



Corporate Social Responsibility (Thema 13)

Besprechung von:

CHOPER JESSE H./COFFEE JOHN C./GILSON RONALD J., Cases and Materials on Corporations, 6th edition, New York 2004, S. 35-49

FORSTMOSER PETER, Schutz der Menschenrechte – eine Pflicht für multinationale Unternehmen?, in: Cavallo *et al.* (Hrsg.), Liber amicorum für Andreas Donatsch, Zürich 2012, S. 703-724

WATTER ROLF/SPILLMANN TILL, Corporate Social Responsibility – Leitplanken für den Verwaltungsrat Schweizerischer Aktiengesellschaften, in: GesKR 2-3/2006, S. 94-116

Daniel Juri und Tomasz Ziętek

Vortrag im Rahmen der Vorlesung Gesellschaftsrecht II
Frühlingssemester 2013 bei Prof. Dr. iur. Hans-Ueli Vogt



Inhaltsverzeichnis

- 1 Begriff der Corporate Social Responsibility (CSR)
- 2 Das Unternehmen und seine «Umwelt»
- 3 CSR als Korrekturmechanismus bei Marktversagen
- 4 Spannungsverhältnis zwischen CSR und Verfolgung statutarischer Ziele
- 5 Umsetzung von CSR im Konzern
- 6 Hauptaussagen der Texte
- 7 Kritik an den Texten
- 8 Exkurs: «Recht ohne Grenzen»
- 9 Diskussion ausgewählter Fragen



CSR-Ranking: die 50 Top-Unternehmen

Rank	Company	CSR Index
1	Microsoft	74.48
2	Google	73.98
3	The Walt Disney Company	73.76
4	BMW	73.27
5	Apple	73.23
6	Daimler (Mercedes-Benz)	72.36
7	Volkswagen	71.94
8	Sony	71.32
9	Colgate-Palmolive	70.55
10	LEGO Group	70.43
11	IBM	70.26
12	Intel	70.13
13	Johnson & Johnson	69.84
14	Canon	69.81
15	Honda Motor	69.80
16	Nestlé	69.57
17	Panasonic	69.56
18	Adidas Group	69.48
19	Michelin	69.42
20	3M	69.30
21	IKEA	69.12
22	Danone	69.08
23	Philips Electronics	68.91
24	The Coca-Cola Company	68.87
25	Samsung Electronics	68.69

Rank	Company	CSR Index
26	Kellogg	68.56
27	Ferrero	68.54
28	Bridgestone	68.33
29	Cisco Systems	68.22
30	Amazon.com	68.13
31	L'Oréal	68.09
32	Marriott International	68.08
33	Nintendo	67.93
34	Hewlett-Packard	67.87
35	Siemens	67.87
36	FedEx	67.79
37	Toyota	67.73
38	Deutsche Lufthansa	67.65
39	Goodyear	67.64
40	Abbott Laboratories	67.54
41	LG Corporation	67.49
42	Procter & Gamble	67.30
43	Nissan Motor	67.29
44	Singapore Airlines	67.26
45	Nokia	67.00
46	Oracle	66.99
47	Giorgio Armani Group	66.90
48	LVMH Group	66.79
49	Roche	66.79
50	Bayer	66.77

Quelle: Reputation Institute, 2012 – Global CSR RepTrak™ 100



1. Begriff der Corporate Social Responsibility (1/3)

a) Mehrzahl von Begriffen – ein Grundgedanke

«Corporate sustainability»
«Corporate citizenship»
«Unternehmerische Sozialverantwortung»

→

**Übergesetzlicher Beitrag
eines Unternehmens an
die Gesellschaft/Umwelt**

b) Forstmoser

«Ziel soll es sein, in einem ausgewogenen Mass drei Herren zugleich zu dienen, den Investoren durch die Erzielung von Gewinnen, der Gesellschaft und insbesondere den Mitarbeitenden durch ein sozial verantwortungsvolles Verhalten (Social Responsibility) und schliesslich der Umwelt durch ein umweltschonendes und nachhaltiges Wirtschaften (Environmental Responsibility).»



1. Begriff der Corporate Social Responsibility (2/3)

c) Watter/Spillmann

«Dabei betrifft CSR das gesamte Verhältnis zwischen einem Unternehmen und seiner Umwelt, also dasjenige zu seinen Arbeitnehmern, Konsumenten, Kapitalgebern aber auch zum Gemeinwesen und der Natur.»

