

# 1. Einleitung: CSR als Rhetorik?

„Wir sind nicht nur verantwortlich für das, was wir tun, sondern auch für das, was wir nicht tun.“ (Laotse)

Das Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft ist spannungsvoll und schwer zu fassen. Obgleich beide in westlichen, marktwirtschaftlich orientierten Gesellschaften eng miteinander verwoben sind, herrscht bisweilen eine erstaunliche Abschottung gegeneinander vor. Der Forschungsbereich der Corporate Social Responsibility (CSR), also der sozialen Unternehmensverantwortung, widmet sich genau diesem schwierigen Verhältnis und sucht – im weitesten Sinne – nach Antworten auf die Frage, wie die Problematik überwunden werden kann. Beim Versuch, diese gegenseitige Sprachlosigkeit in einem weitergehenden Sinne als etwa durch Marketing zu überwinden, stößt, wer sich als Wissenschaftlerin oder Wissenschaftler<sup>1</sup> mit Fragen von CSR befasst, schnell auf Unwissenheit sowie Desinteresse. Hier haben jedoch – bei aller angebrachten Zurückhaltung – die aktuelle Wirtschaftskrise und besonders die Skandale im Finanzsektor durchaus positive Auswirkungen gezeitigt, indem sie einer breiteren Öffentlichkeit die gesellschaftliche Relevanz des Finanz- wie Wirtschaftsystems (vgl. Krugman und Allgeier 2009) plastisch vor Augen führten, wie auch die Konsequenzen des Handelns ihrer Organisationen (vgl. Pinzler und Vorholz 2010; Altman 2007). Vor diesem Hintergrund sind nicht nur im publizistischen Bereich verstärkt normative Standpunkte zum Thema CSR entwickelt worden, auch innerhalb der Gesellschaft gibt es Diskussionen über die Moral von Wirtschaftsunternehmen. Eine gesellschaftlich relativ weit verbreitete öffentliche Betrachtungsweise der Problematik wird dabei immer wieder vertreten, nämlich dass es sich bei

<sup>1</sup> Wenn in der vorliegenden Arbeit geschlechtsspezifische Berufsbezeichnungen o.ä. nur in der maskulinen Form aufgeführt werden, so ist dies der besseren Lesbarkeit der Arbeit geschuldet und soll keinesfalls eine Wertung oder Diskriminierung zum Ausdruck bringen. Wenn möglich habe ich jedoch versucht, möglichst geschlechter-sensibel zu formulieren.

CSR entweder um reine Rhetorik und *greenwashing*<sup>2</sup> handle oder aber Unternehmen CSR nur dann aktiv betrieben, wenn es sich finanziell für sie rechne.<sup>3</sup>

Neben solchen eher einfach-kausalen gesellschaftlichen Wahrnehmungen gibt es aber auch Stimmen aus Wirtschaft und Wissenschaft. So wird die Diskussion begleitet von einer Vielzahl an Publikationen von Wirtschaftsunternehmen, Verbänden und Interessenvertretungen (vgl. Khurana und Nohria 2009; Strategieinstitut der Boston Consulting Group; von Oetinger und Reeves 2007; Hummel und Zander 2007), aber mittlerweile auch durch verschiedene wissenschaftliche Disziplinen wie Ökonomie, Philosophie, Theologie und Soziologie (vgl. Beschorner 2008b; Abländer 2010; Beckert und Beschorner 2006; Forschungsgruppe Unternehmen und gesellschaftliche Organisation (FUGO) 2004). Dabei gestaltet sich die Diskussion inhaltlich immer noch sehr heterogen: Einerseits besteht die klassische liberale ökonomische bzw. organisationstheoretische Idee fort, wonach CSR als Kosten- bzw. Nutzenfaktor betrachtet wird, der entweder schlichtweg den Organisationszielen zuwider läuft (vgl. Friedman 1970; Friedman und Friedman 2002) oder – in milderer Form – sich *on the long run* für die einzelne Organisation nachprüfbar auszahlen müsse. Dem gegenüber stehen eher normative wirtschaftsethische Ansätze, welche die Verantwortung der Unternehmen gegenüber den Stakeholdern (vgl. Freeman 2004) betonen und die Notwendigkeit gesellschaftlichen Engagements von Seiten der Wirtschaft eher philosophisch begründen (vgl. Beschorner und Nutzinger 2007).

