

## CSR: Einfach nur gutes Management

Tagung „CSR in der Betriebswirtschaft“ in der Wirtschaftskammer Salzburg in Kooperation mit der IHK Nürnberg für Mittelfranken

Das Konzept von CSR („Corporate Social Responsibility“) ist nicht nur weltweit ein Megathema in der Wirtschaft, es entwickelt sich auch sehr schnell in neue Richtungen. In einer deutsch-österreichischen Tagung in der WKS Salzburg gaben führende Praktiker in Unternehmen Auskunft, wie und warum sie CSR betreiben.

„Für uns ist CSR kein Gut-Menschentum, sondern gutes Management.“ So brachte Markus M. Löttsch, Hauptgeschäftsführer der IHK Nürnberg für Mittelfranken das Thema des ersten grenzüberschreitenden CSR-Kongresses zum Thema „Betriebswirtschaft und CSR“ auf den Punkt. Gemeinsam luden das Zentrum für humane Marktwirtschaft der WKS, die FH Salzburg und die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken erstmals zum grenzüberschreitenden Informationsaustausch über neueste Ansätze von CSR - und diese zielen auf die möglichst tiefe Integration von „Verantwortung“ in die betrieblichen Steuerungsinstrumente und in die Innovationspolitik der Unternehmen. Der „moralische Zeigefinger“ war gestern. „Noch immer herrscht zwar eine gewisse moralische Appellitis vor. Es kann und wird aber ein Beitrag der Betriebswirtschaftslehre sein, vor allem zu zeigen, welche Wettbewerbsvorteile sich durch CSR ergeben, indem Unternehmen sozial verantwortlich agieren“, umriss Dr. René Schmidpeter, der wissenschaftliche Leiter des Zentrums für humane Marktwirtschaft, den aktuellen CSR-Trend. Schmidpeter ist unter anderem auch Herausgeber einer Buchreihe im Springer Gabler Verlag zu CSR-Management (siehe Info-Kasten).

### *Sauber arbeiten und Gewinn machen*

Nicht zuletzt sollte auch der unternehmerische Mittelstand für das Thema noch stärker gewonnen werden. Einen eigenen Weg dazu fanden die bayerischen IHK, die rund 900.000 deutsche Unternehmer vertreten. Sie betrachten „den ehrbaren Kaufmann“ als ein Leitmodell und CSR als Ansatz, die Ehrbarkeit des Unternehmers „anschlussfähig für die heutige Geschäftswelt“ (Löttsch) zu machen. Das Leitthema des „Ehrbaren Kaufmannes“ wurde sogar zu einem von fünf Exzellenzthemen der bayerischen IHK erhoben. Was tut der ehrbare Kaufmann, was andere vielleicht nicht tun? Markus M. Löttsch: „Das ist eine innere Haltung, eine personelle Tugend. Was den ehrbaren Kaufmann auszeichnet, ist gutes Tun im Kerngeschäft. Dort sauber arbeiten und Gewinn machen. Punkt.“

Diese „schickliche Form des Eigennutzes“, eine Formulierung von Adam Smith, an die FH-Professor DDr. Hermann Rauchenschwandtner (FH Salzburg) erinnerte, ist vor allem in größeren Unternehmen vom „CSR-Add on“ zu einem selbstverständlichen Teil des Managements geworden. So hat etwa der Kranhersteller Palfinger schon seit längerem Nachhaltigkeit in seine strategische Planung integriert. Eine eigene CSR-Landkarte gibt die Richtung für die CSR-Aktivitäten des weltweit agierenden Konzerns vor. Einen Nachhaltigkeitsbericht lege man schon seit 2003 vor, wie Konzernsprecher Hannes Roither betonte: „Unser Nachhaltigkeits-Engagement ist mit ein Grund, warum wir so erfolgreich sind“. Eine große Herausforderung im Bereich CSR sei es nun, die konzerneigenen Standards auch in Ländern wie China oder Brasilien angepasst anzuwenden.

### *Innovationen mit positivem sozialem Impact*

Als Vorreiter in der Automobilindustrie sieht sich auch die Volkswagen AG, wie CSR-Manager Klaus Richter ausführte. Seit 2007 werde ein integrierter Ansatz verfolgt, was sich in den Nachhaltigkeits-Rankings positiv für Volkswagen niederschlägt. CSR sei allerdings zu wenig innovativ, meinte Thomas Osburg, Public-Affairs-Manager des Chipherstellers Intel Europe, in der Diskussion: „CSR wird eigentlich von allen gemacht. CSR wird bleiben. Wir gehen aber weiter“, erklärte der Intel-Manager und Buchautor („Social Innovation“): „Nur mit Innovationen, die einen positiven sozialen Impact aufweisen, können Unternehmen nachhaltig überleben und agieren“.

Den Aspekt der Messbarkeit betonte Dr. Frank Schröder vom Waschmittel- und Kosmetika-Konzern Henkel. Für das Unternehmen mit 48.000 Mitarbeitern ist Nachhaltigkeit eines von fünf Unternehmenszielen, das sich auf die ganze Wertschöpfungskette ausdehnt. Eine eigene Matrix der Wertschöpfungskette hilft, mittels Kennzahlen „Value und Footprint“ zu messen. Schröder: „Nachhaltigkeit bringt Ökologie, Profitabilität und Soziales ins Gleichgewicht!“. „CSR ist für uns einfach die ‚licence to operate‘“, erklärte Sustainability-Manager der Infineon Technologies AG, Dr. Ing. Christian Pophal: „CSR ist ein gemeinsamer Handlungsplan mit den Stakeholdern, der sicherstellt, dass das Unternehmen langfristig erfolgreich sein kann!“

Aus der Verzichtsecke will die österreichische Unternehmerin Christine Weidinger, Gründerin des „Sustainability Entrepreneurship Awards“ (SEA), das Thema Nachhaltigkeit holen. Der „Oscar der Nachhaltigkeit“ ist eine international vernetzte Initiative, die unternehmerische Lösungen und Konzepte auszeichnet. „Richtig verstanden ist Nachhaltigkeit ein Motor für Wachstum und Innovation. Verzicht kann ich in einer Demokratie nicht umsetzen. Nachhaltigkeit muss daher zum Lifestyle und zum Mainstream werden!“

### **CSR-Aktionsplan: Bitte warten!**

Was noch zur Sprache kam: es ist notwendig CSR richtig und glaubwürdig zu kommunizieren. Eine Berichtspflicht, wie sie die EU-Kommission plane, dürfe aber nicht zur zusätzlichen Bürde werden, lautete der Tenor der abschließenden Diskussion: „Noch eine Pflicht auf die bürokratischen Belastungen der Betriebe draufzulegen, ist kein gangbarer Weg und behindert das Thema“, betonte Bettina Lorentsich, CSR-Expertin und Beiratsvorsitzende des Zentrums für humane Marktwirtschaft. „Gleichzeitig kommen die Rahmenbedingungen für CSR zu kurz. Den nationalen Aktionsplan CSR diskutieren wir seit sieben Jahren. CSR muss zum Thema der neuen Koalitionsregierung werden“, forderte die Obfrau der Bundessparte Handel. Die erste deutsch-österreichische CSR-Konferenz zu Betriebswirtschaft wird nächstes Jahr in Bayern fortgesetzt, gemäß einem Arbeitsauftrag, wie ihn WKS-Direktor Dr. Hans Bachleitner formulierte: „Wir wollen CSR erlebbar, begreifbar und umsetzbar machen - und zwar auch für die kleinen Betriebe und die mittelständische Unternehmenswelt!“