

GOTLIND ULSHÖFER

Corporate Social Responsibility (CSR) als soziale Verantwortung in der Wirtschaft – Chancen und Grenzen einer Konzeption angesichts der Wirtschaftskrise

Zusammenfassung

Der Artikel erläutert drei unterschiedliche Interpretationen von „Corporate Social Responsibility“ und macht so die Chancen und Grenzen dieser Konzeption deutlich. Die gegenwärtige Rede von „Corporate Social Responsibility“ wird als nicht ausreichend klassifiziert, weil die damit verbundene Vorstellung von gesellschaftlicher Verantwortung zu kurz greift. Es bedarf einer normativen Konkretisierung des Begriffes von „gesellschaftlicher“ bzw. „sozialer Verantwortung“, damit er von Relevanz in der aktuellen Wirtschaftskrise werden kann.

1 EINLEITUNG: CSR ODER UNTERNEHMEN IN GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG

Die ökonomische Krise, die ihren Ausgangspunkt im finanzwirtschaftlichen Bereich hatte, ist inzwischen in der Realwirtschaft angekommen. Der Indikator für wirtschaftliche Aktivitäten, das Bruttoinlandsprodukt, sank in der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2009 um 5 % im Vergleich zum Vorjahr.¹ Dies bedeutet für Unternehmen einen Rückgang der Produktion und damit auch des Gewinns. Einsparungen werden notwendig, die unter anderem entweder zu Kurzarbeit oder zur Entlassung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern führen. Angesichts dieses Szenariums stellen sich die Fragen, welche gesellschaftliche Verantwortung² Unternehmen haben und welches Modell von gesellschaftlicher Verantwortung

¹ Vgl. *Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie*, Jahreswirtschaftsbericht 2010. Mit neuer Kraft die Zukunft gestalten, Berlin 2010, online unter <<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/jahreswirtschaftsbericht-2010,property=pdf,reich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>, abgerufen 12.2.2010, 7.

² Zur Diktion: Im Folgenden wird die Übersetzung von *Corporate Social Responsibility* synonym sowohl mit „sozialer Verantwortung“ als auch mit „gesellschaftlicher Verantwortung“ wiedergegeben. Dies liegt an der von mir im Folgenden vertretenen Bedeutungszuschreibung von „sozial“ als „gesellschaftlich“. Dass im Verständnis von „social“ genau die ethische Problematik liegen kann, darauf machen *Bernhard Ungericht/Dirk Raith/Thomas Korenjak*, *Corporate Social Responsibility oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung? Kritische Reflexionen, empirische Befunde und politische Empfehlungen*, Wien 2008, 15, aufmerksam, die scharf zwischen „sozial“ und „gesellschaftlich“ unterschieden haben wollen.

bei der Entwicklung einer nachhaltigen und gerechten Gesellschaft weiter helfen könnte.

Seit den 1990er Jahren wird das Thema der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen vor allem mit Hilfe des angelsächsischen Begriffs der *Corporate Social Responsibility (CSR)* diskutiert. Ein „gestiegene[s; G. U.] Interesse am Thema CSR, das durch die Flut von Studien und Veröffentlichungen zum Ausdruck kommt“³, ist nicht allein im deutschsprachigen Kontext⁴ zu verzeichnen und bezieht sich auch nicht nur auf den wissenschaftlichen Diskurs. Es existiert kaum ein transnationales Unternehmen, das nicht auf seiner Webseite oder anhand von CSR- oder Nachhaltigkeitsberichten über seine „gesellschaftliche Verantwortung“ bzw. seine Nachhaltigkeitsaktivitäten Rechenschaft gibt und dabei beispielsweise seine Anstrengungen hinsichtlich der Förderung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder Verbesserungen im ökologischen Bereich beschreibt. Wird in der Zwischenzeit auch von *corporate responsibility (CR)* geredet, um so deutlich zu machen, dass es nicht nur um soziale Belange unternehmerischen Handelns geht, ist jedoch den verschiedenen Konzeptionen von CSR und CR gemeinsam, dass damit eine Verantwortungszuschreibung für unternehmerisches Handeln ausgedrückt wird, die über die rein ökonomischen Geschäftsaufgaben hinausgeht. Das Unternehmen als gesellschaftlicher Akteur scheint in den Blick zu treten und zum Träger sozialer Verantwortung zu werden. Aber wie sieht konkret „gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ aus? Welche politischen Entscheidungen und welche ethischen Überlegungen stehen damit in Verbindung?

Die These des Artikels ist, dass die gegenwärtige Rede von *Corporate Social Responsibility* ungenügend ist, weil die damit verbundene Vorstellung von gesellschaftlicher Verantwortung zu kurz greift. Es bedarf einer normativen Konkretisierung des Begriffes von „gesellschaftlicher“ bzw. „sozialer Verantwortung“, damit das Thema „gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ in der aktuellen Wirtschaftskrise relevant werden kann. „Gesellschaftliche Verantwortung“ und deren Träger gilt es dann im öffentlichen Diskurs als politisches Geschehen zu bestimmen und nicht allein als Aufgabe von Unternehmen.

³ Janina Curbach, Die Corporate-Social-Responsibility-Bewegung, Wiesbaden 2009, 9.

⁴ Die CSR-Diskussion ist global, da sie sich eben auch auf transnationale Konzerne bezieht. Vgl. zum Beispiel den Stand der Diskussion in den einzelnen europäischen Ländern in: André Habisch/Jan Jonker/Martina Wegner/René Schmidtper (Hg.), *Corporate Social Responsibility across Europe*, Berlin und Heidelberg 2005.

Die Übernahme von Verantwortung durch Unternehmer – im Sinne von sozialpolitischer Verantwortung – entwickelte sich im Kontext der Sozialen Frage im 19. Jahrhundert und der nötigen Hilfe für Arme und Bedürftige.⁵ Dabei handelte es sich um freiwillige Aktivitäten von Unternehmerpersönlichkeiten wie zum Beispiel Alfred Krupp, die oft ambivalent waren. Krupp, beispielsweise, ließ einerseits für seine Arbeiter und Arbeiterinnen Wohnungen bauen, stellte Krankenversorgung bereit und ließ Rentenansprüche aufbauen. Andererseits jedoch legte er den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern strenge Vorschriften auf, die deren Freiheitsrechte massiv einschränkten, wie zum Beispiel das Verbot von Partei- und Gewerkschaftsmitgliedschaft.⁶ Ein weiterer Typus von gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmern waren die *social entrepreneurs*, also Unternehmer, die sich bewusst an gesellschaftlich Marginalisierte wandten und Betriebe gründeten, um so zu deren gesellschaftlicher Integration beizutragen.⁷ Waren dies vor allen Dingen einzelne Unternehmer, so kam es mit der Sozialgesetzgebung unter Bismarck zu einer gesetzlich geregelten Absicherung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, an der auch die Arbeitgeber beteiligt wurden.

Die aktuelle CSR-Diskussion stellt wiederum die Freiwilligkeit der sozialen und ökologischen Aktivitäten der Unternehmen in den Mittelpunkt, die außerdem über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen sollen, wie dies an der CSR-Konzeption der Europäischen Union (EU) deutlich wird. Im Juni 2001 hat die Europäische Kommission ein sogenanntes Grünbuch mit dem Titel: *Promoting a European Framework for Corporate Social*

⁵ Zur christlichen Motivation, sich mit der Sozialen Frage zu beschäftigen, vgl. exemplarisch: *Franz-Josef Stegmann/Peter Langhorst*, Geschichte der sozialen Ideen im deutschen Katholizismus, in: *Helga Grebing/Walter Euchner/Franz-Josef Stegmann/Peter Langhorst/Traugott Jähnichen/Norbert Friedrich* (Hg.), Geschichte der sozialen Ideen in Deutschland. Sozialismus – Katholische Soziallehre – Protestantische Sozialethik. Ein Handbuch, 2. Aufl. Wiesbaden 2005, 599–866 und *Traugott Jähnichen/Norbert Friedrich*, Geschichte der sozialen Ideen im deutschen Protestantismus, in: *Helga Grebing/Walter Euchner/Franz-Josef Stegmann/Peter Langhorst/Traugott Jähnichen/Norbert Friedrich* (Hg.), Geschichte der sozialen Ideen in Deutschland. Sozialismus – Katholische Soziallehre – Protestantische Sozialethik. Ein Handbuch, 2. Aufl. Wiesbaden 2005, 867–1094.

⁶ Vgl. *Paul Johann*, Alfred Krupp und die Arbeiterbewegung, Düsseldorf 1987.

⁷ Ein Beispiel ist der Theologe Gustav Werner, der, motiviert von christlicher Nächstenliebe, versuchte eine Papierfabrik aufzubauen, vgl. *Hartmut Zweigle*, „Herrschen mög' in unserem Kreise Liebe und Gerechtigkeit!“ Gustav Werner – Leben und Werk, Stuttgart 2009.

