

## **Impulsstatement von Bernhard Seidenath, MdL, bei der Veranstaltung der Wirtschaftsunioren Dachau mit vbw-Präsident Rudolf Rodenstock am 1. Juli 2010:**

Lieber Christoph Neeb,  
sehr geehrter Herr Präsident Rodenstock,  
sehr geehrte Frau stellv. Landrätin Eva Rehm,  
liebe Claudia Kops als 2. Bürgermeisterin meiner Heimatgemeinde Haimhausen,  
sehr geehrte Damen und Herren,

lassen Sie mich zunächst einen Gedanken von Herrn Präsidenten Rodenstock aufgreifen – er ist ja am Ende seines Vortrags auf die Staatsverschuldung eingegangen: Wir beobachten hier seit geraumer Zeit ein Missverhältnis unter den Playern, zwischen Staat und Wirtschaft. Der Ruf nach Staatshilfen wird sehr schnell erhoben: als Lufthansa beispielsweise wegen der Aschewolke drei Tage nicht fliegen konnte und einen Verlust in Milliardenhöhe gemacht hat, musste geprüft werden, ob staatliche Hilfen zulässig seien. Ähnlich war es bei Opel oder bei Quelle. Auch der neue Investor bei Karstadt, Herr Berggruen, hat sich ausbedungen, dass die Städte mit Karstadt-Standorten gänzlich auf Gewerbesteuerzahlungen verzichteten. Sobald ein Unternehmen in die Verlustzone rutscht, soll es also der Staat, soll es der Steuerzahler richten. Dass der Staat selbst Probleme hat – der Bund will in diesem Jahr 80 Milliarden Euro neue Schulden aufnehmen, nach neueren Schätzungen sind es wohl „nur“ noch 60 Milliarden – interessiert nicht. Wir müssen hier wieder zu einem besseren Miteinander kommen, zu einer nachhaltigen Politik, die auch – als eine der Säulen des Drei-Säulen-Modells – die ökonomische Nachhaltigkeit umfasst. Es kann und darf nicht sein, dass der Staat Schulden macht, damit Shareholder ihre Dividende einstreichen können. Da passt dann etwas nicht mehr zusammen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

wir haben in den letzten Monaten die schwerste Finanz- und Wirtschaftskrise seit dem 2. Weltkrieg erlebt. Das Brutto sozialprodukt ist im vergangenen Jahr 2009 um 5 Prozent zurückgegangen, 1975 – auf dem Höhepunkt der Ölkrise – gab es schon einmal einen Rückgang: um 0,9 Prozent. Nun 5 Prozent Rückgang - da musste uns Schlimmes schwanen. Experten hatten für März und April 2010 Arbeitslosenzahlen von bis zu sechs Millionen in Deutschland vorhergesagt. Auch dank der Konjunkturprogramme auf Bundesebene, dank des Mittelstandskreditprogramms in Bayern und des Bayerischen Doppelhaushalts 2009/10, der eine enorm hohe Investitionsquote ausweist und daher wie ein Konjunkturprogramm wirkt, ist es Gott sei Dank nicht so schlimm gekommen. Die aktuellen Daten vom Arbeitsmarkt vom Juni 2010 sind sehr erfreulich:

Die Arbeitslosigkeit liegt deutschlandweit bei 7,5 Prozent, 3,153 Mio. Menschen sind arbeitslos, also etwa die Hälfte der befürchteten sechs Millionen. In Bayern liegt die Arbeitslosenquote bei 4,2 Prozent, in unserem Landkreis Dachau bei 2,8 Prozent. Ist die Krise also überstanden und können wir weitermachen wie bisher? Nein, wir müssen aus dieser Krise, der schwersten Finanz- und Wirtschaftskrise seit 65 Jahren lernen. Wir müssen die Ursachen angehen, die zu diesem Casino-

Kapitalismus geführt haben – Prof. Hans-Werner Sinn hat ja hier vor den Wirtschaftsuniern sein entsprechendes Buch vorgestellt und hatte alles, wie vorgeblich viele mit ihm, kommen sehen... Spekulationen mit Derivaten darf es nicht mehr geben, wir müssen jetzt die Weichen entsprechend stellen. Schlagzeilen wie „Das Casino ist wieder eröffnet“ oder „back to normal!“ sind Gift! Katastrophen sind auch Chancen, aber nur dann, wenn wir aus ihnen lernen.

