

Nachhaltigkeitsberichterstattung als notwendiger Teil globaler Steuerungsstrukturen

# Schritte gegen die organisierte Verantwortungslosigkeit

**In den neuen globalen Steuerungsstrukturen wird zunehmend der politisch-rechtliche Ordnungsrahmen durch eigenverantwortliches Verhalten im Rahmen öffentlicher bekannter „Codes of Conduct“ ersetzt. Ein solches System kann aber nur funktionieren, wenn die Einhaltung dieser Verhaltensregeln gegenüber der Öffentlichkeit glaubhaft dargelegt wird. Dies kann nicht, wie bei Gesetzen und Verordnungen, durch Kontrollen staatlicher Institutionen erfolgen, sondern muss konsequenterweise zivilgesellschaftlich organisiert werden.**

**W**eg vom Command and Control System des kontinentaleuropäischen Rechts, und hin zu einem System der Eigenverantwortlichkeiten – dieser Schritt ist nicht einfach und muss politisch klug organisiert werden. Er darf nicht zu einem „System organisierter Verantwortungslosigkeit“ (Günther Grass zu Olaf Henkel in einer Fernsehdiskussion im November 1999) der Großindustrie führen. Im Gegenteil: Er muss transparent und zuverlässig sein und so zu einer verlässlichen Wahrung der gesellschaftlichen Ansprüche und Schutzrechte beitragen. Das amerikanische Rechtsprinzip des „Public Right to Know“ kann dabei hilfreich sein. Dieses Prinzip besagt, dass – unabhängig von Zweck oder Nutzen einer Aktivität – die Öffentlichkeit ab einem bestimmten Ausmaß der Aktivität ein Recht hat, bestimmte Informationen zu erhalten. So hat das amerikanische Umweltrecht nicht im europäischen Maße zu stoffbezogenen Vorschriften geführt; dafür musste seit Mitte der 80er Jahre über Stoffstromdaten öffentlich berichtet werden. Hierauf reagierten Presse, Politik und Öffentlichkeit, wodurch in einzelnen Fällen Reaktionen der Industrie sogar schneller erreicht wurden als dies in Europa durch „hartes“ Umweltrecht der Fall war.

Es liegt von daher nahe, bei der Konzeption der zivilgesellschaftlichen Kontrolle der Unternehmen eine Reihe freiwilliger Instrumente der öffentlichen Berichterstattung aufzugreifen, die sich in den letzten Jahren entwickelt haben. Hierzu gehört aus jüngster Zeit die Umweltberichterstattung, aus den siebziger Jahren die Sozialberichterstattung. Beide wer-

den zur Zeit auch als Versatzstücke einer Berichterstattung zur Nachhaltigkeit gesehen, wie sie zum Beispiel die Global Reporting Initiative zu konzipieren beginnt (1). Weil sich die Definition und die Kriterien zur nachhaltigen Unternehmensführung noch stark in Bewegung befinden, gibt es zur Zeit noch keine Kataloge von Inhalten einer Nachhaltigkeits-Berichterstattung. In Anbetracht der Erfahrungen der Umweltberichte darf ohnehin erwartet werden, dass es weniger um ein starres Berichtsformat geht. Eher ist ein schlüssiges System zu entwickeln, das darlegt, wie die je nach Branche und Unternehmen unterschiedlichen Verantwortungen wahrgenommen werden.

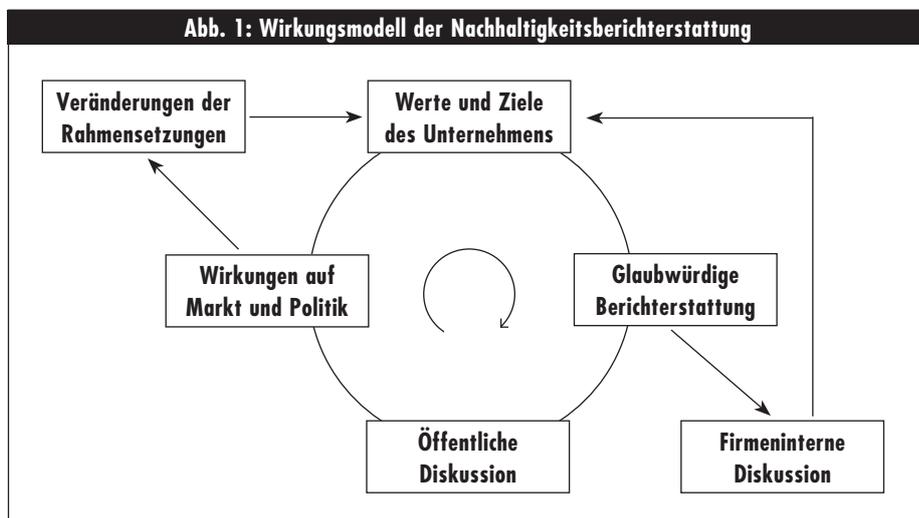
Dieser Beitrag konzentriert sich daher auf die schlüssige Einbindung der Berichterstattung in die sich entwickelnden globalen Steuerungsstrukturen (vgl. Abbildung 1). Zu trennen ist hier zwischen den (voneinander abhängigen)

