

Corporate Social Responsibility

Ein Begriff mit Widersprüchen

MICHAEL S. ABLÄNDER*

Rezension zu Subhabrata Bobby Banerjee (2007): Corporate Social Responsibility – The Good, the Bad and the Ugly, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Während sich der Begriff der „Corporate Social Responsibility“ (CSR) auf Seiten der wirtschaftlichen Praxis zunehmender Beliebtheit erfreut und auch innerhalb der betriebswirtschaftlichen Theoriebildung immer stärkere Beachtung findet, formiert sich allmählich Widerstand gegen eine so verstandene unternehmerische Verantwortung. Dies würde nicht weiter verwundern, wenn es sich bei den Kritikern etwa um hart gesottene deutsche Philosophieprofessoren handeln würde, die mit einem gewissen Hang zum Erbsenzählen und fernab der Praxis ihre theoretischen Anmerkungen zum Begriff CSR vorbringen würden. Um so erstaunlicher aber ist es, wenn diese Kritik aus dem englischen Sprachraum vorgetragen wird; unterstellt man den englischsprachigen Kollegen doch gemeinhin einen erheblich stärkeren Praxisbezug und damit wohl auch eine stärkere Nähe zu einem eher an den praktischen Belangen der Unternehmensführung ausgerichteten Verständnis unternehmerischer Verantwortung.

Doch weit gefehlt: Der bei Edward Elgar erschienene Band: „Corporate Social Responsibility – The Good, the Bad and the Ugly“ des an der University of Western Sydney lehrenden australischen Managementprofessors Subhabrata Bobby Banerjee versteht sich, wie schon der etwas reißerische Titel vermuten lässt, als eine Art Generalabrechnung mit dem Modebegriff CSR. Bereits in der Einleitung heißt es: „Corporate social responsibility has become a mini-industry these days both in academia and in business world“ (1). Wenn Unternehmen daher vermeintlich zu Agenten eines positiven sozialen Wandels werden, dann, so Banerjee, sei es notwendig, die Theorien und Praktiken, die sie hierzu befähigen sollen, kritisch zu untersuchen (1). Hierbei ist durchaus Skepsis angebracht: Denn, wenn die dem CSR-Begriff zugrunde liegende Philosophie das „aufgeklärte Selbstinteresse“ sei, dann wird die gesellschaftliche Verantwortungsübernahme der Unternehmen auch hierin ihre Grenzen finden: „I want to problematize the notion that corporate initiatives designed to address social misery are perfectly compatible with the shareholder wealth-maximizing model“ (1).

Banerjee beginnt seine kritische Analyse mit einem historischen Rückblick auf die Debatte um eine Unternehmensverantwortung. Die Geschichte der modernen Unternehmen beginnt mit Banerjee dabei im 19. Jahrhundert mit der Schaffung der rechtlichen Voraussetzungen für eine eigene Rechtspersönlichkeit der Unternehmen, die nun

* Prof. Dr. Michael S. Abländer, Universität Kassel, Lehrstuhl für Wirtschafts- und Unternehmensethik, Nora-Platiel-Str. 2-6, D-34127 Kassel, Tel: +49-(0)561-804-3857, Fax: +49-(0)561-804-2818, E-Mail: asslaender@uni-kassel.de, Forschungsschwerpunkte: Angewandte Ethik, Wirtschaftsethik, Arbeitsbegriff, Theoriegeschichte der Ökonomie.

