

**Rede der Vizepräsidentin des Deutschen Bundestages,
Gerda Hasselfeldt, MdB,
beim „5. Deutschen CSR-Forum – Forum EnviComm“
am 28. April 2009 in Stuttgart**

Sehr geehrte Damen und Herren,

Corporate Social Responsibility ist wahrlich keine neue Erfindung. Bereits in den 1970er Jahren gab es auf internationaler Ebene entsprechende erste Initiativen und Ansätze. Trotzdem erntet man noch immer erstaunlich häufig fragende Blicke und verlegenes Räuspern, verwendet man in Gesprächen allzu selbstverständlich die drei Buchstaben „CSR“ ohne weitere Erklärung.

Das wird sich ändern. Denn CSR gewinnt nicht nur für den Erfolg der Unternehmen zunehmend an Bedeutung. Angesichts der derzeitigen wirtschaftlichen Krise und ihrer Ursachen wird CSR auch ein entscheidender Schlüssel für die zukünftige Gestaltung unserer Wirtschaft und unserer Gesellschaft schlechthin sein.

Reputation von CSR bei Unternehmen wächst

Immer mehr Unternehmen erkennen, dass CSR nicht bedeutet, das eigentliche Geschäft und wirtschaftliches Denken zugunsten träumerischen „Gutmenschentums“ zu vernachlässigen. Ebenso wenig erschöpft sich CSR im wohlverstandenen Sinne übrigens darin, sich ein „grünes Mäntelchen“ umzuhängen, dieses möglichst optimal zu kommunizieren und ansonsten weiterzumachen wie bisher.

Bei immer mehr Unternehmen hat sich stattdessen die Erkenntnis durchgesetzt: Hinter den drei Buchstaben „CSR“ verbirgt sich eine gewaltige Chance; *Corporate Social Responsibility* kann ein Instrument sein, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit

zu verbessern, um neue Produkte und neue Märkte zu generieren – aber nicht um eines kurzfristigen Erfolges willen, sondern mit der Zielsetzung, langfristig Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen. Vor dem Hintergrund der aktuell schwierigen Lage sollte dies uns alle hellhörig machen. CSR ist keine „Sozialromantik“, die in wirtschaftlich rational handelnden Unternehmen nur zu besonderen Anlässen einen Platz findet. CSR ist wirtschaftlich rationales Handeln.

Nun ist es unbestreitbar, dass wir uns aktuell in einer äußerst schwierigen, krisenhaften Lage befinden. Erfordert dies nicht eine Konzentration auf das Wesentliche, eine Konzentration auf die traditionellen, bewährten betriebswirtschaftlichen Rezepte? Ist ausgerechnet eine Krise der richtige Zeitpunkt für ein Unternehmen, das Experiment CSR in Angriff zu nehmen?

CSR bietet Wege aus der Krise

Vielleicht ist es notwendig, sich zur Beantwortung dieser Frage noch einmal zwei Dinge in Erinnerung zu rufen: Die Ursachen der jetzigen Krise und die Grundlagen erfolgreichen Wirtschaftens. Erfolgreiches Wirtschaften ist – das verlieren wir nach 60 Jahren Wohlstand in Deutschland vielleicht zuweilen aus den Augen – nur in einem stabilen Gemeinwesen mit sozialem Frieden möglich. Grundlage dafür ist auch eine aktiv wahrgenommene gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen und Unternehmer.

Nichts anderes ist CSR.

Und die Ursachen der jetzigen Krise? Ohne der Versuchung der unzulässigen Vereinfachung zu erliegen, lässt sich feststellen: Mangelndes Verantwortungsgefühl und mangelnde Verantwortlichkeit haben sicherlich eine entscheidende Rolle gespielt.

