

Wohlstand oder «Corporate Social Responsibility»



RAOUL N. BOENDER UND DAVE MEYER * • August 2018

Zusammenfassung

- Ist in einer Wirtschaftsordnung die Wahlfreiheit gewährleistet, werden Verträge eigenverantwortlich und zum beidseitigen Vorteil abgeschlossen. Dabei bedingt die Chance zum Erfolg auch ein Risiko des Scheiterns.
- Um unternehmerischen Erfolg nachhaltig zu sichern, bietet der ehrbare Kaufmann «Stakeholdern» wie Mitarbeitern und Lieferanten attraktive Gegenleistungen an, wodurch der Wohlstand aller steigt. Hingegen führt die Legitimierung von Ansprüchen beliebiger Aktivisten zur «Demokratisierung der Wirtschaft», deren Geissel die Welt seit 1991 überwunden glaubte.
- Marktmanipulierende Pläne von Behörden zur «Corporate Social Responsibility» (CSR), ebenso wie nötigende Boykott-Aufrufe von selbstgerechten NGOs, umgehen die demokratische Legiferierung und die Wahlfreiheit, letztlich auf Kosten der Konsumenten. Deshalb darf CSR die nationale Judikative trotz moral-polizeilichem Gehabe nicht einmal ergänzen. So liegt es weiterhin in der Verantwortung internationaler Konzerne, ausländische Gesetzesordnungen und Ethik-Vorstellungen mit gutschweizerischer Bescheidenheit zu respektieren.
- Nach unvoreingenommener Analyse von CSR bleibt diese ein unrentables Marketing-Instrument, welches höchstens üble Nachrede von NGOs verhindert. Dennoch sind wohltätige Aktivitäten durchaus lobenswert, solange sie dem Willen der Eigentümer entsprechen.
- Wenn der gesetzestreue Unternehmer seinen Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten Nutzen verschafft, dann hat er seine gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen und kann den verbleibenden Gewinn getrost behalten.

* Die Autoren sind Teilnehmer des Executive MBA der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Wir haben die Wahl. Der Mensch in der Schweiz hat die Freiheit im jeweiligen Tausch von Arbeit gegen Geld gegen Ware zu wählen, welche Tätigkeit und welches Produkt ihm den grössten Vorteil und dadurch Wohlstandsgewinn bringt. Der gleiche Mensch im Unternehmen strengt sich an, Nöte und Bedürfnisse der Gesellschaft genau zu verstehen und Lösungen dafür anzubieten. Kunde und Unternehmen gewinnen durch Tausch. Der Wohlstand steigt, weil beide die Wahlfreiheit haben.

Wir geniessen die Wahlfreiheit, jegliche Verträge abzuschliessen, selbstbestimmt zu leben, über das Eigentum und seine Früchte zu verfügen, solange diese Freiheiten nicht die des Anderen ungerechtfertigt einschränken.

Die freiheitliche Suche nach Gewinn und Glück geht so lange gut, bis jemand in der Lage ist, eben diese Freiheit einzuschränken, also ein Marktmanipulator auftritt. Er verschiebt Gewinne ungerecht auf Kosten eines Anderen. Klassische Manipulatoren wie kartellistische Unternehmen und Gewerkschaften, aber auch konventionelle Diebe füttern sich um die Wahlfreiheit der Anderen. Marktmanipulatoren gewähren zu lassen, würde dazu führen, dass nachgelagerte Konsumprodukte letztlich teurer werden und dadurch der Wohlstand in der Gesellschaft sinkt.

Es ist an den demokratischen Institutionen, inklusive der Verwaltung, die Freiheiten ihrer Einwohner zu sichern, insbesondere die Wahlfreiheiten. Damit jeder nach seinen Prioritäten zu Glück und Wohlstand gelangen kann.

Sicherheitsnetz und Eigenverantwortung

Bei aller freiheitlichen Suche nach Wohlstand scheint nicht immer die Sonne. Ohne das Risiko des Scheiterns gibt es auch keine Gewinne.

