

Gefährliche Selbstblindheit

In ihrem Jahresbericht beleuchtet die Credit Suisse auf 80 von 474 Seiten ihre gesellschaftliche Verantwortung. Ennio Leanza/Keystone

In ihrem Jahresbericht beleuchtet die Credit Suisse auf 80 von 474 Seiten ihre gesellschaftliche Verantwortung. Ennio Leanza/Keystone

© KEYSTONE

Esther Girsberger ist Publizistin, Moderatorin, Dozentin und Verfasserin mehrerer Bücher. In ihrer aktuellen Kolumne schreibt sie über Schweizer Firmen, die sich in Sachen «Soziale Verantwortung» gute Noten geben.

Der Jahresbericht der Credit Suisse umfasst 474 Seiten, derjenige des Zementherstellers Lafarge Holcim 256 Seiten und der des Nahrungsmittel-Multis Nestlé rund 250 Seiten (inkl. Finanz- und Kompensationsberichte). Mindestens ebenso viel Aufmerksamkeit erheischen bei den Investoren und der Öffentlichkeit die sogenannten Corporate Social Responsibility Reports, das heisst die Berichte, welche die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen beleuchten. Bei der Credit Suisse wird das auf ganzen 80 Seiten getan, bei Lafarge Holcim auf 64 und bei Nestlé auf 113 Seiten. Entspräche der Seitenumfang auch der Bedeutung dieser Berichte, wären das stattliche Prozentzahlen.

In den letzten Jahren haben diese Hochglanzberichte, in denen die Corporate Social Responsibility (CSR) festgehalten wird, stetig an Bedeutung zugenommen. Ob sich die soziale Unternehmensverantwortung finanziell vorteilhaft auf ein Unternehmen auswirkt, spielt dabei nicht einmal die entscheidende Rolle. Der Druck der Öffentlichkeit, die ein sozialverantwortliches Verhalten als unabdingbar erachtet, ist so gross geworden, dass sich jedes Unternehmen dieser Verantwortung stellen muss. CSR-Reports sollten dabei weit mehr sein als Nachhaltigkeitsberichte. Ernst genommene CSR umfassen Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, faire und sorgfältige Geschäftspraktiken, mitarbeiterorientierte Personalpolitik, sparsamen Einsatz von natürlichen Ressourcen, Schutz von Klima und Umwelt, nachvollziehbares und kontrolliertes Engagement vor Ort sowie Verantwortungsübernahme auch in der Lieferkette. Es geht also nicht um die Frage, was ein Unternehmen tut, sondern wie.

Die in der Schweiz ansässigen Unternehmen sind der Überzeugung, sie schrieben in ihren Berichten nicht nur, was für sie ein sozialverantwortliches Handeln wäre, sondern auch, wie sie es umsetzten. Gemäss einer letzte Woche erschienenen Corporate-Governance-Studie des Unternehmens Swipra Services sind denn auch drei Fünftel der darin interviewten Unternehmer der Ansicht, ihr Engagement in diesem Bereich sei angemessen.

Ganz anders beurteilen dies die befragten Schweizer Pensionskassen und institutionellen Anleger aus dem In- und Ausland: 36 bzw. 53 Prozent sagen aus, Schweizer Unternehmen würden zu wenig sozialverantwortlich handeln. Diese Gruppe verwaltet global diversifizierte Portfolios und hat so auch den Vergleich zwischen ausländischen und in der Schweiz ansässigen Firmen.

Den Schweizer Unternehmen müsste das Ergebnis zu denken geben. Institutionelle Anleger haben keinen Anlass, die Schweizer Firmen schlechtzureden. Schliesslich sind sie Aktionäre und dementsprechend am Wohl ihrer Unternehmen interessiert. Anstatt also das Umfrageergebnis mit dem

Hinweis zu relativieren, man schenke der Umsetzung des sozialverantwortlichen Handelns schon beinahe zu grosse Bedeutung, sollten die Schweizer Unternehmen beispielsweise hieb- und stichfest nachweisen können, dass sie alles daransetzen, um ihre Nulltoleranz gegenüber fragwürdigem Handeln durchzusetzen.

Eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung von CSR auf Unternehmensebene sind die Vorbildrolle des Managements, seine Dialogbereitschaft und die Integration der CSR in die Unternehmenskultur, sagt auch Marie- Gabrielle Ineichen-Fleisch, Direktorin des Staatssekretariats für Wirtschaft. In jüngster Zeit sind es nicht wenige Firmen, die hier nicht eben mit gutem Beispiel vorangehen – man denke nur an das Verhalten des jetzt immerhin vorzeitig zurückgetretenen CEO der Raiffeisen. Aber auch um die persönliche Diversität der in der Schweiz ansässigen Firmen steht es schlecht: Während 39 Prozent der Schweizer Investoren und Pensionskassen diesen Aspekt der CSR als wichtig einschätzen, sind es bei den internationalen Investoren fast doppelt so viele, nämlich 78 Prozent.

Managerverhalten und Diversität gehören ebenso zur Corporate Social Responsibility wie die Einhaltung der Sorgfaltspflichten für Unternehmen und ihre Verantwortlichen zum Schutz von Menschenrechten und Umwelt für die gesamte Lieferkette. Letzteres ist Bestandteil der Konzernverantwortungsinitiative, eine der nächsten Nagelproben für die Schweizer Wirtschaft. Es würde den Schweizer Unternehmen also nicht schlecht anstehen, die Umfrageergebnisse obiger Studie ernst zu nehmen. Denn wenn schon professionelle Aktionäre die soziale Verantwortung der Schweizer Unternehmen infrage stellen, so tut das erst recht die Stimmbevölkerung.

Die Autorin aus Zürich ist Publizistin, Moderatorin, Dozentin und Verfasserin mehrerer Bücher. Als Journalistin war sie unter anderem Chefredaktorin des «Tages-Anzeigers». Die ausgebildete Juristin (Dr. iur.) ist verheiratet und Mutter zweier Kinder. Sie ist Mitglied des Publizistischen Ausschusses der AZ Medien.

Artikel zum Thema

Und Jetzt

Lesen Sie ausserdem