*Responsibility*⁸ veröffentlicht, mit dem eine Auseinandersetzung über die Bedeutung von sozialer Verantwortung von Unternehmen angestoßen werden sollte. Durch *Multi-Stakeholder*-Treffen, bei denen Interessenvertreterinnen und -vertreter von Unternehmen, von Nicht-Regierungsorganisationen (NGO) und aus der Politik zusammenkamen, gelang in den folgenden Jahren ein Austausch über CSR-Aktivitäten und eine Verständigung über eine Definition von sozialer Verantwortung, die zur Basis-Definition von CSR geworden ist. Seitdem wird innerhalb der EU unter CSR „ein Konzept [verstanden; G. U.], das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Beziehungen mit ihren Partnern zu integrieren.“⁹ In den Folgejahren wurde das Konzept weiter diskutiert und so findet sich beispielsweise in der Kommunikation der Kommission an das EU-Parlament folgende Erklärung zur CSR-Definition: „It is about enterprises deciding to go beyond minimum legal requirements and obligations stemming from collective agreements in order to address societal needs.“¹⁰ Das heißt, dass es bei CSR um Aktivitäten geht, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen und diese nicht ersetzen sollen.

In der CSR-Diskussion in der EU ist Folgendes wichtig: Erstens handelt es sich um ein freiwilliges Konzept. Kein Unternehmen soll dazu gezwungen werden, sich zusätzlich zu seinen ökonomischen Tätigkeiten für Soziales und die Umwelt engagieren zu müssen. Zweitens geht es sowohl um interne als auch um externe Belange von Unternehmen, d. h. es geht direkt um die interne Unternehmenstätigkeit, also beispielsweise darum, wie eine Ware produziert wird, und gleichzeitig auch um die externen Beziehungen zu den Zulieferern, Kunden etc. Drittens handelt es sich um soziale und um ökologische Angelegenheiten, so dass CSR auch mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht werden kann. Viertens stehen im Zentrum von CSR vor allem die produzierenden Unternehmen als Akteure. Andere wirtschaftliche Akteure, wie zum Beispiel im Bereich des Finanzmarkts Hedgefonds oder Rating-Agenturen, werden

⁸ Vgl. *Kommission der Europäischen Gemeinschaften*, Grünbuch. Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung von Unternehmen, Brüssel 2001, online unter <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf>, abgerufen 22.2.2005.

⁹ Online unter <http://ec.europa.eu/enterprise/csr/campaign/index_de.htm>, abgerufen 31.05.2010.

¹⁰ *Kommission der Europäischen Gemeinschaften*, Implementing the Partnership for Growth and Jobs: Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility, online unter <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>>, abgerufen 11.12.2008.

höchst selten in Zusammenhang mit CSR und damit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gebracht.¹¹

Die Europäische Kommission versteht CSR auch als Teil ihrer „Social Agenda“.¹² Dabei ist für den Zeitraum zwischen 2001 und 2006 eine verstärkte Orientierung an den Belangen von Unternehmen auszumachen. Im Papier der Europäischen Kommission von 2006, das davon handelt, wie die Wachstums-Strategie von Lissabon implementiert werden soll, wird diese Unternehmerorientierung deutlich:

„More than ever Europe needs active entrepreneurs, positive attitudes towards entrepreneurship, and confidence and trust in business. Europe needs a public climate in which entrepreneurs are appreciated not just for making a good profit but also for making a fair contribution to addressing certain societal challenges.“¹³

Gesellschaftlich ist CSR als Reaktion auf eine Legitimationskrise der Manager und der großen Unternehmen zu interpretieren:

„Im Ranking des ‚Vertrauens‘ in die Integrität verschiedener Personengruppen oder Institutionen [...] rangieren ‚große Wirtschaftsunternehmen‘ auf dem letzten Platz; demgegenüber wird den mittelständischen Unternehmen großes Vertrauen entgegengebracht. [...] Nicht nur in breiten Bevölkerungskreisen, auch bei der politischen Elite wächst quer durch alle politischen Strömungen die Ansicht, dass in der Wirtschaft zunehmend unverantwortliche Geschäftspraktiken um sich greifen.“¹⁴

Der mit CSR-Aktivitäten erhoffte Reputationsgewinn kann sich dann natürlich auch ökonomisch rechnen und als *business case* gesehen werden. Die Entwicklung in der EU entspricht einer Verschiebung von Verantwortlichkeiten und damit einer Entwicklung neuer *Governance*-Strukturen: Neben den Staat treten weitere Akteure, welche die Strukturen, Gestaltung und Politik der Gesellschaft als Institutionen mitbestimmen wollen.¹⁵ Die Aufgaben für Unternehmen scheinen sich auszuweiten, so dass auch die Verantwortung für soziale und ökologische Belange wichtig

¹¹ Zu diesem Ansatz vgl. *Gotlind Ulshöfer/Gesine Bonnet*, Finanzmärkte und gesellschaftliche Verantwortung – eine Einführung, in: *Dies./Gesine Bonnet* (Hg.), *Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt. Nachhaltiges Investment, politische Strategien, ethische Grundlagen*, Wiesbaden 2009, 9–24.

¹² *Commission of the European Communities*, *Implementing the partnership for growth and jobs. Making Europe a pole of excellence on corporate social responsibility*, online unter <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>>, erstellt 22.3.2006/abgerufen 11.2.2010.

¹³ *Commission of the European Communities*, *Implementing the partnership*, 2.

¹⁴ *Ulrich Thielemann/Peter Ulrich*, *Standards guter Unternehmensführung. Zwölf internationale Initiativen und ihr normativer Orientierungsgehalt*, Bern 2009, 13 und 15 f.

¹⁵ Zur Diskussion um *Governance*-Strukturen und CSR vgl. *Lothar Rieth*, *Global Governance und Corporate Social Responsibility. Welchen Einfluss haben der UN Global Compact, die Global Reporting Initiative und die OECD Leitsätze auf das CSR-Engagement deutscher Unternehmen?*, Opladen/Farmington Hills 2009, insbesondere 299–327.

wird. Für eine ethische Bewertung dieser Entwicklung ist wesentlich, was mit *social responsibility* eigentlich bezeichnet wird. Dies steht im Zusammenhang mit den grundsätzlichen Fragen: Wie kann es geschehen, dass Unternehmen für soziale Belange, die über ihre originäre Geschäftstätigkeit hinausgehen, zuständig sein sollen? Ist mit CSR der Rückzug des Staates aus seiner Verantwortung der Gesellschaft gegenüber verbunden, was die EU-Strategie der Identifizierung von CSR mit Sozialpolitik nahelegt? Geht es also im Grunde genommen um eine Orientierung am Marktgeschehen und an der Eigenverantwortung hinsichtlich aller Bereiche gesellschaftlichen Lebens?

3 BEDEUTUNGSZUSCHREIBUNGEN VON *SOCIAL RESPONSIBILITY*

Die Übersetzung des Begriffes „*Corporate Social Responsibility*“ in soziale oder gesellschaftliche Verantwortung (von Unternehmen) steht in enger Relation mit dem Verständnis dessen, was „sozial“ eigentlich meint. Wird mit „sozial“ vor allen Dingen im Sinne der Sozialen Frage des 19. Jahrhunderts die Unterstützung von gesellschaftlich Marginalisierten und Bedürftigen bezeichnet, so greift der Begriff für die Bedeutung im Rahmen der Wirtschaftskrise zu kurz. CSR würde auf Philanthropie und *Charity* reduziert werden, also auf Aktivitäten, bei denen durch einzelne Aktionen oder Events von Unternehmen Geld oder Sachleistungen an Bedürftige gestiftet werden. Dieses Verständnis unternehmerischer Verantwortung ist zwar auf den ersten Blick moralisch machbar, andererseits ist jedoch genau zu prüfen, in welchem gesellschaftspolitischen Rahmen dieses Verständnis sich vollzieht und ob dadurch „sozial“ neu¹⁶ definiert werden soll als Hilfe für Bedürftige, die nur eine Aufgabe von Privatpersonen und nicht mehr vom Staat zu tätigen ist. Ausreichend ist das Verständnis von CSR als *Charity* im Hinblick auf die Verantwortung, die angesichts der Wirtschaftskrise notwendig geworden ist, nicht – wie sich ausgehend von der unten stehenden Analyse der Wirtschaftskrise zeigen wird.

Eine nähere Betrachtung der Verwendung des Begriffs von „sozialer Verantwortung“ ist dringend notwendig. Dies hat auch mit der Struktur des Verantwortungsbegriffs zu tun, denn er „ist und bleibt ein sekundäres

¹⁶ Im Sinne der Analyse von Lessenich, der in den vergangenen zwanzig Jahren eine Umdeutung von „sozial“ hin zu mehr Eigenverantwortung und dem Marktparadigma als führendem Gesellschaftsmodell sieht, vgl. *Stephan Lessenich*, Die Neuerfindung des Sozialen. Der Sozialstaat im flexiblen Kapitalismus, Bielefeld 2008.

