

Verbindungen gestalten!

CSR und gesellschaftliche Innovationen

Jahrestagung des UPJ-Netzwerks engagierter
Unternehmen und Mittlerorganisationen



Es gilt das gesprochene Wort!

**Rede von Gerd Hoofe
Staatssekretär im Bundesministerium für Arbeit und Soziales**

CSR und gesellschaftliche Innovationen

anlässlich der
Jahrestagung des UPJ-Netzwerks engagierter
Unternehmen und Mittlerorganisationen
am 12. März 2012 in Berlin

Begrüßung

Sehr geehrte Frau Kollegin, liebe Frau Dunger-Löper,

Sehr geehrter Herr Dr. Lang,
sehr geehrter Herr Kromminga,

Sehr verehrte Damen und Herren,

zunächst einmal freue ich mich natürlich sehr, auch in in diesem Jahr auf Ihrer Jahrestagung sprechen zu können und vor allen Dingen mit Ihnen im Gespräch zu bleiben.

Aus meiner Sicht war es ein Jahr des Fortschritts, des Vorankommens in Bedeutung und Gewichtung von CSR in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik.

Ich bin dem heutigen Veranstalter UPJ dankbar, dass er das Thema „**CSR und gesellschaftliche Innovationen**“ zum diesjährigen Schwerpunkt erklärt hat. Denn dadurch wird zu Recht auch gerade der innovative Charakter von CSR in den Blickpunkt des Interesses gerückt.

Bedeutung von Nachhaltigkeit und CSR

Vielfach gerät das Neue, das Visionäre und auch das „große Ganze“ in unseren auf politische Details fixierten Diskussionen etwas aus dem Blick.

Dabei steht für mich außer Frage: Das Thema der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen, oder Corporate Social Responsibility (CSR), wie es international heißt, gewinnt in der Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Fakt ist aber auch: Wir sind noch nicht in allen Unternehmen im Tagesgeschäft angekommen. Die positive Entwicklung der letzten Jahre darf nicht zufriedenstellen und stehen bleiben. Dafür sind die Herausforderungen national wie international so groß, dass das Thema Verantwortung für

Gegenwart und Zukunft schon allein im eigenen ökonomischen Interesse ein maßgebender Treiber in allen Unternehmen sein muss:

- ob der Klimawandel,
- ob die demografische Entwicklung oder
- eine zunehmend globalisierte Wirtschafts- und Arbeitswelt -

alles steht nur beispielhaft für Veränderungsprozesse, auf die wir uns einstellen und auf die wir eingehen müssen, wollen wir die Globalisierung im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung konsequent und fortschrittlich gestalten.

Gesellschaftliche Innovationen im Bereich CSR

Dem Thema der heutigen Veranstaltung, „CSR und gesellschaftliche Innovationen“, kommt in diesem Zusammenhang ein wichtiger Stellenwert zu. Was aber meint der Innovationsanspruch von CSR? Stehen die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen und gesellschaftliche Innovationen wirklich in einem Zusammenhang?

Provokant gefragt: Ist es nicht vielmehr mit einem Wort von *Milton Friedman* immer noch so, dass es einzige Aufgabe von Unternehmen ist, Gewinne zu erwirtschaften und dann über Steuern die Gesellschaft zu „bedienen“?

Diese Meinung teile ich ausdrücklich nicht. Lassen Sie mich meine Einwände begründen und einige Denkanstöße geben.

Der **erste Einwand** kommt aus der Betriebswirtschaftslehre selbst. Das Mantra, einziger Zweck von Unternehmen sei es, Gewinne zu erwirtschaften, hat an Glanz deutlich verloren. In Deutschland hatten wir mit der Tradition einer sozialen Marktwirtschaft schon lange eine andere Grundauffassung von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zusammenhängen.

Aber auch einige amerikanische „business Gurus“ sehen inzwischen eine verengte Gewinn- und Wachstumsfixierung kritisch. So hat etwa mit *Michael Porter* ein bedeutender Vertreter der Harvard Universität jüngst einen „Shared

Value“ gefordert. Erfolgreiches Wirtschaften erfordere einen Blick über den Tellerrand hinaus. Nur im engen Schulterschluss mit der Gesellschaft könne ein Unternehmen erfolgreich sein, so *Porter*.

In eine vergleichbare Richtung zielen auch die Fragen der Enquetekommission des Bundestages mit dem Titel "Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität - Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft".

Ich gehe davon aus, *Prof. Miegel* wird in der anschließenden Diskussion noch auf diese Aspekte eingehen.

Diese Entwicklungen zeigen aus meiner Sicht einen Trend, Nachhaltigkeit und CSR-Ansätze aus einem gewissen Exotenstatus heraus in den „Mainstream“ zu überführen. Ob und inwieweit Veränderungen durch CSR dabei im echten Sinne messbar sind, ist sicher umstritten. Das BMAS lässt hierzu gerade eine Studie durchführen, deren Ergebnis weitere Aufschlüsse geben wird.