als „juristische Person“ unabhängig von ihren Eigentümern existieren, Eigentum besitzen können und Rechtsschutz genießen (7ff.). Hauptzweck dieser „neuen Unternehmen“ ist die Erwirtschaftung möglichst maximaler Gewinne für ihre Anteilseigner, gesellschaftliche Belange treten dabei in den Hintergrund. Diese Vorstellung hat, so Banerjee, durchaus auch juristische Konsequenzen. Als Henry Ford 1919 versuchte, Unternehmensgewinne in die Umsetzung seiner Sozialpläne zu investieren; wurde die Ford Motor Company auf Betreiben ihrer Aktionäre von Gerichten wegen dazu verurteilt, ihren Anteilseignern die Gewinne als Dividende auszubezahlen. Ebenso erging es dem Unternehmen Kodak, als es versuchte, Spenden an eine Bürgerrechtsgruppe abzuführen; das Gericht sah hierin keine „finanziell verantwortbare Investition“ und ordnete die Ausschüttung der Gelder an die Aktionäre an (13f.). Zwar entwickelte sich im Gegenzug zu dieser einseitigen Shareholder-Orientierung insbesondere in den USA seit Mitte der 1950er Jahre eine Diskussion um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Doch während zu Beginn der Debatte das philanthropische Engagement der Unternehmen für die Gesellschaft im Vordergrund stand, gilt CSR seit Mitte der 1980er Jahre als strategisches Instrument der Gewinnerzielung (14).

In einem zweiten Schritt wendet sich Subhabrata Banerjee den theoretischen Perspektiven von CSR zu. Kernelemente nahezu aller CSR-Definitionen sind dabei (16ff.): (1) die Forderung nach einer strategischen Verankerung von CSR in der Unternehmenspolitik sowie die Annahme, dass die hieraus resultierenden sozialen und ökologischen Verbesserungen gemessen und berichtet werden können; (2) die Forderung, dass CSR-Aktivitäten über rein rechtliche Verpflichtungen hinausgehen sollen und einen zusätzlichen gesellschaftlichen Beitrag der Unternehmen darstellen; (3) die Annahme, dass CSR-Aktivitäten stets Ermessenssache und freiwillig seien und mithin nicht auf dem Gerichtswege eingeklagt werden können; (4) ein klarer Fokus auf die Interessen der Unternehmensstakeholder, dem die Annahme zugrunde liegt, diese würden die Interessen der Gesellschaft repräsentieren. Unter Bezugnahme auf Archie Carrolls CSR-Definition kommt Banerjee zu dem Schluss, dass hier zwar die ökonomischen und rechtlichen Pflichten der Unternehmen klar seien, die ethischen und philanthropischen Pflichten aber weitgehend unklar blieben. Letztlich hängt es von den damit verbundenen langfristigen Gewinnaussichten ab, ob Verantwortung in sozialen und ökologischen Bereichen übernommen wird (18f.).

Auch gegenüber dem Stakeholder-Ansatz bleibt Banerjee skeptisch. Die Stakeholder-Theorie gehe davon aus, dass Unternehmen nur dann erfolgreich wirtschaften können, wenn sie die Interessen unterschiedlicher Anspruchsgruppen in ihrer Unternehmenspolitik berücksichtigten. Dabei verfährt die Stakeholder-Theorie deskriptiv, insofern sie das Unternehmen als mit verschiedenen Anspruchsgruppen interagierenden Akteur beschreibt; sie ist instrumentell, da sie die Beziehung zu den jeweiligen Anspruchsgruppen vor allem als unternehmerischen Erfolgsfaktor sieht; und sie ist normativ, da sie auch Anspruchsgruppen, die nicht vertraglich an das Unternehmen gebunden sind, legitime Rechte zuschreibt (25f.). Allerdings beruhen, so die Kritik Banerjees, die meisten Stakeholder-Theorien letztlich auf der neoklassischen Annahme, dass die Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen gut fürs Geschäft sei (32). Vor allem seien es zudem Machtaspekte, die den Stakeholder-Dialog bestimmen; Ziel sei es, Stakeholder so zu manipulieren, dass sie im Interesse des Unternehmens han-

delten (32). Die theoretische Diskussion über den normativen Status der Stakeholdertheorie verdecke den instrumentellen und ökonomischen Charakter des praktischen Stakeholder-Managements (40). CSR-Engagement im scheinbaren Interesse der Stakeholder diene in Wahrheit häufig einzig den Gewinninteressen der Unternehmen, was Banerjee zu der nicht scherzhaft gemeinten Frage veranlasst: „(...) whether companies that are socially responsible do better financially or whether companies that *say* they are socially responsible do better financially (40).

