

Für eine ganzheitliche Sicht der unternehmerischen Tätigkeit

Soziale Verantwortung zahlt sich aus

In den frühen Zeiten der Marktwirtschaft war das Unternehmerleben einfach. Es genügte, interessante Produkte zu akzeptablen Preisen anzubieten. Käufer fanden sich immer. Sie ließen sich halten durch noch interessantere Produkte zu immer noch akzeptablen Preisen.

Heutzutage hängt Kundenbindung und Kundenzufriedenheit längst nicht mehr nur von der Produktpalette und der Preisstruktur ab. Der Kunde will mehr über das Unternehmen wissen, bei dem er kauft: über seine Werte, seine ethischen Grundsätze. Er erwartet Einsatz weit über das strikt marktwirtschaftliche Denken hinaus. Er will sich mit dem Unternehmen identifizieren können. Mit einem Unternehmen, das Verantwortung übernimmt für seine Mitarbeiter, seine Umgebung, die Umwelt.

Viele Unternehmen versuchen sich damit aus der Affäre zu ziehen, indem sie sich einmal pro Jahr für einen wohlthätigen Zweck engagieren. Wahrhaft sozial verantwortungsbewusstes Handeln ist aber mehr als Charity.

Um soziale Verantwortung zu übernehmen, (engl.: Corporate Social Responsibility, CSR) reicht es heutzutage nicht mehr aus, einmal im Jahr ein Überweisungsformular auszufüllen.

CSR gilt vielerorts noch als kurzlebige Modeerscheinung, herübergeschwappt über den großen Teich, ohne wahrhaft fundierte Grundlage. Aus diesem Grund mag so manch ein Unternehmer denken, dass ihn dieser „exzentrische Spleen“ nichts angeht. Seine Aufgabe ist es, „Wert“, d.h. Reichtum, zu erwirtschaften.

Nur, der Reichtum einer Gesellschaft lässt sich nicht nur an ihrem ökonomischen Kapital messen, sondern stellt auch ein hohes Maß an sozialem, ökologischem und menschlichem Kapital dar. Dies verlangt konsequenterweise nicht nur mehr Investitionen in neue Technologien und Produkte, sondern eben auch soziale, ökologische und menschliche Investitionen.

Es häufen sich die Aussagen von erfahrenen Unternehmensleitern, Betriebsräten und internationalen Institutionen, dass CSR in unserer postindustriellen Gesellschaft der Schlüssel zur Entwicklung von mehr Wettbewerbsfähigkeit und sozialer Kohäsion ist.

Wissenschaftliche Studien belegen, dass CSR bewusst mehr und mehr integrativer Bestandteil des ökonomischen Handelns vieler Unternehmen wird. Sie haben erkannt, dass CSR und gewinnorientierten Unternehmensstrategien längst kein Widerspruch mehr sind.

Was ist soziale Verantwortung?

Die Übernahme sozialer Verantwortung bedeutet eine freiwillige Verpflichtung des Unternehmens, über gesetzliche Bestimmungen hinaus, soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmensstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit ihren Stakeholdern (Partner, Lieferanten, Arbeitnehmer, Wettbewerber ...) zu integrieren.

Konkret gehören u.a. folgende Faktoren zur CSR:

- Offenheit und Transparenz gegenüber Mitarbeitern, Kunden und der Öffentlichkeit, d.h. offe-



Der zunehmende Erfolg der Oeko-Foire, die am vergangenen Wochenende bereits zum 19. Mal stattfand, zeugt von einem wachsenden Interesse des Publikums und der Unternehmen für umweltbewusstes Konsumieren. Eric Lavillunière, Direktionsbeauftragter des INEES, warnt jedoch vor falschen Versprechen. Viele Unternehmen würden einigen ihrer Aktivitäten einen verkaufsfördernden Grünanstrich verpassen, könnten jedoch nicht allen Voraussetzungen für ein sozialverantwortliches Handeln der Unternehmen gerecht werden: Qualität der Arbeitsbedingungen und umweltschonende Produktionsbedingungen.

ne Information und Mitsprache-recht.

- Gleichbehandlung der Mitarbeiter, d.h. keine Diskriminierung aufgrund des Alters, Geschlechts, der Religion, oder Weltanschauung, der ethnischen Herkunft, einer Behinderung oder sexuellen Ausrichtung
- Rücksichtnahme auf die Umwelt bei Rohstoffauswahl und Produktion,
- Wahrung der Interessen und Rechte der Arbeitnehmer, also gerechtes Gehaltssystem, Sicherung der Arbeitsplätze, lebenslanges Lernen, Empowerment, Sicherung der Beschäftigungsfähigkeit, Sicherheit am Arbeitsplatz etc.

