



Nur ethisch sein, wo's einem passt!

Soziale Verantwortung von Unternehmen darf nicht freiwillig sein, kritisierte CHRISTIAN FELBER in FURCHE 45. Wirtschaft kann nicht Politik ersetzen, konterte CHRISTIAN FRIESL in FURCHE 46. Das lässt jetzt aber FELBER wiederum nicht so gelten – Replik auf eine Replik.

Der Pastoraltheologe Christian Friesl, Bereichsleiter Gesellschaftspolitik der IV, kann meiner CSR-Analyse wenig abgewinnen, ich hätte in allen drei Kernpunkten meiner Kritik geirrt und sogar „Demokratie schlecht verstanden“. Das wollen wir uns in Ruhe ansehen.

Angeblicher Irrtum Nummer eins: CSR sei „kein politischer Prozess“, wie von mir unterstellt, „sondern ein Managementtool“. Wenn dem so wäre, wieso werden dann Forderungen nach verbindlichen Regeln für Konzerne systematisch mit dem Verweis auf die angeblich viel besseren, weil „akzeptierteren“ freiwilligen Regeln abgeschmettert? Ist „Akzeptanz“ (Friesl) ein Kriterium für ein Managementtool? CSR wurde zu einer Zeit „erfunden“, als die Diskussion über globale Regeln für Konzerne losging. Die Kampagne ist eine Gegenoffensive derer, die etwas abzuwehren hatten: verbindliche Gesetze. Friesls Anspruch, die IV habe mit CSR „Themenführerschaft“ gegenüber der Zivilgesellschaft übernommen, ist ein deutlicher Hinweis auf eine politische Diskussion. Und ist Herr Friesl nicht Leiter der IV-Abteilung für Gesellschaftspolitik?

Damit kommen wir zum Kern des Problems: Auf mein Argument, Unternehmen und Unternehmensverbände könnten ihre soziale Verantwortung am wirkungsvollsten unter Beweis stellen, indem sie sich für verbindliche Sozial-, Umwelt- und Steuerstandards stark machen, antwortet Friesl, dies wäre „nicht wünschenswert“, weil es nicht die Aufgabe von Unternehmen sei, sondern von der Politik – ich hätte „Demokratie schlecht verstanden“. Erstaunlich. Erstens: Für die *Senkung* von Löhnen, Sozial-, Steuer- und Umweltstandards macht sich die IV (so wie andere Wirtschaftsverbände) ja auch stark, offenbar ganz im Widerspruch zu ihrer demokratischen Rolle aus Friesls Sicht. Zweitens: Gemäß dem Schweizer Wirtschaftsethiker Peter Ulrich umfasst soziale Unternehmensverantwortung drei Dimensionen. 1. „ethische“ Produkte entwickeln und auf dem Markt platzieren; 2. sich gegenüber allen Anspruchsgruppen fair verhalten: Beschäftigte, KonsumentenInnen, MitwerberInnen, ZulieferInnen. 3. sich in staatsbürgerlicher Verantwortung („corporate citizenship“) für faire und allgemeinverbindliche Regeln – Sozial-, Umwelt- und Steuerstandards – einsetzen. Sonst bleibt ein unappetitlicher Widerspruch, wenn Unternehmen einerseits ihre „CSR-Projekte“ (zum Beispiel Hilfe für Straßenkinder) groß bewerben und gleichzeitig ihre Steuerleistung durch Gewinnverschiebung minimieren (mit der ein Dutzendfaches an Sozialprogrammen finanzierbar wäre) und Druck auf den Abbau des Sozialstaates machen. Der größte Widerstand gegen die Verbesserung der Arbeitsgesetze in China kommt gegenwärtig von westlichen Industrieverbänden, die sich „CSR“ immer prominenter auf ihre Fahnen heften. Vielleicht habe nicht ich „Demokratie schlecht verstanden“, sondern Christian Friesl „soziale Unternehmensverantwortung“?

Mein Punkt ist, dass es gerechtere Gesetze leichter hätten, wenn Unternehmensverbände ihre soziale Verantwortung auch „politisch“ wahrnehmen (kohärente Ethik), statt sich wie derzeit *politisch* für Deregulierung, Steuersenkung und Lohnkürzung einzusetzen (Widerspruch zwischen CSR-Kampagne und Gesamthetik). Weil er offensichtlich mit solch einem ganzheitlichen Ethik-Begriff nichts anfangen kann, unterstellt mir Friesl, ich wollte mit meinem Einsatz für die dritte Dimension von CSR die Politik „ersetzen“. „Entgegnend“ sagt er mir voraus, dass ich mich auch in Zukunft mit Parteien, Zivilgesellschaft und der IV „herumschlagen“ (Wortwahl!) müsse. Das ist absurd, weil ich mich nie für die Abschaffung von Parteien, Zivilgesellschaft oder IV ausgesprochen habe, ich bin selbst Teil der Zivilgesellschaft. Mit Diffamierungsrhetorik hat Friesl seine Replik auch eröffnet, ich sei der „rührendste Unternehmenskritiker des Landes“, erfahren die LeserInnen noch vor dem ersten Argument. Gegenstand meiner Kritik sind aber weder „Unternehmen“ an sich noch ihre (in aller Regel positiven) CSR-Projekte, sondern die Definition und politische Funktion von CSR. Daraus eine generelle „Unternehmenskritik“ abzuleiten ist dieselbe Rhetorik, mit der UmweltschützerInnen seit 40 Jahren als „Wirtschaftsfeinde“ diffamiert werden, wenn sie sich für ein anderes, ein nachhaltiges Wirtschaften einsetzen.

Meinerseits möchte ich mit einem Argument schließen: CSR helfe den KonsumentInnen, die „Guten“ von den „Weniger Guten“ zu unterscheiden, meint die IV. Erstens: Wenn es den Unternehmen obliegt, über ihre freiwillige soziale Verantwortung zu informieren, wird – angesichts der PR-Möglichkeiten von Konzernen – die Objektivität leiden. Enron war CSR-Vorbild. Zweitens und wichtigerens nützt einer wachsenden Zahl von KonsumentInnen Informationen über „freiwillig gute“ Unternehmen wenig, wenn sie sich die (teureren) Produkte nicht leisten können, weil ihre Realeinkommen sinken, zumal die Industrieverbände weltweit – an allen Standorten – Druck auf Löhne und Sozialleistungen machen (da sie Ethik und Politik sauber trennen). Es sind die großen Wirtschaftsverbände, die zuerst dazu beitragen, dass die Kaufkraft weiter Teile der Bevölkerung sinkt und ihnen sodann die Entscheidung anlasten möchten, bei den „Guten“ zu kaufen (Abwälzung der Ethik) – anstatt mitzuhelfen, alle Anbieter mit Gesetzen zu Guten zu machen, womit die „Weniger guten“ vom Markt verschwinden und die „ethischen“ Produkte durch größere Verteilungsgerechtigkeit für alle leistbar wären. Vielleicht sollte die IV ihr CSR-Konzept noch einmal überdenken.

Christian Felber ist freier Publizist und Autor von „50 Vorschläge für eine gerechtere Welt. Gegen Konzernmacht und Kapitalismus“ (Deuticke 2006).

Erschienen in Furche 51-52/2006.