

CSR zwischen Greenwashing und ethischer Reflexion*

Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen für Corporate Social Responsibility (CSR)

PETER G. KIRCHSCHLÄGER**

Unternehmen laufen Gefahr, im Zuge ihres ökonomischen Handelns die ethische Perspektive zu vernachlässigen. Der Ansatz der „Corporate Social Responsibility (CSR)“ will hier nachhelfen. CSR besitzt Chancen (u.a. die Profitabilität von CSR), sieht sich jedoch auch einigen Herausforderungen gegenüber (u.a. Frage nach der Begründung von CSR). Menschenrechte können als ethischer Referenzrahmen für CSR helfen, diese Chancen zu nützen und die Herausforderungen zu meistern.

Schlagwörter: Unternehmen, Corporate Social Responsibility, Verantwortung, Menschenrechte, ethischer Referenzrahmen

CSR between Greenwashing and Ethical Reflection: Human Rights as Ethical Frame of Reference for Corporate Social Responsibility (CSR)

Enterprises face the risk that they neglect the ethical perspective in their economic actions. The approach of “Corporate Social Responsibility (CSR)” aims to support enterprises in this regard. CSR offers opportunities (among others the profitability of CSR) but faces also some challenges (e.g. the question concerning the ethical justification of CSR). As an ethical frame of reference human rights can support CSR to take advantage of the opportunities and to meet the challenges.

Keywords: Enterprises, Corporate Social Responsibility, Responsibility, Human Rights, Ethical Frame of Reference

1. Unternehmen und ihr sozialer Beitrag

1.1 Unternehmen eingebunden in einen gesellschaftlichen Zusammenhang

Unternehmen leisten einen sozialen Beitrag, indem sie versuchen, Gewinne zu erzielen und zu wachsen. Denn neben den unmittelbaren ökonomischen Auswirkungen auf die Gesellschaft (z.B. in Form von Arbeitsplätzen, Steuern etc.) gilt es auch, die positive

* Beitrag eingereicht am 01.11.2014; nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren überarbeitete Fassung angenommen am 12.06.2015.

** PD Dr. theol. lic. phil. Peter G. Kirchschräger, Visiting Fellow an der Yale University, Forschungsmitarbeiter an der Theologischen Fakultät der Universität Luzern, Frohburgstrasse 3, CH-6002 Luzern, Tel.: +41-(0)41-229 52 92, E-Mail: peter.kirchschrager@unilu.ch, Forschungsschwerpunkte: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Finanzethik, Ethik der Menschenrechte, Grundlagen theologischer Ethik, Ethik und Bibel, Digitalisierung und Robotisierung der Gesellschaft aus ethischer Perspektive, Verhältnis von Ethik und Recht.

wertschöpfende und lösungsorientierte Kraft von Entrepreneurship und seine die Gesellschaft beflügelnde Dynamik, wie sie beispielsweise in Startups so sichtbar wird, zu berücksichtigen. Des Weiteren kommt das Innovationspotential profitorientierten Entscheidens und Handelns der Gesellschaft zu Gute, weil wirtschaftliche Innovationen gesellschaftlichen Fortschritt auslösen bzw. vorantreiben. Der unternehmerische Ansatz wird für Fragen, Probleme und Herausforderungen, die zuvor mehrheitlich karitativ oder staatlich angegangen worden sind, zunehmend verwendet, da man sich davon eine höhere Nachhaltigkeit der Lösungen erwartet. Schliesslich bieten Unternehmen Menschen eine Strukturierung ihres Alltags und die Möglichkeit, sich zu entfalten und zu verwirklichen. Es gilt für wirtschaftliches Handeln,

„einen Beitrag dazu zu leisten, dass Menschen ihr eigenes Leben besser, erfolgreicher oder selbstbestimmter gestalten können. Die zwangsläufig sehr auf Kapital ausgerichtete Finanzwirtschaft muss dabei die Frage beantworten, in welcher Weise sie dazu beiträgt, Wohlstand und auch soziale Gerechtigkeit zu erhöhen“ (Haasis 2012: 494).

Unternehmen tragen zur Gestaltung von gesellschaftlichen Systemen bei (vgl. Dillard 2013: 199). Indem Unternehmen ökonomische Rationalität und ethische Perspektive verbinden, schaffen sie nicht nur einen ökonomischen Mehrwert, sondern leisten auch einen sozialen Beitrag. Dabei realisieren Unternehmen, dass ihr wirtschaftliches Handeln keinen Selbstzweck darstellt, sondern dem gesellschaftlichen Zusammenleben dient (vgl. Neher 2013: 3–16).

Gleichzeitig bieten Gesellschaften Unternehmen den notwendigen Spielraum für unternehmerisches Entscheiden und Handeln.

Es besteht demnach eine Wechselwirkung zwischen den Unternehmen als Teil einer Gesellschaft und der Gesellschaft. Denn während Unternehmen zum Wohlstand einer Gesellschaft beitragen, garantiert die Gesellschaft Unternehmen die für wirtschaftliche Aktivitäten notwendigen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen (vgl. Clever/Ramb 2010: 59).

