

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10.06.2008, Nr. 133, S. B3

CSR - UNTERNEHMEN, GESELLSCHAFT, VERANTWORTUNG

STANDPUNKT

Keine billigen Statthalter des Staates

Unternehmen haben keine moralische Pflicht zum gesellschaftlichen Engagement. CSR ist nur deswegen so populär, weil sich der Staat in vielen Bereichen des öffentlichen Lebens zurückgezogen hat.

Mittelständler sind nüchtern denkende Menschen: Bei ihnen haben es alle Berater schwer, alle Zulieferer, Wissenschaftler, MBA-Studenten oder jene, die angebliche Business-Trends anbieten, die sich im Zwei-Jahres-Rhythmus wieder verändern. Mit dieser Skepsis ist der Mittelstand, sind die Familienunternehmen, Inhaber und Geschäftsführer bisher gut gefahren. Genauso geht es zurzeit denen, die das Thema "Corporate Social Responsibility" (CSR) herumreichen, also die angebliche gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen, die über die Schaffung von Arbeitsplätzen hinausgeht. Dass "CSR" heute zu einer modernen Unternehmensführung dazugehört, braucht man Mittelständlern nicht zu sagen: Umfragen zeigen, dass fast jedes Unternehmen sich bei Kindergärten, Schulen, Vereinen, Kultureinrichtungen in irgendeiner Form engagiert - und sei es in der Form eines 1000- Euro-Schecks. Mäzenatisch orientierte Unternehmer rufen gemeinnützige Stiftungen ins Leben, in die sie nicht nur das Unternehmensvermögen nach ihrem Tod, sondern auch große Teile des Privatvermögens einbringen.

Nun mag man bemängeln, dass die meisten Mittelständler sich zwar engagieren, indes keine Strategie verfolgen, was sie denn eigentlich langfristig mit ihrem Engagement erreichen wollen. Was oftmals ebenso fehlt, ist der Gedanke der Nachhaltigkeit, die ein solches Engagement für ein Unternehmen erst langfristig wertvoll macht. Durch solche Defizite werden zwar viele Marketing- und Kommunikationschancen vergeben, sie sprechen aber nicht gegen das Engagement selbst.

Dass sich das CSR-Thema so hartnäckig in der öffentlichen Diskussion halten kann - immerhin ist es schon in den neunziger Jahren Jahren als große Mode über den großen Teich nach Europa geschwappt -, ist letztendlich auf den Rückzug des Staates aus vielen Bereichen des öffentlichen Lebens zurückzuführen. Seit dieser die Gelder etwa für die Kulturförderung massiv zusammenstreicht, von Orchestern angefangen bis hin zur lokalen Bücherei oder er keine Gelder für dringend notwendige Investitionen in Schulgebäude oder Universitäten mehr bereitstellt, wird klammheimlich erwartet, dass jetzt die freie Wirtschaft in die Bresche springt.

Zurückhaltung verständlich

Wer einmal auf dem Tisch eines mittelständischen Geschäftsführers die Berge von Briefen

gemeinnütziger Einrichtungen gesehen hat, die nach finanzieller Förderung fragen, weil sie diese bei den staatlichen Einrichtungen nicht mehr bekommen, versteht die Zurückhaltung der Wirtschaft um so mehr. Unternehmen sind aber nicht die billigen Statthalter des Staates. Wenn man ihnen eine Verantwortung zumessen will, die über Arbeitsplätze und die Existenzsicherung von Menschen hinausgeht, muss darüber zumindest eine offene Debatte geführt werden, und es muss gesellschaftspolitisch begründet werden, warum Unternehmen eine Verpflichtung haben sollten, von den erwirtschafteten Geldern das städtische Museum zu fördern oder eine Million Euro für Erdbebenopfer zu spenden.

Es mag eine Reihe guter Gründe geben, sich sozial oder kulturell zu engagieren: Mitarbeiter sind stolz auf ihr eigenes Unternehmen, was wiederum die Attraktivität der Firma als Arbeitgeber steigert. In klassischen Sponsorships, unterlegt durch Beraterverträge, rechnen Firmen ihr Engagement in Kundengewinnung, Kundenbindung und öffentliche Wirkung um. Das mag manche Werbekampagne einsparen und zudem glaubwürdiger wirken. Bei der Einrichtung von Stiftungen mögen neben dem öffentlichen Wohl auch steuerliche Überlegungen oder die Vermeidung von Erbstreitigkeiten eine wichtige Rolle spielen. Und so mancher Fußballverein in der Provinz überlebt nur, weil der lokale Bauunternehmer auch seine eigenen Eitelkeiten zu pflegen weiß. Das ist alles legitim und trägt dazu bei, dass aus dem Mittelstand jährlich Milliarden in soziale und kulturelle Projekte fließen. Aus keiner ethischen oder staatstheoretischen Tradition heraus aber ist zu begründen, dass ein Unternehmen per se einer solchen Verpflichtung unterliegt, schon gar nicht in stark etatistisch geprägten Systemen wie Deutschland, in denen hohe Steuerlasten zur Bewältigung genau solcher Infrastrukturaufgaben gedacht sind.

Keine Verpflichtung

Unternehmer und Firmen hierzulande unterliegen, jüngst wieder befeuert durch die neu entflammte Debatte über die "Reichensteuer", einer so hohen Steuer- und Abgabenbelastung, dass sich aus Gewinn und Profit zumindest keinerlei Verpflichtung zum öffentlichen Engagement ableiten lässt. Ein Vergleich mit den starken mäzenatischen Trends in den Vereinigten Staaten, die helfen, die Metropolitan Opera in New York zu rund 90 Prozent alleine zu finanzieren, ist nicht hilfreich, da sich die Rolle des Staates dort seit über 200 Jahren ganz anders als in Europa entwickelt hat.

Um nicht missverstanden zu werden: Jeder mittelständische Unternehmer tut gut daran, über sein eigenes Unternehmen hinauszudenken und nach Formen zu suchen, wie er die Gesellschaft, in deren Umfeld er mit seinem Unternehmen arbeitet, nachhaltig, strategisch durchdacht und eigenen Neigungen gemäß unterstützen kann. Wenn sich dieses Engagement aus den derzeitigen Zufälligkeiten, aus denen heraus es heute oft noch entsteht, in eine beständigere Form hineinfließt, wird es öffentlich auch auf breitere Aufmerksamkeit und größere Wirkung stoßen. Jedoch kann all dies nicht verdecken: Eine moralische Pflicht der Unternehmen zum gesellschaftlichen Engagement lässt sich staatspolitisch nicht herleiten. Wer auch ansonsten ständig nach dem Staat ruft, muss ihn auch hier - und umso mehr - in die Pflicht nehmen.

Prof. Dr. KLAUS EVARD ist Chairman von TEC International Germany, der weltweit größte Zusammenschluss mittelständischer Geschäftsführer, Wiesbaden

Alle Rechte vorbehalten. (c) F.A.Z. GmbH, Frankfurt am Main

Serie: Standpunkte

Sachgebiet: WIRT Wirtschaft
KULT Kultur
BETR Betriebswirtschaft
GEBE Gesellschaft
GELD Geld und Finanzmärkte
ARBT Arbeit
FINZ Öffentliche Finanzen
SOZP Sozialpolitik
AUSB Ausbildung

195, FAZTA , 10.06.08; Words: 846, NO: FD1200806101763945