

■ Corporate Social Responsibility als ökonomischer Faktor:

Börsen, Kunden und Mitarbeiter belohnen sozial verantwortliches Handeln von Unternehmen

Die soziale Verantwortung von Unternehmen – in der Fachdiskussion als CSR, Corporate Social Responsibility bezeichnet – gewinnt nach Meinung von Politikern, Wissenschaftlern und Ökonomen größere Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit und den nachhaltigen Erfolg von Unternehmen jeder Größenordnung. In einer Zeit der sich immer stärker angleichenden Produkte und des zunehmend internationalisierten Wettbewerbs machen immer mehr Kunden und Investoren ihre Entscheidungen davon abhängig, wie soziale Ziele und Umweltschutz in die Unternehmenspolitik integriert werden. Längst gibt es Aktienindizes, die die Entwicklung sozial verantwortlicher Unternehmen mit der allgemeinen Börsenentwicklung vergleichen, und 2001 hat die Europäische Kommission ein Grünbuch veröffentlicht, das CSR definiert und zur Gemeinschaftaufgabe erklärt – gleichermaßen aus wirtschaftlichen wie aus ethischen Motiven.

In Unternehmen, so das Grünbuch, wächst das Bewusstsein, „dass die Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung unmittelbaren wirtschaftlichen Wert haben kann.“ Und das gleich in zweierlei Hinsicht. Einerseits „kann es sich unmittelbar positiv auf die Produktivität auswirken, wenn man im sozialen Bereich mehr tut, als es die gesetzlichen Auflagen erfordern“. Andererseits gehen Finanzexperten davon aus, dass der Marktwert sozial verantwortlicher Unternehmen langfristig stärker steigt, als der ausschließlich gewinnorientierter Aktiengesellschaften.

Diese These wird belegt durch solche Aktienindizes, über die die Entwicklung

derjenigen Unternehmen an den Börsen verfolgt wird, die sich durch besonderes Engagement für soziale und umweltrelevante Probleme auszeichnen. Der Domini 400 Social Index (DSI) hatte seit seiner Einführung im Mai 1990 bis 2001 im Jahresgesamtergebnis (und unter Berücksichtigung der Risikogewichtung) den S&P 500 um mehr als 1 % übertroffen; der Dow Jones Sustainable Index hat von 1993 bis 2001 um 180 % zugelegt, der Dow Jones Global Index im selben Zeitraum lediglich um 125 %.

Der Börsencrash und die Folgen des 11. Septembers haben diese Erfolge etwas relativiert, weil in der Folge z. B. die Tabak- und Rüstungsindustrien – Industrien, die nicht in die CSR-Definition passen – vergleichsweise stark zulegten; darunter litt auch der 2001 ins Leben gerufene FTSE4GOOD Index. Das wird jedoch als eher kurzfristige Entwicklung gesehen.

Maßstab für Managerqualität

Denn schon die Gründung solcher Indizes und ihre größer werdende Beachtung durch Banken und andere Investmentberater steht für den Trend, CSR-Faktoren verstärkt in die Unternehmensbewertung einzubeziehen. Vor allem für Fondsgesellschaften, die im Auftrag öffentlicher Einrichtungen Gelder anlegen, sind diese Bewertungen ein wichtiger werdendes

Kriterium für ihre Investitionsentscheidungen.

Es spricht einiges dafür, dass solche Entscheidungen auch durch eine verbesserte Ertragsstruktur der Unternehmen belohnt werden. Im Grünbuch heißt es dazu: „Es ist generell damit zu rechnen, dass sozial verantwortlich handelnde Unternehmen überdurchschnittlich hohe Erträge erzielen, denn die Fähigkeit eines Unternehmens, Umweltprobleme und soziale Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen, ist ein glaubwürdiger Maßstab der Managementqualität.“ Im Rahmen einer 2001 veröffentlichten Bilanz einschlägiger Untersuchungen in der Zeitschrift Industry Week kommen die Autoren zu dem Schluss, dass die überdurchschnittliche Leistung eines Unternehmens etwa zu Hälfte dem sozial verantwortlichen Handeln zuzuschreiben ist, während die andere Hälfte sich durch die Gesamtleistung des Sektors erklärt.

Vorteile für die Leistungsfähigkeit können sich vor allem durch die höhere Produktivität von sozial verantwortlichen Unternehmen ergeben: Wenn Betriebe fair und offen mit ihren Mitarbeitern umgehen, deren individuelle Bedürfnisse und Möglichkeiten berücksichtigen, sorgt das für höhere Motivation und stärkere Bindung an das Unternehmen und seine Ziele. So groß das Potenzial hier ist, zeigt eine Gallup-Studie vom Herbst 2002.

Inhalt

Hintergrund: Corporate Social Responsibility (CSR) als ökonomischer Faktor	2
Praxisbeispiel: Otto-Konzern stellt Bedingungen an die Lieferanten	4
Interview: Franz Netta, Leiter Zentrale Personaldienste und Sozialpolitik bei Bertelsmann	6
Termine, Themen und Projekte	8