird, wo die Unternehmen entscheiden selbst, so zu sagen, diesen Weg gehen
64 sie und dies ist für mich nicht wirklich [xxx] [freiwillig]. Es ist, es bleibt nach wie vor in
65 der Dominanz der Unternehmen, aber die Stakeholder haben nichts mitzureden. 00:04:35-
66 0

67

68 I: Gut, Sie setzen sich demnach für verpflichtende Reglementierungen ein. Bis zu was für
69 einen Grad, welchen Grad sollen die gehen? Was für Nutzen, was für Fehlerquellen
70 können diese auch haben? 00:04:49-6

71

72 B: Naja, ich glaube, das kann ganz, also sie sitzen hier in der Arbeiterkammer, die
73 Arbeiterkammer gibt es jetzt seit 100 Jahren, gegründet von der Gewerkschaft.
74 Gewerkschaft und Arbeiterkammer haben sich in Österreich, andere Institutionen in
75 anderen Ländern ebenfalls, seit 100 Jahren dafür eingesetzt, dass es z.B. auf sozialer Ebene
76 Gesetze gibt. Nehmen Sie das gesamte Arbeitsrecht, Urlaubsrecht,
77 Sozialversicherungsrecht, das sind verbindliche Normen die Schutznormen für
78 Arbeitnehmer sind. Stellen Sie sich vor, wenn es das nicht auf verbindlicher Ebene gäbe,
79 sondern nur mit freiwilliger Norm, so zu sagen, der Unternehmer, ja hält sich halt ans
80 Arbeitsrecht oder an das Arbeitszeitgesetz oder ein Entlohnungsgesetz usw., das würde
81 nicht funktionieren. Das heißt, es gibt, Gott sei Dank, diese Normen, die wir in den letzten
82 Jahrzehnten geschaffen haben, jetzt beginnen diese Unternehmen diese Normen
83 auszuhöhlen. Und versuchen alles auf freiwilliger Ebene zurück zu kriegen. Auf der
84 Strecke bleiben zum Beispiel die Arbeitnehmer, also wenn es kein verbindliches
85 Arbeitsrecht gibt sonder das Unternehmen selbst das sich aussuchen darf, dann würde es
86 ganz viele Schutznormen einfach nicht geben. Und das ist das Problem bei der Geschichte.
87 Also es gibt es, aber es soll weggenommen werden, es soll ausgehöhlt werden. Einen
88 kleinen Teil von Gesetzesbüchern, da geht's 100 Meter so [xxx] welche Normen in den
89 letzten 100 Jahren geschaffen wurden, so zu sagen. Und die halt die multinationalen
90 Konzerne [xxx] nicht anerkennen wollen. Die wollen sie weg kriegen, dass ist bildlich
91 gesprochen [lacht]. 00:06:19-6

92

93 I: Aber Sie sehen damit auch keine Risiken, für die Wirtschaft z.B., wenn verpflichtende
94 Reglementierungen eingeführt werden würden? 00:06:31-9

95

96 B: Verpflichtende Regelungen sind dort sinnvoll, wo es um Schutznormen geht. Also wo
97 der Markt nicht so funktioniert, also denken Sie nur bei Arbeitnehmer, eine Schutznorm,
98 eine Regel, also, das ist ein kleines Beispiel, ja. Es gibt das Recht von Arbeitnehmern, dass
99 sie sich einen Betriebsrat wählen, der sie vertritt bei Lohnfragen, Zeitfragen usw. halt. Der
100 Betriebsrat ist eine, im Arbeitsverfassungsgesetz ganz genau definiert, er wird geschützt.
101 Damit er wirklich, so zu sagen, die Arbeitnehmer vertreten kann. Herr Frank Stronach,
102 bekannt durch Film und Medien, so zu sagen, hat gesagt, das interessiert mich nicht. Keine
103 [xxx], ich kann mir vorstellen, dass es so Vertrauensleute gibt, aber dann darf es kein
104 Gesetz geben, so zu sagen, welches Recht dieser Betriebsrat hat. Und er hat begonnen
105 Vertrauensleute einzusetzen, so zu sagen. Diese Vertrauensleute sind z.B.: nicht
106 Kündigungsgeschützt, das heißt, wenn sich der aufregt, irgendwie, ist er möglicherweise
107 einen Tag später gekündigt. Und ich glaub das ist das Problem, so zu sagen, das heißt,
108 Gesetze sind meistens da um jemanden zu schützen. Ohne ein Gesetz würde das nicht
109 funktionieren. Und das Problem ist ja, also, das ist vielleicht auch so die Geschichte bei
110 Freiwilligkeit. Unternehmen die freiwillig ein Stückchen mehr machen, das sind nicht die
111 Unternehmen, die eigentlich die Probleme machen. Ich brauche ein Gesetz dort wo es
112 Probleme gibt, so zu sagen, also, Unternehmen die eh brav sind und die eh Umweltnormen
113 einhalten und die für ihre Arbeitnehmer sorgen, dort brauch ich das Gesetz nicht. Ich
114 brauche es dort wo das eben nicht funktioniert. Dass ich dies abdecken kann und das ist die
115 Schwierigkeit. Und das ist bei CSR auch so, die guten Unternehmen, die hängen sich ein
116 Mascherl um, die schlechten hängen sichs auch um, aber dort brauch ich die verbindlichen
117 Normen, dass die keine CO2 Ausstöße oder solche Sachen machen. Da hilft mir eine
118 freiwillige Regelung nicht, der macht einfach nicht mit. [lacht] 00:08:26-2

119

120 I: Somit kann man verpflichtende Reglementierung, als beinahe, als einzige Möglichkeit
121 sehen, dass Unternehmen CSR in ihrer Unternehmenspolitik eingliedern oder das Prinzip
122 der CSR? 00:08:40-7

123

124 B: Ja 00:08:40-7

125

126 I: Den Grundgedanken. Ahm, gibt es Ihrer Meinung nach auch eine Möglichkeit über
127 Marktanziehe oder sonstige Anreize ein freiwilliges Engagement von Unternehmen zu
128 fördern? Oder würde das Ihrer Meinung nach zu weit gehen [xxx] 00:08:58-7

129

130 B: Ich kann mir schon vorstellen, dass ein freiwilliges Engagement, dass das schon auch
131 in Ordnung ist, also da habe ich nichts dagegen. Aber es muss gewährleistet sein, dass
132 wirklich, so zu sagen, auf Augenhöhe die Stakeholder an einem Tisch sind, dass sie
133 wirklich etwas zu sagen haben, ja. Und wenn das Unternehmen oder wenn man dann zu
134 einem Schluß kommt, ja wir machen die und die Maßnahme, dann, das ist in Ordnung.
135 Und wenns das im Gesetz noch nicht gibt ist es auch in Ordnung, so zu sagen, das ist kein
136 Problem. Aber so funktioniert leider nicht. Und, ahm, jetzt habe ich Ihre Frage aus den
137 Augen verloren. 00:09:28-4

138

139 I: Ja, ob es auch über Marktanziehe oder sonstige Anreize die Möglichkeit gibt, dass ein
140 freiwilliges Engagement von Unternehmen gefördert wird, Ihrer Meinung nach oder ob das
141 so oder so nicht funktionieren könnte. 00:09:45-2

142

143 B: Natürlich, der Markt spielt natürlich schon ein bisschen eine Rolle, das ist klar, aber ich
144 glaube, das darf man nicht unterschätzen, sondern, ah. Da ist wahrscheinlich die Rolle der

145 Konsumenten ganz stark angesprochen. Konsumenten können ja Fair Trade Artikel usw.
146 kaufen und ich glaub da geschieht auch einiges. Einige Konsumenten bewegen da auch
147 etwas, dass Unternehmen ein Stückchen mehr darauf achten, aber ich glaube, so zu sagen,
148 dass darf man auch nicht unterschätzen, weil zum Einen ist es so, dass ganz viele
149 Konsumenten, das jetzt sich nicht aussuchen können, weil sie nicht die Möglichkeit haben
150 mehr auszugeben für ein Unternehmen, das so zu sagen sozial verantwortlich handelt. Geht
151 nicht, also, die meisten Leuten verdienen nicht so viel, dass das so einfach geht. Und das
152 Zweite ist, die Märkte funktionieren da nicht so einfach. Also ich glaub, da spielen auch
153 Marktversagen eine Rolle, dass muss man auch glaube ich irgendwie so. Nehmen Sie z.B.
154 ein Arbeitsrecht [xxx], Arbeitsrecht, das ist etwas wo man, das ist eine Schutznorm wo
155 der Markt einfach nicht funktionieren würde. Das wäre den Konsumenten relativ Wurst, so
156 zu sagen, Hauptsache er bekommt einen billigen, er zahlt weniger Preis, wie die
157 arbeitsrechtlichen Bedingungen sind. Und da funktioniert nämlich gerade nicht. Ob da
158 jetzt Kinderarbeit im Hintergrund steht oder irgendwas, man kauft trotzdem bei H&M net
159 [lacht]. Auch wenn man's weiß, so zu sagen, das ist das beste Beispiel, der Markt wäre hier
160 zu wenig. Das heißt, da bräuchte man wirklich Schutznormen die sagen Kinderarbeit nein.
161 Sonst hilft es ganz einfach nicht. Und beim Markt fällt mir auch immer wieder, dass die
162 Unternehmen die CSR machen, die haben eine Zielprioritätenliste und die
163 Zielprioritätenliste schaut meistens so aus, dass sie sagen halt, ok CSR ist uns wichtig aber
164 an erster Stelle muss der Gewinn stehen, und erst wenn der Gewinn gewährleistet ist, dann,
165 so zu sagen, können wir uns auch um CSR kümmern und das ist glaube ich beim Markt das
166 Problem, dass man das, eigentlich auf gleicher Augenhöhe sein müsste. Weil, Gewinn ok,
167 aber es gibt auch ein zweites Ziel und das heißt gesellschaftliche Verantwortung. Und erst
168 wenn Unternehmen bereit sind, so zu sagen, auf gleicher Höhe zu stellen, dann wär für
169 mich überhaupt eine Diskussion möglich. Aber zu sagen wenn die Rendite stimmt können
170 wir auch Arbeitsplätze für Behinderte schaffen, dass ist mir einfach zu wenig, solange sich
171 die Rangordnung sich nicht verändert. 00:12:01-5

172

173 I: Also das Konzept der CSR würde demnach ins Leere laufen bzw. nicht das erfüllen was
174 es verspricht? 00:12:05-9

175

176 B: Ja. Weil, ich glaub, das beste Beispiel ist wirklich die Kinderarbeit. Weil wenns der
177 Markt regeln würde, jeder von uns den Sie hier sehen würde sagen, keinesfalls
178 Kinderarbeit und alle Leute die Sie auf der Strasse sehen kaufen [xxx] Produkte weil es
179 wahrscheinlich Kinderarbeit gibt. Der Markt regelt es nicht und obwohl es die Leute
180 wahrscheinlich sogar wissen. Oder intuitiv spüren oder wie auch immer. Funktioniert
181 einfach nicht. 00:12:26-9

182

183 I: Und ah, wenn ich gerade darauf einsteigen dürfte, das betrifft dann eher den
184 internationalen Aspekt, also vor allem in den so genannten Entwicklungsländern, wird das,
185 ist immer noch gegenwärtig ein großes Problem. Ah und da stellt sich mir die Frage, wie
186 können international Regulierungen oder verpflichtende Regulierungen getroffen werden?
187 Welche Instrumente oder Akteure - Ihrer Meinung nach - stehen hier zur Verfügung?
188 00:12:52-2

189

190 B: Da gibt's tatsächlich ganz, ganz große Schwierigkeiten, weil es keine internationale
191 Organisationen gibt, die weltweit umspannend Normen einführen könnten, und, es gibt
192 einzelne Vertreter wie die ILO, die Internationale Labour Organisation, die versucht, so zu
193 sagen, weltweit, hat aber immer nur mit nationalen, äh mit nationalen Regierungen zu
194 verhandeln. Es gibt leider nichts darüber Spannendes wo es eine Norm gebe, die für alle

195 geltend wären. Da ist tatsächlich ein großes Problem vorhanden, dass es hier keinen
196 Regelmechanismus gibt. Währenddessen es auf der Wirtschaftsseite gibt es WTO etc. so zu
197 sagen, die schauen, dass die Wirtschaft, quasi weltumspannend, dass das hier Gremien
198 sind, gibt es das auf dieser sozialen oder gesellschaftlichen Seite nicht. Das ist das große
199 Problem. Und es gibt auch keine wirklichen Vertreter. Also es gibt hier und dar
200 Gewerkschaften (xxx), also es gibt ganz wenige Organisationen, die sich für die Dinge
201 auch international einsetzen können. Aber ich weiß auch keine Antwort, so zu sagen, also
202 ich kann nur das Defizit orten. 00:13:49-7