Wir brauchen deshalb mehr Ethik in der sozialen Marktwirtschaft, eine größere ethische Fundierung. Dieses Thema ist derzeit ja in aller Munde – heute Abend, aber auch in der nächsten Woche, wenn die vbw zusammen mit der Hanns-Seidel-Stiftung eine Veranstaltung mit dem Titel „Mehr- Wert schaffen: Werteorientierung der Wirtschaft 2010“ oder in der übernächsten Woche, am 12. Juli, der Wirtschaftsbeirat Bayern zusammen mit der Eugen-Biser-Stiftung fragt: „Wirtschaft und Ethik: Was führt aus der Krise – weniger Markt, mehr Markt, besserer Markt?“ Wir brauchen also mehr Ethik im Wirtschaftsleben – und ein Instrument kann die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, die Corporate Social Responsibility – CSR sein. Viele Unternehmen – große Unternehmen, aber auch kleine und mittlere Unternehmen - engagieren sich auf diesem Gebiet ohnehin schon – aber sie tun es in der Regel unkoordiniert oder gar unbewusst.

Lassen Sie mich hierzu ein Beispiel erzählen. Vor vier Jahren hat die Bayerische Sozialministerin Christa Stewens zusammen mit dem damaligen Audi-Chef Prof. Winterkorn die „Aktion Rollentausch“ eröffnet, bei der Manager aus der Wirtschaft, Journalisten oder Politiker in einer sozialen Einrichtung mitarbeiten sollen, um mehr Sensibilität für das Soziale zu bekommen. So waren also Winterkorn und Stewens in einer Werkstätte für Menschen mit Behinderung in Ingolstadt, die Stoßdämpfer und Schaltknäufe für Audi herstellte. Prof. Winterkorn, der als Qualitäts-Fetischist verschrien war und ist, musste dabei einen solchen Schaltknopf zusammensetzen und meinte dann, zur Mitarbeiterin aus der Behindertenwerkstätte gewandt: „So passt das jetzt doch, oder?“ „Nein“, war die Antwort, das und das müsse noch verbessert werden. Da hatte die behinderte Mitarbeiterin der Werkstätte höhere Qualitätsmaßstäbe als der Audi-Chef. Das zeigt, dass die Mitarbeiter der Werkstätte für Behinderte mit Leib und Seele bei der Sache sind, dass sie hieraus Selbstbestätigung und Erfolgserlebnisse ziehen, dass sie im Wirtschaftsleben gebraucht werden. Die Auftragsvergabe an die Werkstätte ist deshalb zweifelsohne auch CSR, ohne dass dies Audi bewusst gewesen wäre. Sie konnten es deshalb auch nicht entsprechend strategisch angehen und gewinnbringend, imagefördernd herausstellen. Denn zum einen ist es eine Mär, dass CSR rein altruistisch sein soll, im Gegenteil: Das Unternehmen kann und sollte von seinem gesellschaftlichen Engagement ruhig profitieren und Gewinn daraus ziehen. CSR ist eine klassische Win-win-Situation: sowohl das Unternehmen als auch die Gesellschaft profitieren.

Was also verbirgt sich hinter dem Begriff der Gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen? Ein Konzept, so definiert es die Europäische Kommission in ihrem Grünbuch, ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren, also ein integriertes Unternehmenskonzept, das alle sozialen, ökologischen und ökonomischen Beiträge eines Unternehmens zur freiwilligen Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, die über die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen hinausgehen, beinhaltet. CSR soll deshalb ja gerade ein Alleinstellungsmerkmal sein, ein Unterscheidungskriterium von Mitbewerbern. Die häufig geäußerte

Angst, dass CSR dann schnell gesetzlich vorgeschrieben und zur Belastung für das Unternehmen würde, ist deshalb schon per definitionem unbegründet. Beispiele für CSR sind deshalb:

- Engagement für die Gesellschaft und Wissenschaft (mit Hilfe von Stiftungen, Bildung, gesellschaftlicher Zusammenhalt),
- Engagement für Umwelt- und Klimaschutz (Nachhaltigkeit, Lebenswerte Architektur, Energieeffizienz und -einsparung, CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele, Mülltrennung und -recycling) oder
- die Förderung der Mitarbeiter (Aus- und Weiterbildung, Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit, Chancengleichheit, Arbeitssicherheit und etwa Gesundheitsprävention am Arbeitsplatz)

Zur Corporate Social Responsibility gehört auch die so genannte Corporate Citizenship bzw. Unternehmensbürgerschaft, also das bürgerschaftliche Engagement in und von Unternehmen. Beispiele dafür sind