Neben dieser normativen Grundsatzdiskussion stellt sich parallel dazu aber wissenschaftlich ebenso die Frage nach den außerwirtschaftlichen Voraussetzungen wirtschaftlichen Handelns, also etwa einer Rechtsordnung und eines Sozialstaates. Dabei steht insbesondere die Veränderung dieser Voraussetzungen durch Prozesse der Globalisierung im Fokus

<sup>2</sup> Der englische Begriff *greenwashing*, zu Deutsch „grünwaschen“, bezieht sich auf Unternehmen, welche sich mittels Marketing ein umweltfreundlicheres, grünes Image geben wollen, ohne jedoch dafür notwendige nachhaltige Änderungen ihres Geschäftsmodells vorzunehmen. Hier handelt es sich um Verbrauchertäuschung.

<sup>3</sup> Die Phänomene einer interessierten und sinnhaft interpretierenden Öffentlichkeit kennt jeder Sozialwissenschaftler und jede Sozialwissenschaftlerin seit Husserl und Schütz als das Problem der Lebenswelt (vgl. Husserl (1996); Schütz (1993); Schneider et al. (2002: 234-289)). Salopp formuliert könnte man frei nach Beuys feststellen: Nicht nur ist jeder ein Künstler, sondern auch zugleich Soziologe.

neuerer sozialwissenschaftlicher Forschung. Aktuelle sozialwissenschaftliche und interdisziplinäre Ansätze konstatieren eine gesellschaftliche Einbettung des Wirtschaftssystems. Damit verschiebt sich der Fokus von normativen Forderungen hin zu einer soziologischen Analyse der Wirtschaft als gesellschaftlichem Funktionssystem. Besonders hervorzuheben sind hier die wegweisenden neo-institutionalistischen Ansätze nach Meyer, DiMaggio/Powell (vgl. DiMaggio und Powell 2008, Powell und DiMaggio 2008; Hasse und Krücken 2005). Vor diesem Hintergrund skizzieren auch die neueren soziologischen Arbeiten zu CSR von Scherer/Palazzo/Baumann sowie Beschorner die gesellschaftlichen Anforderungen an Organisationen des Wirtschaftssystems (vgl. Scherer et al. 2006; Beschorner 2004). Unternehmen können also nicht länger als isolierte Spieler betrachtet werden, die unbeirrbar und alleinig einem rein finanziellen Kosten-Nutzen-Kalkül folgen, sie müssen vielmehr als gesellschaftliche eingebundene Teile eines Funktionssystems (Luhmann) betrachtet werden. Nicht zuletzt weist Brunsson auf die darüber hinausgehenden, ganz offensichtlichen Paradoxien und eben gerade nicht streng rationalen Muster in Unternehmen hin (vgl. Brunsson und Adler 2003; Brunsson und Olsen 1993).

Es stellen sich also zwei Fragenkomplexe zum Thema Wirtschaftsethik, nämlich erstens die grundsätzliche Frage nach der Notwendigkeit und Ausformung einer Ethik für das Wirtschaftssystem und zweitens die nach der gesellschaftlichen Einbettung des Wirtschaftssystems in einer globalisierten Welt. Beide Fragen bieten Raum für ganze Forscherkarrieren, da sie ein gewaltiges Maß an Komplexität mit sich bringen. Verschiedene Ansätze haben bereits versucht, die Fragen auf die eine oder andere Weise zu bearbeiten. Dies ist jedoch sehr unterschiedlich überzeugend gelungen, was – so die hier vertretene These – zu weiten Teilen an dem in diesen Ansätzen praktizierten Umgang mit gesellschaftlicher Komplexität liegt.

Ein erster Schritt dieser Arbeit wird deswegen sein, einige vorliegende Ansätze, welche das Problem der Wirtschaftsethik und der sozialen Einbettung von Wirtschaftsorganisationen in Gesellschaft behandeln, hinsichtlich ihres Umgangs mit Komplexität zu untersuchen. Auf dieser Grundlage wird für einen umfassenderen soziologischen Ansatz geworben, welcher das Komplexitätsproblem in diesem Kontext nach meiner Ansicht überzeugend handhaben kann, Niklas Luhmanns moderne Systemtheorie (vgl. Luhmann 2005). Mit Hilfe dieses Ansatzes sollen sowohl die aktuell beobachtbaren Formen von Gesellschaften und Staaten

in einer globalisierten Welt wie auch das Verhältnis der verschiedenen gesellschaftlichen Funktionssystem untereinander und die Einbettung der Wirtschaft in diese Gesellschaften skizziert werden. Problematisiert werden muss hier auch das bislang noch relativ wenig erforschte Verhältnis von Systemtheorie und Ethik.