Handlungsprinzip, dessen erfolgreiche Umsetzung von empirischen Voraussetzungen und institutionellen Rahmenbedingungen abhängt, die nicht seiner eigenen Einflußnahme unterliegen¹⁷. Dabei sind die beiden genannten Bedingungen – die Voraussetzungen und Rahmenbedingungen – für eine normative Verwendung des Begriffs der „sozialen Verantwortung“ nicht ausreichend, denn es bedarf primärer Handlungsprinzipien, die sich zum Beispiel von einem christlichen Standpunkt aus gesehen an Gerechtigkeit und Nächstenliebe orientieren. Es ist also nicht von vornherein klar, was mit CSR gemeint ist und in welchem Sinne dann die Konzeption auch fruchtbar für die gegenwärtige Krisensituation gemacht werden kann, da der Begriff „Verantwortung“ selbst normativ relativ bedeutungs offen ist.

3.1 „Soziale Verantwortung“ als „ökonomische Verantwortung“

Soziale Verantwortung wird gerade in ökonomischen Kontexten gerne auf ihre wirtschaftliche Dimension reduziert. In diesem Sinne wird die moralische Bedeutung des Verantwortungsbegriffs ausgeblendet, was mit einem bestimmten Verständnis von wirtschaftlichem Geschehen einhergeht. Einer derjenigen Texte, die sich auf diese Interpretation von Verantwortung beschränken, ist der viel zitierte¹⁸ Essay *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*¹⁹ des US-amerikanischen Ökonomen Milton Friedman, der 1970 in der New York Times erschienen war. Mit dieser Schrift reagierte Friedman auf die sich in den siebziger Jahren auch in den USA intensivierenden Debatten um die *responsibility* und die *responsiveness* von Unternehmen, d. h. die Forderung nach gesellschaftlichem Engagement der Unternehmen zur Verbesserung der ökologischen und sozialen Situation.²⁰

Für Friedman kann Verantwortung nur Individuen zugeschrieben werden, bzw. maximal der Korporation als künstlicher Person, aber auf kei-

¹⁷ Ludger Heidbrink, Kritik der Verantwortung. Zu den Grenzen verantwortlichen Handelns in komplexen Kontexten, Weilerswist 2003, 312.

¹⁸ Vgl. z. B. eine rhetorische Analyse des Artikels von Friedman bei James Arnt Aune, How to Read Milton Friedman. Corporate Social Responsibility and Today's Capitalism, in: Steve May/George Cheney/Juliet Roper (Hg.), The Debate over Corporate Social Responsibility, Oxford 2007, 207–218.

¹⁹ Milton Friedman, The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, in: Walther Ch. Zimmerli/Klaus Richter/Markus Holzinger (Hg.), Corporate Ethics and Corporate Governance, Berlin 2007, 173–179.

²⁰ Vgl. George Cheney/Juliet Roper/Steve May, Overview, in: Steve May/George Cheney/Juliet Roper (Hg.), The Debate over Corporate Social Responsibility, Oxford 2007, 3–15, 5.

nen Fall „der Wirtschaft“ oder „dem Unternehmen“ an sich.²¹ Friedman fokussiert seine Argumentation ganz auf die Person des Managers, der in direkter Verantwortung gegenüber den Inhabern einer Unternehmung stehe und dessen Aufgabe es sei „to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom“²².

Es geht Friedman als liberalem Ökonomen, der sich für den freien Markt ausspricht und den Einfluss des Staates möglichst gering halten will²³, um die Vorstellung, dass die grundlegende Aufgabe von Unternehmen die Gewinnmaximierung ist. Darin sieht er auch die soziale Verantwortung von Unternehmen beschrieben:

„there is only one and only one social responsibility of business – to use its resources and engage in activities designed to increase its profits as long as it stays within the rules of the game, which is to say, engage in open and free competition without deception of fraud.“²⁴

Im Hintergrund steht die Annahme, dass die Aktienbesitzer bzw. Anteilseigner die Eigentümer der Firma sind, denen der Profit gehöre. Außerdem hat Friedman die Vorstellung, dass die Beziehungen zu den Kunden, Angestellten etc. vertraglich geregelt sind, so dass deren Ansprüche entsprechend abgegolten werden und nichts mehr mit sozialer Verantwortung zu tun haben.²⁵ In Anlehnung an Friedman könnte sich also im Sinne der EU-Definition begründen lassen, dass Unternehmen beispielsweise ökologische Aktivitäten nur dann verfolgen, wenn diese den Profit erhöhen: Die Reduzierung von CSR auf den *business case* und Teil des Geschäftserfolges ist hier angelegt. Dem entspräche dann der von der EU geforderte Freiwilligkeitscharakter der CSR-Maßnahmen.

3.2 Soziale Verantwortung als Stakeholder-Orientierung und Teil des strategischen Managements

Social Responsibility ist auch Kennzeichen des *Stakeholder*-Ansatzes. In der Berücksichtigung der Anspruchsgruppen des Unternehmens und ihrer Interessen, also den *Stakeholdern*, wird das soziale Umfeld des Un-

²¹ Vgl. *Friedman*, Social Responsibility, 173.

²² *Friedman*, Social Responsibility, 173.

²³ Siehe beispielsweise: *Milton Friedman*, Kapitalismus und Freiheit, München/Zürich 2004.

²⁴ *Friedman*, Social Responsibility, 178.

²⁵ Vgl. *Tom L. Beauchamp/Norman E. Bowie* (Hg.), Ethical Theory and Business, 7. Aufl., Upper Saddle River 2004, 46.

ternehmens in Betracht gezogen, worin sich dann so etwas wie „soziale Verantwortung“ ausdrückt. Wie dies geschieht soll im Folgenden am Ansatz des Unternehmensethikers Edward R. Freeman²⁶ dargestellt werden, denn sein *Stakeholder*-Ansatz geht wenigstens teilweise über eine rein betriebswirtschaftliche Perspektive hinaus. Bei der zentralen Frage, für wessen Nutzen und auf wessen Kosten eine Firma gemanagt werden soll, geht es für ihn dazuhin auch um die „stories about how we could live“²⁷, also um einen Ansatz, der die Umgebung und die beteiligten Gruppen, die für das Unternehmen relevant sind, in den Blick nimmt. Freeman versteht seinen Ansatz als integrativ, denn er geht nicht von einer Trennung zwischen unternehmerischem und gesellschaftlich-moralischem Bereich aus: „The whole point of the stakeholder approach is to deny the Separation Thesis. [...] There is always a context to business theory, and that context is moral in nature.“²⁸ Aber was sind nun *Stakeholder*, und wie sind sie im Verantwortungskontext verankert?

Unter *Stakeholdern* versteht Freeman all diejenigen Gruppen, „who have a stake in or claim on the firm. Specifically I include suppliers, customers, employees, stockholders, and the local community, as well as management in its role as agents for these groups.“²⁹ Ein wichtiger Aspekt bei der Bestimmung dieser *Stakeholder*-Gruppen ist, dass deren moralische Rechte bezüglich des Unternehmens gleich sind, d.h., dass es keine Bevorzugung der Investoren gibt.³⁰ Freeman argumentiert vertragstheoretisch und bezieht sich auf John Rawls. Er geht davon aus, dass wenn die *Stakeholder* den Schleier des Nichtwissens hätten, sie zu sechs Regeln kämen,³¹ die die Beteiligung der *Stakeholder* an Entschei-

²⁶ Sein Werk von 1984, *R. Edward Freeman, Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston 1984, wird von vielen Business ethics-Vertreterinnen und -Vertretern als eines der ersten Standardwerke der Stakeholder-Theory gesehen, obwohl er selbst darin seinen Ansatz in eine längere Tradition stellt und sich z. B. auf den US-amerikanischen Organisationstheoretiker Russell L. Ackoff bezieht.

²⁷ *R. Edward Freeman, A Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, in: *Tom L. Beauchamp/Norman E. Bowie* (Hg.), *Ethical Theory and Business*, 7. Aufl., Upper Saddle River 2004, 55–64, 61.

²⁸ *R. Edward Freeman, The Politics of Stakeholder Theory. Some further directions*, in: *Business Ethics Quarterly* 4, 4 (1994), 409–421, 412.

²⁹ *Freeman, Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, 56.

³⁰ *Freeman, Politics of Stakeholder Theory*, 415.

³¹ *Freeman, Politics of Stakeholder Theory*, 416, z. B.:

1. The Principle of entry and exit: der Aus- und der Eintritt in den Vertrag sollte frei und klar geregelt sein.
2. The Principle of Governance: wenn die Regeln des Spiels geändert werden sollen, dann muss dies im einstimmigen Konsens geschehen.
3. The Principle of Externalities: wenn ein Vertrag zwischen A und B bei C Kosten verursacht, so hat C die Option, eine Vertragspartei zu werden und mitzuverhandeln.

dungsprozessen und dem Unternehmen klar angeben. Exemplarisch sei hier das *Principle of Governance* genannt, das vorgibt, dass Regeländerungen nur im Konsens mit allen Beteiligten vorgenommen werden dürfen, und das *Principle of Limited Immortality*, das davon ausgeht, dass Unternehmen über einen längeren Zeitraum existieren sollen, was auch bedeutet, dass dieses Ziel durch das Management entsprechend verfolgt werden sollte.