- "Unternehmensspenden" (Corporate Giving) als Oberbegriff für ethisch motiviertes selbstloses Überlassen, Spenden oder Zustiften von Geld oder Sachmitteln,
- "Zweckgebundenes Marketing" (Cause Related Marketing) als ein Marketinginstrument, bei dem der Kauf eines Produkts/einer Dienstleistung damit beworben wird, dass das Unternehmen einen Teil der Erlöse einem sozialen Zweck oder einer Organisation als "Spende" zukommen lässt.
- "Unternehmensstiftungen" (Corporate Foundations) als das Gründen von Stiftungen durch Unternehmen,
- "Gemeinnütziges Arbeitnehmerengagement" (Corporate Volunteering) als das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen durch die Investition der Zeit, des Know-hows und Wissens ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Unterstützung des ehrenamtlichen Engagements von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in und außerhalb der Arbeitszeit,
- die „Auftragsvergabe an soziale Organisationen" (Social Commissioning) oder
- das "Gemeinwesen Joint-Venture" (Community Joint-Venture bzw. Public Private Partnership), das eine gemeinsame Unternehmung von einer gemeinnützigen Organisation und einem Unternehmen bezeichnet, in die beide Partner Ressourcen und Know-how einbringen und die keiner allein durchführen könnte.

Sie sehen, Corporate Social Responsibility ist überaus vielgestaltig. Es geht mir darum, dass CSR als Kapital für das Unternehmen (und natürlich für die Gesellschaft) erkannt und verstanden wird. Dieses Verständnis möchte ich etablieren. CSR erzeugt soziales Kapital, das in ökonomisches Kapital transformiert werden kann, bzw. erzeugt auch direkt ökonomisches Kapital. Das weist die neue Dissertation von Bettina Stoll ganz klar nach, und zwar auch für kleine und mittlere Unternehmen. Demnach ist es eine Mär, dass CSR nur ein Kostenfaktor wäre. Unternehmen profitieren statt dessen auch und gerade in Krisenzeiten von ihrem gesellschaftlichen Engagement. Kleine und mittlere Unternehmen verfügen sogar über ganz spezifische Trümpfe, die sie ganz besonders in ihrer CSR unterstützen und von denen sich Großunternehmen sogar noch etwas abschauen können. Diese Trümpfe liegen in den InhaberInnen, in den Beziehungsstrukturen und in dem spezifischen Management der Kleinen und Mittleren Unternehmen. Der Praxistest in Gestalt des Modellprojekts „Co-SoRe“, bei dem vor einigen Jahren in München kleine und mittlere Unternehmen in Sachen CSR beraten worden sind, hat dies belegt.

All dies ist aber noch zu wenig bekannt, was mich dazu veranlasst hat, im Landtag einen Antrag zu stellen, der da lautet: „Die Staatsregierung wird gebeten, zu prüfen, wie im Dialog mit der Wirtschaft soziale Verantwortung von Unternehmen stärker im Bewusstsein der Unternehmen verankert werden kann und wie vorhandene und künftige Aktivitäten ggf. besser koordiniert und publik gemacht werden können.“ Die CSU-Fraktion steht hinter diesem Antrag. Leider kann sich der Koalitionspartner – auch nach Rücksprache mit der vbw – nicht durchringen, diesem Antrag zuzustimmen. Dabei gäbe es viele Möglichkeiten, CSR zu fördern. Dies könnte durch das Herausstellen von best-practice-Beispielen geschehen, etwa durch eine Preisverleihung. Die Landtagspräsidentin überlegt bereits, ob mit dem Bürgerkulturpreis des Landtags nicht im kommenden Jahr ein Unternehmen für seine CSR ausgezeichnet werden sollte.

Oder man könnte an eine landesweite Ausdehnung des bereits zitierten „CoSoRe“-Projekts denken, in dem es gerade um die praktische individuelle Beratung und Begleitung von kleinen und mittleren Unternehmen ging. Denn CSR geschieht in unserem Land häufig unbewusst, zudem könnte CSR noch häufiger, ausgeprägter und systematisierter stattfinden.

Da CSR ein strategisches Wertschöpfungsthema und damit für die Unternehmen ein Wettbewerbsvorteil ist, geht derzeit sowohl der Gesellschaft als auch den Unternehmen soziales und ökonomisches Kapital verloren. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten wie den aktuellen ist dies noch schmerzlicher als in Zeiten wirtschaftlicher Prosperität. Zudem belegt die aktuelle Finanzkrise, dass wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und CSR positiv korrelieren.