«CSR handelt vom Beziehungsnetz verschiedener Anspruchsgruppen rund um ein Unternehmen.»

«Sozial verantwortlich handeln heisst nicht nur, die gesetzlichen Bestimmungen einhalten, sondern über die blosse Gesetzeskonformität hinaus «mehr» investieren in Humankapital, in die Umwelt und in die Beziehungen zu anderen Stakeholdern.»



1. Begriff der Corporate Social Responsibility (3/3)

d) Choper/Coffee/Gilson

«Modern large-scale industry has given to the managers of our principal corporations enormous power over the welfare of wage earners and consumers, particularly the former. Power over the lives of others tends to create on the part of those most worthy to exercise it a sense of responsibility.»

2. Das Unternehmen und seine «Umwelt»

St. Galler Management-Modell



Quelle: Rüegg-Stürm, J. (2003): Das neue St. Galler Management-Modell. Grundkategorien einer integrierten Managementlehre: Der HSG-Ansatz. 2. Auflage, Bern/Stuttgart/Wien: Haupt, S. 22

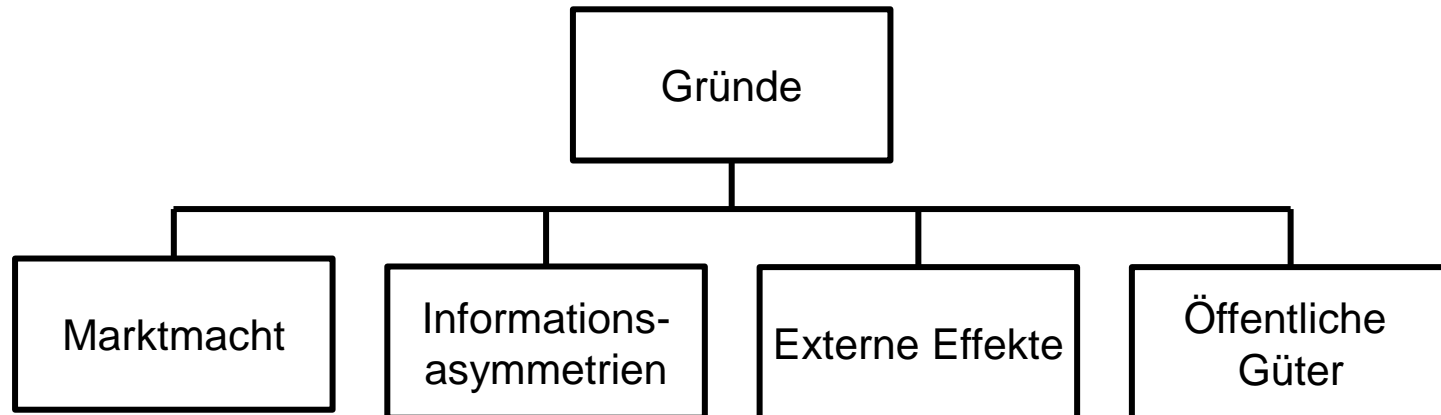
3. CSR als Korrekturmechanismus bei Marktversagen

Marktversagen als Ursprung der CSR-Diskussion?

Watter/Spillmann:

«Die CSR-Diskussion ist ein Symptom der Ursache Marktversagen.»

Marktversagen: Dem Markt gelingt es nicht, die Ressourcen effizient zu allozieren; es entsteht kein Marktgleichgewicht.



4. Spannungsverhältnis zwischen CSR und Verfolgung statutarischer Ziele

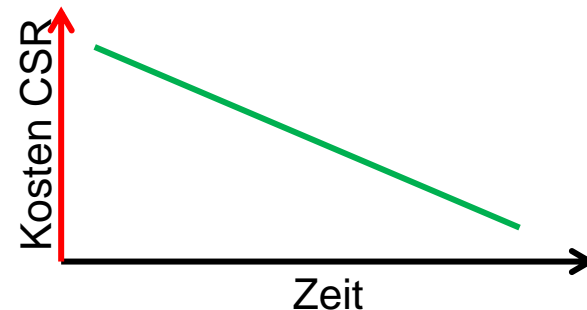
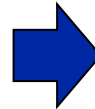
CSR



Verfolgung statutarischer Ziele

Gemäss Art. 718a Abs. 1 OR können die zur Vertretung befugten Personen im Namen der Gesellschaft alle Rechtshandlungen vornehmen, die der Zweck der Gesellschaft mit sich bringen kann.