Der Versuch von Unternehmen, sich im Rahmen ihrer CSR-Politik als „good corporate citizens“ darzustellen, erntet von Subhabrata Banerjee lediglich Spott und Hohn. So schreibt er mit Bezugnahme auf einen CSR-Report von Philip Morris: „How tobacco firms can use these concepts to produce ‚socially responsible‘ cigarettes is of course another matter“ (42). Und er zitiert Groucho Marx mit den Worten: „The secrets of success in business are honesty and transparency. If you can fake that, you’ve got it made“ (43). Wesentliches Problem aller CSR- und Corporate Citizenship-Initiativen ist in seinen Augen das Fehlen eines geeigneten Sanktionsmechanismus, der korporatives Verhalten steuern könnte. Während Korporationen als juristische Personen in ihren Rechten geschützt seien, blieben die damit verbundenen Pflichten reine Ermessenssache (45). Den Begriff der Corporate Citizenship hält er zur Begründung einer unternehmerischen Verantwortung daher für untauglich: „(...) ‚fictional personhood is not a sound basis for artificial citizenship‘, and theories of corporate social responsibility that take the citizenship approach will tend to be limited in defining the scope of responsibility“ (46).

Kritisch sieht Banerjee auch den praktischen Nutzen unternehmerischer CSR-Bemühungen. An zahlreichen Beispielen schildert er, dass das, was seitens der Unternehmen als soziales Engagement PR-wirksam in Szene gesetzt wird, für die Empfänger dieser Leistung vielfach ohne jeden praktischen Nutzen bleibt. Beispielsweise scheiterte ein lokales Wasser-Projekt der Firma Shell schlicht an der Tatsache, dass der von Shell errichtete Wasserturm niemals an das lokale Versorgungsnetz angeschlossen wurde (53f.). Ebenso hält er die Umweltbemühungen zahlreicher Konzerne letztlich für „greenwash“. So etwa habe BP zwar rund 200 Mio. USD in Solarenergie investiert, gleichzeitig aber 8,5 Mrd. USD für die Exploration neuer Ölfelder in teilweise ökologisch sensiblen Gebieten ausgegeben (55f.). In der Kritik nicht ausgenommen werden auch die großen Pharma-Konzerne, denen Banerjee eine restriktive Patent- und Lizenzvergabepolitik vorwirft. Medikamentenspenden dienten hier allenfalls dazu, einer internationalen Deregulierung des Patentrechts vorzubeugen (56ff.). Letztlich kommt Banerjee auch hinsichtlich der praktischen Relevanz unternehmerischer CSR-Bemühungen zu dem Schluss: „All the theories and concepts of CSR and corporate citizenship suffer from a fundamental limitation: the absence of a clear political and legal framework for coordinating citizenship rights and responsibilities“ (60).

Nicht besser steht es dabei um die europäische Debatte, die mit ihrer Bezugnahme auf den Begriff der Nachhaltigkeit, wie er im so genannten Brundtland-Bericht definiert wird, eine scheinbar gangbare theoretische Alternative bei der Bestimmung korporativer Verantwortung bietet. Hierzu schreibt Banerjee: „The Brundtland definition is really not a definition; it is a slogan, and slogans, however pretty, do not make for good theory“ (67). Anstatt die Märkte der „Logik der Natur anzupassen“ werde nun mit Hilfe des Nachhaltigkeitsbegriffes die Zukunft der Natur der Logik der Märkte

