

Jahrgang 16 / Heft 3 (2015)

zfwu

Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik

Journal for Business, Economics & Ethics

CSR zwischen Greenwashing und ethischer Reflexion

Rainer Hampp Verlag
ISSN 1439-880X (print)
ISSN 1862-0043 (internet)



Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik
Journal for Business, Economics & Ethics

herausgegeben von

Prof. Dr. Thomas Beschorner (St.Gallen, Schweiz)
Prof. Dr. Dr. Alexander Brink (Bayreuth und Witten/Herdecke)
PD Dr. Bettina Hollstein (Erfurt)
Dr. Marc C. Hübscher (Hamburg)
Dr. Olaf J. Schumann (Frankfurt a.M.)

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Michael S. Aßländer (Zittau)
Dr. Dr. Thomas Bausch (Berlin)
Prof. Dr. Georges Enderle (Notre Dame, USA)
Prof. Dr. Eilert Herms (Tübingen)
Prof. Dr. i.R. Hans G. Nutzinger (Kassel)
Prof. Dr. Fabienne Peter (Warwick, UK)
Prof. Dr. Reinhard Pfriem (Oldenburg)
Prof. Dr. Birger P. Priddat (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Andreas Suchanek (Leipzig)
Prof. em. Dr. Peter Ulrich (St.Gallen, Schweiz)
Prof. Dr. Dr. Johannes Wallacher (München)
Prof. Dr. Josef Wieland (Friedrichshafen)

Berliner Forum

Rainer Hampp Verlag
ISSN 1439-880X

Impressum

Zeitschrift für Wirtschafts- und
Unternehmensethik (**zfwu**)
ISSN 1439-880X

Anschrift

c/o Universität St. Gallen
Institut für Wirtschaftsethik
Girtannerstrasse 8
CH-9010 St. Gallen

c/o Universität Bayreuth
Institut für Philosophie
Universitätsstraße 30
D-95447 Bayreuth
Tel.: +49-(0)921-554148

E-Mail: redaktion@zfwu.de
www.zfwu.de

Herausgeber der **zfwu**

Prof. Dr. Thomas Beschorner
(St. Gallen, Schweiz)
Prof. Dr. Dr. Alexander Brink
(Bayreuth und Witten/Herdecke)
PD Dr. Bettina Hollstein (Erfurt)
Dr. Marc C. Hübscher (Hamburg)
Dr. Olaf J. Schumann (Frankfurt a.M.)

Herausgeber dieser Ausgabe

Prof. Dr. Michael S. Abländer (Zittau)
Prof. Dr. Dr. Alexander Brink
(Bayreuth und Witten/Herdecke)

Redaktion

Thomas Hajduk (St. Gallen, Schweiz)
Felix Meyer (Bayreuth)
Dana Sindermann (St. Gallen,
Schweiz)
Martin Schröter (Frankfurt a.M.)

Verlag

Rainer Hampp Verlag
Marktplatz 5
D-86415 Mering
Tel.: +49-(0)8233-4783
Fax: +49-(0)8233-30755
Rainer_Hampp_Verlag@zfwu.de

Bezugsmöglichkeiten

Das Jahresabonnement (3 Ausgaben:
Februar/März, Juni/Juli und
Oktober/November) kostet EUR
60,00 inkl. Mehrwertsteuer und
Versand. Studenten erhalten gegen
jährliche Vorlage der Studien-
bescheinigung 50% Ermäßigung. Der
Bezug aus dem Ausland ist um EUR
10,35 teurer. Das Einzelheft kostet
EUR 24,80 frei Haus.

Copyright

Alle Rechte vorbehalten.

Hinweise für AutorInnen

Manuskripte sind, sofern es sich um
Erstveröffentlichungen handelt, der
Redaktion jederzeit willkommen. Dazu
möchten wir Sie bitten, Ihren Text
vorher in die **zfwu**-Formatvorlage zu
bringen (erhältlich bei der Redaktion
und auf unserer Homepage) und ihn
anschließend per E-Mail zu senden an:
redaktion@zfwu.de

Jeder Beitrag unterliegt einem doppelt
verdeckten Gutachterverfahren.

Publikationssprachen sind Deutsch
und Englisch.