Ich komme zum **zweiten** Einwand. Unternehmen und Gesellschaft zu trennen ist, nach meiner Überzeugung schlicht lebensfremd.

Unternehmen agieren nicht abgehoben im luftleeren Raum. Die Innenwelt von erfolgreichen Unternehmen ist eng mit der Außenwelt verzahnt.

- Werden unternehmerische Standortentscheidungen nicht auch und zunehmend durch das innovative Umfeld, den gesellschaftlichen Kontext bestimmt?
- Werden Mitarbeiter nicht zunehmend auch durch betriebliche Rahmenbedingungen und weitere sog. weiche Faktoren gewonnen, die neben einer guten Bezahlung mehr und mehr an Bedeutung gewinnen? Ich nenne beispielhaft nur Kita-Plätze, sinnvolle Arbeitszeitmodelle und eine vernünftige Balance zwischen Job und Freizeit. Im Übrigen: weiche Faktoren, die zunehmend zu harten Faktoren werden.

- Und wie lassen sich Produkte heute erfolgreich entwickeln und vermarkten, wenn nicht durch den Dialog mit der Gesellschaft?

Unternehmen sind nur dann dauerhaft erfolgreich, wenn sie in der Gesellschaft verwurzelt sind - kurz: wenn sie gute und innovative CSR-Ansätze verfolgen und im Inneren integrieren.

Kommen wir zum **dritten** und aus meiner Sicht wichtigsten Punkt. Zur Frage der Werte, der Haltung und Einstellung - oder anders formuliert: zur normativen Seite von CSR.

In Deutschland haben wir uns bewusst gegen einen schrankenlosen Kapitalismus entschieden. Diese Wertentscheidung spiegelt sich bereits im Grundgesetz wider. Art. 14 schützt das Eigentum. Jedoch findet sich in Art. 14 auch der Satz: Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.

Dieser normative Gehalt, dieses Wechselspiel zwischen Wirtschaft und Gesellschaft findet sich auch in anderen Regelwerken. Der gesellschaftliche Kontext spielt insbesondere auch bei der Entstehung von Regeln eine, wenn nicht die entscheidende Rolle.

Leitbilder, wie etwa der Wittenberg-Prozess oder der Nachhaltigkeitskodex des Rates für Nachhaltige Entwicklung werden eben nicht hinter verschlossenen Türen, sondern im Dialog mit der Gesellschaft entwickelt. Dies gilt ausdrücklich auch für den Aktionsplan CSR, der nicht von der Bundesregierung „oktroiert“, sondern gemeinsam mit maßgeblichen Akteurinnen und Akteuren aus Wirtschaft, Gewerkschaften, Zivilgesellschaft und Politik entwickelt wurde.

Die Maßnahmen, Vereinbarungen und Leitbilder spiegeln Ordnungsvorstellungen, Wünsche und Ziele der Gesellschaft wieder. Sie sind gleichsam gelebte CSR.

Zugleich ist CSR ein Modernisierungsansatz, der Produktinnovationen, neue Wirtschaftsweisen und gesellschaftliche Neuerungen erfasst und in besonderer Weise fördert. CSR kann damit Innovationstreiber und „Transmissionsriemen“ sein, um gesellschaftliche Themen in die Unternehmen zu überführen und zugleich neue wirtschaftliche und technologische Perspektiven.

Am Beispiel der sogenannten *green jobs* wird dies besonders deutlich. Hier kommen neue Produkte, innovative Produktionsmethoden und gesellschaftliche Trends zusammen und eröffnen neue Handlungsfelder, die für die Unternehmen in Deutschland auch ökonomisch interessant sind.

Mein Zwischenfazit ist also eindeutig:

CSR und gesellschaftliche Innovationen gehören zusammen. Das eine ist nicht ohne das andere zu haben.

Was aber bedeutet dies für unsere politische Praxis? Lassen Sie uns von der „Metaebene“ nun einen Blick in unseren CSR-Aktionsplan werfen. Ich möchte nur einige Punkte beleuchten.

Aktionsplan CSR

Der Aktionsplan CSR ist das Ergebnis langer Diskussionen, ein umfangreiches Dokument mit vielen Handlungsaufträgen. Ein Kapitel greift geradezu das Titelthema dieser Veranstaltung auf: der Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Verantwortung. Es bleibt nicht bei Schlagworten, der Aktionsplan gibt konkrete Beispiele:

- Dies kann etwa ein nachhaltiges Personalmanagement sein, das in der betrieblichen Praxis einen Diversity-Ansatz in Bezug auf Alter, Geschlecht und Migrationshintergrund umsetzt.
- Dies kann eine moderne und zeitgemäße Nachhaltigkeitsstrategie sein, die umweltverträgliche Energienutzung oder nachhaltiges Klimamanagement gerade im agierenden Unternehmen fördert.
- Dies kann die Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Aspekten in der öffentlichen Beschaffung sein.

All das sind Beispiele, in denen ein innovatives CSR-Engagement für Unternehmen und Gesellschaft gleichermaßen Auswirkungen hat.