203

204 I: Ja und, vielleicht noch zum Abschluss die Frage, die Diskussion in Österreich, oder auch
205 innerhalb Europas, ist ziemlich bipolar geprägt, zwischen eben einerseits die Forderung
206 nach verpflichtenden CSR Maßnahmen, andererseits nach freiwilligen Maßnahmen und
207 hier stellt sich natürlich die Frage nach einem Mittelweg: Sehen Sie eine Möglichkeit einer
208 Verbindung zwischen freiwilligen und verpflichtenden CSR Maßnahmen, als Kompromiss
209 quasi? 00:14:19-4

210

211 B: Ich glaub, man muss es trennen, also ich glaube, überall dort wo es wirklich um
212 Schutznormen geht, Arbeitsrecht, Arbeitnehmerschutz, Schutz bei Lohn, bei
213 Arbeitszeitfragen, wo es um Kinderarbeit geht und alle diese Dinge, so zu sagen, ich
214 glaube, da darf man keine Kompromisse eingehen, sondern da muss es ganz klare
215 verbindliche Regelungen geben und dann gibt's wahrscheinlich darüber Themen, so zu
216 sagen, halt, die jetzt halt nicht so anspruchsvoll sind, wo es darum geht Dinge weiter zu
217 entwickeln. Und da sehe ich natürlich sehr wohl einen Spielraum, so zu sagen, dass man
218 abseits von Gesetzen versucht, weiter zu kommen, aber da wäre es erforderlich diese
219 gleiche Augenhöhe. Das heißt, dass Stakeholder wirklich dabei sind, dass sie ernst
220 genommen werden, dass Kommunikation stattfindet, dass Transparenz vorhanden ist, z.B.:
221 in Berichtsform, dass Kritik auch angebracht werden darf und transportiert wird usw. Ich
222 glaub bei diesen Dingen wäre es sicherlich möglich. Also da gibt's schon eine Reihe von
223 Maßnahmen die man setzen kann, aber bei den Schutznormen, das geht einfach nicht. Und
224 ich habe das Gefühl, dass gerade CSR, gerade bei diesen Schutznormen ansetzen möchte
225 und ja keine Arbeitsrechtlichen Weiterentwicklungen usw. Also es gibt in Österreich ein
226 schönes Beispiel für den Corporate Governance Kodex, der an der Wiener Börse gilt. Also
227 der ist, so zu sagen, Good Governance für die börsennotierten Unternehmen, quasi halt
228 damit man vertrauen in den Kapitalmarkt wieder findet. Und der Chef von der ganzen
229 Truppe ist der Herr Regierungsbeauftragte vom Kapitalmarkt der Herr Doktor Schenz und
230 wenn der Veranstaltungen macht, so zu sagen, dann ist seine Einleitung immer die: Ja wir
231 entwickeln die Regeln schon weiter, aber ihr braucht keine Angst haben, so zu sagen, die
232 sind schon, die werden schon nicht zu streng sein, so zu sagen. Also er drückt es damit
233 gleichzeitig aus, so zu sagen, wir haben dann einen Kodex, der schaut super aus, aber der
234 wird schon nicht so wirklich greifen. Und wenn man an die Börse in Wien schaut, dann
235 sieht man das. Die Börse hat hundert Unternehmen in Österreich notieren an der Börse,
236 und von diesen hundert Unternehmen gab es sechs, sieben, acht riesen große Skandale, wo
237 diese Unternehmen gerade diesen Kodex nicht eingehalten haben. Die Meindl und wie die
238 alle heißen, Immoinvest usw. Wie kann das sein? Na weils nur auf freiwilliger Ebene
239 gehalten wird, weil allen Wurst ist. Ist so die Geschichte, oder. Ich habe generell so ein
240 bisschen das Gefühl, dass diese CSR Debatte, die gibt's ja seit ungefähr zehn Jahren,
241 größer, und dass in den letzten zwei, drei Jahren, insbesondere in der Krise, es ist ein
242 bisschen zurück gegangen und es rückt jetzt immer mehr dieser Charity Aspekt in den
243 Vordergrund. Also große Veranstaltungen, Nachhaltigkeitsbericht, der viele bunte Bilder,
244 tolle Projekte in Afrika oder wie auch immer, so zu sagen. Die Unternehmen suchen sich

245 ein Projekt heraus, das wird super aufgeblasen, super verkauft, so zu sagen, aber wenn es
246 darum geht wie geht's ihren Arbeitnehmern, wie schaut die Verteilung in, oder wie geht's
247 Richtung Umwelt, oder irgendwas ähnliches, da werden die Maßnahmen eindeutig zurück
248 geschraubt und das wird gar nicht mehr teilweise unter CSR verstanden. Das war auch
249 immer so ein bisschen für unseren Ansatz, CSR darf nicht nur eine Maßnahme sein, ein
250 Charity Projekt, sondern ein Unternehmen, das sich rühmt CSR zu machen, muss
251 gesamthaft CSR machen und das heißt, Unternehmenskultur auf allen Ebenen, so zu sagen,
252 auch transparent sein, aber nicht ein Charity Projekt und dann eine super Veranstaltung
253 machen. Das ist uns zu wenig. Und auf das gleitet es aber immer stärker ab, habe ich das
254 Gefühl, leider. TRIGOS Preis usw. halt ich mein, das ist so pervers, ich mein, da wird eine
255 riesen große Preisveranstaltung, Preisverleihung gemacht für das beste CSR Unternehmen,
256 mit einer Sündteuren Veranstaltung, wo die Promis hinkommen, es geht um soziale
257 Verantwortung, ein normaler Arbeitnehmer könnte es sich nicht einmal leisten da hinein zu
258 gehen, mit den Glitzerkleidchen und was weiß ich was alles [lacht], ist pervers, nicht.
259 Abgehoben in der Seitenblickegesellschaft halt. 00:18:10-4

260

261 I: Ja, gut, ja dann bedanke ich mich recht herzlich für das Interview. 00:18:15-9

262

263 B: Gerne. [Unterbrechung] 00:18:29-7

264

265 I: Ja ahm, die Privatisierung, also es hört sich so an, ob die freiwilligen Maßnahmen eben
266 durch Marktanreize erfüllt werden sollen und das Recht damit übergangen wird, oder es
267 wird den Staat als Akteur der Gesetzgeber übergangen wird. 00:18:50-8

268

269 B: Genau. Ja, dieses Gefühl haben wir auch, und wir haben wie gesagt ein Projekt mit der
270 Universität Wien in Auftrag gegeben und erste Ergebnisse haben wir. Und die Ergebnisse
271 schauen so aus, dass das, wir haben das Gefühl, dass auf allen Ebenen, wo Gesetze
272 gemacht werden, also auf EU Ebene, auf nationaler Ebene, Landesebene, es immer stärker
273 passiert, dass Normen nicht selbst in den Gesetzen entworfen werden, sondern, dass
274 eigentlich nur mehr Institutionen legitimiert werden entsprechende Gesetze, so zu sagen,
275 oder Normen auszuarbeiten. Diese Gesetze sind oft Vereine oder Arbeitskreise oder wie
276 auch immer und die werden autorisiert, so zu sagen, selbst Regeln zu finden. Ah,
277 diejenigen die diese Regeln erfinden sind meistens Leute, meistens aus Multinationalen
278 Unternehmen oder aus größeren Unternehmen, so zu sagen, und das sind in überwiegender
279 Zahl eben Stakeholder wie Konsumentenschutz oder NGOs etc. sind hier absolut nicht
280 vertreten und das ist auf allen Ebenen mittlerweile der Fall und das wird an und für sich,
281 wie wir das sehen immer stärker in diese Richtung gehen. Also eigentlich ist es ein
282 bißchen, wenn man es so ausdrücken will, eine Unterwanderung des demokratiepolitischen
283 Prozesses letztendlich. Es ist zwar Gesetz, es steht dann im Gesetz drinnen halt, das bei der
284 Rechnungslegung, wir tun Bilanzen analysieren, die Entwicklung der Rechnungslegung
285 quasi, die macht nicht mehr das Ministerium, sondern das macht ein privater Verein, der
286 heißt AFRAC auf internationaler Ebene in London heißt IASB, da sitzen zehn Leute
287 zusammen, die sind autorisiert und die entwickeln die Rechnungslegung weiter. Und der
288 Gesetzgeber kann nur mehr aufgreifen was die machen, so zu sagen, halt wenn die nichts
289 machen, dann kann der Gesetzgeber nichts tun. Das sind ein paar so Beispiele. 00:20:44-8

290

291 I: Also der Staat verliert dadurch auch gewisse Aufgabengebiete oder vormalige
292 Regulierungsmöglichkeiten. 00:20:52-8

293

294 B: Genau. Also vor allem auf dem Gebiet der Legislative. Also wo es darum geht, dass

295 Gesetze demokratiepolitisch in einem parlamentarischen Prozess zustande kommen, wo
296 eben der [xxx] berücksichtigt etc. und das wird dadurch ausgehöhlt, das wird weiter
297 gegeben an Privatleute, wer dann die Interessen haben, und das sind meistens die, die sich
298 auch besser durchsetzen können, das sind nicht Arbeitnehmer oder NGOs, üblicherweise.
299 00:21:18-1

300

301 I: Und Sie haben in unserem Vorgespräch von einer Privatisierung des Rechts gesprochen,
302 das wäre das? 00:21:23-5

303

304 B: Ganz genau, das ist genau diese Geschichte, das heißt, dass die Rechtssetzung erfolgt
305 dann durch diese geschaffenen Instanzen, die eben dominiert werden von demjenigen die
306 sich besser durchsetzen können, das ist üblicherweise eben die Industrie oder die Leute die
307 das Geld haben, so zu sagen, genau. 00:21:39-3

308

309 I: Ok, in dem Fall nochmals vielen Dank. 00:21:44-1

310

311 B: Gerne.

Interview WKO

1 I: So Herr Mag. Schneider, ich wollte Sie zuerst fragen, ob es für Sie Ordnung ist, wenn
2 ich Sie namentlich nenne in meiner Diplomarbeit 00:00:10-3

3
4 B: Ja 00:00:10-1

5
6 I: Ja? Gut und ob Sie als Vertreter der Wirtschaftskammer genannt werden können?
7 00:00:15-9

8
9 B: Ja. 00:00:18-6

10
11 I: Und, ja, dann komme ich gleich zur Einstiegsfrage: Welche Zielsetzungen verfolgt das
12 Konzept der Corporate Social Responsibility für Sie, allgemein? 00:00:32-5

13
14 B: Also, CSR ist der Beitrag der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung, kurz gesagt,
15 CSR nicht als gesellschaftliche Verantwortung gesehen, sondern als Management Konzept
16 der gesellschaftlichen Verantwortung als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung. Früher hat
17 man Nachhaltigkeit und CSR sehr oft getrennt von einander betrachtet. Das ist auf
18 unternehmerischer Ebene das ganz Gleiche ist, ob es jetzt ein CSR, ein
19 Nachhaltigkeitsbericht oder jetzt neuerdings geht man dazu über integrierte
20 Geschäftsberichte zu machen, das hat sich erst in den letzten zehn Jahren konsolidiert. Das
21 heißt, hier sind CSR und Nachhaltigkeit zusammen gewachsen und ja. CSR ist ein Beitrag
22 zur nachhaltigen Entwicklung und zwar jener von der Wirtschaft. Der muss natürlich
23 ergänzt werden von politischen Rahmenbedingungen, da gibts derzeit auf EU Ebene
24 Aktionspläne, von der Kommission, die Mitteilung vom 25. Oktober 2011. Es gibt auf
25 österreichischer Regierungsebene einen Aktionsplan zum Thema CSR. Und derzeit in
26 Begutachtung und bald im Ministerrat, die Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung,
27 wo auch so zu sagen, in der Nachhaltigkeitsstrategie ein Kapitel zum Thema CSR dabei ist.
28 Ahm, ja, das ist, wär so die erste Frage. Jetzt bringe ich Ihnen noch ein Buch wo das ganze
29 auch drinnen steht, und zwar Seite 25, gibts eine Grafik, wie CSR und Nachhaltigkeit
30 zusammen gewachsen sind und das zeigt ganz genau die Entwicklung der
31 gesellschaftlichen Verantwortung aus eher sozialer Sicht und die Nachhaltigkeitsschiene
32 aus der eher ökologischen Sicht. Nachdem die Nachhaltigkeit, Brundtland Report 88, Rio
33 92, im Jahr 88 sich auch diese drei Säulen konzentriert hat, CSR auch auf diese drei Säulen
34 sich konzentriert, CSR so zu sagen auch ein Stakeholder Ansatz hat und auch als
35 Management Ansatz sich generiert, ist so zu sagen ein Nachhaltigkeitsmanagement und
36 CSR Management de facto das Gleiche. Also das gibt's jetzt keinen Unterschied mehr.
37 00:03:12-8