Weitere Informationen und Autoren-
hinweise unter:

www.zfwu.de

Editorial

Corporate Social Responsibility (CSR) zählt heute zu den zentralen Begriffen der wirtschafts- und unternehmensethischen Forschung ebenso wie der Wirtschaftspraxis. Wohl kaum ein anderer Begriff dürfte in den vergangenen dreißig Jahren die Debatte um eine Wirtschafts- und Unternehmensethik in stärkerem Maße beeinflusst haben. Nahezu jedes größere Unternehmen kann mittlerweile auf ein CSR-Programm in der einen oder anderen Form verweisen. Insbesondere seitens der Wirtschaftspraxis wurde im Laufe der Zeit ein umfangreiches CSR-Instrumentarium entwickelt, mit dessen Hilfe Unternehmen sicherstellen sollen, dass ihre Geschäftspolitik allgemein anerkannten Verhaltensstandards genügt und Unternehmen einen Beitrag für die Gemeinschaft leisten.

Allerdings ist es gerade der Umgang mit CSR in der Unternehmenspraxis, der zunehmend Kritik hervorruft. Insbesondere unternehmenskritische Nichtregierungsorganisationen erheben den Vorwurf, dass CSR den Unternehmen vor allem dazu diene, ihr Verhalten schön zu reden und ihre Geschäftspolitik vor kritischen Einwänden zu schützen. Sie argumentieren, dass CSR vielen Unternehmen nur als PR-Maßnahme diene, um das Unternehmen in der Öffentlichkeit in einem günstigen Licht darzustellen und mit dieser oft als „Greenwashing“ oder „Bluewashing“ bezeichneten Strategie von moralisch fragwürdigen Geschäftspraktiken abzulenken. Ehrenwerte Geschäftspraktiken würden nicht als eine grundsätzliche moralische Verpflichtung gesehen, sondern bestenfalls im Sinne einer strategischen CSR zu einem Instrument umgedeutet, das es den Unternehmen erlaubt, Reputation aufzubauen und so ihre wirtschaftlichen Erfolgsaussichten zu verbessern. So diene das angebliche soziale und philanthropische Engagement der Unternehmen vor allem Werbezwecken oder finanziellen Interessen.

Die vorliegende Ausgabe der **zfwu** hat es sich zum Ziel gesetzt, dieser Kritik unter dem Titel „CSR zwischen Greenwashing und ethischer Reflexion“ aus akademischer Sicht nachzugehen. Sie versammelt dabei auch Beiträge der „9. Zittauer Gespräche zur Wirtschafts- und Unternehmensethik“, einer Gemeinschaftstagung des Internationalen Hochschulinstituts der TU Dresden, der Kommission Wirtschaftstheorie und Ethik in der Wirtschaftswissenschaft des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre und des Zentrums für Wirtschaftsethik des Deutschen Netzwerks Wirtschaftsethik, die vom 24.–25. Oktober 2014 in Zittau stattfand.

Den Beginn dieser Ausgabe macht *Peter G. Kirchschläger (Yale/Luzern)*. In seinem Beitrag analysiert er, inwiefern Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen für Corporate Social Responsibility dienen können. Er sieht das CSR-Konzept sowohl Chancen (z.B. Profitabilität von CSR) als auch Herausforderungen (z.B. Begründungsfrage von CSR) gegenübergestellt. Mit Menschenrechten als Referenzrahmen können Unternehmen, so Kirchschläger, mit ihrem dazu korrespondierenden Handeln den Vorwurf des „Greenwashing“ entkräften und CSR von dieser Kritik befreien. Unternehmen kann es so gelingen, ökonomischer Rationalität und ethischer Perspektive gerecht zu werden.

Aus einer empirischen Perspektive nähert sich *Markus Schenkel-Noß (Speyer)* dem Problem der CSR Authentizität. In seinem Beitrag wertet er eine empirische Untersuchung in einem mittelständischen Unternehmen zu folgenden Fragestellungen aus: Wie nehmen Mitarbeiter CSR wahr? Inwiefern muss CSR authentisch sein (oder wirken)? Er sieht ein Forschungsdefizit in der Analyse der Prozesse und Auswirkungen von CSR auf der Mikroebene.

Heiko Hoßfeld (Duisburg-Essen) und *Ute Schmiel (Duisburg-Essen)* setzen sich mit Corporate Social Responsibility in der Marktwirtschaft auseinander. Sie entwerfen ein ethisch und erfahrungswissenschaftlich fundiertes CSR-Konzept. In diesem Rahmen stellen sie die These auf, dass in einer Marktwirtschaft Unternehmen die Handlungsfreiheit anderer Wirtschaftssubjekte wahren sollen. Abschließend analysieren sie die Vereinbarkeit ihres Ansatzes mit der Resource-Dependence-Theorie.