unterworfen. Innerhalb der Logik von Gewinnmaximierung und Kapitalakkumulation werde alles zu Kapital: Human-Kapital, Sozial-Kapital und Natur-Kapital (72). Auch hier gilt: „Environmental issues became ‚strategic‘ because they had the potential to impact the financial performance of firms” (76). Für besonders problematisch im Konzept der Nachhaltigkeit hält Banerjee dabei die Messbarkeit und Vergleichbarkeit der ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeitsbemühungen (85f.). Solange Nachhaltigkeitsprogramme in Unternehmen vor allem dazu dienen, Wettbewerbsvorteile zu generieren und Kosten, beispielsweise durch Ressourceneinsparungen, zu reduzieren, wird es, so Banerjee, keinen echten Paradigmenwechsel hin zu einer echten nachhaltigen Wirtschaftsweise geben (91): „The macroeconomic criteria of sustainable development have now become corporatized: it is sustainable only if it is profitable; it is sustainable only if it can be transacted through the market“ (92).

Auch die Beachtung der Menschenrechte innerhalb der Unternehmenspolitik und das Engagement der Unternehmen für die Umsetzung der Global Compact Prinzipien ist für Banerjee bestenfalls eine „Geschäftsidee“. Unternehmen nutzten ihr Engagement für den Global Compact als „Bluwash-Strategie“, um eine eingehendere Prüfung ihrer Aktivitäten zu verhindern (99). „The ‚business case‘ for human rights is similar to that for CSR: companies that adhere to human rights principles are alleged to have a ‚better reputation and image, gain competitive advantage (...), secure and maintain a license to operate (...) and meet investors‘ expectations“ (101). Während es für Unternehmen einfach ist, sich bei der Standortwahl für oder gegen ein Land mit Menschenrechtsverletzungen zu entscheiden, gestalten sich die Möglichkeiten des Abwanderns aus Ländern mit fragwürdigen Menschenrechtspraktiken erheblich schwieriger, insbesondere dann, wenn die getätigten Investitionen hoch profitabel sind. So etwa sah sich die Firma Levi Strauss aufgrund sinkender Verkaufszahlen dazu gezwungen, ihren öffentlichkeitswirksam angekündigten Rückzug aus China stillschweigend rückgängig zu machen (102). Insbesondere der World Trade Organization (WTO) wirft Banerjee vor, weit stärker die Handelsinteressen der Industrienationen zu schützen, als für Menschenrechte oder den Schutz der Biosphäre einzutreten. Die Abkommen der WTO verstießen dabei nicht nur regelmäßig gegen die Rechte indigener Volksgruppen, sondern seien zudem auch für die Ungleichheiten in der weltweiten Reichtumsverteilung mit verantwortlich (102-117). Ähnliche Vorwürfe treffen Weltbank und den Internationalen Währungsfonds (IWF), die eine Verantwortung für die Folgen der in ihrem Namen erzwungenen Strukturpassungsmaßnahmen in den Dritte-Welt-Staaten ablehnen (118-125).

Der Vorstellung, nationale Systeme verlören innerhalb der globalen Wirtschaft an Bedeutung, erteilt Banerjee eine klare Absage. Insbesondere die reichen Industrienationen gewinnen, so Banerjee, vermittels ihrer Möglichkeiten zur Beeinflussung internationaler Gremien, wie WTO und IWF, zunehmend an Bedeutung bei der Ausgestaltung der globalen Wirtschaft (128f.). Banerjee bezeichnet diese Formen der Einflussnahme auf die nationale Souveränität anderer Staate vermittels ökonomischer Regulierungen als neue Form des „Imperialismus“, der sich nun nicht mehr in Form militärischer Einflussnahme, sondern in Form ökonomischer Kontrollmöglichkeiten äußere (130f.). Insbesondere die nicht zuletzt durch den IWF erzwungene Privatisierung des öffentlichen Sektors in zahlreichen Schwellenländern, hält Banerjee angesichts der Konsequenzen für die Versorgungslage breiter Bevölkerungsschichten für problematisch: „Whether privatization does

benefit the poor and deliver social justice in terms of reducing inequality and providing basic services like clean drinking water, health and education remains to be seen“ (135).