Es geht Freeman um die Vorstellung, dass das Management die Pflicht hat, sich im Sinne dieser Regeln zu verhalten. Gleichzeitig böten diese Regeln für die *Stakeholder* eine Orientierung, wie eine Unternehmensverfassung aussehen könnte. Freeman geht dann noch einen Schritt weiter, indem er darauf hinweist, dass sich gleichzeitig die Gesetzeslage hinsichtlich der Unternehmen ändern sollte, nämlich anhand solcher Prinzipien³², die den *Stakeholdern* mehr Rechte und Pflichten einräumen.

Die moralisch begründeten Mitsprache- und Informationsrechte der *Stakeholder*, die Freeman aus seinem an Rawls orientierten Ansatz ableitet, helfen bei der Bestimmung, auf wen sich die „gesellschaftliche Verantwortung“ von Unternehmen beziehen könnte. Mit Freeman lassen sich also für das Thema „gesellschaftliche Verantwortung“ das Recht auf Information über Produkte und Unternehmensaufstellung sowie Mitspracherechte herleiten. Gleichzeitig macht aber gerade die Frage nach den *Stakeholdern* – und wer ein Recht auf Mitsprache und Information hat – auch die Grenzen dieses Ansatzes deutlich. Es geht Freeman nicht um die Information der ganzen Öffentlichkeit und um einen gesellschaftspolitischen Ansatz, sondern er versteht seinen Ansatz als „strategisches Management“, „enabling the firm to survive in turbulent times by becoming

4. The Principle of Contracting Costs: alle Vertragsparteien teilen sich die Kosten, die durch den Vertrag entstehen.

5. The Agency Principle: jeder Agent muss den Interessen der Stakeholder dienen.

6. The Principle of Limited Immortality: Das Unternehmen sollte so gemanagt werden als ob es den Interessen der Stakeholder über einen längeren Zeitraum hinaus gehend dient.

³² Freeman, *Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, 64. Diese drei Prinzipien sind: Erstens das Stakeholder Enabling Principle, dass Unternehmen im Interesse ihrer Stakeholder gemanagt werden sollten, nämlich der Beschäftigten, der Investoren, der Kunden und der Angestellten und der umliegenden Gemeinschaften. Zweitens gelte es sich zu orientieren am Principle of Director Responsibility, dass die Führungsebene des Unternehmens die Pflicht hat, das Unternehmen zu leiten in Übereinstimmung mit den Stakeholder Enabling Principles. Und drittens das Principle of Stakeholder Recourse: Stakeholder sollten Anklage bzw. Verfahren gegen die Unternehmensführung erheben können, die sich nicht an die oben genannten Pflichten halten.

more responsive to the many constituencies that could play a role in the firm's success³³.

3.3 *Social Responsibility als gesellschaftspolitische Verantwortung des Unternehmens als Bürger*

Die Vorstellung von *Social Responsibility* als gesellschaftspolitischer Verantwortung vertreten vor allen Dingen diejenigen CSR-Ansätze, die Unternehmen als Bürger, d. h. als *Corporate Citizen*, verstehen.³⁴ Andreas G. Scherer, Guido Palazzo und Dorothee Baumann³⁵ begründen die soziale Verantwortung von Unternehmen zum Beispiel mit ihrem Verständnis vom Unternehmen als *citoyen*, als Bürger, das deshalb seinen über die ursprünglichen Geschäftsaufgaben hinausgehenden Beitrag zur interaktiven Gestaltung von Gesellschaft zu leisten habe.

Grundlegend ist auch bei diesen Autoren die Annahme, dass die analytische Trennung zwischen einem ökonomischen Bereich und einem politischen nicht mehr zu halten ist.³⁶ Über den *Stakeholder*-Ansatz von Freeman hinaus nehmen sie jedoch das gesellschaftspolitische Umfeld in den Blick: Zur Realisierung von sozialer Verantwortung bedürfe es eines öffentlichen Diskurses, der die Ziele und sozialen Regeln einer Gesellschaft entwickle.

„The ‚public interest‘ is not like in the liberal model of politics the result of the aggregation of individual interests but the result of the *communication process* through which individuals form or change their preferences over time. [...] The aim of such an interactive process is to come up with a common understanding of which goals shall be pursued and what rules are required. [...] Individual freedom thus requires social rules as *preconditions*. In the *republican view* these rules are defined collectively by

³³ Laura Dunham/R. Edward Freeman/Jeanne Liedtka, Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community, in: Business Ethics Quarterly 16, 1 (2006), 23–42, 25.

³⁴ Zur Beziehung von CSR und der „Corporate Citizenship“ Diskussion zum Beispiel: Thomas Beschorner, Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Theoretische Perspektiven für eine aktive Rolle von Unternehmen, in: Holger Backhaus-Maul/Christiane Biedermann/Stefan Nährlich/Judith Polterauer (Hg.), Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven, Wiesbaden 2008, 68–86, 68, der Corporate Citizenship (CC) wie folgt erklärt: „CC knüpft also explizit an eine bürgerliche Tradition der liberalen Bürgerpflichten und der republikanischen Bürgerrechte an. CSR, so will ich es hier verstehen, ist dabei ein wichtiger [...] Modus, weil der Begriff der Verantwortung [...] ein dialogisches Moment betont.“

³⁵ Vgl. Andreas G. Scherer/Guido Palazzo/Dorothee Baumann, Global Public Rules and Citizenship Rights. A New Responsibility of Private Business Firms, in: Walther Ch. Zimmerli/Klaus Richter/Markus Holzinger (Hg.), Corporate Ethics and Corporate Governance, Berlin 2007, 309–326.

³⁶ Vgl. Scherer et al., Global Public Rules, 321.

the citizens and business firms as much as NGOs and other actors of civil society taking part in this process.³⁷

Ganz im Sinne von Peter Ulrichs „Wirtschaftsbürgerverständnis“³⁸ soll das Argument des Sachzwanges wirtschaftlichen Geschehens hinterfragt werden. „Denn die Geschäftstätigkeit vollzieht sich niemals im sozialen Vakuum. Sie berührt daher stets Ansprüche und Interessen anderer. Und mit diesen tangierten Ansprüchen ist prinzipiell so umzugehen, dass es als fair und verantwortungsvoll bezeichnet werden kann.“³⁹

4 PROBLEMATIK UND GRENZEN DES BEGRIFFS „GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG“ ANGESICHTS DER WIRTSCHAFTSKRISE

Die drei Varianten der Bedeutung von *Social Responsibility* weisen gleichzeitig auf die Problematik und die Grenzen des Begriffs von *Corporate Social Responsibility* hin. Ich möchte diese in fünf Punkten aufzuführen, bevor ich im abschließenden Kapitel die Potenziale von CSR benenne.

Erstens liegt dem Begriff eine gewisse Vieldeutigkeit zugrunde, so dass es kein einheitliches Verständnis gibt. Die Bedeutung, die „gesellschaftlicher Verantwortung“ von Unternehmen zugeschrieben wird, hängt eng mit dem jeweils zugrunde liegenden Verständnis von Wirtschaft zusammen. *Zweitens* geschieht zumindest in einer der Bedeutungsvarianten die Reduktion von sozialer Verantwortung auf ökonomische Verantwortung. Das Problem an einem Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung als ökonomischer Verantwortung ist, dass sich soziales Geschehen und soziale Gebilde wie zum Beispiel Gesellschaften und die damit verbundenen Handlungen und Steuerungsmöglichkeiten nicht genau abbilden lassen. Wird Wirtschaft als freier Markt rekonstruiert, auf dem Individuen ihren Nutzen verfolgen sollen, wie das bei Milton Friedman der Fall ist, kann es im Grunde genommen keine *social responsibility* im Sinne von gesellschaftspolitischer Verantwortung geben, denn Unternehmen werden als vertragliche Konstrukte verstanden, die allein zur Gewinnerzielung von Individuen organisiert werden. Soziale Verantwortung wird in diesem Interpretationskontext als ökonomische Verantwortung gesehen, die auf Gewinnmaximierung für die Eigentümer zielt. Betrachtet man die aktuelle Wirtschaftskrise, so scheint dieses Modell, bei dem die Verant-

³⁷ Scherer et al., Global Public Rules, 315 f.

³⁸ Peter Ulrich, Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Bern 1997.

