

Staatssekretär Dr. Günther Horzetzky

zum Thema „Verantwortlich  
wirtschaften“

anlässlich der Veranstaltung  
„Sprungbrett CSR“ der IHK  
Bonn/Rhein-Sieg

am 8. Dezember 2010

in Bonn

Es gilt das gesprochene Wort !

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich freue mich, dass ich heute in Vertretung für unseren Wirtschaftsminister Harry Voigtsberger zum optimistischen Titel „Sprungbrett CSR“ zu Ihnen sprechen darf.

Mit dem Thema Corporate Social Responsibility/CSR bin ich seit meiner Zeit im BMAS besonders verbunden.

Ich habe dort an der Vorbereitung der inzwischen beschlossenen Nationalen CSR-Strategie mitgewirkt.

In meiner neuen Aufgabe im  
Wirtschaftsministerium NRW möchte  
ich die dort gewonnenen Erfahrungen,  
Erkenntnisse und Handlungsansätze in  
einer CSR-Strategie NRW aufgreifen  
und vertiefen. Dazu später!

Selbst wenn in diesen Tagen alle Welt  
über CSR spricht: das gesellschaft-  
liche Engagement von Unternehmen in  
Deutschland ist keine neue Erfindung.  
Es reicht vielmehr bis weit in die Zeit  
der Fugger zurück und ist bis heute mit  
dem Konzept der Sozialen Markt-  
wirtschaft untrennbar verbunden.

Nur eines ist sicher: Die Väter der Sozialen Marktwirtschaft hätten diesen Begriff - CSR - nicht über die Lippen gebracht.

Die zunächst im angelsächsischen Raum geführte Diskussion um CSR und CR hat der Debatte in unserem Land neue Impulse gegeben und den Blickwinkel verändert. Dabei dürfen wir niemals übersehen oder gar vergessen, dass in dieser angelsächsischen Welt fehlende staatliche Regulierungen viel Raum für freiwillige gesellschaftliche Aktivitäten lassen.

Oder anders herum: Viel funktioniert dort nur, weil es das freiwillige Engagement vor allem auch der Unternehmen gibt.

CSR steht bei uns für eine neue Qualität des gesellschaftlichen Engagements, bei dem der zielgerichtete Nutzen für das Unternehmen und der Nutzen für die Gesellschaft keine Gegensätze sind. Sie ergänzen und befördern sich.

Und: Es ist freiwillig, aber nicht beliebig.

Im Mittelpunkt steht ein integriertes Unternehmens- und Managementkonzept, das ökonomische, ökologische und soziale Ziele im wirtschaftlichen Handeln ausbalanciert.

Warum hat ein solcher Ansatz gerade jetzt Konjunktur?

Ein Grund ist gewiss die Krise. Allzu oft spürten wir die fehlende Verantwortung von Akteuren für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Allzu oft sah man nur das gierige und ausschließliche Starren auf höchste Quartalsdaten.

Ein anderer Grund ist gewiss aber auch das Spüren, dass angesichts der aktuellen Herausforderungen - des Klimawandels, der demografischen Entwicklung und einer zunehmend globalisierten Wirtschafts- und Arbeitswelt – ein „business as usual“ nicht weiter bringt.

Viele Unternehmer und Manager suchen nach neuen Konzepten und Ansätzen, um für die Aufgaben der Zukunft gerüstet zu sein.

Die Herausforderungen sind immens:

Während heute rund 6,9 Milliarden Menschen auf der Welt leben, werden es im Jahr 2050 rund 9 Milliarden Menschen sein.

Allein mit diesem Bevölkerungswachstum und der Steigerung des Pro-Kopf-Einkommens geht eine dramatische Nachfrage nach Energie und Ressourcen einher.

Bislang haben wir darauf keine überzeugende Antwort. Nur einige Beispiele:

- Bereits heute drohen mehr als 40 Millionen Tonnen entsorgter Elektroschrott –Telefone, Computer, Fernseher, Handys – das Grundwasser zu beeinträchtigen.
- Die weltweit wachsende Informationsgesellschaft wird diese Entwicklung verschärfen.
- Die Versorgung der Menschen und Unternehmen mit sauberem Wasser ist schon heute nicht überall möglich und wird in den nächsten Jahrzehnten zum wichtigsten existenziellen Thema.

