economiesuisse

Gesellschaftliche Verantwortung als Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg

«The Business of Business is to make Business» ist nach wie vor ein treffender Grundsatz. Für sich allein genommen greift er jedoch zu kurz. Wirtschaftlicher Erfolg ist langfristig nur möglich, wenn er sich am Grundgedanken der Nachhaltigkeit orientiert.

Shareholder- und Stakeholder-Ansatz sind nicht Gegensätze, sondern ergänzen sich. Neben ökonomischen Faktoren spielen über längere Sicht auch soziale und ökologische Aspekte für den Unternehmenserfolg eine Rolle. Diese Grundhaltung ist weit mehr als Zeitgeist. Erfolgreiche Unternehmen nehmen gesellschaftliche Verantwortung aus Eigeninteresse wahr und leisten seit Jahrhunderten einen zentralen Beitrag für Wohlstand und Entwicklung. Die Missachtung der Verantwortung führt zu einer geringeren gesellschaftlichen Akzeptanz der Geschäftstätigkeit (licence to operate) und zerstört früher oder später volkswirtschaftliche Werte. Darum betont economiesuisse diesen Aspekt auch im Zweckartikel der Statuten.

Aufgrund des steigenden öffentlichen Interesses haben economiesuisse und Swissholdings kürzlich eine Auslegeordnung zu Corporate Social Responsibility aus Sicht der Unternehmen publiziert. Im Vordergrund steht dabei nicht die Debatte, ob CSR gut oder schlecht ist. Entscheidend ist, dass für alle Stakeholder klar sein muss, dass die primäre und wichtigste Funktion eines Unternehmens im wirtschaftlichen Erfolg besteht, weil dadurch Arbeitsplätze geschaffen, Steuern bezahlt und somit gleichsam der Grundstein für das Wohlergehen von Menschen und Volkswirtschaften gelegt wird. Letztendlich haben nur wettbewerbsfähige und erfolgreiche Unternehmen überhaupt die Voraussetzungen, gesellschaftliche Verantwortung nachhaltig zu übernehmen.

Letztendlich haben nur wettbewerbsfähige und erfolgreiche Unternehmen überhaupt die Voraussetzungen, gesellschaftliche Verantwortung nachhaltig zu übernehmen.

In der Debatte um die gesellschaftliche Verantwortung geht es um zwei Punkte. Einerseits geht es um das Herausstreichen der Beiträge, die Unternehmen bereits heute leisten, um das Aufzeigen der getätigten Anstrengungen mit dem Ziel, sich –

gerade im schwierigen Umfeld in Entwicklungs- und Schwellenländern – schrittweise zu verbessern. Andererseits geht es darum, deutlich zu machen, dass die Verantwortung dafür bei den Unternehmen bleiben muss. Wie der Name Corporate Social Responsibility schon ausdrückt, ist CSR eine Aufgabe des Unternehmens, also von Management und Eigentümern. Neue starre Regulierungen, ob bindend oder «freiwillig», sind dazu nicht nur unnötig, sondern kontraproduktiv. Letztlich ebnen staatliche Vorschriften der Planwirtschaft den Weg. Aufgabe des Staates ist es jedoch nur, die notwendigen Rahmenbedingungen für freies unternehmerisches Handeln zu schaffen.

Ein Kernanliegen erfolgreicher Unternehmen ist der konstruktive Dialog. Die Lösung sozialer und ökologischer Herausforderungen erfolgt nicht über juristische Normen, sondern über eine Zusammenarbeit aller Stakeholder. Denn Unternehmen sind nicht Teil des Problems, sondern Teil der Lösung. Erfolgreiche Unternehmen aller Grössen sind denn auch bereit, diese gesellschaftlichen Herausforderungen anzunehmen. Nicht zuletzt, weil CSR neue geschäftliche Chancen bietet und damit Nutzen für alle Seiten stiften kann (Win-win-Situation).