EU-Mitteilung vom 25. Oktober 2011

Auch die EU-Mitteilung zu CSR vom 25. Oktober 2011 hat viele dieser Ideen aufgegriffen. In der Mitteilung geht es nicht nur und nicht einmal in erster Linie um die Frage, ob eine gesetzlich verpflichtende CSR-Berichterstattung sinnvoll ist. Die Europäische Kommission zielt ausdrücklich auf ein „modernes Verständnis von sozialer Verantwortung der Unternehmen“ ab. Manche Themen könnten geradezu aus dem Aktionsplan der Bundesregierung kopiert worden sein.

Ich nenne hier nur beispielhaft die Herausforderungen in der Arbeitswelt wie *diversity management* und die Gleichstellung von Frauen und Männern. Über die zielgerichtete Umsetzung dieser Ziele - die im Übrigen alternativlos ist - lohnt es sich zu streiten und zu debattieren.

Wir begrüßen es als Bundesregierung ausdrücklich, dass die Europäische Kommission mit der neuen CSR-Mitteilung ein klares Signal dafür setzt, CSR zur Umsetzung der Strategie „Europa 2020“ zu nutzen und damit einen Beitrag zur Bewältigung der zentralen gesellschaftlichen Herausforderungen zu leisten.

Politische Innovationen:

CSR bei kleinen und mittleren Unternehmen

Lassen Sie mich aber eines klarstellen. CSR wird nur dann zur gesellschaftlichen Innovation beitragen, wenn CSR-Ansätze selbst innovativ sind.

Die Bundesregierung hat hierzu zwei Maßnahmen des CSR-Aktionsplans umgesetzt, die den innovativen Charakter von CSR verdeutlichen:

Förderprogramm „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“

Mit dem Förderprogramm „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ haben wir bundesweit für ein passgenaues Angebot an Qualifizierungsmaßnahmen gesorgt, damit kleine und mittlere Unternehmen Konzepte für eine verantwortliche Unternehmensführung in ihren Betrieben einführen können. 35,6 Mio. Euro stellt das BMAS mithilfe des Europäischen Sozialfonds dafür zur Verfügung.

Das enorme Interesse an dem Förderprogramm und die hohe Bewerberzahl haben unsere Erwartungen bei Weitem übertroffen und sind Beleg für die wachsende Bedeutung von CSR - gerade auch im Mittelstand. Hinter den 75 ausgewählten Projekten stehen gut 2.000 kleine und mittlere Unternehmen. Ich glaube, ja ich bin sicher: so kann CSR auch seinen Beitrag zu Modernisierung von betrieblichen und volkswirtschaftlichen Strukturen leisten. Und ich will nicht ohne Stolz hinzufügen, dass wir mit diesem Förderprogramm in diesem Segment eine eindeutige Vorreiterrolle in Europa einnehmen.

Einige dieser innovativen Ansätze wollen wir auf einer Auftaktveranstaltung zum Thema „CSR in KMU“ am 20. April 2012 in Berlin präsentieren, zu der ich Sie herzlich einlade.

Innovative Nachhaltigkeitsberichterstattung

Ein zweites Beispiel:

Bei der Debatte zur nachhaltigen Berichterstattung wird übersehen, dass bereits viele Unternehmen kreativ und überzeugend über ihre CSR-Ansätze berichten.

Vor zwei Wochen habe ich an einer Veranstaltung teilgenommen, auf der große und kleine Unternehmen in einem Ranking für gute Nachhaltigkeitsberichterstattung ausgezeichnet wurden. Grund dafür ist, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung nicht nur nach innen, sondern auch nach außen wirkt: Eine glaubwürdige Berichterstattung über die eigene Nachhaltigkeitsleistung

ist immer öfter notwendige Voraussetzung für die Unternehmen dafür, einen besseren Zugang zu Talenten, Kunden und Investoren zu erlangen. Heute wollen Kunden und potenzielle Arbeitnehmer wissen, welche sozialen und ökologischen Bedingungen hinter den Produkten und Dienstleistungen eines Unternehmens stehen.

Ich weiß nicht, wie viele der heute hier anwesenden Unternehmen sich an dem Ranking beteiligt haben oder selbst Nachhaltigkeitsberichte erstellen. Aber ich möchte Sie einladen, dieses Thema als Innovationsmotor zu begreifen, um gesellschaftlich wichtige Themen in die Unternehmen zu transportieren.

Schluss

Mir wird immer auf eindrucksvolle Weise deutlich, welche Leistungskraft und welches Verantwortungsbewusstsein in den großen und kleinen Unternehmen dieses Landes stecken.

Ich freue mich immer wieder über die Vorbilder gesellschaftlichen Engagements. An ihnen können sich andere orientieren.

Denn mit *Seneca* lässt sich sagen:

„Die Menschen glauben den Augen mehr, als den Ohren. Lehren sind ein langweiliger Weg, Vorbilder ein kurzer, der schnell zum Ziel führt.“

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!