**Überwindung des
Spannungsverhältnisses
bei langem Zeithorizont**



Sorgfaltspflicht des Verwaltungsrates

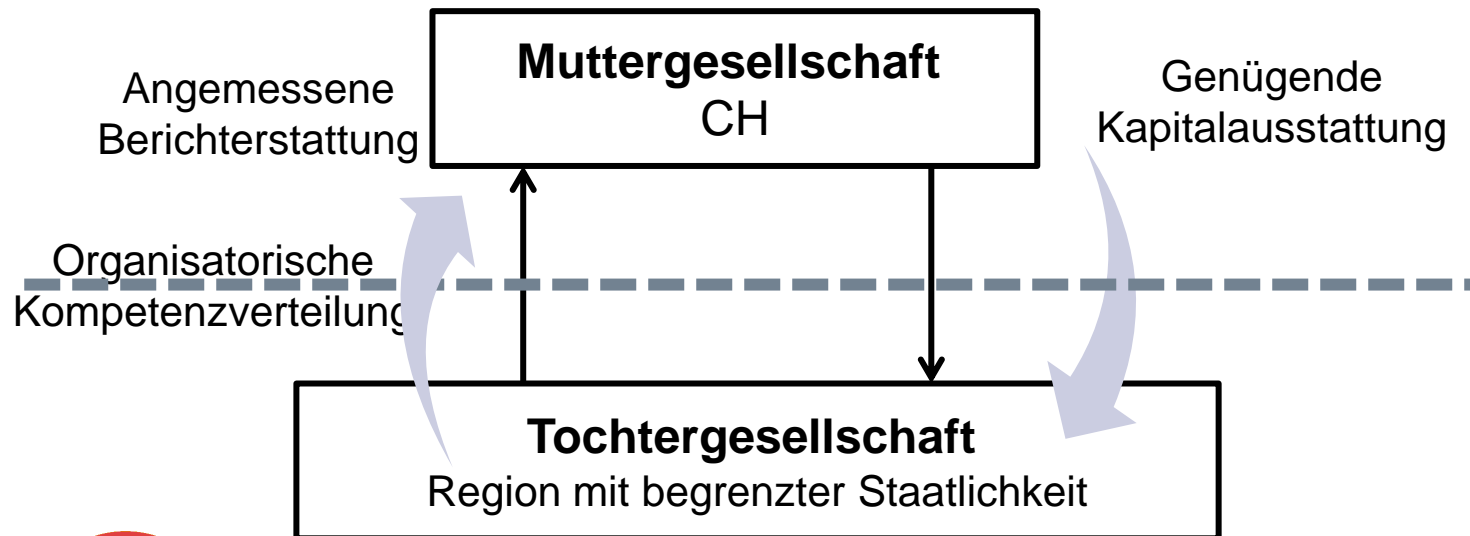
CSR-Aktivitäten, die dem Unternehmen keinen erkennbaren Nutzen bringen, sind zu unterlassen (Nutzen i.S. der Verfolgung statutarischer Ziele)

Treuepflicht des Verwaltungsrates

Rein ethisch motivierte, eigeninteressenbehaftete Handlungen sind zu unterlassen (d.h. Spenden aus der eigenen Schatulle, nicht aus der Tasche der Aktionäre)

5. Umsetzung von CSR im Konzern (1/2)

Reduktion der rechtlichen Risiken bei der Konzernobergesellschaft

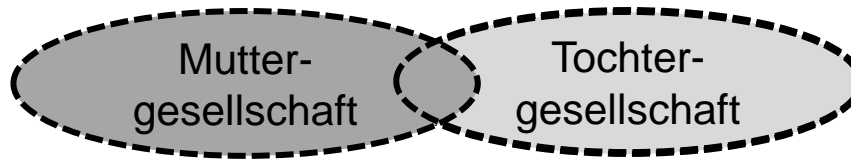


«Hände weg von der Befassung mit Fragen der Menschenrechte und der Gewerkschaftsfreiheit auf der Stufe von Tochtergesellschaften!»

