

Einführung in das Schwerpunktthema

# Die soziale Verantwortung der Unternehmen

Von Jan Endrikat und Katrin Vitols

**T**he business of business is business. Diesem von Milton Friedman geprägten Satz wird, so suggeriert es sowohl die öffentliche als auch die akademische Diskussion, in jüngster Zeit immer weniger zugestimmt. In den letzten Jahren lassen sich in steigendem Maße eine stärkere Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung sowie Forderungen nach einer solchen konstatieren. Dementsprechend ist ein massiver Bedeutungszuwachs von Konzepten gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme zu verzeichnen.

Eines der dominierenden Managementkonzepte wird dabei unter dem Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) gefasst. Die Europäische Kommission definiert CSR als „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmertätigkeit und in die Wechselbeziehung mit ihren Stakeholdern zu integrieren“ (Europäische Kommission 2001).

Der Schwerpunkt dieser Ausgabe von *Ökologisches Wirtschaften* befasst sich mit verschiedenen Aspekten der sozialen Verantwortung von Unternehmen. Diese bezieht sich dabei nicht nur auf die klassische soziale Dimension von CSR, die beispielsweise auf die Einhaltung von Menschenrechten, arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen oder ethischen Standards abzielt, sondern meint vor allem die Einbeziehung bedeutender Stakeholder in CSR-Prozesse. Nach Definition der Europäischen Kommission handelt ein Unternehmen sozial verantwortlich, wenn es anstrebt, „ein für alle Beteiligten akzeptables Gleichgewicht zwischen den Erfordernissen und Bedürfnissen der verschiedenen Stakeholder herzustellen“ (Europäische Kommission 2002).

## Verantwortung als Beteiligung von Akteuren

Während sich historische Wurzeln von CSR schon in anthropischen Verhaltensweisen von Unternehmern im 18.

Jahrhundert auf dem Gebiet des heutigen Deutschlands finden lassen, wird der Beginn der akademischen CSR-Diskussion vor allem an einer Veröffentlichung des US-Wirtschaftswissenschaftlers **Howard Bowen** aus dem Jahr 1953 festgemacht (Bowen 1953). Dass das CSR-Konzept auch eher dem anglo-amerikanischen Raum entstammt, hat seine Ursachen vor allem in der liberalen Ausgestaltung des dortigen Wirtschaftssystems und dem damit zusammenhängendem Verständnis von Staat und Gesellschaft. Stärker als in kontinentaleuropäischen Ländern werden in den USA Unternehmen als inhärenter Teil der Gesellschaft begriffen und aufgrund dessen auch die aktive Mitwirkung an der Gestaltung der Gesellschaft eingefordert und wahrgenommen (IFOK / PLEON 2008).

Der ständige Bedeutungszuwachs, den CSR-Konzepte in den letzten Jahren in Europa erfahren haben, lässt sich vor allem auf mehrere, von der Globalisierung getriebene Veränderungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zurückführen. Zu diesen Veränderungen gehört etwa der Machtzuwachs transnationaler Unternehmen bei zunehmender Durchsetzungsschwäche einzelstaatlicher Politik. Trotz dieser Entwicklungslinien ist Europa und vor allem Deutschland im Vergleich zu den USA weiterhin durch eine relativ hohe Regulierungsdichte im Sozialbereich geprägt.

Die Übertragung des CSR-Konzeptes auf das europäische Wirtschaftssystem bedingt insofern spezifische Charakteristika, als dass eine Reihe von Aktivitäten, die im originären Sinne als CSR-Engagement gelten würden, in Europa durch gesetzliche Vorgaben reguliert sind. Der Artikel von **Daniel Kinderman** führt diesen Gedanken weiter, indem er im Rahmen der Varieties of Capitalism-Theorie Coordinated Market Economies von Liberal Market Economies unterscheidet. Er argumentiert, dass CSR ein integraler Bestandteil von marktliberalen Wirtschaftssystemen ist. Mittels empirischer Analyse weist er nach, dass sich in liberalen und weniger regulierten Staaten CSR-Konzepte zeitiger und umfangreicher etablierten.

Im eingebetteten deutschen Kapitalismusmodell ist unumstritten, dass unternehmerische Nachhaltigkeit zwangsläufig auch mit den Bereichen klassischer Mitbestimmung und Sozialpartnerschaft zwischen Unternehmen und Arbeitnehmervertretung in Berührung kommt. Gewerkschaften und Betriebsräte positionieren sich zunehmend im Themenfeld CSR, wie der Beitrag von **Rainald Thannisch** verdeutlicht. Aus Sicht der Arbeitnehmervertreter darf CSR dabei die Mitbestimmung nicht gefährden, sondern soll vielmehr der thematischen und institutionellen Weiterentwicklung dieser dienen.