³⁹ Thielemann/Ulrich, Standards guter Unternehmensführung, 40.

wortung allein in der Gewinnorientierung des Unternehmens und der damit verbundenen Gewinnorientierung des Einzelnen liegt, wenigstens teilweise seinen Beitrag zur Krise geleistet zu haben.⁴⁰ Zurückbezogen auf das Thema Verantwortung wird hier vor allen Dingen die individuelle Verantwortung des eigenen Wohlergehens in den Vordergrund gerückt. Auf einer unternehmenspolitischen Ebene führten Veränderungen der Strukturen des Finanzmarkts⁴¹ zu einer Ausrichtung der Unternehmenspolitik der Aktiengesellschaften allein am Shareholder-Value und damit an der Profitmaximierung des Unternehmens.

Woher kommt diese Vorstellung? Milton Friedmans Ansatz steht für einen typischen neoklassischen Ansatz der Ökonomik, der einen methodologischen Individualismus⁴² zugrundelegt. Liegt die Vorstellung daher in dem methodologischen Individualismus der Wirtschaftswissenschaften und insbesondere der Finanzwissenschaft begründet? Der Soziologe Donald MacKenzie weist in seiner Untersuchung zur Beziehung zwischen Finanzwissenschaft und den Finanzmärkten darauf hin, dass es zur Feststellung einer klaren Kausalität einen Forschungsbedarf gibt: „Just how important financial economics was in ‚the cultural frames of actors‘ [...] involved in the ‚financialization‘ of American corporations – in the sense of the growing priority of the maximization of market value – largely remains to be investigated.“⁴³

Drittens kann von einer Verantwortungsdiffusion bezüglich der Zuschreibung von Verantwortlichkeiten gesprochen werden: Führt man sich beispielsweise das *Stakeholder*-Modell vor Augen, ist auf einer ersten Ebene die Idee, dass Anspruchs- und Interessengruppen des Unternehmens bei Entscheidungsprozessen des Unternehmens in Betracht gezogen bzw. beteiligt werden, unter den Prämissen von Fairness und Beteiligung ein wichtiger Ansatz. Auf einer zweiten Ebene ist jedoch selbst das an Anspruchs- und Interessengruppen orientierte Modell der *Stakeholder*, wie es Freeman entwickelt hat, aufgrund der Verflechtungen von

⁴⁰ Vgl. beispielsweise die Erzählungen und Berichte von ehemaligen Investmentbankern, deren Erzählduktus die Gier, die innerhalb des Systems zu herrschen schien, in den Mittelpunkt stellt, exemplarisch: *Anne T.*, Die Gier war grenzenlos. Eine deutsche Börsenhändlerin packt aus, Berlin 2009.

⁴¹ Zum Finanzmarkt-Kapitalismus: *Paul Windolf* (Hg.), Finanzmarkt-Kapitalismus. Analysen zum Wandel von Produktionsregimen, Wiesbaden 2005.

⁴² Vgl. *Gotlind Ulshöfer*, Biotechnischer Fortschritt als Herausforderung für den *Homo oeconomicus*. Wirtschaftsethische Überlegungen, in: *Nicole C. Karafyllis* (Hg.), Biofakte. Versuch über den Menschen zwischen Artefakt und Lebewesen, Paderborn 2003, 131–154.

⁴³ *Donald MacKenzie*, An Engine, not a Camera. How Financial Models shape markets, Cambridge/London 2008, 261.

Finanzmarktgeschehen nicht mehr ausreichend zur Bestimmung von gesellschaftlicher Verantwortung als Modell für einen Ausweg aus der Wirtschaftskrise. Die Problematik von Freemans Ansatz liegt in der Frage nach der Verankerung von *Stakeholder*-Mitsprache sowie in der relativen Überschaubarkeit des Modells. Bei ihm scheint klar zu sein, wer zu den *Stakeholdern* gerechnet werden kann. Diese Übersichtlichkeit ist jedoch bei vielen Finanzmarktgeschehnissen nicht immer gegeben. MacKenzies Untersuchung macht deutlich, dass beispielsweise bei der Entwicklung neuer Produkte für den Finanzmarkt viele Akteure gemeinsam handeln und verantwortlich sind. Prozesse der Kooperation, aber auch ein zufällig sich entwickelndes Zusammenspiel zwischen Finanzwissenschaftlern, Praktikern und Politikern liegen entsprechenden Innovationen und ihrer Einführung auf dem Finanzmarkt zugrunde.⁴⁴ Unter verantwortungstheoretischen Gesichtspunkten wird die Zuordnung problematisch. Dies wird auch deutlich, wenn man sich die Entwicklung der Wirtschaftskrise vor Augen führt und versucht, Verantwortlichkeiten auf den Zusammenhang zwischen politischen und wirtschaftlichen Entscheidungen zurückzuführen. Selbst wenn politische Entscheidungen an Gesetzesentwicklungen festgemacht werden können, ist empirisch jedoch nur schwer belegbar, welche gesetzliche Regelung welche Auswirkungen hatte.

Die Krise der *Subprime*-Kredite auf dem US-amerikanischen Immobilienmarkt, die als Anfangspunkt der Finanzkrise genannt werden kann,⁴⁵ hatte beispielsweise nicht nur wirtschaftliche Gründe, sondern war politisch mit verursacht.⁴⁶ Mit Hilfe der *Subprime*-Kredite sollte es auch Menschen mit niedrigem Einkommen in den USA möglich sein, zu Haus- bzw. Wohnungsbesitz zu gelangen. Dies war eine politische Vorgabe, d. h., damit dieses Ziel verwirklicht werden konnte, brauchte es die entsprechende Gesetzgebung bezüglich einer Kreditvergabe mit relativ wenigen Sicherheiten. Was sich wiederum problematisch gerade für Menschen mit niedrigem Einkommen auswirken konnte, weil bei fallenden Immobilienpreisen die Deckung und Rückzahlung der Kredite nicht mehr gegeben war. Das Gesetz bot auch keinen ausreichenden Schutz gegenüber

⁴⁴ Vgl. MacKenzie, *An Engine, not a Camera*, v. a. 69–89.

⁴⁵ Vgl. zum Beispiel die Analyse: *Bundesverband Deutscher Banken*, Finanzmarktkrise: Ursachen und Hintergründe 28.2.2009, online unter <<http://www.bankenverband.de/themen/politik-gesellschaft/inter-esse/archiv/infodienst-inter-esse/infodienst-inter-esse/infodienst-inter-esse/02-2009/finanzmarktkrise-ursachen-und-hintergrunde>>, abgerufen 11.2.2010.

⁴⁶ Für eine detaillierte Analyse der verschiedenen Gründe der Krise, z. B. *Michael Aßländer*, *Lehren aus der Krise – Verantwortung und die Ordnung der Märkte*, in: *Gotlind Ullshöfer/Beate Feuchte* (Hg.), *Finanzmarktakteure und Unternehmensverantwortung. Ordnungspolitik – Transparenz – Anlagestrategien*, Wiesbaden 2010 (im Erscheinen).

Kreditvergabepraktiken, die nicht im Interesse derjenigen mit geringen Einkommen waren:

„Insbesondere die Praxis der Kreditinstitute, mit niedrigen festen Zinssätzen zu Beginn der Rückzahlungsphase zu locken, um im Anschluss daran eine variable Zinsanpassung durchzuführen, erwies sich bei steigenden Zinssätzen als fatal und führte für viele Hypothekenschuldner in den finanziellen Ruin.“⁴⁷

Nach dem 11. September 2001 betrieb die US-Notenbank dazuhin eine Niedrigzinspolitik, so dass Geld billig zu haben war und eine große Menge davon auf dem Markt war. Diese Liquiditätsschwemme ermöglichte es den Banken, günstige Kreditangebote aufzulegen, für deren Absicherung wiederum neue Produktformen entwickelt wurden, die die Risiken dieser Kredite für das einzelne Institut mindern sollten. Der Zusammenhang zwischen dem Immobilienmarkt, den damit verbundenen Finanzierungen und der Ausweitung der Finanzkrise lag in den Verbriefungen, die wiederum ermöglicht worden waren, weil aufgrund von Gesetzesänderungen neue Finanzmarktprodukte erlaubt worden waren.

Viertens ist eine weitere Problematik des CSR-Begriffs, die eng mit der Verantwortungsdiffusion verknüpft ist, der Aspekt der Sozialisierung der Verantwortung. Arbeitsorganisatorisch ergibt sich, dass die Aufteilung von Arbeitsvorgängen zu einer Desintegration des Bedeutungszusammenhangs der Arbeit führt, was wiederum Unklarheiten in den Verantwortungsbezügen zur Folge hat. Dieser von Zygmunt Bauman als „Mediatisierung“⁴⁸ bezeichnete Vorgang erschwert es, Verantwortlichkeiten in Bezug auf Arbeitsvorgänge unternehmensintern herzustellen. Von Sozialisierung der Verantwortung kann aber auch bei Zuschreibungen von Verantwortlichkeit gesprochen werden, bei denen Verursacher und diejenigen, die die Kosten des Schadens übernehmen, auseinanderfallen, wie dies beispielsweise durch den Eingriff des Staates zur Rettung von Banken geschehen ist. Die Bereitstellung von Kapital rettete verschiedene Finanzinstitutionen. Dabei ergab sich jedoch, dass die dazu notwendigen Gelder teilweise über Kredite finanziert wurden, die wiederum Teil des Staatshaushaltes sind, der wiederum durch Steuern der Bürgerinnen und Bürger finanziert wird.