Teilaufgaben der Verankerung der Werte der Nachhaltigkeit in der Unternehmensleitung und dem Ziel, über die existierenden Ziele und die Zielerreichung von Unternehmen regelmäßig zu informieren. Gerade der öffentlichen Debatte über die Berichte kommt ein hoher Stellenwert zu, wie das future/ IÖW Projekt *Ranking der Umweltberichte* gezeigt hat (2).

## ► Problem Glaubwürdigkeit

Mögliche Inhalte einer solchen Berichterstattung sind zu den Bereichen Umwelt und Soziales hinreichend beschrieben worden (3). Die Schwierigkeit liegt eher darin, eine glaubwürdige Berichterstattung zu realisieren. Zu recht bezweifelt Peter Knight in der Zeitschrift *Tomorrow* dabei die Notwendigkeit einer aufwendigen Validierung der Berichte durch global aktive Wirtschaftsprüfungs- und Zertifizierungsorganisationen vom Schlage KPMG oder Arthur D. Little: „Non-financial stakeholders trust accountants just about as much as they do multinational companies. Generating huge unreadable reports of interest only to bean counters and then getting the mafia to verify them is not going to deliver the benefits that companies need if they are to continue the voluntary reporting.“ (4) Der Weg zu glaubwürdigen Berichten könnte daher über die Einbindung von Anspruchsgruppen in die Berichtserstellung und -überprüfung führen. Wie die Betriebsräte zu internen sozialen Fragen verfügen Umweltgruppen zu Umweltfragen nicht nur über viel Know-how sondern auch über das nötige Engagement, Unternehmenspolitiken kritisch in Frage zu stellen. Die von Sustainability und der Umweltorganisation der Vereinten Nationen (UNEP) (5) immer wieder

Abb. 1: Wirkungsmodell der Nachhaltigkeitsberichterstattung



Quelle: IÖW

geforderte Einbindung von Anspruchsgruppen auf allen Ebenen und in allen Ländern der Aktivität scheint daher geeignet, die Glaubwürdigkeit einer Organisation und ihrer Berichte zu erhöhen. Je nach Größe der Organisation wäre eine Mitarbeit von Nichtregierungsorganisationen an der Berichterstattung oder Berichtsprüfung über öffentlich bekannte Gebührenordnungen zu honorieren.

### ► Öffentliche Diskussion

Die öffentliche Diskussion über Berichte von Unternehmen ist das Standbein ihrer Wirksamkeit als Bestandteil der globalen Steuerungsstrukturen. Für den Fall weitgehenden öffentlichen Desinteresses können wir das Instrument getrost zu den Akten legen und wieder zum Gewerbeaufsicht zurückkehren. Nur die Angst der Unternehmen vor der öffentlichen Kritik, vor sinkenden Aktienkursen oder absatzschädigenden Skandalen ist die Basis der Motivation zur Verfolgung von Gemeinschaftsinteressen in sozialen Fragen und Umweltfragen. Als Träger dieser Diskussion ist zunächst die kritische, teils professionelle Öffentlichkeit gefragt. Diese sammelt, vergleicht und bewertet die in den Berichten enthaltenen Informationen. Erst durch diesen Vorgang lässt sich die in Hunderten von Berichten von Großunternehmen enthaltene Informationsvielfalt auf ein erträgliches Maß verdichten. Und nur so können Gute und Schlechte, Erfolgreiche und Erfolgreiche benannt werden und damit der Neuigkeits- und Aktualitätswert erreicht werden, ohne den die Berichte kaum ein Thema für die Presse wären. Dieser kommt dann letztlich die Aufgabe zu, Erkenntnisse zu Nachrichten umzuwandeln und akzentuiert Lob und Kritik auszuverteilen.

Die öffentliche Diskussion von Berichten zur Nachhaltigkeit kann und muss regelmäßig die sachliche Ebene von einzelnen Kriterien der Berichterstattung verlassen und die Unternehmensleistung auch in Bezug auf kulturelle und ethische Werte verorten. Fragen der Verantwortbarkeit und der Verantwortung sind aufzuwerfen und einzelne Verantwortliche direkt in den Diskurs einzubeziehen. Auch die Technikfolgenabschätzung ist zur Bewertung von Innovationen regelmäßig hinzuzuziehen.