Im nächsten Beitrag widmet sich *Michaela Haase (Berlin)* dem Verhältnis von „Doing Business“ und „Doing CSR“. Sie verwendet einen Analyserahmen zur Förderung bzw. als Ausdruck der Kooperation zwischen Marketingtheorie und Verantwortungsethik. Aus einer speziellen Ressourcen-Prozess-Ergebnis-Perspektive will sie verantwortliches wirtschaftliches Handeln identifizieren und die Entwicklung von an CSR orientiertem Handeln unterstützen. Den Fokus setzt die Autorin in ihrem Beitrag vor allem auf die Schaffung von Wert – warum, für wen, wie und mit wem soll Wert geschaffen werden?

Greenwashing im Bankensektor ist das Untersuchungsobjekt von *Katrin Hummel (Zürich)* und *Diana Festl-Pell (Zürich)*. Die beiden Autorinnen entwickeln ein Theoriegerüst zur Auswertung von Nachhaltigkeitsberichten anhand von Materialitätskriterien. Im Speziellen widmen sie sich zwei systemisch wichtigen Banken. Sie folgern, dass in den untersuchten Banken Greenwashing vor allem in den Bereichen von hoher Materialität vorzukommen scheint. Zusätzlich sehen sie Probleme in offiziellen Rahmenbedingungen, da diese nicht adäquat auf sektorspezifische Materialitäten eingehen.

Thomas Hajduk (St. Gallen) und *Sandra Schwindenhammer (Berlin)* führen Ansätze der kulturalistischen Wirtschafts- und Unternehmensethik und der politikwissenschaftlichen Forschung der Internationalen Beziehungen zusammen. Sie argumentieren dafür, dass unternehmerische Verantwortungsübernahme nur angemessen vor dem Hintergrund des historisch gewachsenen Wandels von Staatlichkeit verstanden werden kann. Unternehmerische Selbstregulierung zeichnen sie mit einer Drei-Phasen-Heuristik nach.

Dem Spannungsfeld zwischen Ökonomik und Moral widmen sich auch *Martin Kolmar (St. Gallen)* und *Thomas Beschorner (St. Gallen)*. Sie setzen sich mit den Problemen traditioneller Wirtschaftswissenschaften hinsichtlich der Konzeptualisierung moralischer Dimensionen in ökonomischen Theoriegebilden auseinander. Angeregt durch eine Diskussion auf der Plattform „Ökonomenstimme“ verteidigen die beiden Autoren ihren Standpunkt und wenden sich gegen reine Anreizethiken. Moralisches Handeln ist für sie ein Handlungstypus sui generis. Aus ihren Ergebnissen folgern sie weitreichende Grundsatzfragen für die Ökonomik.

Wir beenden diese Ausgabe mit der Vorstellung eines Dissertationsprojekts sowie einer Buchrezension nebst Replik zu selbiger. *Theresa Bauer (Berlin)* beschäftigt sich mit verantwortungsvollem Lobbying. Sie stellt hierfür ein mehrdimensionales Modell auf und testet dieses empirisch am Beispiel der EU. Die Ausgabe schließt mit einer Rezension von *Hans G. Nutzinger (Kassel)* und einer Replik darauf von *Hans Albert (Freiburg)*.

Wir wünschen Ihnen eine interessante Lektüre der Beiträge dieser Ausgabe.

Alexander Brink und Michael S. Aßländer

CSR ZWISCHEN GREENWASHING UND ETHISCHER REFLEXION

hrsg. von Michael S. Aßländer und Alexander Brink

Beitrag

CSR zwischen Greenwashing und ethischer Reflexion – Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen für Corporate Social Responsibility (CSR)

Peter G. Kirchschräger

Unternehmen laufen Gefahr, im Zuge ihres ökonomischen Handelns die ethische Perspektive zu vernachlässigen. Der Ansatz der „Corporate Social Responsibility (CSR)“ will hier nachhelfen. CSR besitzt Chancen (u.a. die Profitabilität von CSR), sieht sich jedoch auch einigen Herausforderungen gegenüber (u.a. Frage nach der Begründung von CSR). Menschenrechte können als ethischer Referenzrahmen für CSR helfen, diese Chancen zu nützen und die Herausforderungen zu meistern.