Wie gestaltet sich unsere gesellschaftliche Fehlertoleranz? Nicht Häme soll der Lohn des Gefallenen sein, sondern die Anerkennung seines Mutes. So muss Scheitern sowohl gesellschaftlich akzeptiert, wie auch wirtschaftlich möglich sein. So braucht es eine ökonomische Absicherung, damit kein Einwohner Not leiden muss. Es ist ein Austarieren zwischen ausgebautem Sicherheitsnetz und den Gewinnmöglichkeiten des Einzelnen.

Noch vor der Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen steht der gesellschaftliche Diskurs zu Verantwortlichkeiten, über den Mut zu einem selbstverantworteten Leben und über eine verantwortungsenthobene, bequeme Infantilisierung in einer Opferhaltung. So ist auszuhandeln, wo die Eigenverantwortung endet bzw. wo und zu welchem Preis Verantwortung delegiert werden kann. Danach wird auch klarer, inwiefern ein möglicherweise verantwortliches Unternehmen eine bestimmte Verantwortung überhaupt übernehmen soll und kann. Auch die reziproke Frage nach der unternehmerischen Verantwortung der Gesellschaft darf nicht übergangen werden.

Bevorzugung legitimer Stakeholder

Das Konzept des ehrbaren Kaufmanns, wonach der Unternehmer das Gesetz achtet, zu seinen Mitarbeitern schaut und weder Kunden noch Lieferanten betrügt, legt einen guten Ausgangspunkt für weitere Überlegungen. Das Heraufbeschwören des Klischees eines raffgierigen Fabrikanten aus dem 19. Jahrhundert hilft hingegen nicht weiter.

Das zentrale Problem zeigt sich, wenn Unternehmen die Forderungen beliebiger Stakeholder ungeprüft anerkennen.² Denn hätte jeder Einwohner tatsächlich einen direkten und umfassenden Forderungsanspruch an die Unternehmen, dann wäre die Wirtschaft demokratisiert.³ Nur geschichtsblinde Romantiker träumen noch von volkseigenen Betrieben.

So tut der ehrbare Kaufmann gut daran, sich auf die Stakeholder zu beschränken, welche nicht das Ziel verfolgen, seine Markttätigkeit im oben ausgeführten Sinn zu manipulieren.

Umtriebige politische Vereine (schmeichlerisch NGOs genannt) geben vor, die Schweizer Gesellschaft anwaltschaftlich zu vertreten.⁴ Diese Ansicht ist ihnen durch die Meinungs- und Religionsfreiheit zugestanden.

Problematisch wird es aber, sobald NGOs in der Lage sind, ihre selber verfassten Regeln bei Unternehmen mittels wirtschaftlichen Sanktionen wie Boykott-Aufforderungen oder Rufschädigungen durchzusetzen⁵, d.h. marktmanipulativ Gewinne zu verschieben.

Zum legitimatorischen Sündenfall wird es, wenn staatliche Verwaltungen freiwillige Regeln festlegen und dabei die demokratischen Institutionen wie Parlament und Volksabstimmungen umgehen. So geschehen beim Positionspapier zu «Corporate Social Responsibility» (CSR) des Staatssekretariats für Wirtschaft SECO.⁶ Denn so wird aus dem Zusammenspiel von hippen Ideen aus der Verwaltung und der Sanktionsstärke von NGOs de facto eine unternehmerische Verbindlichkeit.

² Bouillon, Hardy. (2010). *Wirtschaft, Ethik und Gerechtigkeit*. Flörsheim, Deutschland: buchausgabe.de – Michael Kastner. S.178-183: Shareholder Value vs. Stakeholder Value

³ Sozialdemokratische Partei der Schweiz. (8. September 2012). *Parteiprogramm von 2010. Für eine sozial-ökologische Wirtschaftsdemokratie*. Bern. S.15-19. Abgerufen von https://www.sp-ps.ch/sites/default/files/documents/sp-parteiprogramm_definitiv-de_0.pdf

⁴ Wegmann, Simone. (Mai 2009). *Nichtregierungsorganisationen und Demokratie. Probleme und Chancen für eine globalisierte Welt*. Soziologisches Institut der Universität Zürich. Abgerufen von http://socio.ch/demo/t_swegmann.htm

