„Corporate Social Responsibility“ (CSR) und Happiness – E-Mail an Frau Kolbe vom 10.10.2012

Sehr geehrte Frau Vorsitzende der Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität - Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft“ des Deutschen Bundestages,

sehr geehrte Frau Bundestagsabgeordnete,

liebe Frau Kolbe,

unsere diesjährigen Erstsemester-Einführungstage (EET) standen unter dem Motto „Corporate Social Responsibility „ (CSR). Genauso wie im letzten Jahr als das Motto „Der ehrbare Kaufmann“ lautete, führten wir auch in diesem Jahr unsere EET für 550 neue StudentInnen an der Fakultät Betriebswirtschaft in Kooperation mit der IHK Nürnberg für Mittelfranken durch.

Die Broschüre „Corporate Social Responsibility“ (http://www.ihk-nuernberg.de/de/Geschaeftsbereiche/Kommunikation/Publikationen/Corporate-Social-Responsibility.html), die die IHK Nürnberg für Mittelfranken vor Kurzem veröffentlicht hat, wurde den Erstsemestern bei der Einschreibung mit der Bitte an die Hand gegeben, sich damit bereits im Vorfeld der EET zu beschäftigen. Bei den EET wurde in Kleingruppen darüber diskutiert. Am zweiten Tag der EET hielt der Hauptgeschäftsführer der IHK Nürnberg für Mittelfranken, Herr Markus Lötzsch, einen Vortrag zur CSR. Im letzten Jahr hielt der Präsident der IHK Nürnberg für Mittelfranken, Herr Dirk von Vopelius, eine Vortrag zum Thema „Der ehrbare Kaufmann“ bei den EET.

In seinem Vortrag stellte Herr Lötzsch zunächst eine grundlegende Frage: „Welchen Zweck hat Wirtschaft?“ und er beantwortete sie - Ludwig-Erhard und dem Konzept der „Sozialen Marktwirtschaft“ folgend - damit, dass sie für den Menschen da sein und folglich der Mensch im Zentrum stünde.

„Es geht Erhard nicht um Wirtschaftswachstum. Es geht um die Freiheit von Sorgen und Nöten, es geht um Unabhängigkeit, es geht um Selbstbestimmung, ja es geht um die Entfaltung menschlicher Würde. Fast möchte man fragen, ob es nicht auch eine Nummer kleiner geht? Ich glaube nicht. Denn das sind die fundamentalen Dinge und die fundamentalen Fragestellungen, die eine Gesellschaft bewegen.“ (S. 2) und Markus Lötzsch weiter: „Die Soziale Marktwirtschaft setzt zu der Marktwirtschaft den ganz zentralen Faktor Mensch, liefert die Antwort auf die Frage, warum wir wirtschaften und verleiht der Marktwirtschaft das notwendige Ziel, die notwendige Richtung und den notwendigen Sinn. … Das Soziale ist also kein Korrektiv der Marktwirtschaft, das Soziale schafft erst die Akzeptanz und den Rahmen, in dem Marktwirtschaft gut funktionieren kann. … Bedenken Sie eines: Wirtschaft findet nicht in einem luftleeren Raum statt. Wirtschaft findet immer in einem gesellschaftspolitischen Kontext statt. Wirtschaft muss sich der gesellschaftspolitischen Diskussion stellen. Es ist die Gesellschaft, die Unternehmern Raum gibt, Grenzen setzt, Freiheiten lässt etc. – also die Regeln aufstellt. Das ist richtig so und das war auch schon immer so – darf deswegen aber nicht in Vergessenheit geraten. Die gesellschaftliche Diskussion über die Gesellschaftsordnung, über die Wirtschaftsordnung, in der wir leben wollen, ist nicht akademisch. Sie hat sofort Konsequenzen für uns alle.“ (S. 5f, der Vortrag findet sich unter: <http://www.ohm-hochschule.de/seitenbaum/fakultaeten/betriebswirtschaft/online-services/aktuelles/page.html> ; der Bericht über diese Veranstaltung in den Nürnberger Nachrichten vom 3.10. ist als Anlage beigefügt).