38
39 I: Sie haben auch kurz die politische Verantwortung angesprochen, dass die Politik
40 Rahmenbedingungen setzen muss, dass CSR von den Unternehmen umgesetzt werden
41 kann, und. Wie schauen diese für Sie aus? 00:03:28-9

42
43 B: Die politischen Rahmenbedingungen für CSR Nachhaltigkeit sind in Ansätzen
44 vorhanden. Ahm (xxx) (Nein). Man muss immer davon immer davon ausgehen, aber das
45 habe ich in der ersten Frage nicht so klar beantwortet. CSR hat so zu sagen mehrere
46 Systemgrenzen, wo's anfängt und wo's aufhört. Eine Systemgrenze, wenn man von CSR
47 spricht, ist wenn es über die gesetzlichen Anforderungen hinaus geht. Alles was über

48 Gesetzte hinaus, gesellschaftliche Verantwortung, soziale Verantwortung passiert, ist CSR,
49 was von Unternehmen gemacht wird, klarer Weise. Wenn es aber diese Maßnahmen,
50 beispielsweise in den USA ist eine freiwillige Zahlung in eine Pensionsversicherung, durch
51 ein Unternehmen, eine CSR Maßnahme. In Österreich ist das, weil alle Pensions- und
52 Krankenversichert sind, keine CSR Maßnahme. In China gibt es als CSR Maßnahme die
53 Mitarbeiter Kranken zu versichern von Unternehmen aus, in Österreich ist dies so zu sagen
54 legal compliance, also Einhaltung von Gesetzen. Und es gibt auch in Europa zahlreiche
55 Maßnahmen, in Österreich beispielsweise, ist es eine CSR Maßnahme, dass bestimmte
56 Personen, die obdachlos sind oder die kein geregeltes Einkommen bekommen, von der
57 Erste Bank in der Zweiten Bank betreut werden und dass die, so zu sagen, dort ein Konto
58 bekommen. Das System der Zweiten Bank, der Erste Bank. Und in Frankreich ist es so zu
59 sagen keine CSR Maßnahme und kanns auch nicht sein, weil jeder französische Bürger hat
60 das Recht auf ein Konto. Es ist dort legal compliance, dort kann eine Bank, einen Kunden
61 gar nicht abweisen. In Österreich ist dies möglich und das macht dann so zu sagen die
62 Zweite Bank, als Corporate Volunteering Project von Erste Bank Mitarbeitern und das ist
63 dann eine CSR Maßnahme. Das heißt, es geht über Gesetze hinaus. Das zweite ist, CSR ist
64 es dann, wenn man aus gesellschaftlichen Bausteinen Maßnahmen, CSR Bausteinen ein
65 System, ein, eine, jetzt sage ich einmal einen Prozess daraus macht, also CSR ist nicht, so
66 zu sagen, an der Oberfläche, sondern im, in der Struktur, im Kerngeschäft drinnen. Das ist
67 so zu sagen, auch, auch, auch sehr sehr wichtig. Dass es über Gesetze hinaus geht, dass es
68 in einem Prozess hinein geht und das es so zu sagen auch gemanagt wird, dass es nicht per
69 Zufall passiert sonder, dass auch ein Management Ansatz dabei ist. Und, dass so zu sagen,
70 hier ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess auch dabei ist und. Der vierte Aspekt ist,
71 dass man des so zu sagen, auch mit einem Stakeholder Ansatz verfolgt. Der Stakeholder
72 Ansatz ist jetzt, sag ich mal, auch schon 20, 30 Jahre alt und ist an sich auch nichts Neues.
73 Hat man an sich in Klein-Mit Unternehmen immer gemacht. Aber systematisch einen
74 Stakeholder Ansatz zu verfolgen, zu schauen, wie ist der Impact verschiedener Stakeholder
75 auf mein Produkt, mein Unternehmen, meine Dienstleistung. Welchen Kenntnisstand habe
76 ich von meinen Mitarbeitern rund herum. Also das muss man eh so zu sagen in (xxx) (der
77 Literatur), äh, der Stakeholder Ansatz. Und äh ja, die Systemgrenze, wo CSR dann wieder
78 aufhört, ist klarerweise dann, wenn, wenn das gesetzlich verpflichtet wird. Und dann ist
79 man auch sehr schnell in der Frage Freiwilligkeit - Verpflichtung von CSR. 00:07:03-9

80

81 I: Also wenn ich Sie hier richtig verstanden habe: CSR geht für Sie soweit bis, oder bis
82 dahin wo die gesetzlichen Rahmenbedingungen, die politischen Rahmenbedingungen
83 anfangen. 00:07:12-0

84

85 B: Ja oder auch aufhören. Also das Erste Bank Beispiel zeigt, wenn die Gesetze nicht
86 soweit reichen, kann CSR so zu sagen, über die Gesetzte hinaus, so zu sagen, dann
87 Maßnahmen bieten. Wenn aber die, der Gesetzgeber jetzt auf die Idee kommt, am Beispiel
88 der Ersten Bank, um dies jetzt aus zu exorzieren, zu sagen, jeder Bürger bekommt ein
89 Konto und die Banken müssen des zur Verfügung stellen, dann ist des was die Zweite
90 Bank früher gemacht hat keine CSR Maßnahme mehr, sondern legal compliance, dann
91 müssens nämlich alle Banken machen. Und, dass ist so zu sagen eine Frage der
92 wirtschaftspolitischen Kulturen, ein wirtschaftspolitischen Konzept ist und auch
93 gesellschaftspolitisches Konzept, wieviel Zwang, wieviel Gesetz, wieviel Staat, wieviel
94 Freiheit lass ich zu. Und Freiheit und Verantwortung sind an sich kommunizierende
95 Gefäße, also wenn ich so zu sagen üb, nur Gesetze erfüllen muss, dann habe ich ja keine
96 Freiheit, da so zu sagen darüber hinaus was zu machen. Und, wenn ich aber überhaupt
97 keine Gesetze erfüllen muss, habe ich sehr viel Freiheit, hab aber auf der anderen Seite

98 sehr viel Verantwortung. Werder das Eine ist gut, noch das Andere ist gut, so zu sagen, ein
99 guter Mix ist sicherlich das Beste, weil (xxx) (ih mein) Verantwortung muss man, sollte
100 man wahrnehmen, aber niemand ist gezwungen Verantwortung wahrzunehmen. Auf der
101 anderen Seite ist es so zu sagen auch dafür verantwortlich was auch unterlässt. Und, sag
102 ich mal bestimmte Probleme, Externalitäten sollten selbstverständlich vom Gesetzgeber
103 abgedeckt werden. Aber, so zu sagen nicht alles in letzter Konsequenz. Weil ein
104 Gesetzgeber so zu sagen muss eine, eine lex generalis schaffen die so zu sagen alle Bürger
105 eines Landes abdeckt oder (xxx) (so zu sagen) das gros der Bürger betrifft. Ach sag ich
106 mal so, so Minderheiten oder Rand- oder Spezialphänomene können davon nicht
107 abgedeckt werden. Und, so zu sagen, eine Regelung zu schaffen die auf den Einzelfall sich
108 konzentriert, da muss schon so zu sagen entweder die lokale Behörde oder der lokale
109 Unternehmer mit seinen Mitarbeitern eine Spezialvereinbarung treffen. Weil ich mein, ein
110 Karenzmanagement für eine Mutter, die beispielsweise Krankenschwester ist, schaut ganz
111 anders aus als wie eine Mutter die Bürokräft ist, oder eine Mutter die beispielsweise im
112 Gastgewerbe arbeitet. Und, die, die Eine braucht so zu sagen Kinderbetreuungszeiten in
113 der Nacht. Die Andere braucht Kinderbetreuungszeiten nur von neun bis 17 Uhr, weil sie
114 Sekretärin ist und die Andere auch. Da so zu sagen one feeds all, dass geht so zu sagen
115 nicht. Aber ich will Sie doa nicht von den Fragen abbringen. 00:10:05-6
116

117 I: Ja ich habe sowieso ein Leitfadenterview, das bedeutet, dass ich kann spontan auf Ihre
118 Äußerungen reagieren. Ja, meine nächste Frage wäre eigentlich eh gewesen, welche
119 Vorteile Sie durch eine Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen sehen? Was sie teils eh schon
120 beantwortet haben, aber vielleicht fällt Ihnen noch spezifischer was dazu ein? Also
121 beziehungsweise muss ich die Frage natürlich anders stellen, wenn CSR, es sind ja nur
122 CSR, nach Ihnen, wenn sie freiwillig sind. Sonst sprechen wir in diesem Fall nicht von
123 CSR Maßnahmen. 00:10:34-9
124

125 B: Das ist richtig, ja. Der Vorteil des Ganzen ist, dass so zu sagen eben auf den Spezialfall
126 so zu sagen eingegangen werden kann. Wenn ein Mitarbeiter, sag ich einmal, ein bisschen
127 ein Problem hat, oder Kurzzeitig ein Problem hat, es ist ja auch nicht so, dass die Probleme
128 gleich sind ne, denken Sie an einen 50 Mann Betrieb in Österreich, der eine Lehrling hat
129 Liebeskummer und man geht so zu sagen jetzt einmal auf seine Probleme mal ein, man
130 spricht mal mit ihm. Der, der Andere, beispielsweise Mitarbeiter hat so zu sagen Defizite
131 in irgend einem technischen Bereich, dass, die vierte Maßnahme bezieht sich so zu sagen
132 aufs Wissensmanagement innerhalb eines Unternehmens, dass man sagt: Das Wissen des
133 alten Mitarbeiters soll nicht in die Pension verabschiedet werden und dort verloren gehen,
134 sondern soll so zu sagen im Unternehmen weiter wirken, wie schaffe ich das. Und CSR
135 Maßnahmen sind so zu sagen ein riesiger Bogen, und das machts eigentlich für Viele sehr
136 (xxx) (unan) ah unfassbar und und nicht nicht nicht greifbar, die ganzen Maßnahmen und
137 der CSR Maßnahmen so zu sagen, wenn die mal als Prozess aufgesetzt sind, dann können
138 sie so zu sagen auch nicht, weg gewischt werden. Viele verwechseln des so zu sagen mit
139 einer sehr niedrigen CSR Stufe, wo's nur um Greenwashing geht, wo man so zu sagen alten
140 Wein in neuen Schläuchen präsentiert und einfach nur, so zu sagen des ganze grün
141 einfärbt. In dem Moment, wie man aber CSR so wie am Anfang skizziert, als Prozess, als
142 kontinuierlichen Verbesserungsprozess, wo eine klare Vision oder Mission auch dahinter
143 steckt, wo man das auch wirklich, sag ich mal im, im Kerngeschäft verwirklicht, dann
144 wirkt CSR so zu sagen als kontinuierlicher Verbesserungsprozess im Unternehmen und
145 kann auch so zu sagen nicht ersetzt werden. Und solche Dinge können nur freiwillig sein,
146 so was kann man nicht verpflichten, man kann so zu sagen auch, nicht auch bestimmte sag
147 ich mal, man kann sie schon verpflichten, aber die Frage der Wirkung ist es, nä. Ähm weil,

148 und da möchte ich so zu sagen die Frage der Freiwilligkeit und und der Nichtfreiwilligkeit
149 jetzt ein bisschen durchbrechen, weil ich mein, die Europäische Kommission und der
150 zuständige Beamte, der diese Mitteilung geschrieben hat, hat ja gesagt, und auch der, der
151 europäische Parlamentarier, hab erst gestern wieder so zu sagen, ein Gespräch mit Brüssel
152 gehabt, wo man mir das berichtet hat, muss ich sagen, die Frage der Freiwilligkeit -
153 Nichtfreiwilligkeit stellt sich gar nicht mehr. Der zuständige Beamte ist ein Brite, der hat
154 gesagt G, CSR just is. Es ist die Verantwortung der Unternehmen für die Auswirkungen
155 auf die Gesellschaft, so stehts in der Mitteilung der Kommission drinnen, die
156 Verantwortung der Unternehmen für die Auswirkungen auf die Gesellschaft. Und ob dies
157 freiwillig - nichtfreiwillig, Unternehmer hat Verantwortung für seinen Wirkungskreis. Für
158 seine, für seine sphere of influence, für seine Einflussosphäre und das, das ist so zu sagen
159 die Verantwortung die er wahrnehmen muss. Auf der anderen Seite haben natürlich auch
160 die Mitarbeiter eine Verantwortung, unternehmerischer zu denken, im Sinne des
161 Unternehmens ah positiv zu wirken und und und. Wenn des nicht funktioniert helfen auch
162 die besten CSR Maßnahmen nichts. Und, die äh, auf die Frage zurück zu kommen, die war
163 nämlich wie? 00:14:10-1