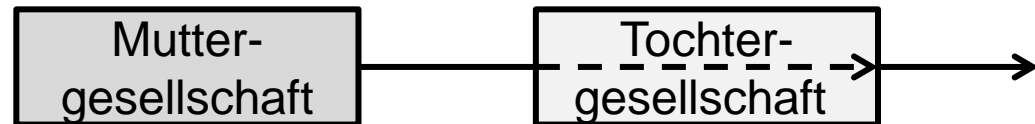
5. Umsetzung von CSR im Konzern (2/2)

Haftungsbegründung der Konzernobergesellschaft

- Sphärenvermischung



- Faktische Organschaft



- Unterkapitalisierung



- Konzernvertrauen

- Selbstverpflichtung



6. Hauptaussagen der Texte (1/3)

Forstmoser

- Grundsätzlich ist es Aufgabe des Staates, für die Einhaltung der Menschenrechte zu sorgen. Wenn ein Staat seiner Schutzpflicht nicht nachzukommen vermag, besteht subsidiär eine diesbezügliche Schutzpflicht der in diesem Staat tätigen Unternehmen und u.U. auch ihrer in anderen Staaten domizilierten Muttergesellschaften.
- Konzerne, die explizit durch Erklärungen oder implizit mit dem Beitritt zu internationalen Deklarationen bekunden, dass sie eine Mitverantwortung für die Einhaltung der Menschenrechte übernehmen wollen, müssen sich bei ihren Aussagen behaften lassen.
- Eine Verschärfung der Konzernhaftung ist nicht vonnöten, da genügend Kontrolle durch NGOs und Interessenverbände besteht, Grossunternehmen die Marktmacht der Konsumenten gegenübersteht und Soft Law aufgrund der eminenten Wichtigkeit der Reputation für sie faktisch bindend ist.



6. Hauptaussagen der Texte (2/3)

Watter/Spillmann

- CSR geht über die Erfüllung der gesetzlichen Normen hinaus und stellt einen Korrekturmechanismus bei Marktversagen dar; folglich besteht bei funktionierenden Märkten kein Platz für CSR.
- CSR-Aktivitäten haben im Rahmen der schweizerischen Rechtsordnung stattzufinden; insbesondere haben Verwaltungsräte jederzeit die Sorgfalts- und Treuepflicht zu beachten.
- CSR darf nicht den statutarischen Zielen der Gesellschaft bzw. den Aktionärsinteressen zuwiderlaufen.
- CSR-Aktivitäten müssen einen – in einem weiten Sinne verstandenen – wertsteigernden Charakter haben.



6. Hauptaussagen der Texte (3/3)

Choper/Coffee/Gilson

- In den USA hat die Debatte rund um CSR in den 1930er Jahren begonnen. Sie kreist um die Fragen, wem gegenüber Unternehmen primär verpflichtet sind und wessen Interessen das Management zu vertreten hat.
- Das amerikanische Case-Law tendiert zur Ansicht, dass das Management bei der Entscheidungsfindung die Aktionärsinteressen vorrangig zu berücksichtigen hat. Die Philanthropie und andere Non-Profit-Aktivitäten sind jedoch zulässig, soweit sie im (langfristigen) Interesse des Unternehmens liegen.
- Viele US-Bundesstaaten haben so genannte «corporate constituency statutes» erlassen. Diese Statuten stellen für das Management – je nach Ausgestaltung – Empfehlungen oder gar verbindliche Regeln zur Berücksichtigung von Nichtaktionärsinteressen dar.

7. Kritik an den Texten



Quelle: ARD



7. Kritik an den Texten (1/3)

1) «Kaum etwas ist für Unternehmen wichtiger als ihre Reputation»

Sowohl Forstmoser als auch Watter/Spillmann beziehen sich in ihren Ausführungen auf Reputationsschäden, die den Unternehmen durch Missachtung von CSR entstehen können.

Es gibt jedoch nicht wenige Konsumenten, für die CSR – aus verschiedenen Gründen wie z.B. Preissensibilität und mangelndes Interesse – nicht im Vordergrund steht oder die aufgrund einer besonderen Beziehung zur Marke (siehe Ausschnitt aus der ARD-Dokumentation), trotz einer gewissen Sensibilität für CSR-Themen, nicht bereit sind, ihre Konsumgewohnheiten zu ändern.



7. Kritik an den Texten (2/3)

Schutz der Menschenrechte als Unternehmensaufgabe?

Forstmoser, S. 712: «In Regionen, in denen dieser [der Staat] seinen Schutzpflichten nicht nachkommen kann oder will, besteht auch eine Schutzpflicht der Unternehmen.»