Vertrauen und Verantwortung sind zentral für das gute Zusammenleben in einer Gesellschaft und für das Funktionieren der Wirtschaft (siehe hierzu etwa Glücksatlas 2012, S. 62-72). Auch das Jubiläums-Fachsymposium des Roman Herzog Instituts beschäftigt sich Ende November unter dem Motto „(In ) Deutschland Neu Denken – warum brauchen wir Vertrauen?“ mit diesem zentralen Thema. (<http://www.romanherzoginstitut.de/das-roman-herzog-institut/10-jahre-roman-herzog-institut/>)

Auch weltweit findet in der Managementlehre ein Umdenken, eine Rückbesinnung auf den Sinn des Wirtschaftens statt – nach den Exzessen im Finanzsektor und anderswo in den letzten Jahren (Jahrzehnten). So hat der Harvard Business manager (HBM) unlängst eine Sonderausgabe mit dem Titel „Wirtschaft Neu Denken – Wie der Kapitalismus sich wandeln muss“ herausgebracht (Edition 3/2012). Im Editorial schreibt der Chefredakteur der HBM: „Der Kapitalismus durchlebt derzeit seine größte Krise: Gier, Korruption und kriminelle Machenschaften haben das Image unserer Wirtschaftsordnung schwer beschädigt. Überall auf der Welt suchen Menschen nach Alternativen.“ (S. 3). In diesem Heft fordert auch Michael Porter nichts weniger als „Die Neuerfindung des Kapitalismus“. Nach Porter muss es um den „Shared Value“ gehen, der Ansprüche der Anteileigner und der übrigen Interessengruppen miteinander versöhnt. Gelebte CSR ist hier – in Umsetzung des Konzepts der Sozialen Marktwirtschaf – eine realistische Alternative, eine Ausrichtung am „Shared Value“.

„Shared Value“ ist aber auch im internationalen Kontext zu sehen.

Interessantes und Nachdenkenswertes hierzu findet sich im UN World Happiness Report, der im April 2012 erstmals erschienen ist (S. 3):

“We live in an age of stark contradictions. The world enjoys technologies of unimaginable sophistication; yet has at least one billion people without enough to eat each day. The world economy is propelled to soaring new heights of productivity through ongoing technological and organizational advance; yet is relentlessly destroying the natural environment in the process. Countries achieve great progress in economic development as conventionally measured; yet along the way succumb to new crises of obesity, smoking, diabetes, depression, and other ills of modern life.

These contradictions would not come as a shock to the greatest sages of humanity, including Aristotle and the Buddha. The sages taught humanity, time and again, that material gain alone will not fulfill our deepest needs. Material life must be harnessed to meet these human needs, most importantly to promote the end of suffering, social justice, and the attainment of happiness. The challenge is real for all parts of the world.

As one key example, the world’s economic superpower, the United States, has achieved striking economic and technological progress over the past half century without gains in the self-reported happiness of the citizenry. Instead, uncertainties and anxieties are high, social and economic inequalities have widened considerably, social trust is in decline, and confidence in government is at an all-time low. Perhaps for these reasons, life satisfaction has remained nearly constant during decades of rising Gross National Product (GNP) per capita.” (<http://earth.columbia.edu/articles/view/2960>)

Mit den besten Grüße aus Nürnberg

Ihr

Prof. Dr. Karlheinz Ruckriegel

Professur für Makroökonomie, insbesondere Geld- und Währungspolitik sowie Psychologische Ökonomie und interdisziplinäre Glücksforschung an der Georg-Simon-Ohm Hochschule Nürnberg, Fakultät Betriebswirtschaft

[www.ruckriegel.org](http://www.ruckriegel.org)

[www.menschlichere-wirtschaft.de](http://www.menschlichere-wirtschaft.de)

PS: In der Reihe „Politische Studien“ der Hanns-Seidel-Stiftung beschäftigt sich eine der nächsten Ausgaben mit dem Schwerpunktthema „Lebens- und Arbeitswelten der Zukunft“. Mein Aufsatz ist überschrieben mit „Happiness – „das“ Zukunftspotential für deutsche Unternehmen“.