164

165 I: Ja, die grundsätzlichen Vorteile, die 00:14:14-6

166

167 B: ah Vorteile 00:14:14-6

168

169 I: die durch eine Freiwilligkeit 00:14:14-7

170

171 B: Ok. Also die Vorteile sind so zu sagen, des muss halt im jeweiligen Lebenszyklus des
172 Mitarbeiters, der Mitarbeiter, des Betroffenen, sag ich mal, adäquat agieren, das so zu
173 sagen die Maßnahme im im, speziell auf den Fall zugestimmt ist und, dass man so zu sagen
174 halt, das nicht generell verordnen kann. Weil viele gut gemeinte Dinge sind für viele Leute
175 so zu sagen wirklich nur gut gemeint und das Gegenteil von gut. Und, man muss so zu
176 sagen auch die Dinge sehr sehr fein justieren und ich glaub da kann eine gesetzliche
177 Maßnahme so spezifisch überhaupt nicht eingehen. Und das generelle Problem, das ich
178 sehe, dass der Gesetzgeber CSR nicht als Prozess erkennt, dass ist das Grundübel des
179 Ganzen, sondern der Gesetzgeber hat bis heute CSR nicht verstanden. Er sieht das als
180 gesellschaftliche Maßnahme, er sieht das so zu sagen als social sponsoring. Des ist de facto
181 ein CSR auf relativ niedriger Ebene und wenn man des so betrachtet ist des relativ sag ich
182 mal CSR Engagement, das ich CSR Null Punkt Null genannt habe. Und das ist, sag ich mal
183 gesellschaftspolitisch Wirksam, aber kein CSR, weil es nicht systematisch ist, weil es kein
184 Managementkonzept ist, weil keinen Stakeholder Ansatz gibt, und damit, das meint der
185 Gesetzgeber unter CSR. Das ist es aber nicht. Also wenn es keinen Stakeholder Ansatz
186 gibt, wenn es keinen Management Ansatz gibt, wenn da keine Systematik dahinter ist,
187 wenn da nicht wirklich sag ich mal ein Prozess aufgesetzt wird, wenn nicht gemanagt wird,
188 sondern einfach nur gesellschaftspolitische Maßnahmen auf einen Haufen geworfen
189 werden und da. Es gibt eh einen Obstkorb für alle Mitarbeiter, lieb und nett und die
190 machen eh gesel, und wenn man am Ende des Jahres ein bisschen einen Gewinn
191 erwirtschaftet und wir geben, wir spenden irgendwas dem SOS Kinderdorf, dass ist ja, nein
192 dass ist, äh ja es ist eine gesellschaftspolitische Maßnahme, ist aber mit CSR nichts zu tun.
193 Also eine Spende ans SOS Kinderdorf von allen, wenn sie auch noch so lieb ist und wenss
194 auch noch so interessant ist, des hat mit CSR wirklich nichts zu tun. 00:16:38-4

195

196 I: Wenn Sie davon sprechen, dass Unternehmen eine Verantwortung zu übernehmen
197 haben, stellt sich natürlich die Frage, wie kann es gestützt werden oder wie kann

198 gewährleistet werden, dass Unternehmen CSR in ihre Unternehmenspolitik integrieren,
199 eingliedern? Welchen Anreiz haben sie das überhaupt zu machen? 00:17:02-9

200

201 B: Ähm, da sind wir bei der Frage der Anreize, und Anreize können einerseits sein, dass es
202 der Markt honoriert. Dass es eine marktwirtschaftliche Lösung gibt, das heißt, der
203 Konsument, der Kunde reagiert darauf positiv, dass man sagt, das ist ein
204 verantwortungsvoller Unternehmer, der hat CSR Maßnahmen umgesetzt, und deswegen
205 habe ich ein gutes, ethisches Gefühl beim Kauf eines Produkts, einer Dienstleistung von
206 diesem Unternehmer. Das heißt, er kann das so zu sagen innerhalb des Marktes in Geld
207 umwandeln. Das macht ein Sonnentor, das macht ein Zotter, es macht ein Hofer indem er
208 sagt ja zurück zum Ursprung oder so. Innerhalb des Marktes ist es, so zu sagen, ein Anreiz
209 das zu tun. Der zweite, sag ich mal, und sehr große Bereich ist natürlich, der ganze
210 staatliche Beschaffungsbereich. Hier gilt das überhaupt noch nicht, das heißt, der Staat
211 kauft derzeit das, Billigst-Bieter Prinzip gilt hier, kauft derzeit das billigste Produkt und
212 schaut nicht auf diverse ethische und gesellschaftliche CSR Maßnahmen, Nachhaltigkeit.
213 Das spielt für den Staat derzeit auch keine Rolle. Das heißt, öffentliche Beschaffung wäre
214 ein riesiger Hebel, hier zu sagen, das will man, das will man nicht. Und könnte hier so zu
215 sagen ein förderliches Umfeld bieten. Da würden mehrere Unternehmen sicherlich darauf
216 anspringen. Die Frage die sich nur stellt, es ist sehr schwierig zu unterscheiden welche
217 Maßnahmen so zu sagen unterstützenswürdig sind, welche nicht. Es hat jeder und bei CSR
218 geht es auch um ein Wertemanagement, hat unterschiedliche Wertigkeiten im Kopf.
219 Angenommen es gibt eine Ausschreibung, was weiß ich, der Staat schreibt was aus, also da
220 Land Österreich will Büromöbel haben oder so was und es bieten fünf Tischler an, der
221 Eine so zu sagen eine CSR Maßnahme im Bereich Behinderten, der Andere hat so zu sagen
222 Frauen in Führungspositionen, der Dritte hat beispielsweise die, die Lehrlingsausbildung in
223 seinem Fokus, der Vierte hat was im Bereich Generationenmanagement und der Fünfte
224 macht was zum Thema Diversity, das heißt, Vielfaltsmanagement, Geschlechter, Frauen,
225 Homosexualität, Ausländer, Nichtausländer und und und. Und jetzt muss die Kommission
226 abwägen ist, sind mehr so zu sagen die Diversity Maßnahmen wichtiger, sind mir die
227 Frauen wichtiger, sind mir die Lehrlinge wichtiger, sind mir die Frauen in
228 Führungspositionen wichtiger, und und und. (xxx) Es wird schwierig zu sagen dem
229 Unternehmen gebe ich den Zuschlag, dem Unternehmen gebe ich nicht den Zuschlag. Wir
230 tun uns teilweise auch schwer so zu sagen beim TRIGOS, dem Unternehmerpreis für
231 gesellschaftliche Verantwortung zu bewerten, wer so zu sagen wirklich das Siegerprojekt,
232 Projekt ist es nicht, aber das Siegerunternehmen sein soll, weils natürlich auch das zu
233 quantifizieren gibt. Sehr großes Unternehmen, wenn ein großes Unternehmen 300.000
234 Euro spendet ist das relativ ein kleiner Impact, wenn das ein 50 oder Einmann
235 Unternehmen macht ist das ein großer Impact (xxx). (xxx) Einpersonnenunternehmen ist
236 das, so zu sagen, das dreifache Jahresgehalt, das muss man so zu sagen auch in in Relation
237 immer setzen. Und das ist also eine zweite Möglichkeit Anreize zu setzen und der dritte
238 Aspekt, so zu sagen, wenn man Beschaffung und die marktwirtschaftliche Lösung genannt
239 hat, ist sicherlich auch sag ich mal steuerliche Ansätze zu haben. Zu sagen, in der
240 Steuererklärung gibt es so zu sagen Möglichkeiten solche Maßnahmen, oder wie auch
241 immer, bei Investitionen kann man beispielsweise da ein Freibetrag geltend machen und
242 und und. Also Möglichkeiten Anreize, positive Anreize zu setzen sind, sind klarerweise da.
243 Jetzt rede ich aber nur von sag ich mal von Pull-Faktoren. Das heißt, überall wo man
244 Druck ausübt auf das Unternehmen. Man kann aber auch so zu sagen Push-Faktoren hier
245 nehmen und sagen ok, die Unternehmen dazu, mehr oder weniger, zwingen. Das heißt, ein
246 Anreiz zu setzen, indem man Strafen verhängt, der Klassiker ist so zu sagen, dass
247 Behindertengleichstellungsgesetz wo man festgeschrieben hat, Unternehmen ab einer

248 bestimmten Größe müssen soviel Behinderte einstellen ansonsten müssen sie
249 Ausgleichtaxe zahlen. Und äh, das sind eher die harten Maßnahmen, also des Eine ist eine
250 Karotte, als Pull-Faktor, das Andere ist ein Stock, wo man so zu sagen Unternehmer
251 prügelt und Sanktionen, Strafen dahinter sieht. Dass wir als Wirtschaftskammer eher diese
252 Pull-Faktoren haben wollen und nicht diese diese Push-Faktoren und diese Stöcke haben
253 wollen, das liegt auf der Hand. 00:22:26-6

254

255 I: Mhm 00:22:27-1

256

257 B: (xxx) (Das) findet man in der Literatur ziemlich häufig, also Sticks and Carrots heißt
258 das Ganze, des so zu sagen, das Phänomen, das man Karotten anbietet als positiver Anreiz
259 und als so zu sagen als negativer Anreiz die Stöcke. 00:22:44-9 00:22:45-5

260

261 I: Ist durchaus wirksam auch? 00:22:47-5

262

263 B: Des Eine hat Vorteile, das Andere hat genauso Vorteile. Ich sag mal Pull Faktoren sind
264 wesentlich besser, weil, weil die intrinsische Motivation größer ist dies zu machen. Das
265 heißt, es wird ein Unternehmer viel, viel mehr darauf anspringen zu sagen ich habe einen
266 persönlichen Nutzen davon. Man muss dem Unternehmen auch zeigen, du machst es nicht
267 nur so zu sagen um knapp über die Hürde drüber zuspringen, sondern vielleicht ein
268 bisschen mehr. Wo ich immer ein bisschen ein Problem hab, dass man die Latte natürlich
269 am Anfang sehr niedrig ansetzen muss. Das heißt, der hat die Behindertenquote erfüllt,
270 aber ob der Behinderte dort integriert ist, ist eine andere Frage. Er hat danach einfach nur
271 ein Hackerl darunter, und hat halt überall ein grünes Licht und muss halt keine Strafe
272 zahlen, aber ob der Behinderte dort sich wohlfühlt, ob er integriert ist oder ob er nur
273 abgeschoben ist im hinteren Kammerl und dort halt seine Arbeit verrichtet ist eine andere
274 Geschichte. Und ich mein, das Beispiel Baumax zeigt, man braucht da kein Gesetz haben,
275 der hat in jedem Unternehmen, weil er es einfach für wichtig erachtet, zehn Prozent oder
276 so was glaub ich sogar seiner Belegschaft, sind Menschen mit Behinderung. 250
277 Behinderte hat er in seinem Unternehmen. Und, nicht nur körperlich sondern auch geistig
278 behinderte Menschen und denen ist es wichtig, dass die die Mitarbeiter dort auch in den
279 ersten Arbeitsmarkt integriert sind und nicht so zu sagen nur dort sitzen und die Quote
280 erfüllen, sondern auch, so zu sagen, sich weiter entwickeln. Und hat natürlich auch
281 wieder eine Wirkung auf die alte Stammebelegschaft. Und da fangen dann
282 gesellschaftspolitische win-win Situationen zu wirken an. Das heißt, dieser Push (Pull)
283 Faktor, hat eine positive Auswirkung, weil damit, so zu sagen, sich systemisch was ändert.
284 Dieser Pull Faktor. Der Push Faktor hat nur den Aspekt, da hat sich etwas in die Richtung
285 bewegt, aber im System ist es gleich geblieben. Der Behinderte ist, so zu sagen, ist nach
286 wie vor im selben Status. Er hat zwar ein Job, kriegt ein Gehalt, aber ist nicht im System
287 und, ja im Unternehmen integriert. Und das macht das Ganze dann wenig, sag ich mal,
288 sinnvoll für, bei Betroffene. Also, weil es so zu sagen keine win-win Situation auch gibt.
289 Und das sehe ich bei allen Aspekten, bei dem Einen so zu sagen, hat der Unternehmer so
290 zu sagen was davon, die Gesellschaft was davon und der Staat so zu sagen auch. Bei dem
291 hat der Unternehmer eigentlich nichts davon, weil er so zu sagen halt keine Strafe zahlt,
292 das kann er verhindern, der Behinderte hat so zu sagen auch relativ wenig davon, weil er
293 nicht in den ersten Arbeitsmarkt integriert ist, sondern so zu sagen in einem zweiten, sag
294 ich mal Situation Sonderschule. Und der Staat hat, so zu sagen zwar die behinderten
295 Menschen jetzt, so zu sagen in einem Unternehmen, aber der entwickelt sich dort nicht
296 weiter. Und die Mitarbeiter, die mit dem Menschen nicht zusammen arbeiten oder
297 zusammenarbeiten müssen, haben auch nichts davon weil es kein gegenseitiges learning