264

Beitrag

CSR-Wahrnehmungen und Auswirkungen bei Mitarbeitern – Eine empirische Untersuchung in einem mittelständischen Unternehmen

Markus Schenkel-Nofz

Inwieweit CSR in der alltäglichen Praxis gelebt und im Unternehmen verankert wird, hängt entscheidend von den Mitarbeitern ab. Dies gilt umso mehr mit Blick auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Es verwundert daher, dass die Prozesse und Auswirkungen von CSR auf der Mikroebene in der CSR-Forschung eher vernachlässigt wurden. Angesichts dessen wurde eine qualitative Studie unter der Mitarbeiterschaft eines mittelständischen Unternehmens durchgeführt. Analog zu anderen Studien zeigt sich, dass CSR generell positive Effekte bedingt. Doch weisen die Befunde auch darauf hin, dass die wahrgenommene oder unterstellte Authentizität von CSR eine wesentliche Bedingung hierfür zu sein scheint.

288

Beitrag

Corporate Social Responsibility in der Marktwirtschaft – ein erfahrungswissenschaftlich begründetes Konzept

Heiko Hofffeld und Ute Schmiel

Der Beitrag skizziert ein erfahrungswissenschaftlich fundiertes Konzept der CSR. Dabei fragen wir zunächst danach, wie Unternehmen handeln sollen und kommen zu dem Ergebnis, dass sie unter den Bedingungen einer Marktwirtschaft die Handlungsfreiheit anderer Wirtschaftssubjekte wahren sollen. In

313

einem nächsten Schritt thematisieren wir, ob – und wie – ein solches Verständnis von CSR unter den Prämissen der Resource-Dependence-Theorie realisierbar ist.

Beitrag

339

Values-based Value Creation and Responsibility – On the Relationship of “Doing Business” and “Doing CSR”

Michaela Haase

Eingebettet in einen Analyserahmen zur Förderung bzw. als Ausdruck der Kooperation zwischen Marketingtheorie und Verantwortungsethik werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen wirtschaftlichem Handeln („doing business“) und CSR-geleitetem bzw. verantwortlichem wirtschaftlichen Handeln („doing CSR“) herausgearbeitet. Aus einer Ressourcen-Prozess-Ergebnis-Perspektive und anhand von Antworten auf vier Fragen soll die Identifikation von verantwortlichem wirtschaftlichen Handeln erleichtert und die Entwicklung von an CSR orientiertem wirtschaftlichen Handeln unterstützt werden: warum und für wen, wie und mit wem kann oder soll Wert geschaffen werden?

Beitrag

369

Much Ado About Nothing? Sustainability Disclosure in the Banking Industry

Katrin Hummel und Diana Festl-Pell

Der vorliegende Beitrag untersucht die Nachhaltigkeitsberichterstattung im Bankensektor im Hinblick auf potentiell Greenwashing. Wir entwickeln einen theoretischen Bezugsrahmen zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Bankensektor entlang von Wesentlichkeitskriterien und wenden diesen Bezugsrahmen auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung von zwei global systemrelevanten Banken an. Die Ergebnisse unserer Fallstudie deuten darauf hin, dass insbesondere in den für Banken wesentlichsten Bereichen der Nachhaltigkeitsberichterstattung wenige Informationen bereitgestellt werden, wohingegen in den für den Bankensektor eher unwesentlichen Bereichen sehr viele Informationen publiziert werden. Dieses Muster deutet auf Greenwashingaktivitäten bei den untersuchten Banken hin, muss jedoch auch vor dem Hintergrund unpräziser, branchenübergreifender Regelungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung eingeordnet werden.

Ideenforum	
Der Staat ist tot, lang lebe der Staat. Interdisziplinäre Anmerkungen zur Reziprozität von unternehmerischer Verantwortungsübernahme und dem Wandel von Staatlichkeit	394
<i>Thomas Hajduk und Sandra Schwindenhammer</i>	
Ideenforum	
Die Ökonomik und ihre Schwierigkeiten mit der Moral	410
<i>Martin Kolmar und Thomas Beschorner</i>	
Dissertation	
Responsible Lobbying – Conceptual Foundations and Empirical Findings in the EU	422
<i>Theresa Bauer</i>	
Rezension	
Die Gerechtigkeit Gottes und die Wirtschaftsethik (nebst Erwiderung von Hans Albert und Replik von Nutzinger)	431
<i>Hans Nutzinger</i>	
Dank an die Gutachter(innen)	440
Call for Papers	441