- Soziales Engagement für das direkte Umfeld, z.B. durch die Einstellung lokaler Arbeitssuchender oder die bewusste Integration des Unternehmens in das lokale Umfeld,
- Optimaler Kundenservice, u.a. durch eine Produktpalette, die auf den realen Bedürfnissen der Kunden beruht,
- Wahrung der Menschenrechte, also keine Kinderarbeit oder sexuelle Ausbeutung.

Diese Aufzählung lässt auf folgende positive Auswirkungen für das sozial verantwortliche Unternehmen schließen:

- gesteigerte Motivation der Mitarbeiter,
- Verbesserung der Qualifikation der Mitarbeiter,

- Verbesserung des Betriebsklimas,
- Steigerung der Produktivität,
- Effiziente Nutzung der Ressourcen,
- Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit,
- Erhöhte Kundenzufriedenheit,
- Erhöhte Markt- und somit Absatzchancen.

Letztendlich kann man also davon ausgehen, dass ein sozial verantwortungsbewusstes Unternehmen höheres Ansehen genießt und aufgrund der gesteigerten Leistungsbereitschaft seiner Mitarbeiter auch eine Steigerung der Produktqualität erzielen kann. In jedem volkswirtschaftlichen Seminar lernt man, dass genau diese Faktoren entscheidend zur Gewinnmaximierung beitragen können.

Gesamtgesellschaftlich bedeutet dies ein florierendes Wirtschaftssystem, das sich am Menschen orientiert und seinen Interessen dient, also Reichtum, soziale Sicherheit und Integration sowie Gerechtigkeit. Ein wahrhaft erstrebenswerter Umstand.

Nur, viele Unternehmen zögern noch, diesen Weg zu gehen. Sie haben wohl noch nicht erkannt, dass ihre wirtschaftliche Tätigkeit nachhaltig gesellschaftliche Auswirkungen hat und dass es somit zu ihrer Pflicht gehört, die Konsequenzen ihres Handelns zu bedenken. Also ziehen

sie billige, ungelernete Arbeitskräfte vor, schaffen kaum Lehrstellen, entscheiden sich gegen umwelt- und gesundheitsschonende Produktionsvorgänge, vergraulen ihre Kunden durch Produktpaletten, die an den Bedürfnissen der Menschen vorbeigehen.

Dabei wäre es so einfach. Sie müssten sich nur umblicken und von anderen abschauen, wie sie es machen. Wie so oft im Leben, war nämlich schon jemand vor ihnen da, hat die Bresche schon geschlagen und Vorarbeit geleistet.

Solidarwirtschaft geht mit gutem Beispiel voran

Per Definition funktionieren solidarwirtschaftliche Unternehmen anders. Sie gelten als Drittes System, neben dem Ersten, dem privatwirtschaftlichen System, und dem Zweiten, dem staatlichen Sektor. Die Solidarwirtschaft entwickelt Ideen, Wege und Perspektiven, die die beiden anderen Systeme nicht gefunden haben. Sie tut Geschäftsfelder auf, die von den anderen bis dato unentdeckt geblieben sind.

Ihr Handeln ist nicht ausgerichtet auf die Erwirtschaftung von finanziellem Reichtum, sondern auf die Entfaltung von Menschen und Befriedigung von Bedürfnissen. Die Übernahme von sozialer

Verantwortung ist die Essenz ihrer wirtschaftlichen Tätigkeit. Solidarwirtschaftliche Unternehmen haben erkannt, dass Ethik und Wirtschaft vereinbar sind und zeigen, wie es geht.

Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter, die Förderung der persönlichen und beruflichen Entwicklung, gerechte Entlohnung, Gleichbehandlung aller Mitarbeiter, aktives Follow-up der Arbeitnehmer, umweltschonende Produktion, lokale Entwicklung, kundenorientiertes Handeln gehören zu ihrem Aufgabenbereich, sind für sie die Maßlatte zum Erfolg.

So manch ein Unternehmer könnte sich an ihnen orientieren. Die Gesellschaft würde besser und sein Leben wieder viel einfacher.

Diese Seite wird in Zusammenarbeit mit dem „Institut européen de l'économie solidaire“ veröffentlicht. Sie erscheint im Zwei-Wochen-Rhythmus.