Diese dem Text von Forstmoser zugrunde liegende Prämisse wird nicht logisch deduziert; sie lässt sich in ihrer Allgemeinheit weder rechtlich noch ökonomisch noch moralisch verorten.

Gerade da es nicht naheliegend ist, Privaten (womöglich) wider ihren Willen Staatsaufgaben zu übertragen und dies auch noch, wie vorliegend, durch Schaffung von Vorschriften mit extraterritorialer Wirkung, wäre eine Präzisierung der obigen Feststellung vonnöten.



7. Kritik an den Texten (3/3)

Ist CSR tatsächlich ein Schritt zu einer «besseren Welt»?

Watter/Spillmann, S. 102: «Oft wird – zu Recht – auf die Problematik hingewiesen, dass ein Unternehmen, welches seine Produktion in Drittwelt- oder Schwellenländer auslagert oder die Produkte von Dritten in solchen Ländern einkauft von nicht vorhandenen oder sehr viel tieferen Regulierungsstandards [...] profitiert. [...] Arbeitnehmer- und Umweltschutz sind oft ungenügend, Rechtssicherheit für alle Betroffenen fehlt, und so versagt der Markt, weil die hierzulande etablierten Korrektive fehlen.»

Die Texte gehen davon aus, dass CSR dort seinen Platz hat, wo staatliche Korrektive fehlen; sei es im Bereich der Menschenrechte oder bei Marktversagen. Davon wird abgeleitet, dass CSR insbesondere dort relevant wird, wo global tätige Unternehmen in Drittweltländern bzw. «Regionen mit begrenzter Staatlichkeit» tätig werden.



7. Kritik an den Texten (3/3)

Ist CSR tatsächlich ein Schritt zu einer «besseren Welt»?

Fraglich ist jedoch, ob die Anwendung von auf unserem Verständnis beruhender Arbeits- und Umweltschutzbestimmungen in diesen Regionen gewünscht ist und zu mehr Wohlstand führt. Es liegt nicht auf der Hand, dass z.B. nicht ausbeuterische Kinderarbeit per se verpönt ist. Ebenso kann es kontraproduktiv sein andernorts 42-Stunden-Wochen durchzusetzen.

Ein kritischerer und vor allem differenzierterer Umgang mit der Frage, ob CSR in unserem Sinne und nach unserem Verständnis auch im Interesse derjenigen Staaten liegt, in denen CSR-Initiativen durchgeführt werden, ist geboten. Die allgemeine Annahme, dass die in unserem Sinne verstandene CSR tatsächlich weltweit Akzeptanz erfährt und den lokalen Wohlstand steigert, muss relativiert werden im Lichte der regionalen ökonomischen, sozialen und rechtlichen Realitäten.



8. Exkurs «Recht ohne Grenzen»

Petition an Bundesrat und Parlament

Mit der Petition werden Bundesrat und Parlament aufgefordert, dafür zu sorgen, dass Firmen mit Sitz in der Schweiz die Menschenrechte und die Umwelt weltweit respektieren müssen.

Sie fordert «gesetzliche Grundlagen,

- damit Schweizer Konzerne für ihre Tätigkeiten, ihre Tochterfirmen und Zulieferer vorsorglich Massnahmen (Sorgfaltspflicht) treffen müssen, um hier und anderswo Menschenrechtsverletzungen und Umweltvergehen zu verhindern;
- damit Menschen, die durch die Tätigkeiten von Schweizer Konzernen, ihren Tochterfirmen und Zulieferern Schaden erleiden, hier Klage einreichen und Wiedergutmachung verlangen können.»



9. Diskussion ausgewählter Fragen

- **Spannungsverhältnis zwischen der Verfolgung des Gesellschaftszwecks und CSR**
 - Gewinnstreben v. gewinnmindernde CSR-Aktivitäten
 - Optik des Eigenkapitalgebers v. Allgemeinwohl
 - Gesetzliche Pflichten des VR v. CSR-Erwartungen
- **CSR als ein faktischer statutarischer Zweck**
 - Aufgedrängt oder selber auferlegt
 - Rechtliche Grundlagen
 - Durchsetzung
- **CSR zwischen Freiwilligkeit und Zwang**
 - Rechtlicher v. faktischer Zwang (Öffentlichkeit, Medien, NGOs)
 - Selbstbestimmungsrecht/Eigenverantwortung der jur. Person



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.