## „Die soziale Verantwortung von Unternehmen wird durch die Zusammenarbeit mit den Stakeholdern geprägt.“

Neben den Gewerkschaften bilden Nichtregierungsorganisationen (NGOs) eine weitere wichtige Akteursgruppe im CSR-Bereich und werden zuweilen als wichtigster Treiber für CSR-Aktivitäten von Unternehmen bezeichnet (Arenas et al. 2009). Die Akteurskonstellationen und Interaktionsmuster zwischen transnationalen Unternehmen, Arbeitnehmervertretungen und NGOs untersucht aktuell ein Forschungsprojekt des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung in Kooperation mit der Hochschule Bremen. Den derzeitigen Projektstand zeigt der Artikel von **Zimpelmann, Vitols, Wassermann** und **Endrikat** auf.

Mit dem Bekenntnis zur sozialen Verantwortung und der freiwilligen Übernahme von Verpflichtungen verfolgen Unternehmen, eigenen Aussagen zufolge, das Ziel, Sozialstandards anzuheben und Grundrechte konsequenter zu respektieren. Von diesen, altruistischen Beweggründen abgesehen, erscheint der mannigfaltige Druck seitens der Stakeholder als Hauptursache für sozial verantwortliches Unternehmenshandeln. Allerdings gehen die Meinungen über Stellenwert, Nutzen und Reichweite von CSR auseinander, denn unter dem Begriff CSR werden nach wie vor auch solche Praktiken gefasst, die Nachhaltigkeitsaspekte nicht konsequent umsetzen und damit lediglich den Charakter von Öffentlichkeitsarbeit haben (Seitanidi 2008).

Wie tatsächlich erfolgversprechende unternehmerische Nachhaltigkeit aussähe und welcher Rahmenbedingungen diese bedarf, stellt **Sigurt Vitols** in seinem Artikel dar. Er propagiert das Konzept der Sustainable Company als Antwort auf die aktuelle dreifache Krise, nämlich die Finanzkrise, die ökologische und die soziale Krise.

Das Spannungsverhältnis zwischen CSR als freiwilligem Ansatz und verbindlicheren Instrumenten wie den internationalen Arbeits- und Sozialstandards behandelt ein Artikel von **Beate Zimpelmann**. Mit dem Fokus auf möglichen Steuerungs- und Regulierungsprozessen wird die gängige CSR-Praxis kritisch diskutiert.

**Kornelia Freier** schreibt schließlich über die Notwendigkeit der Vermittlung von Nachhaltigkeitsaspekten als festen Bestandteil in der beruflichen Bildung anhand von Beispielen in Berufszweigen klassischer Kleinselbständigkeit. Sie geht dabei auch

auf Diskrepanzen zwischen dem Angebot und der zunehmenden Nachfrage nach nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen ein.

Die Beiträge in dieser Ausgabe geben einen Überblick über wichtige Ansatzpunkte der aktuellen CSR-Diskussion. Die soziale Verantwortung der Unternehmen scheint demnach die Zusammenarbeit mit bedeutenden Stakeholdern zu verlangen und wird von ihr geprägt. Solche kooperativen Ansätze könnten die Möglichkeit bieten, durch die gemeinsame Auseinandersetzung mit dem Thema eine entscheidende Voraussetzung für die Durchsetzung der sozialen Nachhaltigkeit zu erhalten. Gleichzeitig muss aber auch festgestellt werden, dass diese richtungweisende Ausgestaltung von CSR-Prozessen noch in den Anfängen steckt.

### Literatur

- Arenas, D. / Lozano, J.M. / Albareda, L.: The Role of NGOs in CSR: Mutual Perceptions among Stakeholders. In: Journal of Business Ethics, 1/2009, S. 175-197.
- Bowen, H.R.: Social Responsibilities of the Businessmen. New York 1953.
- Europäische Kommission: Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen: Grünbuch. Europäische Kommission, Generaldirektion Beschäftigung und Soziales. Brüssel 2001.
- Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission betreffend die soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung. – KOM (2002) 347 endgültig. Brüssel 2002.
- IFOK GmbH / PLEON: Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR) zwischen Markt und Politik. Berlin 2008.
- Seitanidi, M.M. / Crane, A.: Implementing CSR Through Partnerships: Understanding the Selection, Design and Institutionalization of Nonprofit-Business Partnerships. In: Journal of Business Ethics, Supplement 2/2009, S. 413-429.

### ■ AUTOREN + KONTAKT

**Dr. Katrin Vitols** ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsfeld Ökologische Unternehmenspolitik am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung.

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW),  
Forschungsfeld Ökologische Unternehmenspolitik,  
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin. Tel.: +49 30 884594-38,  
E-Mail: katrin.vitols@ioew.de

**Jan Endrikat**, Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung (IÖW),  
Forschungsfeld Ökologische Unternehmenspolitik,  
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin. Tel.: +49 30 884594-21,  
E-Mail: jan.endrikat@mailbox.tu-dresden.de



(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.