298 gibt. 00:26:20-1

299

300 I: Ja und vielleicht noch eine Frage zum Abschluss, nämlich: Sehen Sie auch Risiken und
301 Gefahren durch eine Freiwilligkeit, also negative Aspekte die eine Freiwilligkeit von CSR
302 Maßnahmen mit sich bringen könnten? 00:26:35-7

303

304 B: Also, in Europa sehe ich das überhaupt nicht, weil, ich mein wenn man davon ausgeht,
305 dass CSR beyond legal compliance, it beyond the law is, dann muss ich mal das Gesetz
306 sowieso einhalten. Das heißt, legal compliance ist so wie so einzuhalten, also kein
307 Unternehmen wird, so zu sagen, das Gesetz völlig brechen, oder zumindest muss es dann
308 mit Sanktionen rechnen. Und wenn solche Maßnahmen so zu sagen über Gesetze hinaus
309 gehen, das heißt, die (xxx) (Crema) des ganzen sind, das Sahnehäupchen oben drauf, dann
310 ist ja des positiv, solche über Gesetze hinausgehenden Maßnahmen zu fördern. Wenn ein
311 Unternehmen aber nur sagt, Dienst nach Vorschrift, oder ich halten nur meine Gesetze ein,
312 so ist es genauso legitim. Und in einer bestimmten Lebensphase eines Unternehmens muss
313 das auch so sein, dass man sagt, ok ich muss jetzt einmal schauen, dass ich eine gute
314 wirtschaftliche Basis habe. Das ist auch eine Frage der Nachhaltigkeit, wird oft vergessen
315 zu sagen, ich muss jetzt do (hier) auf das schauen, auf des schauen, auf die Mitarbeiter,
316 und und und. Der Unternehmer ist ja auch überfordert und wir dürfen nicht vergessen, wir
317 haben 60 Prozent Einpersonnenunternehmen und 90 Prozent der Unternehmen haben nicht
318 einmal zehn Mitarbeiter und wir haben in ganz Österreich von 352000 Unternehmen sind
319 nur 1000 Unternehmen, 1074, ganz genau, große Unternehmen mit mehr als 250
320 Mitarbeiter. Die beschäftigen zwar 800000 Personen, in Österreich was sehr sehr viel ist,
321 aber trotzdem der Großteil der Unternehmen, ist nicht die Deutsche Bank und Nestlé,
322 sondern in Österreich haben wir 1074 große Unternehmen und der Großteil der
323 Unternehmen ist so zu sagen klein, sind Familien geführte Unternehmen und da spielen
324 solche Dinge sowieso immer eine Rolle. Das heißt, da ist kein Quartalsdenken, da hat, ist
325 ein Generationendenken da. Der Unternehmer und die Unternehmerin die hier das
326 Unternehmen der nächsten Generation vererben, die wollen ja nicht so wie ein Manager in
327 einem Unternehmen kommt und sagt ok, ich krieg jetzt eh, egal wie, ich bin drei Jahre
328 dort, in den drei Jahren quetsche ich diese Zitrone aus, krieg meinen Bonus und bin dann
329 weg und kann dann eh leben, also wenn einer 21 Millionen im Jahr krieg, wie das bei
330 internationalen Unternehmen, nicht österreichischen Unternehmen, muss man auch dazu
331 sagen, üblich ist, Management geführte Unternehmen, wenn der 60 Millionen und einen
332 Bonus noch krieg, also dann braucht der eh nicht mehr arbeiten. Wer krieg schon 60
333 Millionen Euro, net. Und dafür muss ein Mensch normalerweise, für eine Million Euro
334 arbeitet ein durchschnittlicher Arbeitnehmer mal 70, 80 Jahre. Und der krieg des 60fache
335 davon, also da ist auch eine ganz andere Fragestellung auch dahinter. Und es passiert, so zu
336 sagen, nichts wenn ein Unternehmen nur die Gesetze einhältet und nicht darüber hinaus
337 geht. Also man muss ja froh sein und da als Gesetzgeber fast dankbar sein, zu sagen, da
338 gibts noch Unternehmen, die aus ethischen, aus anderen Motivationen, muss ich auch die
339 Motivation auch anschauen, was steckt dahinter, was ist ein Motiv für eine
340 gesellschaftliche Verantwortung. Gibts eine Studie der Raab Stiftung und eine Umfrage
341 dazu, die ich mit betreut habe und wo ich jetzt auch die Ergebnisse vorliegen hier habe.
342 Und, ja, wo man sich dann eigentlich als Staat bedanken muss, weil eine bestimmte
343 Maßnahme, von Unternehmen gemacht werden, die die der Staat eigentlich nicht gut oder
344 nicht ausreichend gemacht hat. Beispielsweise, dass ich eine Unternehmergruppe in
345 Salzburg mit dem Bereich Aus-, Weiterbildung oder mit dem Thema Lehrlingsausbildung
346 beschäftigt, dass sich Unternehmen Gedanken machen, wie schau unsere zukünftigen
347 Arbeitskräfte aus, dass sie des nicht dem Staat überlassen oder vom Staat eigentlich

348 enttäuscht sind, sondern sich zusammen geschlossen haben und gesagt, wir wollen die
349 Lehrlingsproblematik hier verbessern und die Facharbeiterproblematik verbessern indem
350 wir in Schulen gehen, indem wir sagen Frauen müssen auch technische, können auch
351 technische Berufe ergreifen, des ist auch Interessant und und und, also solche Dinge, wenn
352 das Unternehmen machen muss man wirklich dankbar sein. Und da eine Gefahr zu sehen,
353 dass die des, nur die Gesetze einhalten, also. Wenn alle Unternehmen die Gesetze
354 einhalten, dann glaube ich, wären wir in Österreich sehr sehr gut, leider ist des so zu sagen
355 auch nicht der Fall oder ist, ist oft auch nicht möglich. Und, erst in den letzten Tagen
356 wieder gehört, dass man bei vielen Anträgen, egal wo man so zu sagen bei Behörden ist,
357 halt, Trennblätter rein tun muss, ob des jetzt Bauanträge ist, oder Trennblätter in Form von
358 500 Euro Scheinen halt in die Bauanträge rein tut oder, dass man so zu sagen das berühmte
359 Kuvert für Aufträge, egal ob man jetzt Werbeartikel verkauft oder, was weiß ich (xxx), für
360 die Stadt Wien oder für irgend eine Partei, was auch immer. Also da sind wir in Österreich
361 leider auch nicht so heilig wie wir was das vielfach glauben. Das sind dann aber nicht
362 Unternehmen, das sind Beamte, das sind so zu sagen Leute, wie, auf der anderen Seite des,
363 äh Staates, auf der Seite des des äh, stehen und äh ja da gilts auch an viel, viel an
364 Bewusstsein und Unrechtsbewusstsein auch aufzuzeigen. Und wenn alle, wie gesagt, nur
365 die Gesetze einhalten, dann sind wir eh recht gut unterwegs. 00:32:15-5

366

367 I: Und wenn ich noch eine Frage stellen darf, 00:32:16-9

368

369 B: Gerne, ja. 00:32:16-9

370

371 I: weil Sie angesprochen haben, innerhalb von Europa ist die rechtliche Lage eh so genau,
372 dass es eigentlich kaum negative Aspekte von Freiwilligkeit geben kann 00:32:24-6

373

374 B: Ja 00:32:24-6

375

376 I: weil alles geregelt ist, wie schaut es außerhalb von Europa aus, also, natürlich, nicht, in
377 Anlehnung an transnationale Konzerne, was in Österreich weniger vertreten ist, aber
378 innerhalb der europäischen Union doch eine Rolle spielt? 00:32:39-1

379

380 B: Das ist eine ganz andere Frage, weil ich mein ich Österreich gibts, so zu sagen
381 Kollektivvertragsbasis für alle Mitarbeiter und es gibt in Österreich kaum einen
382 gewerblichen Beruf wo man als Vollzeitmitarbeiter weniger als 1000 Euro bekommt. In,
383 sag ich mal Entwicklungsländern, in Südostasien schaut das Ganze ganz anders aus. Also
384 da ist bewusst vom Staat eine Gesetzgebung (xxx), die darauf abzielt möglichst geringe
385 Löhne zu zahlen, möglichst viel Arbeitszeit zu zulassen, das heißt, eine 60, 80
386 Stundenwoche ist nicht die Ausnahme, sondern das Minimum eigentlich und ja, es ist dort
387 halt üblich 100 Stunden in der Woche zu arbeiten und dementsprechend werben diese
388 Länder auch mit niedrigen Steuern, mit niedriger Arbeitszeitgesetzgebung, mit niedrigen
389 Sozialschutz, mit wenig so zu sagen Auflagen für den Bereich Arbeitssicherheit,
390 Gesundheit von Mitarbeitern, mit keiner Pensionsvorsorge und und und. Da ist natürlich
391 genau das Problem da, dass Unternehmen dann sagen müssen naja, wenn dort Kinder ab
392 zwölf Jahren arbeiten dürfen, laut Gesetz, oder ab vierzehn, dann muss ich das als
393 Unternehmen noch lange nicht zulassen. Wenn diese Chemikalien dort zwar erlaubt sind
394 und ich dort in Kenia, als eine riesige Rosenplantagenfarm es mir erlaubt ist alle brutalen
395 Chemikalien einzusetzen, muss ich es als Unternehmer noch immer, noch lange nicht
396 zulassen. Oder, dass ich beispielsweise einem Dorf, das in der Nähe ist, das Grundwasser
397 abpumpe, damit ich meine Plantage bewässern kann und ob die lokale Bevölkerung dort

398 verdurstet ist mir Wurst, ne, also da ist Verantwortung eines Unternehmens viel viel
399 größer. Es gibt in Österreich aber genauso Beispiele, die das belegen, letzte Woche mit
400 dem CSR Verantwortlichen von OMV gesprochen, die das klipp und klar gesagt haben,
401 wir müssen in Pakistan eine Ölförderplattform und wir sind dort rein gegangen und haben
402 dann gesehen hopala, da gibt es Hepatitis Fälle und und und, und wir wolle da gezielt so zu
403 sagen Schulen aufbauen, wir wollen gezielt, so zu sagen ein Impfprogramm machen und
404 und, das hat sogar dazu geführt, dass der Staat, im dem OMV Verantwortlichen das Geld
405 in die Hand gegeben hat und gesagt und ge machts (xxx) ihr des, weil ich das über die
406 lokalen Kanäle machen, bis bis da eine Million von von der Hauptstadt, bis die da
407 ankommt, kommt im Endeffekt nichts mehr an, das heißt, teilweise so zu sagen spielt der
408 Unternehmer eine wichtigere Rolle als der, die lokalen Verwaltungsbehörden, weil da
409 einfach mehr Vertrauen da ist. Also in solchen Ländern ist es klar, dass da, weil die
410 gesetzliche, sag ich mal Latte sehr sehr niedrig gehalten ist, dass da natürlich Maßnahmen
411 im, erstens einmal viel viel bessere Wirkung haben, und sag ich mal auch viel viel
412 wichtiger sind, der Spielraum des Unternehmens viel viel größer ist, auf der anderen Seite
413 die Verantwortung auch extrem groß ist. Wenns da beispielsweise auch Kritik gibt, und hat
414 ja früher auch gegeben, Puma ist ein gutes Beispiel, wo man dann sag, ja die Fußbälle für
415 die Fußballweltmeisterschaft werden von Kindern genäht, das kann doch nicht sein, oder
416 die Turnschuhe und und und, dass ist sehr sehr schnell dann von NGOs verbreitet worden
417 und fällt auch auf den Ruf und die Intensität eines Unternehmens wieder zurück und das ist
418 dann natürlich Image schädigend und darauf muss das Unternehmen wieder reagieren.
419 Langfristig gesehen sollte es aber nicht der Fall sein, also wenn man das gut macht, so wie
420 das Zotter beispielsweise als Zulieferkettensystem macht, dass man sich das ganz genau
421 anschaut, wer sind meine Zulieferer, wo kommen die Produkte her, nachdem ja nicht in
422 Deutschland oder (xxx) dann kann man das auch so zu sagen als
423 Risikominimierungsinstrument sehen. Und, das, so zu sagen, als gesamtes
424 Managementinstrument, Risikominimierung, Chancenmaximierung, gesellschaftliche
425 Verantwortung, ökologische Verantwortung und wirtschaftlicher Erfolg, das in ein
426 Gesamtkonzept CSR zu gießen, das macht Sinn und das ist CSR. Und nicht einfach, den
427 ganzen Bogen völlig außer acht lassen, am Ende des Jahres wieder Gewinn erwirtschaftet
428 und davon werden 0,3 Prozent für irgendwelche Kinder in Afrika gesponsert und davon die
429 Hälfte ins PR und Marketing Budget über, zurück geschoben und die machen da giftige
430 Fünffarbendrucke, ja auf Hochglanz, wie toll das Unternehmen ist, dass ist nicht CSR, dass
431 ist nur eine Add on CSR oder eine Greenwashing Maßnahme, davon hat man sich in den
432 letzten Jahren Gott sei Dank verbessert. Weil diese, so zu sagen Maßnahme für die
433 berühmten Kinder in Afrika oder sonst was, und verzeihen Sie mir den Ausdruck der, einer
434 vom Roten Kreuz hat das mir einmal gesagt, die komischen Greenwashing Maßnahmen,
435 die immer mit den drei K-Themen, Kinder, Krüppel, Katastrophen, weil das zieht einfach
436 gut, die Kinder, die weinenden Kinder, oder die Katastrophe und und und, ist alles richtig
437 und wichtig, dass man auch in solchen Unternehmen, in Maßnahmen was macht, wenn was
438 passiert, was eine Katastrophe ist, dass da auch Unternehmen auch dabei sind, aber die
439 dann nur dabei sind und im ganzen Unternehmen es völlig egal ist was da passiert, dann
440 hat man was falsch gemacht. 00:38:48-5