Die unternehmensinterne Debatte zur Realisierung der Verhaltenskodizes hat demgegenüber eine geringere Bedeutung. Zwar ist sie für die konkrete Schwachstellenanalyse und die Entwicklung von Verbesserungsprojekten absolut notwen-

dig, Impulse für die strategische Umorientierung des Unternehmens bei fundamentalen Fehlern können hier über die Macht der (meist auch für die Fehler) Verantwortlichen aber auch wirkungsvoll unterdrückt werden. Rein intern kann also ein solches System kaum funktionieren.

### ► Wirkung auf Markt und Politik

Erst über die Auswirkung auf Politik und Markt erreicht die öffentliche Diskussion von Unternehmensberichten ihre unternehmensbezogene Wirksamkeit. Die Auswirkung negativer wie positiver Berichte auf den Markt ist indirekt, aber zweifellos vorhanden. In Fällen krasser Verstöße gegen die Ansprüche der Gesellschaft oder besonderen Wohlverhaltens kann es sogar zum marktbezogenen Eingreifen bestimmter Gruppen kommen (z.B. Greenpeace in den Fällen Shell/ Brent Spar und Foron). Die Auswirkung auf die Politik müsste dagegen stärker als bisher organisiert werden. Zwar gehören auch bisher politisch-ordnungsrechtliche Reaktionen auf Skandale oder öffentliche Diskussionen zum normalen Spektrum politischen Handelns, in einem System aus Codes of Conduct und Berichterstattung müsste aber die Politik aktiv die Entwicklungen beobachten und dort politisch-ordnungsrechtlich eingreifen, wo ein Selbstregelungsmechanismus aus Öffentlichkeit und Markt nicht funktionieren kann. Solche Fälle könnten zum Beispiel dort eintreten, wo durch gravierende Nichterfüllung von Codes of Conduct erhebliche Kostenvorteile errungen werden können, die der Einstieg in ein partielles *race to the bottom* sein könnten. Hier käme der Politik immer wieder die Aufgabe der Absicherung von Mindeststandards zu, also der Setzung des Rahmens, innerhalb dessen der Wettbewerb stattfindet.

### ► Einfluss auf Werte und Ziele des Unternehmens

Die Veränderung der Werte und Ziele der Unternehmungen stellt das stabilisierende Element des Systems dar. Hier erreicht der ansonsten recht handlungsbezogene Kreislauf aus Handeln und Informationsverbreitung eindeutig die wertbezogene, kulturelle Ebene. Es kann eine Einheit aus Werthaltungen und Handeln erreicht werden, die, einmal stabilisiert, nur schwer wieder zu verändern ist. Der Weg in die Köpfe der Menschen, besonders der verantwortlichen Unternehmensleitungen, ist dabei lang und verschlungen. Nagel ermittelte

in einer Untersuchung, dass Manager ihr umweltbezogenes Handeln keineswegs aufgrund schlechter oder guter Resultate des Umweltmanagements ändern, sondern im Wesentlichen aufgrund von Impulsen aus dem privaten Bereich (6). Soll also ein Selbststeuerungssystem der Wirtschaft auf Basis von Codes of Conduct stabil in der Gesellschaft (allein in der Wirtschaft wäre zu wenig!) verankert werden, so müssen letztlich die Verantwortlichen in der Wirtschaft in allen Lebensbereichen mit ihren Verantwortungen konfrontiert werden.

Dies ist wohl das schlagkräftigste Argument dafür, dass eine Steuerung der Wirtschaft auf Basis von Codes of Conduct nur mit einer umfangreichen öffentlichen Berichterstattung und einer intensiven Diskussion der allgemeinen wie der fachlichen Öffentlichkeit funktionieren kann. Denn nur so kann die Wahrnehmung von Verantwortung so öffentlich gemacht werden, dass es für die Verantwortlichen selbst kein Entrinnen mehr gibt.

### Anmerkungen

- (1) Global Reporting Initiative (GRI): Sustainability Reporting Guidelines – Exposure Draft for Public Comment and Pilot Testing. Boston 1999. Vgl. auch die Angaben auf S. 27.
- (2) Clausen, J./ Fichter, K.: Umweltbericht, Umweltklärung – Praxis glaubwürdiger Kommunikation von Unternehmen. München 1996.
- (3) Vgl. für soziale Kriterien CEPAA: Social Accountability 8000. London 1997.
- (4) Knight, P.: Held to account. In: Tomorrow, Nr. 5-6/1999, S. 26.
- (5) Sustainability/ UNEP: Engaging Stakeholders – The 1997 Benchmark Survey. London 1997.
- (6) Nagel, E.: Ökologie-Sichtweisen von Führungskräften. Diplomarbeit. Basel 1996.

### Der Autor

Jens Clausen ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Forschungsfeld Ökologische Unternehmenspolitik des IÖW.

**Kontakt:** Jens Clausen, IÖW-Projektbüro Hannover, Hausmannstr. 9-10, 30159 Hannover, Tel. 0511/ 16403-44, Fax -91, E-mail: Jens.Clausen@hannover.ioew.de

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.