Fünftens zeigt sich in der Wirtschaftskrise auch die Problematik, die im moralischen Selbstverständnis der Akteure und Akteurinnen liegt, das eben nicht einem Verständnis von „sozialer Verantwortung“ im Sinne von „gesellschaftlicher Verantwortung“ und Orientierung an einem Gemein-

⁴⁷ Assländer, Lehren aus der Krise, (im Erscheinen).

⁴⁸ Zygmunt Bauman, Dialektik der Ordnung. Die Moderne und der Holocaust, Hamburg 1992, 209–210.

wohl zu entsprechen scheint. Wenn durch gesetzliche Regelungen Verantwortlichkeiten zuschreibbar und rechtlich einklagbar gemacht wurden, dann begannen die Investmentbanker neue Produkte zu entwickeln:

„Stießen die Geschäftsbanken bei der Expansion ihrer Geschäfte an eine Regulierungsgrenze, z. B. aufgrund der Kapitaldeckungsvorschriften, dann erfanden die Investmentbanker einfach ein neues, etwas anderes Produkt, das in den Regulierungsvorschriften noch nicht enthalten war. Durch die Erfindung solcher neuer Produkte, aber auch durch die Kreation neuer, regulatorisch noch nicht erfasster Gesellschaftsformen für spezialisierte Tochterunternehmen konnten die Geschäftsbanken die Volumina ihrer Transaktionen sowie den Umfang ihrer Aktiva und Passiva an den Vorschriften vorbei weiter ausdehnen.“⁴⁹

Nicht alle Aktivitäten können hier auf die Handlungen allein von Einzelnen zurückgeführt werden bzw. es ergeben sich aus gemeinsamem Handeln neue Handlungsformen und Ideen. Die Problematik liegt dann in der Motivation zur gesellschaftlichen Verantwortung – unabhängig, ob hier von einer Handlung Einzelner oder kollektivem Handeln ausgegangen wird.

5 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ALS AUSGANGSPUNKT GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG IN DER WIRTSCHAFT

Was trägt CSR als Modell gesellschaftlicher Verantwortung angesichts der Wirtschaftskrise aus? Trotz der aufgezeigten Problembereiche und Grenzen kann meines Erachtens *Corporate Social Responsibility* als Ausgangspunkt für weitere Überlegungen hinsichtlich gesellschaftlicher Verantwortung in der Wirtschaft dienen. Damit der Begriff jedoch für ein nachhaltiges und gerechtes Gesellschaftsverständnis sinnvoll verwendet werden kann, gilt es *Social Responsibility* genauer ethisch zu bestimmen, denn als rein ökonomisches Modell im Sinne von Milton Friedman bzw. im Sinne einer relativ oberflächlichen EU-Definition.

Die Chance der Diskussionen um CSR liegt grundsätzlich darin, durch den Begriff der „gesellschaftlichen“ bzw. „sozialen Verantwortung“ das Thema von außerökonomischen Aspekten unternehmerischen Handelns in einem wirtschaftlichen Bereich zur Sprache zu bringen und deren verantwortlichen Umgang einfordern zu können. Betrachtet man Unternehmen als gesellschaftliche Akteure, deren Handeln in einem organisatio-

⁴⁹ *Bernhard Emunds*, Die Krise der globalen Finanzwirtschaft – eine Analyse und sozial-ethische Einschätzung, in: *Ethik und Gesellschaft 2* (2009), 1–19, online unter <http://www.ethik-und-gesellschaft.de/mm/EuG-2-2009_Emunds.pdf>, abgerufen 11.2.2010, 13f.

nenen Feld⁵⁰ stattfindet, das also „in Gesellschaft hineinwirkt“ und mit ihr in reziprokem Austausch steht, werden soziale und ökologische Dimensionen unternehmerischen Handelns nicht mehr als „systemextern“ zu betrachten sein, sondern als Teil unternehmerischer Tätigkeit. Milton Friedman weist in seinem Ansatz vor allen Dingen auf die Bedeutung der Gewinnorientierung unternehmerischen Handelns hin. Obwohl von Friedman genau diese Bedeutung von Gewinnorientierung unternehmerischen Handelns zu lernen ist, muss im Gegensatz zu Friedman gesagt werden, dass der CSR-Begriff dazu genutzt werden kann, darauf hinzuweisen, dass es bei der Frage nach unternehmerischer Tätigkeit nicht nur um die Verantwortlichkeiten von Einzelnen geht, sondern soziale bzw. gesellschaftliche Verantwortung auf Handlungen einer Organisation wie ein Unternehmen bezogen wird. Gerade angesichts der Steuerungsproblematik einer globalen Weltgesellschaft ist dieser Aspekt von Bedeutung. Ein Ausweg aus einer gewissen Diffusion von Verantwortung ist, Organisationen wie Unternehmen und auch Akteure des Finanzmarkts zum Beispiel Rating-Agenturen etc. als moralische Akteure zu betrachten⁵¹ und ihnen für ihre Handlungen eben auch moralische Verantwortlichkeit zuzuschreiben.

Die Bestimmung von *Social Responsibility* im Sinne einer gesellschaftlichen Verantwortung scheint noch nicht zu genügen, um ethische Kriterien dessen zu entwickeln, wie eine gute Gesellschaft aussehen kann. Ohne die Bestimmung der primären Handlungsprinzipien lässt sich gerade der Begriff der „sozialen Verantwortung“ auf vielfältige Weise gebrauchen. Wie gezeigt, kann dann soziale Verantwortung als ökonomische Verantwortung gedeutet werden, die mit einer gesellschaftspolitischen Orientierung nichts mehr zu tun hat.

Wie kann eine sinnvolle Interpretation von CSR aussehen? CSR in ihrer gesellschaftspolitischen Dimension wahrzunehmen, bedeutet dann im Sinne der vorgestellten dritten Deutung von *Social Responsibility*, gesamtgesellschaftlich einen Diskurs über die Dimensionen und Prämissen einer guten Gesellschaft zu führen. Aus christlicher Perspektive sind dabei die Orientierung an Gerechtigkeitsprinzipien und eine Orientierung am Ge-

⁵⁰ Vgl. *Stefanie Hiß*, Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch, Frankfurt a. M. 2006, 126.

⁵¹ Dies kann zum Beispiel über die Vorstellung von Unternehmen als moralische Personen geschehen. Vgl. dazu *Patricia Werhane*, *Persons, Rights and Corporations*, Englewood Cliffs 1985; *Annette Kleinfeld*, *Persona Oeconomica. Personalität als Ansatz der Unternehmensethik*, Heidelberg 1998; zu den Problemereichen bei der Konstruktion von kollektiver Verantwortung vgl. *Weyma Lübke*, *Verantwortung in komplexen kulturellen Prozessen*, Freiburg/München 1998.

meinwohl notwendig.⁵² Dabei gilt es, CSR für die verschiedenen Ebenen wirtschaftlichen Handelns stark zu machen, sowohl auf individueller als auch auf unternehmerischer und gesellschaftlicher Ebene.⁵³ Ein auf seinen gesellschaftlichen Kontext bezogenes Verständnis von CSR bedeutet dann auch, dass nach einer entsprechenden wirtschaftspolitischen Rahmenordnung gefragt werden muss, die CSR-Anreize schafft bzw. gesetzliche Vorgaben macht, um so die Motivation zu gesellschaftlicher Verantwortung zu steigern. Außerdem sollte CSR dann nicht allein als Aufgabe von Unternehmen betrachtet werden, sondern auch weitere wirtschaftliche Akteure wie Finanzmarktakteure betreffen.⁵⁴

Wie könnte ein normativer Begriff von *Social Responsibility* angesichts der Wirtschaftskrise konkret weiterhelfen? Unternehmen geben Berichte über ihre CSR-Aktivitäten heraus, die wiederum von Finanzmarktanalysten bei Ethischem Investment und damit zusammenhängenden Nachhaltigkeitsfonds benutzt werden.⁵⁵ Trotzdem hielt das Interesse auch an den CSR-Aktivitäten von Unternehmen die Finanzmarktakteure nicht davon ab, mit immer neuen Produkten ihr Geschäft voranzutreiben, die selbst nicht nachhaltig waren. Dies steht natürlich auch im Zusammenhang mit einer gewissen Diskrepanz zwischen „virtuellen Werten und Produkten“ des Finanzmarkts und „realen“ Gütern der „Realwirtschaft“, da sich die beiden Bereiche auseinander entwickelt haben. Die Geldströme, die die Finanzwirtschaft bilden, sind für die „Realwirtschaft“, also die Produktion von Waren und die Erstellung von direkten Dienstleistungen, die

⁵² Zur Begründung vgl. *Eilert Herms*, Globalisierung aus der Sicht christlicher Sozialethik, in: *Ders.*, Die Wirtschaft des Menschen. Beiträge zur Wirtschaftsethik, Tübingen 2004, 253–283, der sich für eine „Festschreibung der sozialen Verpflichtung des Betriebs von Wissenschaft, Technik und Wirtschaft in der Rechtsordnung“ ausspricht mit dem Ziel „einer freiheitlichen, gerechten und friedlichen Ordnung des Zusammenlebens [...], die die ursprüngliche Würde, Bildungsbedürftigkeit und Rechte jedes Menschen wahrt“ (273).