⁵ Hämisegger, Kuno & Weibel, Alena. (12. Mai 2017). *Empowerment von Staat und Politik*. Gastkommentar. Zürich: NZZ. Abgerufen von <https://www.nzz.ch/meinung/von-politik-10-zu-politik-20-empowerment-von-staat-und-politik-id.1292647>

• Public Eye (Erklärung von Bern) misst ihren Kampagnenerfolg an der Reputationsschädigung bei Rohstofffirmen, statt an der lokalen Wohlstandsänderung: Rüttimann, Jürg. (4. Januar 2017). *Mehr als nur ein angekratztes Image*. Zürich: Tages-Anzeiger. Abgerufen von <https://www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/mehr-als-nur-ein-angekratztes-image/story/28169163>

• Rücksichtslose Gewinnmaximierung von NGOs mittels kurzsichtiger Effekthascherei am Beispiel von Greenpeace und dem Elend der Inuit nach Robbenfell-Boycott: Misteli, Samuel. (13. Mai 2017). *Die falschen Gutmenschen*. Zürich: NZZ. Abgerufen von <https://www.nzz.ch/gesellschaft/robbenjagd-die-falschen-gutmenschen-id.1292512>

⁶ Schweizerische Eidgenossenschaft. (1. April [sic] 2015). *Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen*. Positionspapier und Aktionsplan des Bundesrates zur Verantwortung der Unternehmen für Gesellschaft und Umwelt

Implizit wird bei diesem Vorgehen zweierlei unterstellt. Einerseits, dass sich Unternehmen in der Schweiz übel benehmen und andererseits, dass die Schweiz einem Staats- und Demokratieversagen gegenübersteht, wonach Recht nicht durchgesetzt werden kann und eine demokratische Legiferierung von Anliegen aus der Bevölkerung nicht möglich ist. Doch beide Unterstellungen sind falsch und damit wird auch die direkte Einflussnahme von Verwaltung und NGOs ausserhalb der demokratischen Strukturen illegitim.

Ein mit der schweizerischen Rücksichtnahme vertrauter Unternehmer bedarf keiner externen Motivation für den umsichtigen Umgang mit aufrichtigen Interessengruppen. Für die wenigen ahnungslosen CEOs reicht auch eine Integrationsvereinbarung.

Unklarer Nutzen von «Corporate Social Responsibility»

Um «Corporate Social Responsibility» zu rechtfertigen, werden verschiedene Argumente vorgebracht, wie eindrückliche Beispiele von kriminellen Handlungen oder nicht dem schweizerischen Recht entsprechendes Geschäftsgebaren im Ausland, aber auch der positive Gewinnbeitrag von CSR wird genannt.⁷

Um Kriminalität zu vermeiden, braucht es keine weiteren Regeln, sondern die Durchsetzung des bestehenden Rechts durch die demokratisch legitimierten Organe Polizei und Justiz.

Die schweizerische Auffassung von Fairness und Unrecht gilt nicht für andere Länder. Eine ausländische Einmischung in die schweizerische, demokratische Gesetzesbildung und polizeiliche Rechtsdurchsetzung würde als Frechheit scharf zurückgewiesen. Den gleichen Respekt sollte gegenüber anderen Ländern ebenfalls aufgebracht werden, ergänzt mit einer gutschweizerischen Portion Bescheidenheit.

Die Meta-Analyse von K. Rost (Universität Zürich) und T. Ehrmann (Universität Münster) von 162 empirischen CSR-Studien hat gezeigt, dass CSR-Aktivitäten im besten Fall gewinnneutral sind.⁸ Weiter haben sie bei ihren Untersuchungen festgestellt, dass bei den meisten CSR-Arbeiten unpassende Fakten übergangen wurden («reporting bias») und die Ergebnisoffenheit bei wissenschaftlichen Arbeiten verletzt wurde, sprich: CSR wurde schöngerechnet.

Ausser einem vermuteten Marketing-Effekt und der erhofften Vermeidung geschäftsschädigender Verleumdungen durch NGOs gibt es wenig Anlass für Unternehmen, das Konzept der «Corporate Social Responsibility» zu vertiefen, solange man die Gesetze im In- und Ausland respektiert.