Der Staat sollte deshalb das Potential der CSR nutzen und fördern, ohne dass dies - etwa über eine Festlegung von Mindeststandards oder neue Zertifizierungen - zu mehr Bürokratie oder zusätzlichen unternehmerischen Hürden führt. Das darf nicht sein. Dem Beispiel des Landesnetzwerkes für bürgerschaftliches Engagement entsprechend, ist eine landesweite Koordinationsstelle für CSR denkbar, die den Unternehmen als Ansprechpartnerin zur Seite steht. Diese könnte bei den Unternehmen ein entsprechendes Bewusstsein bilden, sie könnte Brücken bauen zu sozialen Einrichtungen in der Nachbarschaft der Unternehmen, sie könnte auch Instrumente und Leitfäden zur Umsetzung zur Verfügung stellen.

In Betracht kommt ein dreistufiges Fördermodell:

Auf kommunaler Ebene sind so genannte Marktplätze denkbar, auf denen soziale Einrichtungen und Unternehmen aufeinander treffen und miteinander ins Gespräch kommen. Gemeinsame Projekte, Kooperationen, Erfahrungsaustausch oder fachliche Unterstützungen sollen dort initiiert werden. Die Schirmherrschaft könnte jeweils der örtliche Bürgermeister übernehmen. Ähnliche Modelle sind im Internet unter [www.gute-geschaefte.org](http://www.gute-geschaefte.org) beschrieben.

Auf einer zweiten, regionalen Ebene könnten nach dem Vorbild eines ähnlichen Projekts der Bertelsmann-Stiftung oder in Kooperation mit derselben so genannte „Unternehmen für die Region“ aufgebaut werden. Nähere Informationen hierzu finden sich unter [www.unternehmen-fuer-die-region.de](http://www.unternehmen-fuer-die-region.de). Auf dieser Ebene soll das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen aus der Region für die Region im Mittelpunkt stehen. Durch eine zukunftsfähige Gemeinschaft und durch leis-

tungsfähige Unternehmen profitiert die gesamte jeweilige Region. Ein interessierter Unternehmer hat dabei die Federführung und bringt sämtliche Unternehmen einer Region an einen Tisch das gemeinsame Vorgehen und der Erfahrungsaustausch stehen auch hier im Vordergrund.

Auf einer dritten Stufe wird eine landesweite Koordinationsstelle „Corporate Social Responsibility“ empfohlen, die kleine und mittlere Unternehmen in allen Fragen der CSR berät. Gleichzeitig wird eine Plattform für „Best-Practice-Beispiele“ für alle interessierten kleinen und mittleren Unternehmen ins Leben gerufen. Anzustreben ist, dass sich die Organisationen der Wirtschaft an den zu erwartenden Kosten der Modellphase beteiligen. Das Engagement sollte auf Dauer angelegt sein. Hintergrund ist der bei kleinen und mittleren Unternehmen erhöhte Beratungsbedarf zur strategischen Aufstellung im Bereich der CSR, von der alle Seiten profitieren würden.

Wie gesagt, dies nur als Vorschlag.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

am vergangenen Montag hatte ich das Glück, mit dem Präsidenten des Verbands der Automobilindustrie zu sprechen. Matthias Wissmann zitierte dabei Ferdinand Piech, der auf die Frage, warum US-Autobauer niedergegangen seien, geantwortet hatte: „Weil sie außer der Vierteljahresrendite nichts im Kopf hatten“.

In die gleich Kerbe schlägt Ludwig Erhard, der Vater der Sozialen Marktwirtschaft, wenn er sagt: "Ich verlange gerade von den Unternehmenskern das höchste Maß an Verantwortungsgefühl."

Deutlicher und konkreter wurde noch der damalige EU-Kommissar für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit, Vladimir Spidla, als er im Rahmen des 23. Bayerischen Wirtschaftsgesprächs der vbw am 12. Mai 2009 im Hotel Bayerischer Hof in München unter Beifall am Ende seiner Rede sagte: „Corporate Social Responsibility ist kein Luxus, sondern ein grundlegendes Instrument für alle Unternehmen, die in der Krise bestehen wollen. Der Weitblick unserer Unternehmen ist maßgebend für die Zukunft unserer Gesellschaft.“

Wir brauchen also mehr Ethik im Wirtschaftsleben, wir sollten CSR stärker als bisher fördern. Ich bin deshalb sehr bei Ihnen, sehr geehrter Herr Rodenstock, wenn Sie einen „Neuen Deal“ fordern. Die Förderung der CSR sollte Bestandteil dieses „Neuen Deals“ sein.

Ich freue mich nun auf die Diskussion mit Ihnen und danke Ihnen sehr herzlich für Ihre Aufmerksamkeit.