

## Vorwort

Unternehmen haben ihren Einflussbereich in den letzten Jahren weiter ausgedehnt. Durch Privatisierungen, Konzernbildung, Entwicklung der Kapitalmärkte, technologischen Fortschritt, Patente und die Globalisierung haben sie eine Bedeutung gewonnen, die diejenige von manchen Nationalstaaten übersteigt. Sie sind zur gleichen Zeit treibende Kräfte und Getriebene der Globalisierung. Die Gewinne auf Unternehmensseite sind ständig gestiegen, während in der Bevölkerung die Einkommens- und Vermögensunterschiede weiter wachsen. Viele Menschen können an den positiven Entwicklungen der Globalisierung nicht partizipieren: Weltweit verfügen heute wenige reiche Familien über mehr Vermögen als eine Milliarde Menschen pro Jahr an Einkommen erzielt. Mehr als zwei Milliarden Menschen haben noch nie telefoniert, haben keinen Zugang zu Elektrizität oder sauberem Wasser. Globalisierung führt nicht von sich aus zu einer sozial gerechten und ökologisch nachhaltigen Entwicklung. Ihre Bedingungen sind deshalb nicht als Naturereignis hinzunehmen. Eine globalisierte Welt ohne soziale Gerechtigkeit und ökologisches Gleichgewicht wird neue Konflikte verursachen. Weniger als je zuvor kann Gerechtigkeit aber durch nationales Handeln allein erreicht werden. Globalisierung bedarf vor allem der aktiven politischen Gestaltung auf internationaler Ebene.

Unternehmen, die Nationalstaaten zum Teil an ökonomischer Größe und Bedeutung überragen, unterliegen keiner direkten demokratischen Kontrolle. Ihre internationalen Aktionsmöglichkeiten erlauben ihnen, nationale Regulierungen zu unterlaufen, zum Beispiel durch die Verlagerung von Aktivitäten ins Ausland. Der regulierende Staat verliert mit dem Wegzug des Unternehmens Steuereinnahmen und Arbeitsplätze. Verzichten Staaten aus Sorge vor Geschäftsverlagerungen auf die Durchsetzung ökologischer oder sozialer Rahmenbedingungen, entsteht im internationalen Vergleich ein ‚race to the bottom‘: Große Freiheiten bedeuten für Unternehmen günstige Standortbedingungen. So kommt es – insbesondere in ärmeren Staaten - leicht zu Umwelt- und Sozialdumping. Die Auswirkungen werden

offensichtlich in der Abholzung des tropischen Regenwaldes oder in der massenhaften Verletzung von Arbeitnehmerrechten.

Auf dieses Phänomen gibt es mindestens zwei mögliche Reaktionen:

- 1) Die Entwicklung einer für alle Unternehmen verbindlichen internationalen Rahmenordnung.
- 2) Die freiwillige Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen.

Der erste Ansatz hat die Schwäche, dass er sich der Logik des Dumpings kaum entziehen kann - solange sich nicht alle Staaten an dieser Rahmenordnung beteiligen. Die nationale Souveränität von Staaten lässt sich allerdings schwer außer Kraft setzen und besonders ärmere Staaten sind auf ausländische Investitionen angewiesen. Schädigungen der Umwelt oder die Ausbeutung von Arbeitskräften auf dem heimischen Markt werden dafür in Kauf genommen.

Eine Bindung der Unternehmen durch ihre Heimatstaaten erweist sich ebenfalls als problematisch. Denn so erhalten Unternehmen aus Staaten, die diese Bindung nicht vorsehen, einen Wettbewerbsvorteil. Lediglich Initiativen von Staatengruppen, wie die in diesem Band vorgestellten OECD-Leitlinien, können hier ansatzweise eine Lösung bieten. Eine Geltung auf globaler Ebene beanspruchen beispielsweise die UN-Normen zur Verantwortung transnationaler Konzerne und anderer Unternehmen in Bezug auf die Menschenrechte.

Ebenso wie die Etablierung verbindlicher Regelungen auf staatlicher bzw. supranationaler Ebene stößt die freiwillige Übernahme von Verantwortung auf Probleme: Wenn sie für das jeweilige Unternehmen Kosten verursacht und keine Vorteile nach sich zieht, erleidet es zumindest kurzfristig einen Nachteil im Vergleich zu Wettbewerbern. Dieser Nachteil lässt sich nur in begrenztem Umfang hinnehmen. Allerdings wurde an einigen öffentlichkeitswirksamen Vorfällen deutlich, dass verantwortungsloses Verhalten einem Unternehmen schweren Schaden zufügen kann. Aufgrund veränderter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen interessiert sich eine zunehmende Zahl von Menschen dafür, unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden. Konsumenten sind zum Teil bereit, für ‚fair‘ produzierte und gehandelte Waren einen höheren Preis zu zahlen. Nichtregierungsorganisationen machen in den Medien auf die Produktionsbedingungen bei multinatio-

