

Quelle: Die Presse
Datum: 12.11.2005

Die Presse.com

12.11.2005 - Business / Economist

Wirtschaftsethik: "Unternehmen sind von vornherein verdächtig"

VON BEATE LAMMER

Eine Beratergruppe will dem Schlagwort "Corporate Social Responsibility" den schlechten Ruf nehmen.

Wien. Der Tchibo-Konzern, der nicht nur Kaffee, sondern auch preiswerte Textilien anbietet, war in den vergangenen Wochen ins Blickfeld der Öffentlichkeit geraten: Textil-Zulieferfirmen in Bangladesch hatten Näherinnen zu Hungerlöhnen beschäftigt und ausgebeutet. Als der Fall publik wurde, distanzierte sich Tchibo umgehend, veröffentlichte Verhaltenskodizes und kündigte an, in Zukunft noch besser als bisher kontrollieren zu wollen, dass jeder Zulieferer sich daran hält.

Der Fall geisterte wochenlang durch die Medien, Diskussionsrunden wurden veranstaltet, Petitionen an den Konzern überreicht.

Was hat Tchibo falsch gemacht? Max Ruhri ist Netzwerkanalyst bei der sozialwissenschaftlichen Forschungsgesellschaft FAS.research. Tchibo habe ein Kommunikationsproblem, meint Ruhri. Es helfe nichts, guten Willen kund zu tun und scharf zu kontrollieren, wenn man Zulieferern gleichzeitig zu verstehen gebe: "Du musst billiger liefern". Auch mangle es an Gleichrangigkeit. Tchibo hätte mit den Zulieferern auf Augenhöhe kommunizieren müssen.

Ruhri ist eines der Gründungsmitglieder "Wiener Gruppe für Integrationsmanagement und Gesellschaftliche Verantwortung". Diese will Unternehmensberatung für CSR-Management anbieten. CSR ("Corporate Social Responsibility") ist sozial verantwortungsvolles Handeln von Unternehmen, ein Schlagwort, das gegenwärtig in aller Munde ist. Doch warum sollten Unternehmen dafür bezahlen, dass sie sich von Gutmenschen kritisieren und belehren lassen? "Wir sind keine Experten, die von außen kommen und predigen", sagt Leo Hauska, Sprecher der Wiener Gruppe. Bei CSR gehe es um strategische Prozesse, die Unternehmen entwickeln müssen, um Probleme zu lösen. Tchibo müsste den Lieferanten begreiflich machen, dass faire Arbeitsbedingungen unabdingbarer Bestandteil der Konzernkultur sind. Mindestens genauso wie billige Produkte. Dann hätte man nicht nur bessere Publicity, sondern eine bessere Unternehmenskultur.

Bei CSR gehe es vor allem um Glaubwürdigkeit, meint Matthias Karmasin, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Klagenfurt. Niemand könne von einem Konzern erwarten, dass er lückenlos alle 10.000 Zulieferer kontrolliert. Doch derzeit nehmen viele dem Tchibo-Konzern nicht einmal ab, dass er wirklich Maßnahmen gegen Ausbeutung setze.

"Jetzt waren wir sozial, und als nächstes sind wir ökologisch."

Matthias Karmasin formuliert ein Vorurteil gegen ethisch handelnde Firmen

Doch wollen die Kunden und Mitarbeiter derlei PR überhaupt hören? Wenn ein Unternehmen von seinen "CSR"-Aktivitäten spricht, klingt das in vielen Ohren suspekt. "Unternehmen sind von vornherein verdächtig", stellt Karmasin fest. Konzerne, die CSR-Aktivitäten setzen, werden verdächtig, dass sie von Dingen ablenken wollen, die nicht so gut laufen. Dass es sich nur um einen PR-Gag handelt, um ein Mascherl, eine "ethische Sauce": "Jetzt waren wir sozial, und als nächstes sind wir ökologisch", bringt Karmasin das Vorurteil auf den Punkt. Ein Verdacht, der seiner Meinung nach nicht immer zu Unrecht besteht.

Manchmal aber schon: Sozialarbeiterin und Familienberaterin Michaela Reeh hat internationale Konzerne im Bemühen unterstützt, die Motivation ihrer Mitarbeiter zu stärken. Eine Firma wollte eine Elterngruppe einrichten, um den Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern. "Die waren ehrlich bemüht", erzählt sie. Trotzdem hätten die Mitarbeiter den Verdacht gehegt, dass die Konzernleitung vielleicht eine Gegenleistung wolle. Dabei könne man durch bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf tatsächlich die Produktivität der Mitarbeiter steigern.

"Bei Unternehmern wiederum löst das Schlagwort "CSR" oft einen Verteidigungsreflex aus", erzählt Michael Bockhorni, Leiter der "Netzwerkagentur für nachhaltige Unternehmenskultur". Die Unternehmer glauben, da wolle jemand "den Kapitalismus über die Wirtschaftsethik abzuschaffen", meint Karmasin.