Wenn wir verhindern wollen, dass wir durch unsere Art des Lebens und Wirtschaftens die Grenzen der endlichen natürlichen Ressourcen überschreiten, reicht ein „Weiter so“ nicht aus. Unser Ziel muss es sein, Wachstum und Ressourcenverbrauch zu entkoppeln. Wachstum muss ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltiger werden.

Dabei ist die Wirtschaft ein Teil der skizzierten Probleme, aber – und das kann nicht oft genug gesagt werden – sie kann auch der Motor zu ihrer Lösung sein.

Unternehmen bewegen sich ja nicht nur in den Mauern ihrer Firmengebäude, sondern nehmen einen erheblichen Einfluss auf ihr regionales und globales Umfeld.

Sie produzieren ressourcenschonend und effizient.

Sie fördern ihre Mitarbeiter und beteiligen sie. Und sie erzielen Erfolge durch technologische Innovationen.

Und manchmal sind sie in ihrem Agieren der Politik einen oder auch

zwei Schritte voraus. Manchmal aber auch nicht!

Und wenn wir darüber nachdenken, welche Stärken wir für die Lösung der globalen Herausforderungen anzubieten haben, müssen wir in erster Linie auf die Kompetenz und Leistungsfähigkeit der Unternehmen setzen.

Bislang sind die Strategien der Unternehmen auf dem Weg zu einem verantwortlichen Wirtschaften überwiegend technologiegetrieben.

Dabei ist noch nicht genügend berücksichtigt worden, dass wir nicht

nur die technologische Problemlösungskompetenz in den für unsere Zukunft wichtigen Märkten für

- Energie,
- Mobilität,
- Gesundheit,
- Neue Werkstoffe,
- Information und Kommunikation haben.

Wir haben auch Erkenntnisse über die sozialen, ökologischen, ökonomischen und kulturellen Wechselwirkungen und Zusammenhänge, die wir für ein verantwortliches, nachhaltiges Wirtschaften nutzen können.

Die Lösungen kommen also nicht nur von den Forschern und Ingenieuren, sondern von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft gleichermaßen.

Dieses Wissen und diese Kompetenzen müssen wir verzahnen.

Weder die Wirtschaft noch die Politik noch die Zivilgesellschaft allein werden die Herausforderungen des globalen Wirtschaftens meistern können.

Jeder muss in seinem Bereich Verantwortung übernehmen:  
Die Politik, indem sie Rahmenbedingungen setzt und Ziele vorgibt,

die Unternehmen, indem sie umweltgerecht und sozialverträglich produzieren.

Und letztlich die Zivilgesellschaft als Sparringspartner und Frühwarnsystem für Wirtschaft und Politik, aber vor allem auch als Nachfrager nach Produkten aus nachhaltiger Produktion.

Erst ein solches Miteinander wird zur Implementierung und zum Erfolg von CSR-Strategien in Unternehmen führen.

Vor diesem Hintergrund hat die Bundesregierung vor wenigen Wochen eine Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen verabschiedet.

Daran haben viele mitgewirkt. 44 Mitglieder umfasste das Gremium, das in einem sehr aufwändigen Prozess versuchte, Konsens zu erzielen.

Mit den beschlossenen Aktionsfeldern und Instrumenten will die Strategie zur Weiterentwicklung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen beitragen. Zentrale Instrumente werden

- ein Beratungs- und Coachingprogramm für kleine und mittlere Unternehmen zu CSR-Themen,
  - die Erhöhung der Sichtbarkeit von CSR,
  - die Integration von CSR in Bildung und Forschung
- und die
- Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen sein.

Bei der Umsetzung dieses Aktionsplans haben die Wirtschaftsministerien der Länder ihre Unterstützung angeboten.