441

442 I: In dem Fall bedanke ich mich herzlich für das Interview. 00:38:49-6

443

444 B: Gerne.

Interview respACT

1 I: Frau Weber ich möchte Sie zuerst fragen, ob ich Ihren Namen in der Diplomarbeit
2 verwenden darf. 00:00:14-2

3
4 B: Ja, wenn Sie das grundsätzlich bei allen Interviewpartnern so machen. 00:00:17-8

5
6 I: Ja, bis jetzt haben alle dazu eingestimmt. Und ich wollte fragen, ob ich Sie als
7 Vertreterin von respACT in meiner Diplomarbeit anführen darf. 00:00:24-5

8
9 B: Ja. 00:00:26-8

10
11 I: Gut. Dann komm ich jetzt zunächst zur Einstiegsfrage, nämlich: Welche Zielsetzungen
12 verfolgt das Konzept der Corporate Social Responsibility für Sie? 00:00:34-5

13
14 B: Also grundsätzlich muss man da unterscheiden zwischen Nachhaltigkeit und CSR und
15 wir sehen Nachhaltigkeit als die große, übergeordnete Mission. Das große, übergeordnete
16 Ziel für die gesamte Gesellschaft. Und CSR ist dabei das Mittel, indem Unternehmen das
17 Ziel verfolgen können. Und, beim Ziel ist es immer so ein bisschen Schwierig, das genau
18 zu definieren, also es gibt da unterschiedliche Motive warum Unternehmen sich mit CSR
19 auseinandersetzen. Es gibt die defensiven Motive wo man eben sieht, Unternehmen
20 werden von außen, nicht dazu gezwungen, aber, es gibt einen Druck von außen sich mit
21 dem Thema zu beschäftigen, von NGOs etc. Es gibt die gesellschaftlichen Motive, das
22 heißt, Unternehmen wollen ein, ein guter Bürger sein, sie übernehmen Verantwortung für
23 alle Dinge, die sie tun, für die Belastung der Umwelt, für ihre Mitarbeiter etc. Und es gibt
24 die fortschrittlichsten, fortschrittlichsten Motive, die Wettbewerbsmotive für CSR, das
25 heißt, Unternehmen sehen CSR und Nachhaltigkeit als eine Chance, wirklich sich am
26 Markt zu positionieren und damit Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Ahm und warum sie
27 jetzt einzelne CSR Maßnahmen setzen, da gibt's auch wieder unterschiedliche Gründe.
28 Viele machen dies einfach um die Mitarbeitermotivation zu steigern, die Kundenbindung
29 zu steigern, aber auch Kosten zu reduzieren, einfach durch CO2 Energieeinsparungen etc.
30 Aber natürlich auch um Risiko zu minimieren, oder eventuell auch um eben Innovationen
31 zu ermöglichen. So, das sind so diese Grundhaltungen und unser Grundverständnis von
32 CSR. 00:02:38-4

33
34 I: Und, wie ich aus Ihren Unterlagen herauslesen konnte, spielt dabei das Prinzip der
35 Freiwilligkeit eine, eine große Rolle, oder ist wesentlich eigentlich. Können Sie mir dazu
36 was sagen, was für Vorteile, die überwiegenden Vorteile die die Freiwilligkeit von CSR
37 Maßnahmen für Sie haben? 00:02:58-3

38
39 B: Ja. Also diese Freiwilligkeit, ja, bringt eben zum Vorschein die Kreativität eigentlich,
40 der, der Unternehmer, weil sie dadurch die Möglichkeit haben, wie schon gesagt, sich sich
41 auch zu positionieren, sich unterschiedliche Möglichkeiten zu überlegen, wie kann ich
42 denn meine Mitarbeiter zufrieden stellen, oder wie kann ich die Umwelt besser schützen.
43 Sie werden nicht dazu gezwungen, sondern sie haben die Möglichkeit unterschiedlichste
44 Wege einzuschlagen und sehen das es ja für sie was bringt. Das ist ja nicht, wie soll man
45 sagen. Ich finde so was kann nur schwer verordnet werden, das kann schwer verordnet
46 werden, als Führungsperson sich verantwortlich zu fühlen für seine Mitarbeiter, für die
47 Umwelt. Das ist etwas was man (als) Unternehmer selbst entwickeln muss und selbst auch

48 merken muss, das bringt mir etwas und das tun die Unternehmer, die in CSR fortschrittlich
49 sind. Die sehen alle, dass das auch wirklich im, im, am Markt für sie etwas bringt. Also wir
50 haben so viele, wir haben 230 Mitgliedsunternehmen und all jene die das wirklich ernst
51 nehmen und die wirklich CSR in ihr Unternehmenskonzept integriert haben, die sind auch
52 erfolgreich am Markt. Und, wenn man nur mehr sagt, es muss jetzt jeder Betrieb pro Jahr,
53 was weiß ich, zehn Prozent CO2 einsparen, dann ist das für mich ein Kampf und es ist
54 etwas mit dem ich mich irgendwie ungern beschäftige und so haben die Mö, haben die
55 Unternehmer die Möglichkeit zu sagen, ich seh da kann ich meinen Vorteil daraus picken
56 und wie schaff ich das jetzt, also ich meine die Leute besser motivieren etc. 00:04:47-7

57

58 I: Wobei sich hierbei natürlich die Frage stellt, wenn Sie sagen, dass Sie 230 Mitglieder
59 haben, die CSR Aktivitäten umsetzen, wie kann das Konzept ausgebaut werden, was
60 durchaus eine Zielsetzung sein wird, denk ich oder? 00:05:04-7

61

62 B: Mhm (Ja). Sie meinen das es Massentauglich wird, oder? 00:05:05-7

63

64 I: Ja genau, wie, wie können, wie kann gewährleistet werden, dass Unternehmen CSR in
65 ihre Unternehmenspolitik eingliedern, über die 230 Mitglieder, zum Beispiel, hinaus,
66 wenns nur freiwillig ist? 00:05:20-0

67

68 B: Ja, also wenn man sich unsere Mitgliederzuwächse anschaut, in letzter Zeit, sieht man,
69 dass, dass wir sehr sehr stark wachsen, also fast, wir haben jetzt fast das Doppelte an
70 Mitgliedern in den letzten zwei Jahren oder so bekommen, man einfach merkt, das
71 Interesse an dem Thema steigt. Und, und auch das Bewusstsein auch für das Thema. Aber
72 es geht halt etwas langsam voran. Wenn wir das Heilmittel gefunden hätten, wie wir es
73 schaffen alle Unternehmen in Österreich anzusprechen und zu motivieren [lacht] würden
74 wir das gerne sagen. Wir haben es noch nicht geschafft, aber (xxx) (es liegt) ganz stark an
75 der Kommunikation. Also wirklich, dass man die Konsumentinnen und Konsumenten
76 erreicht, dass man die Politik erreicht, die Unternehmer, auch wirklich die KMU's zu
77 erreichen nicht, nicht sehr leicht, auch in der Sprache. Und, da müssen einfach alle Partner
78 in Österreich die sich mit dem Thema beschäftigen zusammenarbeiten, nicht, nicht
79 gegeneinander arbeiten. Und ich glaube jetzt gerade, durch diesen Prozess, ähm, es wird ja
80 im Moment ein CSR Aktionsplan erstellt für Österreich, dies ist eine Chance für
81 Österreich, womit ich sagen kann, innerhalb dieses Prozesses können alle, (xxx) oder
82 gemeinsam daran arbeiten wie wir uns das in Zukunft vorstellen und wie wir es gemeinsam
83 schaffen können. Also ja Kooperation. 00:06:44-8

84

85 I: Dann hab ich natürlich auch noch die Gegenfrage, sehen Sie auch irgendwelche
86 Nachteile in einer Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen? 00:06:50-6

87

88 B: Nachteile, hmm 00:06:54-6

89

90 I: Also Gefahren oder Risiken, die sich durch eine Freiwilligkeit ergeben? 00:07:02-6

91

92 B: Mhm (...). Also eben wie gesagt, diese Massentauglichkeit ist wahrscheinlich die größte
93 Gefahr, also, dass wir es einfach nicht schaffen werden, alle Unternehmen anzusprechen.
94 Wenn denn etwas vorgeschrieben wird, wenn Sie zum Beispiel (xxx) (wäre ahm),
95 verpflichtende Berichterstattung, zum Beispiel, für alle großen Unternehmen, wäre es
96 etwas, wo jedes große Unternehmen oder jedes börsennotierte Unternehmen zum Beispiel
97 sich damit beschäftigen muss was bedeutet Nachhaltigkeit für sie. Und wenn das ganze

98 freiwillig (ist), kann es sein, dass einige Unternehmen, nichts damit z, sich nie mit dem
99 Thema beschäftigen müssen und da wär natürlich ein Vorteil, wenn man, wenn man sieht,
100 äh, gut das ist jetzt mal verpflichtend, das ist, das hat zwar dann noch nichts mit der
101 Qualität dieser Berichte zu tun, aber es bringt Unternehmen zumindest einmal dazu,
102 darüber nachzudenken. Und das heißt, es gäbe sicherlich auch einige Vorteile von, von
103 teilweise Verpflichtungen. Und, das, das sehen wir auch natürlich so. Wir sagen nicht, das
104 muss alles immer freiwillig bleiben, aber, das muss (xxx) sich die Waage halten. Also
105 gerade bei Klein- und Mittelbetrieben, ahm, sie sollten nicht noch zusätzlich überfordert
106 werden, da müsste man einfach Anreize schaffen, die Betriebe die wirklich etwas tun, die
107 engagiert sind, die sollten auch am Markt Vorteile für ihre Aktivitäten erhalten, aber nicht
108 noch mehr verpflichtet werden. 00:08:30-3

109

110 I: Und wie würden solche Anreize aussehen? 00:08:35-6

111

112 B: Das kann reichen von, zum Beispiel, steuerlichen Vergünstigungen für Umwelt-
113 Zertifizierungen, oder, ja, steuerliche Begünstigungen ist, ist so ein Faktor, was gibts noch,
114 also es gibt noch diverse Möglichkeiten der positiven Anreize. Oder zum Beispiel bei der
115 öffentlichen Beschaffung, das ist einfach ein extrem großer Hebel, wo man einfach sagt -
116 es wir ja daran gearbeitet im Moment, eben, die öffentliche Beschaffung nachhaltig zu
117 gestalten. Und wenn man da wirklich sagt, man ahm, nur die Unternehmen bekommen
118 Aufträge, die wirklich ganzheitlich nachhaltig arbeiten, dann ist das ein wesentlicher,
119 extremer Vorteil am Markt. Und in diese Richtung muss es, muss es gehen. 00:09:26-2

120

121 I: Gut. Diese steuerlichen Vorteile zum Beispiel, die gibt es jetzt dazu noch nicht? Also
122 das wär ein großes Thema, oder ein Anspruch Ihrerseits an die Politik? 00:09:38-3

123

124 B: Das muss alles, ähm wie soll man sagen, sehr gut miteinander abgesprochen werden.
125 Also man, ich glaub es macht auch keinen Sinn jetzt, da vor zu preschen und und zu sagen
126 auf jeden Fall steuerliche Begünstigungen für dieses oder dieses Gütesiegel, das kanns
127 auch nicht sein. Also man muss das wirklich gut durchdenken und sich anschauen wie
128 kommt man dann konkret dorthin, aber es ist, ein, ein Beispiel wie es funktionieren könnte.
129 00:10:06-2

130

131 I: Und sie haben angesprochen, dass zum Beispiel, beispielsweise die Großunternehmen,
132 die großen Unternehmen, die sich ihre, ihre Unternehmenspolitik nicht an dem CSR
133 Konzept orientieren, dass man sich da durchaus Reglementierungen überlegen kann, oder?
134 00:10:24-7