⁵³ Wie dies geschehen kann vgl. zum Beispiel bei Lothar Rieth die verschiedenen Ansätze des UN Global Compact, Global Reporting Initiative, die CSR fördern sollen (Vgl. *Rieth*, Global Governance und Corporate Social Responsibility) oder auch die schon erwähnten Thielemann und Ulrich, die zwölf Initiativen-Standards guter Unternehmensführung darstellen (Vgl. *Thielemann/Ulrich*, Standards guter Unternehmensführung).

⁵⁴ Vgl. dazu auch *Gotlind Ulshöfer*, Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmärkten: Ebenen der Verantwortung, in: *Dies./Gesine Bonnet* (Hg.), Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt. Nachhaltiges Investment, politische Strategien, ethische Grundlagen, Wiesbaden 2009, 27–44.

⁵⁵ Zur Frage der Ausweitung der Bedeutung des Ethischen Investments bzw. von Nachhaltigkeitskriterien beim Ethischen Investment vgl. *Silke Riedel*, Die Integration von Nachhaltigkeitsratings in konventionelle Ratings: Wie gelingt das Mainstreaming?, in: *Gotlind Ulshöfer/Gesine Bonnet* (Hg.), Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt. Nachhaltiges Investment, politische Strategien, ethische Grundlagen, Wiesbaden 2009, 133–147.

sich an und mit Waren vollziehen, zum Funktionieren zwar notwendig. Andererseits waren die Finanzmarktprodukte teilweise eben nicht mehr bezogen auf realwirtschaftliche Vorgänge. Hätte hier eine Orientierung an „sozialer Verantwortung“ geholfen? Oder ist hier vielmehr die Vorstellung in den Vordergrund zu rücken, dass der Finanzmarkt gegenüber der Realwirtschaft eine „dienende Funktion“⁵⁶ hat – eine Vorstellung, die der Vorstandssprecher der GLS-Bank Thomas Jorberg beispielsweise stark macht? Wie eine „dienende Funktion“ der Finanzmärkte aussehen kann, beschreibt Bernhard Emunds anhand von vier Aspekten.⁵⁷ Erstens ermöglicht die Finanzwirtschaft der Realwirtschaft über Kredite die Finanzierung von Transaktionen und Projekten. Zweitens ermöglicht sie die Abwicklung des Zahlungsverkehrs sowie die Versorgung mit Geld. Drittens hat die Finanzwirtschaft die Funktion eines Intermediärs, weil sie zwischen Personen und Institutionen, die eine Finanzierung benötigen, und denjenigen, die eine Geldanlage tätigen wollen, vermittelt. Viertens ermöglicht sie ein Risikomanagement, wie sich bei Versicherungen bzw. Derivaten zeigt. Real- und finanzwirtschaftliche Akteure interagieren und beeinflussen sich gegenseitig. Obwohl der Aspekt der „Dienlichkeit“ der Finanzwirtschaft gegenüber der Realwirtschaft wichtig bei einer Neuorientierung der Finanzmarktordnung ist,⁵⁸ ergibt sich die Frage, ob damit die ethische Beurteilung von finanzwirtschaftlichem Geschehen genau erfasst werden kann. Die Soziologin Karin Knorr Cetina unterscheidet in ihrer Analyse von Märkten zwischen *network markets*, die in soziale Netzwerke und Beziehungen „eingebettet“ sind, und *flow markets* wie zum Beispiel globale Währungsmärkte. Letztere haben für sie das Kennzeichen, dass es zwar auch Netzwerkstrukturen gibt, diese jedoch nicht die Märkte durch die damit verbundenen Beziehungen strukturieren. Sie sieht in den *flow*-Märkten eine Diskontinuität zwischen der physischen Welt und der dort gebildeten *timeworld*. Bei den von ihr untersuchten *Global Foreign Exchange Markets* werden die Aktivitäten in einer einzigen, gemeinsamen Zeitzone vermerkt, in der *Greenwich Mean Time*, unabhängig von der jeweils lokalen Zeit in den großen Finanzzentren wie Frankfurt, New York, Singapur oder London. Diese Art der Märkte konstituieren sich also nicht mehr aufgrund der räumlichen Nähe, sondern der zeitlichen Gemeinsamkeiten: „What holds participants to-

⁵⁶ Vgl. Thomas Jorberg, Ordnungspolitischer Vorrang für die Finanzierung der Realwirtschaft, in: WISO direkt. Analysen und Konzepte zur Wirtschafts- und Sozialpolitik 23 (2008), 1–4, online unter <<http://library.fes.de/pdf-files/wiso/05879.pdf>>, abgerufen 11.2.2010.

⁵⁷ Vgl. Emunds, Die Krise der globalen Finanzwirtschaft, 18 f.

⁵⁸ Ebd., 18.

gether across space is a ‚community of time‘ rather than a community of space, as in traditional societies.“⁵⁹ Für die Rekonstruktion von Finanzmarktakteuren als moralischen Akteuren bedeutet dies, dass ihre Konstituierung nicht nur von räumlichen Gegebenheiten bestimmt ist. Obwohl „Dienlichkeit“ als ethisches Bewertungskriterium angesichts der Verhältnisse wichtig zu sein scheint, ist es nicht weitreichend genug.

Für eine ethische Beurteilung der aktuellen Entwicklungen einer neuen Finanzmarktstruktur ist daher meines Erachtens der Begriff der „gesellschaftlichen Verantwortung“ sinnvoll. Durch ihn kann nach den Folgen der Handlungen auf den flow- und auf den network-Märkten und nach deren Auswirkungen auf die Beteiligten und Betroffenen gefragt werden. Im Sinne einer prospektiven Verantwortung stellt sich die Frage nach der Nachvollziehbarkeit und Kontrollierbarkeit der Finanzmarkt- und Wirtschaftsaktivitäten. Außerdem lässt sich mit dem Aspekt der „gesellschaftlichen Verantwortung“ auch für Finanzmarktakteure die Frage stellen, wann diese Aktivitäten zu unterlassen sind, weil sie der Realwirtschaft schaden.

Die Frage nach der *Social Responsibility* im genannten Sinne bezüglich von Unternehmen und anderen wirtschaftlichen Akteuren hat also auch eine hermeneutische Funktion, die der Aufdeckung und Zuschreibung von Verantwortlichkeiten dient. Wird die primäre Handlungsprämisse im Sinne einer christlichen Perspektive an Gerechtigkeit, Gemeinwohl und Nächstenliebe orientiert, dann können aus diesen für die konkrete Beurteilung der oben gestellten Fragen fallbezogen Kriterien entwickelt werden.

LITERATURVERZEICHNIS

Anne T., Die Gier war grenzenlos. Eine deutsche Börsenhändlerin packt aus, Berlin: Econ 2009.

Michael Aßländer, Lehren aus der Krise – Verantwortung und die Ordnung der Märkte, in: *Gotlind Ulsböfer/Beate Feuchte* (Hg.), Finanzmarktakteure und Unternehmensverantwortung. Ordnungspolitik – Transparenz – Anlagestrategien, Wiesbaden: VS Verlag 2010 (im Erscheinen).

⁵⁹ *Karin Knorr Cetina*, How are Global Markets Global? The Architecture of a Flow World, in: *Karin Knorr Cetina/Alex Preda* (Hg.), *The Sociology of Financial Markets*, Oxford 2006, 38–61, 56.