NRW als das größte Industrieland wird eigene CSR-Anstrengungen auf den Weg bringen, um die Ziele der CSR-Strategie der Bundesregierung zu unterstützen.

Wir wollen die Chancen von CSR für den Standort NRW und seine Regionen ausloten und nutzen.

Arbeitsschwerpunkte sollen:

1. die Verbesserung der Information und Kommunikation über CSR-Strategien von Unternehmen
2. die Initiierung einer Erst-Beratung für CSR.
3. die Initiierung themenbezogener CSR-Netzwerke in den Regionen
4. die Unterstützung von CSR-Initiativen in ausgewählten Branchen und
5. die Verankerung von CSR in Forschung und Lehre sein.

Im Mittelpunkt unserer Anstrengungen soll stehen, dass verantwortliches Wirtschaften Markenzeichen und Kernkompetenz der Unternehmen in

NRW wird und – ebenso wie unsere Technologie – zu Wettbewerbsvorteilen in internationalen Märkten führt.

Dieses Ziel wird die Landesregierung nur mit Unterstützung der Organisationen der Wirtschaft erreichen können.

Und deshalb freue ich mich sehr, dass die IHK Bonn/Rhein-Sieg als erste Kammer in NRW sich dieses Themas in praxisgerechter Weise angenommen hat. Die von ihr gemeinsam mit der Unternehmensberatung Bonne Nouvelle auf den Weg gebrachten

CSR-Frühstücke für kleine, mittlere und große Unternehmen haben sich zu einem viel beachteten Instrument des Know how-Transfers für CSR-Themen entwickelt.

Die Veranstaltungen machen deutlich, dass die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung und der Erfolg des Unternehmens zwei Seiten einer Medaille sind und dass sich CSR-Strategien in allen Unternehmensgrößen auszahlen – sei es bei der Gewinnung von Fachkräften, der Verbesserung der Reputation bei Kunden, Lieferanten und Investoren oder beim Risiko- und

Kostenmanagement des  
Unternehmens.

Die CSR-Frühstücke zeigen aber auch, dass es für kleine und mittlere Unternehmen deutlich schwerer als für Großunternehmen ist, CSR in ihre Unternehmensstrategie zu integrieren.

Es fehlt an Personal und Geld, aber manchmal auch an Anregungen, Zeit und Ideen.

Zumindest bei Letzterem können die gezeigten Best practise-Beispiele Abhilfe schaffen. Und wenn erst einmal

ein Wille da ist, gibt es in der Regel auch einen Weg.

Durch solche und andere Foren für Kommunikation und Austausch zu CSR-Strategien können wir möglicherweise sogar noch einen Schritt weiter gehen; denn über den einzelbetrieblichen Ansatz hinaus bietet CSR auch Chancen für Standorte und Regionen, wenn Unternehmen, Politik und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten, um gemeinsam Probleme ihres Standorts zu lösen – sei es im Bereich des demografischen Wandels, des

Fachkräftebedarfs oder beim Thema  
Bildung und Chancengleichheit.

Vor diesem Hintergrund bin ich sicher,  
dass das Modell-Projekt der IHK  
Bonn/Rhein-Sieg Schule macht und  
bei vielen weiteren Industrie- und  
Handelskammern, Handwerks-  
kammern und Wirtschaftsförde-  
rungseinrichtungen in NRW  
Nachahmer findet.

Wir brauchen an den regionalen  
Bedarf angepasste Angebote des  
Know how-Transfers im Bereich CSR  
und wir brauchen mehr Kooperationen

zwischen Unternehmen, Politik und Zivilgesellschaft, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern.

Das bedeutet letztlich - wie es Dr. Eckhard Cordes, der Vorstandsvorsitzende der METRO Group, formuliert, dass die Unternehmen ihre „Dialogfähigkeit“ mit ihrem gesellschaftlichen Umfeld ausbauen.

Denn dadurch können sie zu ihrem eigenen Vorteil „von einem Leistungsriesen zu einem Wahrnehmungsriesen“ werden.

Das ist der Sprung, den wir mit dem  
„Sprungbrett CSR“ schaffen wollen.