



# EvB

Erklärung von Bern

Dichiarazione di Berna

Déclaration de Berne

Beitrag zur Pressekonferenz "Public Eye Awards 2007" vom 11. Januar 2007 in Bern  
Andreas Missbach, Experte für Unternehmensverantwortung, Erklärung von Bern

## Ohne Druck kein Ruck: NGO und Unternehmensverantwortung

Ein beträchtlicher Teil des am Weltwirtschaftsforum alljährlich produzierten Blabla dreht sich um die Verantwortung von Unternehmen, im Davoser Dialekt Corporate Social Responsibility, kurz CSR. Diese Diskussion kann Nicht-Regierungsorganisationen (NGO) nicht kalt lassen, schon deshalb nicht, weil es diese Diskussion ohne uns so nicht gäbe. Parallel zum wachsenden Spielraum und Einfluss transnationaler Konzerne in den letzten knapp 20 Jahren gewannen auch die Kampagnen gegen Markenfirmen an Dynamik. In Europa etwa rüttelte Greenpeace 1995 die Öffentlichkeit auf, als Aktivisten Shells ausgediente Ölplattform „Brent Spar“ besetzten, um deren Versenkung zu verhindern. In der Folge gingen in Deutschland die Umsätze an Shell-Tankstellen zeitweise bis um die Hälfte zurück. Ausgehend von den USA machten Kampagnen gegen Nike und die Kleiderfirma GAP auf die Arbeitsbedingungen in den asiatischen Weltmarktfabriken aufmerksam. Die EvB bearbeitet dieses Thema seit 1999 mit der Clean Clothes Campaign.

Als die Staats- und Regierungschefs der G8-Staaten 1998 in Birmingham zu ihrem jährlichen Treffen zusammenkamen, herrschte nicht die gewohnte Ruhe. Auf den Strassen protestierten 60'000 Menschen gegen die Verschuldung des Südens. Doch erst eineinhalb Jahre später – im Tränengasnebel von Seattle, wo 1999 das Gipfeltreffen der Welthandelsorganisation (WTO) scheiterte – wurde die globalisierungskritische Bewegung als Akteur erkannt. Kritik und Proteste dieser Menschen richteten sich auch gegen die transnationalen Unternehmen als Motoren und Profiteure der Globalisierung.

### Auf wachsenden Druck mit Flucht nach vorne reagiert

Diese Kritik verfolgte drei Stossrichtungen. Einerseits wurde, wie in den Beispielen Shell und Nike, konkretes Fehlverhalten einzelner Grossunternehmen problematisiert. Angeprangert wurde vor allem die Zerstörung der Umwelt und die Missachtung von Menschen- und Arbeitsrechten vor allem in den Ländern des Südens. Zweitens ging es um die Einflussnahme der Konzerne auf die Globalisierungsagenda des IWF, der Weltbank, der WTO und der G8. Und schliesslich wurde unter dem Stichwort „No Logo“ auch die Macht der Marken, der Einfluss der Werbung und der damit geformten Weltbilder und Konsummuster zur Zielscheibe.

Nüchtern betrachtet war die Konzernkritik letztlich einfach eine Reaktion darauf, dass die „Global Player“ den staatlichen Rahmen gesprengt hatten. Sie waren damit all jenen Regulierungen entwachsen, die im Nationalstaat über lange Jahre erkämpft worden waren, um den Kapitalismus zu zivilisieren. Denn auf globaler Ebene fehlt bislang ein griffiger Arbeits-, Umwelt und Konsumentenschutz. Hier gibt es weder verbindliche Wettbewerbs- noch Anti-Trust Regeln, ein grenzübergreifend koordiniertes Steuerwesen fehlt ebenso.

Auf den wachsenden zivilgesellschaftlichen Widerstand reagierten die Unternehmen mit der Flucht nach vorne. Genauer: Mit Corporate Social Responsibility (CSR), das heisst mit freiwillig auferlegten Massnahmen, die vorgaben, angeprangerte Missstände anzugehen. Und sie versuchten vor allem, Druck weg zu nehmen und zu verhindern, dass Regierungen oder internationale Organisationen sie irgendwann zum Handeln zwingen könnten. Nicht überall wo CSR drauf steht ist allerdings auch CSR drin. Deshalb gehören einige der grossen PR-Firmen wie Edelman oder Burson-Marsteller auch zu den Schwergewichten in der CSR-Kommunikation.

