

9. Fachsymposium des Roman Herzog Instituts (In) Deutschland NEU DENKEN – Zwischen Gewinn und Verantwortung

24. November 2011, im Schloss Nymphenburg, Hubertussaal

Prof. Dr. habil. Josef Wieland

Direktor des Konstanz Instituts für WerteManagement (KleM)

„Ehrbarer Kaufmann oder moderner Ablasshandel: CSR im Fokus von Theorie und Praxis“

Corporate Social Responsibility (CSR) handelt nicht von der sozialen, sondern der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Es geht demnach primär nicht um die Tugendethik des ehrbaren Kaufmanns, sondern um die glaubwürdige Fähigkeit einer Organisation, ihre Geschäftsinteressen mit den Interessen der Gesellschaft in Einklang zu bringen. Diese Interessen artikulieren sich in verschiedenen Verhaltensstandards und Erklärungen – z.B. Global Compact, ISO 26000 SR, CSR- Forum der Bundesrepublik Deutschland – die eines systematischen Wertemanagements zu ihrer Umsetzung durch Unternehmen bedürfen. Diese Standards zielen auf Freiwilligkeit, das heißt über das rechtlich geforderte Verhalten hinausgehend, aber nicht Beliebigkeit. Sie sind eine Antwort auf das Regulierungs- und Institutionendefizit einer globalisierten Welt. Ihr erfolgreiche, das heißt wirksame, Umsetzung in eine gelebte Unternehmenskultur sollte kein Gegenstand von Zertifizierungsprozessen sein. Es ist vielmehr notwendig, alle involvierten Stakeholder der Gesellschaft – Unternehmen, Politik, Konsumenten, Gewerkschaften, Verwaltung und andere – einzubeziehen, weil die gesellschaftlichen Herausforderungen nicht von einer Interessensgruppe allein bewältigt werden können. Die Forderung nach Corporate Social Responsibility sollte daher um die Forderung nach einem Verantwortungsnetzwerk aller gesellschaftlichen Gruppen ergänzt werden.“