nen Konzernen aufmerksam und beziehen dabei auch die Zulieferunternehmen ein. Die schärfste Waffe der Nichtregierungsorganisationen gegenüber den großen Unternehmen ist dabei das ‚Reputationsrisiko‘ bzw. die Sorge der Firmen um ihre ‚Marke‘. Es liegt also auch im Interesse von Unternehmen, darauf zu achten, keine Verletzungen international anerkannter (wenn auch nicht zwangsläufig verbindlicher) Sozial- und Umweltstandards bekannt werden zu lassen.

Mit der Zeit setzt sich auch die Erkenntnis durch, dass ein positives Verhalten auf das Image und den Markenwert eines Unternehmens abfärben kann. Ratingagenturen beziehen Reputationsrisiken in ihre Bewertung ein. Immer mehr Unternehmen führen regelmäßig ‚Stakeholder-Dialoge‘ mit Nichtregierungsorganisationen und entdecken die Vorteile von Nachhaltigkeitskommunikation. Diese Form der Öffentlichkeitsarbeit manifestiert sich zu meist in Nachhaltigkeitsberichten und anderen Hochglanzbroschüren. Eine Integration von Corporate Social Responsibility in das Kerngeschäft sucht man oftmals noch vergebens.

Noch 1970 hatte der Wirtschaftswissenschaftler Milton Friedman die soziale Verantwortung von Unternehmen einzig in der Maximierung der Gewinne gesehen. In der aktuellen Diskussion werden dagegen Begriffe wie ‚Corporate Social Responsibility‘ (CSR) oder ‚Corporate Citizenship‘ immer häufiger benutzt. Sie weisen Unternehmen Aufgaben zu, die über die Maximierung der Gewinne hinausgehen. Eine wachsende Zahl von Unternehmen bekennt sich zu dieser Verantwortung.

Egal welche der dargestellten Handlungsalternativen gewählt wird: Beide Entscheidungen erfordern mehr als nur guten Willen. Im ersten Fall ist eine komplexe Dilemmasituation zu überwinden, während der zweite Fall unternehmerische Entscheidungen erfordert, die kaum auf vorhandene Erfahrungswerte gestützt werden können. Um beide Probleme zu überwinden sind Transparenz und Wissensaustausch erforderlich. Hierzu dienen Kommunikations- und Lernforen, wie sie zum Beispiel auf der Ebene der Europäischen Union oder der Vereinten Nationen („Global Compact“) etabliert wurden.

Die vorliegende Publikation stellt die existierenden Ansätze und Initiativen vor und möchte Forum einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Sozial- und Umweltstandards für Unternehmen sein. Die Kenntnis ihrer Chancen und Grenzen ist unerlässliche Voraussetzung dafür, die negativen Auswirkungen der Globalisierung und Liberalisierung in den

Griff zu bekommen. Sie erleichtert es den Unternehmen, den Interessen ihrer Stakeholder zu entsprechen und ihrer faktisch bereits vorhandenen Verantwortung nachzukommen. Wir verstehen die Publikation als einen Beitrag zur Gestaltung der Globalisierung im Sinne nachhaltiger Entwicklung. Dieses Ziel kann nur durch die Mitwirkung aller Akteure in Wirtschaft und Gesellschaft erreicht werden.

Basis dieser Veröffentlichung ist eine gemeinsame Tagung der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit, des Eine Welt Netzwerks Bayern e.V., der Fachhochschule München / Fachbereich General Studies und der Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum am 12. November 2004 in München. Einige ausgewählte Beiträge dieser Tagung – zugleich ausgeschrieben als Internationaler Tag der Fachhochschule München – wurden ergänzt um einen Grundlagenteil, Praxisbeispiele und Perspektiven künftiger Entwicklungen.

Wir danken allen Autoren und Autorinnen, den Veranstaltern und Kooperationspartnern am 12. November 2004, Herrn Werner Karg von der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit, Herrn Prof. Dr. Eckart Koch von der Fachhochschule München, dem Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. und der Germanwatch Regionalgruppe Münchner Raum für die Unterstützung dieses Projektes. Ein besonderer Dank gilt der Bayerischen Landeszentrale für politische Bildungsarbeit, über die Multiplikatoren mit Wohnsitz in Bayern diese Schrift beziehen können.

Christian Bussler  
Alexander Fonari

München, im Juni 2005