Verantwortungsvolles Unternehmertum äußere sich nach Banerjee in der Produktion sicherer und nützlicher Produkte, im Verzicht auf staatliche Unterstützungszahlungen und in der Vermeidung von Steuervergehen, in der Sicherung von Arbeitsplätzen auf sozialverträglichem Lohnniveau, in der Internalisierung von Umwelt- und Sozialkosten, und im Verzicht auf politische Einflussnahme seitens der Unternehmen (148). Dabei seien es nicht zuletzt die Nationalstaaten, die durch ihre Einflussnahme auf WTO und IWF die neoklassische Wirtschaftspolitik vorantrieben und so ein gesellschaftlich verantwortungsvolles Unternehmertum verhinderten. Und er kommt zu dem Ergebnis: „Neither governments nor corporations can be expected to solve the profound social problems facing the world when these institutions are at times the source of the problem“ (159). Als Ausweg aus diesem Dilemma schlägt Banerjee eine „duale Theorie der Unternehmung“ vor: Auf der einen Seite steht dabei die Unternehmung als ökonomische Einheit, mit eigener Rechtspersönlichkeit und der Aufgabe, durch Marktaktivitäten Gewinne für ihre Anteilseigner zu erwirtschaften. Auf der anderen Seite steht die Unternehmung als „Förderer der sozialen Wohlfahrt“; hier müssen andere, nicht-ökonomische Erfolgskriterien an das Unternehmen angelegt werden. Unternehmen müssen in diesem Sinne auch in ihrer Funktion für die Gemeinschaft gesehen und bewertet werden (162ff.). Mit einer derartigen Sichtweise aber, seien die herkömmlichen CSR-Theorien überfordert: „Current theories of corporate social responsibility cannot provide a system for managing social and economic tradeoffs except in a limited way because they attempt to reconcile social issues with the economic entity of the firm. Unless we change the way current political economies are organized it is very difficult to see how an ontological shift in the nature of corporation will occur“ (166).

Wenn das Buch als fundamentale Kritik an der „Mini-Industrie CSR“ gedacht war, hat es seinen Zweck mehr als erfüllt. Über neun Kapitel hinweg stellt Banerjee kritische Fragen zu allem und an jeden, der in diese „Mini-Industrie“ involviert ist, seien es die universitären Theoretiker, die unternehmerischen Praktiker oder die die globale Wirtschaft steuernden Politiker. Dabei ist sein Blick jedoch zum Teil von allzu großem Argwohn geprägt, und hier gilt, was Wilhelm Busch einst formulierte: „Wer durch des Argwohns Brille schaut, sieht Raupen selbst im Sauerkraut“. So findet Banerjee denn auch so manches Haar in der Suppe, das möglicherweise gar nicht vorhanden ist, und unterstellt manchen CSR-Akteuren somit zu unrecht eine neo-liberale und nur am Eigeninteresse ausgerichtete Gesinnung.

Dennoch, als fundamentale Kritik an einer instrumentalisierten Sichtweise von CSR im Sinne eines strategischen Erfolgsinstruments war das Buch längst überfällig. Trotz einiger Recherchefehler – so ist Klaus Leisinger nicht CEO von Novartis (18) und Pfizer nicht der einzige Unterzeichner des Global Compact aus dem Bereich der pharmazeutischen Industrie (57) – ist das Buch eine gelungene Zusammenschau jener Kritikpunkte, die an einen instrumentellen CSR-Begriff angelegt werden müssen. Dass diese Kritik aus dem englischen Sprachraum kommt und explizit von einem „Betriebswirt“ vorgetragen wird, erstaunt, unterstreicht aber um so mehr die Dringlichkeit einer differenzierteren Diskussion um eine unternehmerische Verantwortung auch in den Reihen der Wirtschafts- und Unternehmensethiker. Für jeden, der sich an einer fundierten Diskussion zum Thema CSR beteiligen möchte, ein mehr als nur lesenswertes Buch.