135

136 B: Mhm (Ja) 00:10:24-7

137

138 I: Und haben Sie da irgendwelche Ideen dazu, wie das ausschauen könnte? 00:10:28-6

139

140 B: Das wäre eben zum Beispiel die verpflichtende Berichterstattung. Die wir nicht im
141 vollen Ausmaß unterstützen, aber eben zum Beispiel für börsennotierte Unternehmen, wo
142 wir einfach sagen, es wird nicht eben für alle Shareholder möglich sein einzusehen, wie
143 sich dieses Unternehmen im Bezug auf Nachhaltigkeit macht. Und da sind wir auch dafür,
144 wirklich zu sagen, alle börsennotierten Unternehmen müssen einen Nachhaltigkeitsbericht
145 vorlegen. 00:10:59-8

146

147 I: Und die Transparenz würde nicht über die Shareholder hinausgehen? Also, dass

148 Stakeholder dann auch die Möglichkeit haben Einsicht darin zu kriegen? 00:11:06-0
149
150 B: Natürlich, also ein Nachhaltigkeitsbericht ist ein Tool, das öffentlich sein sollte.
151 00:11:11-3
152
153 I: Ja 00:11:11-3
154
155 B: Nicht muss, aber sollte, deswegen macht man ihn ja, damit (zumi) möglichst viele
156 Stakeholder, nicht nur Shareholder, aber alle Stakeholder darüber bescheid wissen was das
157 Unternehmen macht. Aber gerade auf der Börse, auf der Börse sind eben auch die
158 Stakeholder eine wesentliche Anspruchsgruppe. 00:11:27-8
159
160 I: Mhm (Ja). Und, jetzt habe ich natürlich auch noch ein Frage zu verpflichtenden
161 Reglementierungen, nämlich: Welche Nachteile, welche Fehler sehen Sie darin? 00:11:38-
162 6
163
164 B: Naja. Die Gefahr ist natürlich, dass die ganze, das ganze Engagement, mit dem man an
165 die Sache (he)ran geht ein anderes ist. Wenn man weiß, wenn Unternehmen, ach ich muss
166 jetzt einen Nachhaltigkeitsbericht schreiben, dann wird man dann nicht sein Herzblut als
167 Unternehmer rein stecken. Dann wird man sagen, gut ich handle jetzt die Punkte ab, die
168 mir da vorgegeben werden, aber nicht: Das ist meine Möglichkeit zu zeigen was ich für
169 (xxx) (über) die Gesellschaft mache. Und das sehen wir aber gerade bei so vielen
170 Unternehmen. Die sind extrem Stolz auf ihre Berichte und auf ihre Aktivitäten und die, es
171 ist kein, kein Nachhaltigkeitsbericht gleicht dem anderen. Weil, weil jeder einen
172 besonderen Schwerpunkt setzt, oder weil man auch spezielle Projekte hat, die man, die
173 man eben präsentiert. Und die Gefahr ist einfach, dass das dann nur ein Abarbeiten von
174 bestimmten Listen wird, das nichts mehr eigentlich mit dem, mit dem Grundsatzthema
175 etwas Positives für die Gesellschaft zu tun, zu tun hat. Das ist einfach die Gefahr.
176 00:12:42-5
177
178 I: Und, ja ich, darf ich vielleicht, vielleicht formuliere ich die vorhergehende Frage noch
179 mal ein bisschen anders, nämlich: Sehen Sie auch eine Möglichkeit einer Verbindung
180 zwischen freiwilligen und verpflichtenden CSR Maßnahmen? Oder bezieht sich dann das
181 rein auf die von Ihnen angesprochenen verpflichtenden Berichterstattungen? 00:13:00-0
182
183 B: Nein, doch das ist durchaus denkbar, also wenn man jetzt zum Beispiel sagt, Klein- und
184 Mittelbetriebe, die, das ist jetzt (xxx), einen Nachhaltigkeitsbericht schreiben, hätten
185 dadurch Vorteile am Markt, das wäre so eine Verbindung. Wie das genau aussehen kann,
186 müssen sich dann die Experten [lacht] in einem Gremium überlegen. Aber das wär, das
187 wär durchaus eine Möglichkeit, also wie gesagt, wir sagen auf keinen Fall, CSR muss
188 immer, in jedem Fall nur freiwillig sein, das nicht, sondern, man muss eben schauen wo
189 machts Sinn und wo nicht. Einfach nicht um das Thema auch zu stei, negativ zu besetzen
190 für Unternehmen, weil das ist ja etwas, dass Unternehmen zusätzlich leisten zu allen
191 zusätzlichen Verpflichtungen die sie bereits eingehen. Das ist alles das was sie über das
192 Gesetz hinaus tun. Und wenn das etwas wird, was so zusagen sowieso das Gesetz ist, ist
193 die Frage was bleibt dann noch. 00:14:15-8
194
195 I: Ja, im Grunde habe ich alle meine Fragen abarbeitet 00:14:15-3
196
197 B: Ja? 00:14:17-2

198

199 I: Ja dann bedanke ich mich recht herzlich für das Interview. 00:14:21-2

200

201 B: Sehr gern.

Interview NeSoVe

1 I: Ja gut, dann würde ich gleich mit der Einstiegsfrage anfangen, nämlich: Welche
2 Zielsetzungen verfolgt das Konzept der CSR für Sie? 00:00:13-9

3
4 B: Ich denk wichtig ist erstmal sich darüber zu unterhalten, was man unter dem Konzept
5 CSR versteht. Wenn man von allen gängigen Definitionen, auch inklusive der Definition,
6 die jetzt ein bißchen modifiziert wurde durch die Mitteilung der Europäischen Union im
7 Oktober letzten Jahres ausgeht, bleibt es halt beim freiwilligen Primat von Maßnahmen zur
8 Gewährleistung unternehmerischer Verantwortung und von dieser Konzeption halte ich
9 eigentlich nicht besonders viel. Also ich gehe davon aus, dass sich mit dem Konzept
10 eigentlich eine, eine Deregulierung durchgesetzt hat. Ja, ich würde sogar soweit gehen,
11 dass das Konzept CSR ein Ausdruck einer neoliberalen Politik ist. Das ist kein Urteil über
12 einzelne Maßnahmen von Unternehmen, die können auch mal positiv sein. Aber sag ich
13 mal die Grundidee zu sagen, Unternehmensverantwortung delegiere ich an private
14 Organisationen, nämlich an Unternehmen, davon halte ich, aus Sicht von den von uns
15 vertretenen Stakeholdern und das sind die ArbeitnehmerInnen, Konsumentinnen und
16 Konsumenten und die NGOs, halte ich so zu sagen für nicht gesamtgesellschaftlich
17 durchsetzbar und deswegen auch nicht für zielführend, für sich betrachtet. Sinnvoll können
18 CSR Maßnahmen sein im Kontext mit regulativen Maßnahmen. Das ist auch im Prinzip
19 das was wir in dem derzeit stattfindenden nationalen Aktionsplan, zum Stakeholderdialog
20 zum nationalen Aktionsplan CSR, fordern. Sagt also, primär muss reguliert werden und
21 darüber hinaus, wenn ich da etwas festgelegt habe, kann ich natürlich auch CSR
22 Maßnahmen, aber auch die wiederum festlegen. Zum Beispiel, was weiß ich, bei den
23 Elektrogeräten, dass ich dann wirklich sag, ich nehme die zehn Prozent die so zu sagen
24 dem derzeitigen Stand der Technik entsprechen und am ökologisten arbeiten, aber dann
25 muss ich konkret, dann muss ich das wirklich ganz konkret auch mit konkreten Werten
26 festlegen und die müssen natürlich auch angepasst werden, dem jeweiligen Stand der
27 Technik. 00:02:29-5

28
29 I: Wenn ich Sie so verstehe, ist für Sie, beim Konzept der Corporate Social Responsibility,
30 sind Regulationsmaßnahmen, als auch freiwillige Maßnahmen möglich oder fließen in Ihr
31 Konzeptverständnis rein, wenn ich jetzt zum Vergleich, das Verständnis der
32 Wirtschaftskammer sehe, die sagen, dass Freiwilligkeit, äh, dass CSR nur freiwillig sein
33 kann, weil es ansonsten keine Corporate Social Responsibility mehr ist, ist da schon ein
34 grundlegender Unterschied in der 00:03:04-2

35
36 B: Naja also ich würde nicht an der Definitionsebene ansetzen, also [Unterbrechung]. Nein
37 also, die, bei der Definition würde ich jetzt nicht grundsätzlich der Wirtschaftskammer
38 widersprechen, weil natürlich handelt es sich bei CSR Maßnahmen um freiwillige
39 Maßnahmen, die Unternehmen eingehen. In der Regel behaupten sie damit über
40 gesetzliche Mindeststandards hinaus zu gehen, aber das was ich fordere ist halt, dass
41 grundsätzlich Unternehmensverantwortung wieder an die, von der Stelle entschieden wird
42 die meiner Meinung nach dafür bestimmt ist. Es ist halt eine, eine, eine Grundfrage, sag
43 ich mal, öffentlicher Verantwortung und sollte auch von der öffentlichen Hand bestimmt
44 werden, das heißt, das ist ein Appell an die politischen Entscheidungsträgerinnen und
45 Entscheidungsträger Unternehmensverantwortung selbst so zu sagen zu definieren und
46 festzulegen, Unternehmenshandeln zu regulieren. Und CSR Maßnahmen können darüber
47 hinaus auch so zu sagen, in bestimmten Rahmenbedingungen festgelegt werden [xxx], und
48 das sind dann natürlich freiwillige Maßnahmen die darüber hinaus stattfinden, aber der

49 Fokus von dem was wir meinen, was derzeit eigentlich Aufgabe der Zeit ist, würden wir
50 nicht auf die CSR Maßnahmen legen sondern eher auf die regulative Ebene. Ist das klar?
51 00:04:56-1

52

53 I: Ja, auf jeden Fall, also die und die gehen die. Aber ist das dann schon CSR oder ist das
54 eine Vorbedingung eigentlich? 00:05:07-3

55

56 B: Ja oder, das ist dann halt die regulative Ebene und dann hat man die freiwillige Ebene
57 auch. Ich, also das Konzept CSR sind nicht, ist nicht Unternehmensregulierung, na,
58 sondern das Konzept CSR, dass ist eigentlich, dass ich sage die Unternehmen regulieren
59 sich selbst, durch freiwillige Maßnahmen und werden dann durch Anreizsysteme, ja in
60 irgend einer Form dazu gebracht sich so zu verhalten und da würde ich halt sagen, das ist
61 etwas, was ich gesamtgesellschaftlich nicht durchsetzen kann, weil der Business Case
62 CSR ein relativ kleiner, kleinen Bereich einfach ausmacht oder so zu sagen als Business
63 Case, wo diese win-win Situation zu buche schlägt und dieser Bereich ist auch schon
64 abgedeckt. Also denn kann ich auch durch Anreizsysteme, weiß ich nicht, vielleicht noch
65 ein bisschen modifizieren aber nicht in dem Ausmaß wie es eigentlich
66 gesamtgesellschaftlich notwendig wäre. Und dass Unternehmenshandeln per se
67 gesellschaftlich verantwortlich ist, ja also ich meine, nach der europäischen Schulden- und
68 Finanzkrise kann das eigentlich niemand mehr ernsthaft behaupten, ja. Also, dass es
69 irgendwie erforderlich ist unternehmerisches Handeln auch in gewisse Bahnen zu lenken,
70 ja so zu sagen politische Entscheidungsträger, steht für mich eigentlich außer Debatte. Die
71 Forderung, dass so zu sagen, alles auf freiwilliger Grundlage zu belassen ist halt für mich
72 halt eine klar interessengeleitete Forderung, die natürlich Unternehmen forcieren und da
73 vertreten wir halt andere Stakeholder, wo die Interessenlage natürlich anders ist. 00:06:46-
74 2

75

76 I: Ja, ich hätte jetzt noch, noch mal eine Frage direkt zur Freiwilligkeit, nämlich: Sehen sie
77 auch Nutzen bzw. etwas Positives an einer Freiwilligkeit von CSR Maßnahmen, oder was
78 wäre dies? 00:07:03-3

79

80 B: Naja, also wenn wir wirklich von CSR Maßnahmen sprechen, die über den gesetzlichen
81 Mindestanforderungen liegen, es ja leider so, dass auch viele Maßnahmen als CSR
82 Maßnahmen bezeichnet werden und eigentlich nur dem entsprechen was ohnehin
83 zumindest, in Europa gesetzlich erforderlich ist und die Abweichung davon wäre eigentlich
84 eher illegales Handeln, als irgendwie besonders gesellschaftlich verantwortlich, aber wenn
85 ich tatsächlich Maßnahmen ergreife, zeige ich natürlich Handlungsspielräume für
86 Unternehmensführung auf, das ist denk ich ein positiver Aspekt. Ich habe natürlich auch
87 eine gewisse Pilotprojekttrolle, also wenn ich gerade, was weiß ich, im ökologischen
88 Bereich oder im Produktbereich da in einer gewissen Richtung forsche oder Produkte auf
89 den Markt bringe, dann kann sich das natürlich vielleicht auch irgendwann durchsetzen.
90 CSR hat für mich auch einen positiven Effekt in Staaten, wo, sag ich mal, die staatliche
91 Gewalt selber nicht so durchsetzungsfähig ist, so könnten zum Beispiel CSR Maßnahmen
92 von europäischen Unternehmen im Ausland sicherlich auch ne Wirkung haben. Vielleicht
93 weil die Rolle auch dominant ist. Ja, dass wären die drei Punkte die ich als positive
94 Aspekte aufzeigen würde. 00:08:32-7