Was hat diese skizzierte gesellschaftliche Einbettung von Unternehmen für Konsequenzen in einer globalisierten Welt? Zurückkommend auf das eingangs angeführte Zitat Laotse stellt sich damit nicht nur die Frage nach der Verantwortung von Wirtschaftsunternehmen für ihr Handeln, sondern auch die nach der Verantwortung von Gesellschaften, dieses Wirken eines Funktionssystems in gesamtgesellschaftlich verantwortbaren Bahnen zu halten. Deshalb soll in einem zweiten großen Arbeitsschritt dieser Arbeit die Frage nach der Regulation von CSR gestellt werden. Es wird diskutiert, wie eine sinnvolle Regulation des Wirtschaftssystems in Bezug auf CSR aussehen könnte. Auch hier liegt wieder die Annahme zu Grunde, dass Unternehmen in einen gesellschaftlichen Kontext eingebettet sind, ebenso wie die Beobachtung einer zunehmenden Entgrenzung der einzelnen gesellschaftlichen Funktionssysteme, hin zu globalen Zusammenhängen (vgl. Willke 2007a; Willke 2003). Diese auf den Überlegungen des vorhergehenden Kapitels aufbauende, systemtheoretische Analyse ist essentiell wichtig für alle folgenden Gedanken zur Regulation und wird deswegen einen prominenten Platz in der Dissertation einnehmen. Als Konsequenz aus der eingangs erwähnten Wirtschaftskrise ist aktuell empirisch eine publizistische wie auch politische Neigung zurück zu nationalstaatlicher Regulation von Wirtschaft zu beobachten. Wie weit diese Tendenz nachhaltig ist oder sich nach dem Abklingen der Rezession fortsetzen wird, wäre eine Frage zu diesem Trend, der umso erstaunlicher ist, als in den vergangenen Jahren eine deutliche Tendenz zu Deregulierung von Wirtschaft beobachtbar war. Unabhängig von solchen Trends orientiert sich mein Forschungsvorhaben an bereits bestehenden Möglichkeiten der Regulation in Bezug auf CSR. Dabei unterscheide ich zwischen verschiedenen möglichen Regulationsansätzen auf unterschiedlichen Ebenen, namentlich dem nationalstaatlichen Recht, den transnationalen, völkerrechtsbasierten Rechtsregimen und rein privaten Rechtsregimen. Den wissenschaftlichen Hintergrund dieser Unterscheidung bildet die Diskussion um *private authorities*, dabei insbesondere die Ansätze von Teubner (vgl. Teubner 1996; Teubner 2003; Teubner 2007), Fischer-Lescano (vgl. Fischer-Lescano und Teubner 2007) und Calliess

(vgl. Calliess 2004; Calliess 2006). Da im Fokus der Arbeit insbesondere die privaten Rechtsregime von Interesse sind, soll mit Hilfe der erwähnten Ansätze zunächst die Frage nach der Legitimität privater Regulation diskutiert werden, um die Diskussion theoretisch zu fundieren. Durch die Einbeziehung juristischer bzw. rechtphilosophischer Ansätze soll eine interdisziplinäre Perspektive auf Regulation entwickelt werden. Ziel dieses zweiten großen Arbeitsschrittes ist die Darstellung möglicher effektiver Regulationsansätze für Wirtschaftsunternehmen in Bezug auf CSR, welche nach der theoretischen Diskussion im Folgekapitel in einer mehrere Regime umfassenden Praxisstudie im Bereich CSR vorgestellt werden, um die Überlegungen am Praxisfall zu veranschaulichen und zu überprüfen.

Bevor die Arbeit in einer Konklusion zusammengefasst wird, soll in einem dritten großen Arbeitsschritt mit einem Reflektionskapitel die Redlichkeit wissenschaftlicher Argumentationen im Bereich der CSR-Forschung im Allgemeinen und der systemtheoretischen im Besonderen diskutiert werden. Dies ist für die Dissertation insofern essentiell, als gerade in dem politisch relevanten Kontext der Unternehmensregulation sowohl von gesellschaftlicher als auch von wissenschaftlicher Seite oftmals der Anspruch auf „richtige“ oder „falsche“ Präskriptionen erhoben wird. Nach meinem Dafürhalten ist diese teleologische Argumentationsführung höchst problematisch und für die Frage nach einer Wirtschaftsregulation wenig produktiv. Dies soll in dem Reflektionskapitel genauer herausgearbeitet werden. Die darauf folgende abschließende Konklusion fasst noch einmal die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit zusammen und stellt den Versuch dar, eine Antwort zu finden für die Frage hinter CSR: Ist das Konzept wirklich nur Rhetorik oder bietet es einen Weg, die Wirtschaft mit den Ansprüchen der sie umgebenden Gesellschaft – wenigstens partiell – zu versöhnen?