## **Spenden = CSR und andere Missverständnisse**

Zudem gilt es bei der Debatte um Unternehmensverantwortung einige populäre Missverständnisse aufzuklären. So setzen Unternehmen ihre soziale Verantwortung gerne mit Philanthropie, d.h. also mit Spenden gleich. Für global tätige Unternehmen gehört es mittlerweile ja zum guten Ton, sich eine Stiftung zu leisten, die gesellschaftliche oder kulturelle Projekte finanziert. Diese sind häufig unterstützenswert, die soziale Verantwortung betrifft aber das Unternehmen selbst, und zwar in allen seinen Kernaktivitäten. Es reicht nicht, blind zu wirtschaften und danach ein wenig Gutes zu tun. Völlig absurd wird die Sache, wenn Unternehmen oder Unternehmer, die aggressiv Steuern vermeiden, sich als Philanthropen feiern lassen. Sie gleichen – in den Worten des Wirtschaftsnobelpreisträgers Joseph Stiglitz – einem Robin Hood, der von den Armen nimmt, um den Armen zu geben.

Ein zweites Missverständnis betrifft die Einhaltung von Gesetzen. Bei der sozialen Verantwortung von Unternehmen geht es nicht in erster Linie um Legalität, sondern um Legitimität. Wenn also Marcel Ospel zum Thema „Corporate Responsibility“ auf der UBS Webseite betont, dass sich die Bank für die Bekämpfung der Geldwäscherei „engagiere“, hat das in diesem Kontext nichts verloren. Denn in der Schweiz ist Geldwäscherei ein Delikt. Und das Unternehmen keine Gesetze übertreten sollte auch hierzulande eigentlich selbstverständlich sein.

## **Freiwillig heisst keineswegs beliebig**

Die Erklärung von Bern und Pro Natura setzen sich am Public Eye seit Jahren schon kritisch mit der CSR-Debatte auseinander. Besondere Aufmerksamkeit galt dabei immer wieder der prominentesten aller CSR-Initiativen, dem Global Compact der UNO. Dieser illustriert beispielhaft die Schwäche freiwilliger Vereinbarungen: Um wirklich etwas zu verändern, müssten die Zielvorgaben hoch gesteckt werden. Gleichzeitig müssten aber auch möglichst viele Unternehmen diese Ziele anstreben. Beim Global Compact, der in gewissem Sinne auch ein Davoser Sprössling ist, da die Idee am WEF 1999 zum ersten Mal präsentiert wurde, setzt man allein auf Quantität: Über 2000 Unternehmen haben den Pakt unterzeichnet. Dies freilich nur, weil ein solcher Beitritt möglich ist, ohne konkrete Veränderungen im Unternehmen einleiten zu müssen.

Freiwilligkeit hat in diesem Zusammenhang aber noch einen weiteren grossen Haken: Ihr Nutzen hängt von kontinuierlichem Druck ab. Die Kapazitäten der Zivilgesellschaft, die Wirksamkeit solcher Initiativen zu überwachen, sind jedoch beschränkt. Zudem wirkt öffentlicher Druck vor allem dort, wo Firmen Kundenreaktionen befürchten, in der Regel also bei Markenprodukten, die an Endverbraucher verkauft werden, nicht aber bei Rohstoffen oder Zwischenprodukten.

Es liegt also auf der Hand, warum für NGO freiwillige Initiativen von Unternehmen nicht ausreichen. Die EvB und Pro Natura setzen sich deshalb zusammen mit hunderten Organisationen weltweit für verbindliche internationale Menschenrechtsstandard für Unternehmen und die politische Regulierung von Konzernaktivitäten ein. Allerdings ist die Forderung nach international bindenden Regeln in der gegenwärtigen weltpolitischen Konstellation kaum durchsetzbar. Deshalb wäre es zynisch, parallel zur Forderung nach politischer Regulierung nicht auch zu versuchen, Unternehmen dazu zu bringen, freiwillig Verantwortung für Mensch und Umwelt wahrzunehmen. Auf die kurze Sicht liegt der entscheidende Unterschied somit nicht zwischen rechtlich bindend und freiwillig, sondern zwischen freiwillig und beliebig.

In der Broschüre „Dreckige Hände, saubere Sprüche“, die Sie in Ihrer Pressemappe finden, zeigt die Erklärung von Bern, was es braucht, damit die Diskussion um Unternehmensverantwortung künftig mehr als blosses Blabla ist.

Zürich, im Januar 2006