- James Arnt Aune*, How to Read Milton Friedman. Corporate Social Responsibility and Today's Capitalism, in: *Steve May/George Cheney/Juliet Roper* (Hg.), *The Debate over Corporate Social Responsibility*, Oxford: Oxford University Press 2007, 207–218.
- Zygmunt Bauman*, *Dialektik der Ordnung. Die Moderne und der Holocaust*, Hamburg: Europäische Verlagsanstalt 1992.
- Tom L. Beauchamp/Norman E. Bowie* (Hg.), *Ethical Theory and Business*, 7. Aufl., Upper Saddle River: Pearson Education 2004.
- Thomas Beschorner*, Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship: Theoretische Perspektiven für eine aktive Rolle von Unternehmen, in: *Holger Backhaus-Maul/Christiane Biedermann/Stefan Nährlich/Judith Polterauer* (Hg.), *Corporate Citizenship in Deutschland. Bilanz und Perspektiven*, Wiesbaden: VS Verlag 2008, 68–86.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie*, Jahreswirtschaftsbericht 2010. Mit neuer Kraft die Zukunft gestalten, Berlin 2010, online unter <<http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/jahreswirtschaftsbericht-2010,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>>, abgerufen 12.2.2010.
- Bundesverband Deutscher Banken*, Finanzmarktkrise: Ursachen und Hintergründe 28.2.2009. Online unter <<http://www.bankenverband.de/themen/politik-gesellschaft/inter-esse/archiv/infodienst-inter-esse/infodienst-inter-esse/infodienst-inter-esse/02-2009/finanzmarktkrise-ursachen-und-hintergrunde>>, abgerufen 11.2.2010.
- George Cheney/Juliet Roper/Steve May*, Overview, in: *Steve May/George Cheney/Juliet Roper* (Hg.), *The Debate over Corporate Social Responsibility*, Oxford: Oxford University Press 2007, 3–15.
- Commission of the European Communities*, Implementing the partnership for growth and jobs. Making Europe a pole of excellence on corporate social responsibility, online unter <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>>, abgerufen 11.2.2010.
- Janina Curbach*, *Die Corporate-Social-Responsibility-Bewegung*, Wiesbaden: VS Verlag 2009.
- Laura Dunham/R. Edward Freeman/Jeanne Liedtka*, Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community, in: *Business Ethics Quarterly* 16, 1 (2006), 23–42.
- Bernhard Emunds*, Die Krise der globalen Finanzwirtschaft – eine Analyse und sozialetische Einschätzung, in: *Ethik und Gesellschaft* 2 (2009), 1–19, online unter <http://www.ethik-und-gesellschaft.de/mm/EuG-2-2009_Emunds.pdf>, abgerufen 11.2.2010.

- R. *Edward Freeman*, *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman 1984.
- R. *Edward Freeman*, *The Politics of Stakeholder Theory. Some further directions*, in: *Business Ethics Quarterly* 4, 4 (1994), 409–421.
- R. *Edward Freeman*, *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation*, in: *Tom L. Beauchamp/Norman E. Bowie* (Hg.), *Ethical Theory and Business*, 7. Aufl., Upper Saddle River: Pearson Education 2004, 55–64.
- Milton Friedman*, *Kapitalismus und Freiheit*, München und Zürich: Piper 2004.
- Milton Friedman*, *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*, in: *Walther Ch. Zimmerli/Klaus Richter/Markus Holzinger* (Hg.), *Corporate Ethics and Corporate Governance*, Berlin et al.: Springer 2007, 173–179.
- André Habisch/Jan Jonker/Martina Wegner/René Schmidtpeter* (Hg.), *Corporate Social Responsibility across Europe*, Berlin und Heidelberg: Springer 2005.
- Ludger Heidbrink*, *Kritik der Verantwortung. Zu den Grenzen verantwortlichen Handelns in komplexen Kontexten*, Weilerswist: Velbrück 2003.
- Eilert Herms*, *Globalisierung aus der Sicht christlicher Sozialethik*, in: *Eilert Herms*, *Die Wirtschaft des Menschen. Beiträge zur Wirtschaftsethik*, Tübingen: Mohr Siebeck 2004, 253–283.
- Stefanie Hiß*, *Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung? Ein soziologischer Erklärungsversuch*, Frankfurt a. M.: Campus 2006.
- Traugott Jähnichen/Norbert Friedrich*, *Geschichte der sozialen Ideen im deutschen Protestantismus*, in: *Helga Grebing/Walter Euchner/Franz-Josef Stegmann/Peter Langhorst/Traugott Jähnichen/Norbert Friedrich* (Hg.), *Geschichte der sozialen Ideen in Deutschland. Sozialismus – Katholische Soziallehre – Protestantische Sozialethik. Ein Handbuch*, 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag 2005, 867–1094.
- Paul Johann*, *Alfred Krupp und die Arbeiterbewegung*, Düsseldorf: Schwann 1987.
- Thomas Jorberg*, *Ordnungspolitischer Vorrang für die Finanzierung der Realwirtschaft*, in: *WISO direkt. Analysen und Konzepte zur Wirtschafts- und Sozialpolitik* 23 (2008), 1–4, online unter <<http://library.fes.de/pdf-files/wiso/05879.pdf>>, abgerufen 11.2.2010.
- Annette Kleinfeld*, *Persona Oeconomica. Personalität als Ansatz der Unternehmensethik*, Heidelberg: Physica-Verlag 1998.

- Karin Knorr Cetina*, How are Global Markets Global? The Architecture of a Flow World, in: *Karin Knorr Cetina/Alex Preda* (Hg.), *The Sociology of Financial Markets*, Oxford: Oxford University Press 2006, 38–61.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften*, Grünbuch. Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung von Unternehmen, online unter <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf>, abgerufen 22.2.2005.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften*, Implementing the Partnership for Growth and Jobs: Making Europe a Pole of Excellence on Corporate Social Responsibility, online unter <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0136:FIN:en:PDF>>, abgerufen 11.12.2008.
- Stephan Lessenich*, Die Neuerfindung des Sozialen. Der Sozialstaat im flexiblen Kapitalismus, Bielefeld: transcript 2008.
- Weyma Lübke*, Verantwortung in komplexen kulturellen Prozessen, Freiburg und München: Alber 1998.
- Donald MacKenzie*, An Engine, not a Camera. How Financial Models shape markets, Cambridge und London: MIT Press 2008.
- Silke Riedel*, Die Integration von Nachhaltigkeitsratings in konventionelle Ratings: Wie gelingt das Mainstreaming?, in: *Gotlind Ulshöfer/Gesine Bonnet* (Hg.), *Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt. Nachhaltiges Investment, politische Strategien, ethische Grundlagen*, Wiesbaden: VS Verlag 2009, 133–147.
- Lothar Rieth*, Global Governance und Corporate Social Responsibility. Welchen Einfluss haben der UN Global Compact, die Global Reporting Initiative und die OECD Leitsätze auf das CSR-Engagement deutscher Unternehmen?, Opladen und Farmington Hills: Budrich UniPress 2009.
- Andreas G. Scherer/Guido Palazzo/Dorothee Baumann*, Global Public Rules and Citizenship Rights. A New Responsibility of Private Business Firms, in: *Walter Ch. Zimmerli/Klaus Richter/Markus Holzinger* (Hg.), *Corporate Ethics and Corporate Governance*, Berlin et al.: Springer 2007, 309–326.
- Franz-Josef Stegmann/Peter Langhorst*, Geschichte der sozialen Ideen im deutschen Katholizismus, in: *Helga Grebing/Walter Euchner/Franz-Josef Stegmann/Peter Langhorst/Traugott Jähnichen/Norbert Friedrich* (Hg.), *Geschichte der sozialen Ideen in Deutschland. Sozialismus – Katholische Soziallehre – Protestantische Sozialethik. Ein Handbuch*, 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag 2005, 599–866.

- Ulrich Thielemann/Peter Ulrich*, Standards guter Unternehmensführung. Zwölf internationale Initiativen und ihr normativer Orientierungsgehalt, Bern et al.: Haupt Verlag 2009.
- Peter Ulrich*, Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Bern et al.: Haupt 1997.
- Gotlind Ulshöfer*, Biotechnischer Fortschritt als Herausforderung für den *Homo oeconomicus*. Wirtschaftsethische Überlegungen, in: *Nicole C. Karafyllis* (Hg.), Biofakte. Versuch über den Menschen zwischen Artefakt und Lebewesen, Paderborn: Mentis 2003, 131–154.
- Gotlind Ulshöfer*, Corporate Social Responsibility auf den Finanzmärkten: Ebenen der Verantwortung, in: *Dies./Gesine Bonnet* (Hg.), Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt. Nachhaltiges Investment, politische Strategien, ethische Grundlagen, Wiesbaden: VS Verlag 2009, 27–44.
- Gotlind Ulshöfer/Gesine Bonnet*, Finanzmärkte und gesellschaftliche Verantwortung – eine Einführung, in: *Dies./Gesine Bonnet* (Hg.), Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt. Nachhaltiges Investment, politische Strategien, ethische Grundlagen, Wiesbaden: VS Verlag 2009, 9–24.
- Bernhard Ungericht/Dirk Raith/Thomas Korenjak*, Corporate Social Responsibility oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung? Kritische Reflexionen, empirische Befunde und politische Empfehlungen, Wien: LIT Verlag 2008.
- Patricia Werhane*, Persons, Rights and Corporations, Englewood Cliffs: Prentice Hall 1985.
- Paul Windolf* (Hg.), Finanzmarkt-Kapitalismus. Analysen zum Wandel von Produktionsregimen, Wiesbaden: VS Verlag 2005.
- Hartmut Zweigle*, „Herrschen mög’ in unserem Kreise Liebe und Gerechtigkeit!“ Gustav Werner – Leben und Werk, Stuttgart: Calwer Verlag 2009.