⁷ Becker, Thomas A. (6. Januar 2016). Das CSR-Moralparadox. Gastkommentar. Zürich: NZZ. Abgerufen von <https://www.nzz.ch/meinung/debatte/das-csr-moralparadox-1.18672529>

⁸ Rost, Katja & Ehrmann, Thomas. (25. Februar 2015). Reporting Biases in Empirical Management Research: The Example of Win-Win Corporate Social Responsibility. *Business & Society*, 56 (6), 840-888. Abgerufen von <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0007650315572858>

Der Gewinn steht dem Eigentümer zu

Wohltätiges Engagement ist löblich. Für Unternehmen gilt dies auch, solange solche Ausgaben dem statutarischen Zweck dienen, respektive dem Willen des Eigentümers entsprechen. Ansonsten wäre es Diebstahl am Eigentümer, dessen Freiheit, über die Früchte seines Eigentums verfügen zu können, ungerechtfertigt eingeschränkt wird.⁹ Die höchste Stufe von CSR, die altruistische Grosszügigkeit, kippt also leicht in Ungerechtigkeit.

Die eigenverantwortliche Gesellschaft schützt die Grundlage ihres Wohlstands durch die Sicherung ihrer Wahlfreiheiten und dem Respekt vor dem Institut des Eigentums, was theoretisch wie empirisch in aller Deutlichkeit nachgewiesen ist.¹⁰ Verzichtet die staatliche Verwaltung darüber hinaus auf undemokratische Marktmanipulationen wie z.B. CSR-Regeln und rechthaberisches Nudging, besteht der Wohlstand sogar nachhaltig.

Wenn der gesetzestreue Unternehmer seinen Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten Nutzen verschafft, wie auch Steuern und Abgaben bezahlt, dann hat er seine gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen und kann den verbleibenden Gewinn getrost behalten.

-
- ⁹ • Bouillon, Hardy. (2010). *Wirtschaft, Ethik und Gerechtigkeit*. Flörsheim, Deutschland: buchausgabe.de – Michael Kastner. S.183-187: CC, CG und CSR
- Hoffmann, Christian & Hentrich, Steffen. (November 2010). *Nachhaltigkeit als Element der Marktwirtschaft*. LI-Paper. Zürich: Liberales Institut. Abgerufen von <https://www.libinst.ch/publikationen/LI-Paper-HoffmannHentrich-Nachhaltigkeit.pdf>
- Vaubel, Roland. (22. Februar 2013). *Profitstreben als beste Unternehmensethik*. Zürich: NZZ. Abgerufen von <https://www.nzz.ch/profitstreben-als-beste-unternehmensethik-1.18017268>
- Kühnhardt, Ludger. (11. Mai 2017). *Die Idee des Eigentums stärken*. Gastkommentar. Zürich: NZZ. Abgerufen von <https://www.nzz.ch/meinung/compact-with-africa-die-idee-des-eigentums-staerken-ld.1292326>
- ¹⁰ • Etwa durch internationale Indizes der Eigentumsrechte: Levy-Carciente, Sary. (8. August 2018). *2018 International Property Rights Index. Full Report*. Johannesburg: Property Rights Alliance. Abgerufen von https://s3.amazonaws.com/ipri2018/IPRI2018_FullReport2.pdf
- und der wirtschaftlichen Freiheit: Gwartney, James, Lawson, Robert & Hall, Joshua. (2017). *Economic Freedom of the World. 2017 Annual Report*. Abgerufen von <https://www.libinst.ch/publikationen/LI-EFW-2017.pdf>



LIBERALES INSTITUT

Impressum

Liberales Institut
Rennweg 42
8001 Zürich, Schweiz
Tel.: +41 (0)44 364 16 66
Fax: +41 (0)44 364 16 69
libinst@libinst.ch

Alle Publikationen des Liberalen Instituts finden Sie auf
www.libinst.ch.

Disclaimer

Das Liberale Institut vertritt keine Institutspositionen. Alle Veröffentlichungen und Verlautbarungen des Instituts sind Beiträge zu Aufklärung und Diskussion. Sie spiegeln die Meinungen der Autoren wider und entsprechen nicht notwendigerweise den Auffassungen des Stiftungsrates, des Akademischen Beirates oder der Institutsleitung.

Die Publikation darf mit Quellenangabe zitiert werden.
Copyright 2018, Liberales Institut.