95

96 I: Ja, und dann habe ich natürlich auch die Gegenfrage, nämlich: Gibt es auch Fehler oder
97 Nachteile durch verpflichtende Regulierungen von CSR Maßnahmen, also Gefahren die
98 dadurch, Risiken die dadurch entstehen könnten? 00:08:54-3

99

100 B: Wenn ich so zu sagen, naja, also, was heißt verpflichtende CSR Maßnahmen? Wenn
101 man von verpflichtenden CSR Maßnahmen spricht, dann meint man ja, dass die
102 Unternehmen die sagen sie machen indem oder jenen Bereich freiwillige Vereinbarungen,
103 CSR Vereinbarungen, dass sie diese dann zumindest auch einhalten müssen, dass die
104 gegebenenfalls auch einklagbar sein müssen, das heißt, ja verpflichtende CSR Maßnahmen
105 00:09:17-9

106

107 I: Ja. 00:09:17-9

108

109 B: Es bleibt ja nach wie vor freiwillig ob ich überhaupt so eine Maßnahme ergreife und
110 mich an so einer Vereinbarung beteilige. [Pause] In welche Richtung war jetzt die
111 Nachteiligkeit gefragt, von verpflichtenden CSR Maßnahmen? 00:09:33-8

112

113 I: Ja genau, also welche Nachteile entstehen könnten wenn CSR zu sehen reguliert wird, in
114 dem Sinne? Also ob Sie da auch Nachteile sehen? 00:09:45-5

115

116 B: Also wie gesagt ich will halt nur diese Unterscheidung machen, wenn ich von CSR
117 Maßnahmen spreche, dann spreche ich schon von freiwilligen Maßnahmen. Wenn ich von
118 regulierter Unternehmensverantwortung spreche, dann würde ich dies nicht mehr unter
119 CSR Maßnahmen definieren. 00:09:55-7

120

121 I: Ja, danke sehr, dass ist sehr [xxx] 00:09:57-3

122

123 B: Also so zu sagen so. Ich bin aber darüber hinaus der Meinung, dass die freiwilligen
124 CSR Maßnahmen verbindlich in dem Sinne sein sollen, dass wenn sie eingegangen sind,
125 sollten sie auch einklagbar sein. Naja, was sind Nachteile, also ich meine die, ähm, von
126 Seiten der Wirtschaftsvertreterinnen und Wirtschaftsvertreter ist natürlich, sind natürlich
127 gewisse Handlungsspielräume auch des eigenen Marketings dann etwas eingedämmt. Das
128 ist aber aus Sicher der von uns vertretenen Stakeholder kein Nachteil, sondern Schutz.
129 00:10:33-5

130

131 I: Ja. 00:10:33-5

132

133 B: Ähm, also ich, das ist halt auch eine Frage der gesellschaftspolitischen Konzeption die
134 man hat. Welche Rolle man so zu sagen autonomen Unternehmenshandeln einräumen will.
135 Da würde ich sicherlich einen beschränkteren äh, beschränkteres unternehmerisches
136 Handeln als Zulässig erachten als es derzeit noch der Fall ist. 00:11:03-3

137

138 I: Ja, sehr gut, also es kristallisiert sich eh bei meinen ganzen Interviews heraus, dass es
139 eine grundsätzlich gesellschaftspolitische Frage ist, wie CSR Maßnahmen ausschauen
140 sollen, welchen Rahmen sie haben sollen und ja und da setzt, da stellt sich natürlich auch
141 die Frage eben, was sie teilweise eh schon beantwortet haben, nach einer Verbindung
142 zwischen einer Freiwilligkeit und Regulierungen die zwar nicht mehr CSR sind aber doch
143 in die Themenbereiche CSR eingreifen und ja? 00:11:40-4

144

145 B: Also vielleicht kann ich das noch einmal veranschaulichen, also wir machen auch
146 gerade eine Veranstaltungsreihe, die nennen wir "Der andere Dialog" wo wir halt
147 versuchen an konkreten Themenbereichen dieser Verknüpfung auch, also mit konkreten
148 Forderungen aufzuzeigen wie wir uns das vorstellen. Also wir haben zum Beispiel im

149 Dezember letzten Jahres eine Veranstaltung [Unterbrechung]. Ich wollte einfach mal ein
150 Beispiel aufzeigen wie wir uns diese Verknüpfung von regulativen und freiwilligen
151 Maßnahmen vorstellen. Wir sind halt gerade dabei das zu erarbeiten in unterschiedlichen
152 Themenbereichen. Haben zum Beispiel letztes Jahr im Dezember zu Menschen mit
153 Behinderung gemacht und wenn ich mir jetzt als Zielsetzung die verstärkte Eingliederung
154 von Menschen mit Behinderungen in den Arbeitsprozess setze, dann muss ich mir halt die
155 gesetzlichen Regelungen anschauen, das Behinderteneinstellungsgesetz zum Beispiel und
156 da haben wir halt diskutiert inwieweit diese Ausgleichstaxe die Unternehmen ab einer
157 gewissen Größe zahlen müssen, wenn sie keine Menschen mit Behinderungen einstellen.
158 Da haben wir festgestellt, dass es viel zu niedrig, der Betrag der da derzeit entrichtet
159 werden muss. Das heißt, es lohnt sich für Unternehmen eigentlich diese Ausgleichstaxe zu
160 zahlen, als Menschen mit Behinderungen einzustellen wenn sie dann, so zu sagen, in ihrem
161 Unternehmen sich auch barrierefrei einrichten müssen. Das heißt, auf regulativer Ebene für
162 die System [xxx] [komplex] würden wir sagen ok da muss auf jeden Fall die
163 Ausgleichstaxe deutlich angehoben werden. Wir haben diskutiert also mindestens
164 verdoppelt. Und als freiwillige CSR Maßnahme in dem Bereich kann man sich dann halt
165 vorstellen, dass Unternehmen sagen, sie sie nehmen von dieser Ausgleichstaxe, sie nehmen
166 diese Ausgleichstaxe nicht in Anspruch. Und das kann natürlich solche, so freiwillige CSR
167 Maßnahmen können dann natürlich auch im Rahmen von öffentlicher Beschaffung
168 honoriert werden. Ich sag also, ich mache Auftragsvergabe nur an Unternehmen, die halt
169 von der Ausgleichstaxe keinen Gebrauch machen. So kann ich, so zu sagen, da eingreifen
170 sowohl auf der freiwilligen als auch auf der regulativen Ebene mit der Hoffnung mit dem
171 Ergebnis gesellschaftlich verantwortlicheres Unternehmenshandeln zu haben. 00:14:42-8

172

173 I: Ok, ja 00:14:44-2

174

175 B: Ja, so in der Richtung. 00:14:46-7

176

177 I: Ja, dann bedanke ich mich recht herzlich. Ich hätte noch eine Frage, dass wollte ich
178 eigentlich am Anfang, nämlich: Darf ich Ihren Namen in meiner Diplomarbeit verwenden
179 00:14:56-1

180

181 B: Ja. Darf ich das was Sie da so zu sagen da rausgreifen, kann ich das vorher mal sehen?
182 00:15:02-1

183

184 I: Ja gerne, das kann ich machen. 00:15:04-2

185

186 B: Ja dann können Sie das gerne verwenden, wenn ich das weiß [lacht]. 00:15:04-2

187

188 I: Und darf ich Sie als Vertreterin vom Netzwerk Soziale Verantwortung anführen?
189 00:15:09-7

190

191 B: Genau, ich bin die Geschäftsführerin. 00:15:13-2

192

193 I: Ja eh, es ist nur, dass es offiziell ist. Gut dann stopp ich jetzt die Aufnahme.

III Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den Positionen unterschiedlicher Akteure im gesellschaftspolitischen Diskurs in Österreich bezüglich der Freiwilligkeit von Corporate Social Responsibility Maßnahmen. Es wird untersucht, welche Argumente von den unterschiedlichen Akteuren für bzw. gegen die Freiwilligkeit von CSR Aktivitäten verwendet werden bzw. welche Vor- oder Nachteile die Akteure darin sehen. Grundsätzlich wird CSR als eine Möglichkeit angesehen, mit der Unternehmen Verantwortung für ihr Handeln gegenüber der Gesellschaft übernehmen und damit auch einen Beitrag zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung leisten können. Die Frage, ob CSR Maßnahmen auf einer freiwilligen und unverbindlichen Basis, oder anhand verbindlicher und überprüfbarer Rahmenbedingungen gesetzt werden sollen, nimmt in der Auseinandersetzung mit dem CSR Konzept eine besondere Stellung ein. Vor dem Hintergrund unterschiedlicher politischer Interessen entscheidet die Antwort auf diese Frage nicht nur über die konzeptionelle Festlegung des CSR Ansatzes, sondern sie bestimmt ebenso das Verhältnis zwischen Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft. Als politischer Diskurs dreht sich die Debatte um die Freiwilligkeit von CSR auch um die gesellschaftliche Bedeutung der Wirtschaftsakteure und deren Handspielraum, sowie um die Rolle des Wettbewerbsmarkts als ein regelndes Prinzip für die Gesellschaft.

Die qualitative Forschungsarbeit gliedert sich in einen theoretischen und empirischen Teil. Im Theorieteil werden der wissenschaftliche und politische Diskurs zu CSR diskutiert sowie relevante Akteure des Diskurses zu CSR in Österreich thematisiert. Im empirischen Teil werden anhand von ExpertInneninterviews die Standpunkte der gesetzlichen Interessensvertretungen AK und WKO sowie von den Vereinen respACT und NeSoVe näher untersucht. Das gewonnene Datenmaterial wird mit Hilfe einer zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

IV Abstract

This paper deals with the varying positions concerning the voluntariness of CSR measures of different stakeholders within the socio-political discourse in Austria. The main arguments in favour or against the voluntariness of CSR activities will be identified and examined. CSR is widely recognized as a way for companies to take responsibility for their actions towards society and thus contribute to a sustainable development. In dealing with the CSR concept, the main question raised in this paper is if CSR activities should whether be set on a voluntary and non-binding basis, or based on binding and verifiable conditions. Against the background of different political interests, the answer to this question affects not only on the conceptual definition of the CSR approach, but it also determines the relationship between economy, state and civil society. On a political scale the debate discusses the societal role of economic operators, as well as the role of the market as a regulating principle for society.

This qualitative research is divided into a theoretical and an empirical part. The theoretical part focuses on the scientific and political discourse on CSR and examines relevant stakeholders of the debate on CSR in Austria. In the empirical part the positions of the Austrian Chambers AK and WKO and the initiatives respACT and NeSoVe are investigated through expert interviews. The recorded data are evaluated by a qualitative content analysis.

V Lebenslauf

Persönliche Daten

Name Mag. phil. Sebastian Kuehs
Geburtsdatum 19.08.1983
Geburtsort Bregenz

Ausbildung/Studium

seit Oktober 2005 Diplomstudium Internationale Entwicklung an der Universität Wien

Oktober 2003 – Oktober 2010 Diplomstudium Bildungswissenschaft an der Universität Wien
Schwerpunkte: Sozialpädagogik und Psychoanalytische Pädagogik

Oktober 2007 – Februar 2008 Erasmus-Auslandssemester an der Humboldt Universität zu Berlin am Institut für Erziehungswissenschaften

1997-2001 Bundesoberstufenrealgymnasium Lauterach
Naturwissenschaftlicher Zweig

Berufliche und sonstige Tätigkeiten

Juni 2012 – Oktober 2012 Praktikum als Projektassistent bei der NGO Gemeinnützige Entwicklungszusammenarbeit(GEZA)

seit Juli 2011 Mitbegründer und Vizeobmann des Vereins Boa Woyonko - Verein zur Förderung der Bildungschancen benachteiligter Kinder durch Freiwilligenarbeit

November 2011 – Dezember 2011 Consultant bei der Gesellschaft für Österreichisch-Arabische Beziehungen (GÖAB)

November 2008 – März 2009 Wissenschaftliches Praktikum am Institut für Bildungswissenschaft

Februar 2002 – Jänner 2003 Zivildienst bei der St. Anna Altenhilfe, Pflege- und Altersheim Alberschwende

Publikation

Überwachung und Mündigkeit. Die Bedeutung zunehmender staatlicher Überwachung für das vermeintlich selbstbestimmte Subjekt. VDM Verlag, Saarbrücken 2011