Die Politik ist derzeit auf allen nationalen und internationalen Ebenen noch intensiv damit beschäftigt, die Auswirkungen der Krise begrenzen. In Deutschland haben alle Beteiligten Handlungsfähigkeit und Entschlossenheit bewiesen – trotz des bereits am Horizont aufleuchtenden Wahltermins im Herbst, trotz aller politischer Differenzen im Detail. Es war und ist auch weiterhin geboten, schnell und konsequent zu handeln, um die Wucht der weltweiten Krise abzufedern und die deutsche Wirtschaft und unseren Arbeitsmarkt so gut wie nur irgendwie möglich zu stützen.

Aber dabei darf es nicht bleiben. Wenn wir die Krise annehmen und sie nicht nur über uns ergehen lassen wollen, dann reicht kurzfristiges Reagieren nicht aus, dann müssen wir agieren. Wir müssen die Zäsur als Chance nutzen. Dabei ist es auch erforderlich, sich auf die Grundlagen unserer sozialen Marktwirtschaft zurückzubesinnen. Die Frage muss lauten: Wie können wir das offenbar in weiten Teilen verloren gegangene Verantwortungsgefühl stärken? Worauf kommt es an? Auf möglichst hohe, kurzfristig erzielbare Renditen oder auf sozialen Frieden, Ausgleich, Teilhabe aller am Wohlstand mit ökologischer Nachhaltigkeit – und das nicht nur bei uns? Was können wir – auch unabhängig von der aktuellen Krise – den Entwicklungen entgegensetzen, die zu Korruption, zur Bspitzelung der eigenen Mitarbeiter, zur Steuerhinterziehung im großen Stil geführt haben?

CSR kann auch darauf eine Antwort liefern.

Gerade diejenigen Unternehmen, die sich bereits seit längerem im Bereich der *Corporate Social Responsibility* engagieren, die sich bereits vor geraumer Zeit dazu entschlossen haben, Nachhaltigkeit zu einer zentralen Leitidee zu machen, sind jetzt besonders gefordert. Viele von diesen Unternehmensverantwortlichen sind hier zum 5. Deutschen CSR-Forum gekommen, viele von Ihnen haben sich auf Initiative des Veranstalters mit klaren Worten zur Nachhaltigkeit bekannt. Ich möchte Ihnen dafür

meinen Dank und meine Anerkennung aussprechen: Sie sind Vorreiter einer Entwicklung, die entscheidenden Einfluss auf unsere Gesellschaft haben wird. Sie können sich darin bestätigt fühlen, bereits auf dem richtigen Weg zu sein – und davon natürlich auch profitieren.

CSR liefert die Strukturen der Zukunft

Unternehmen, die sich für CSR und Nachhaltigkeit entschieden haben, wissen, welche erstaunliche Energien diese Leitideen freisetzen, übrigens unabhängig davon, ob es sich um große oder um mittelständische Betriebe handelt. Um nur ein Beispiel zu nennen: Wenn Mitarbeiter – als die wichtigsten Stakeholder jedes Unternehmens – engagiert arbeiten, können sie wahrhaft Berge versetzen. Das genaue Gegenteil gilt für Mitarbeiter, die sich innerlich bereits abgewandt haben, die eher „Bewohner“ denn Leistungsträger im Betrieb sind. Die Mitarbeiter im Rahmen einer CSR-Strategie gezielt einzubinden und zu motivieren zahlt sich aus.

„Verantwortung tragen – Verantwortlichkeit managen“: Das Motto des Forum EnviComm könnte die Notwendigkeiten der aktuellen Situation kaum treffender formulieren. Es wird vielleicht die wichtigste Aufgabe der kommenden Monate sein, das in Teilen verloren gegangene Verantwortungsgefühl wieder zu stärken. Appelle der Politik oder Sonntagsreden der Verantwortlichen sind dafür nur sehr eingeschränkt die geeigneten Mittel. Erforderlich sind Strukturen, die auf Verantwortung, Verantwortlichkeit und Nachhaltigkeit aufbauen. Strukturen, die das Konzept der *Corporate Social Responsibility* liefert.