Es besteht jedoch die Gefahr, dass eine höhere Gewichtung der ökonomischen Rationalität den Blick von Unternehmen verengt und dass Unternehmen die ethische Perspektive verdrängen und sich von ihrem sozialen Beitrag entfremden. Gesellschaften sind jedoch in zunehmendem Mass darauf angewiesen, dass Unternehmen ihre soziale Verantwortung wahrnehmen. Denn Unternehmen haben Macht: Unternehmen besitzen nicht nur die Macht, das Verhalten von ihren Investoren (vgl. Gurbuz et al. 2014: 311–324; Mermod/Idowu 2014a: 325–355), Zulieferern und KundInnen (vgl. Schoenheit 2014: 41–48) zu beeinflussen (vgl. Ekmekçi 2014: 49–73). Die Intensität der wechselseitigen Interdependenz im Zuge der Globalisierung multipliziert diese Macht von Unternehmen noch zusätzlich, sodass ein Ausfall bzw. ein Teilausfall der Leistung des gesamtgesellschaftlichen Beitrags durch Unternehmen für eine Gesellschaft nicht verkraftbar ist. Denn Unternehmen erweisen sich als bedeutende und gewichtige soziale Institutionen (vgl. Dillard/Murray 2013: 11).

Im Zuge eines Lernprozesses wächst das Bewusstsein von Unternehmen für die eigene Macht und damit verbundenen Handlungsmöglichkeiten und für das Zusammenspiel von ökonomischer Rationalität und ethischer Perspektive.

„Die Bedeutung eines wirtschaftlich fairen Verhaltens – auch und gerade im Hinblick auf die eigene geschäftliche Reputation – hat längst auch die Wirtschaft selbst erkannt. Ein von Unternehmen ins Spiel gebrachtes Instrumentarium, das auf mehr wirtschaftliche Fairness abzielt, ist die sog. *Corporate Social Responsibility* (CSR). Gemeint sind damit von Unternehmen selbst gesetzte Standards in Bezug auf ihr wirtschaftliches Verhalten (z.B. Arbeitsbedingungen, Umweltverhalten, soziale Aspekte)“ (Hilty/Henning-Bodewig 2014: 4; Hervorhebung im Text).

Corporate Social Responsibility (CSR) als Konzept erweitert die Objekte der Verantwortung von Unternehmen über die Shareholders hinaus und schliesst die Verantwortung der Unternehmen „gegenüber den internen und externen Stakeholders, den Mitarbeitern, den Kunden, Lieferanten sowie der engeren und weiteren Gemeinschaft“ (Braun 2009: 249) damit ein. CSR soll dabei nicht für „Greenwashing“ instrumentalisiert werden. Mit „Greenwashing“ werden Bemühungen von Unternehmen bezeichnet, ökologischer wahrgenommen zu werden, als sie eigentlich sind (vgl. Karliner 1997). Grundlage für das CSR-Konzept bildet der Begriff „Verantwortung“.

1.2 Der Begriff „Verantwortung“ und Unternehmen

Die Verwendung des Begriffs „Verantwortung“ (vgl. Kirchschräger 2014: 29–54) kann als Substantiv für die zweite Hälfte des 15. Jahrhunderts nachgewiesen werden, das dazu korrespondierende Verb bereits für das 12. Jahrhundert (vgl. Grimm/Grimm 1956: 79–82): Um zu beschreiben, wenn sich jemand für eine Entscheidung und Handlung vor einem Richter erklärt, verteidigt oder rechtfertigt, wird der Begriff „Verantwortung“ verwendet. Aus diesem ursprünglichen Sitz im Leben, der rechtlichen Charakter aufweist, wird auch deutlich, wie das Fundament, von dem sich „Verantwortung“ ableitet, nämlich „Antwort zu geben“, einzuordnen ist und zum Verantwortungsbegriff führt. Man gibt dem Gericht Antwort im Bezug auf Entscheidungen und Handlungen. Dabei stützt sich der Verantwortungsbegriff darauf ab, dass die Notwendigkeit besteht, diesen Instanzen Auskunft über das eigene Tun und Lassen zu geben. Der Verantwortungsbegriff erweist sich demnach von seinen Anfängen an als ein Relationsbegriff, da er nur in Beziehungen zu denken ist – in diesem Fall in der Beziehung zwischen dem Mensch, der sich vor einem Gericht auf der Grundlage eines Massstabes verantwortet, und dem Gericht, vor dem er sich verantwortet, auf der Grundlage eines Massstabes Antwort gibt, d.h. Verantwortung übernimmt im Sinne einer Rechenschaftsablegung.

Rückblickend lässt sich zudem wahrnehmen, dass die Intensität der Begriffsverwendung erst im Laufe des 19. Jahrhunderts zunimmt (vgl. Heidbrink 2003). Ein Grund dafür ist, dass die Verantwortung den Pflichtbegriff ablöst. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich

„mit ‚Pflicht‘ – sofern sie in einem konkret materialetischen Sinne und nicht als moralische Bindung an Sittlichkeit (Kant) überhaupt verstanden wird – (...) die Vorstellung eines fest umschriebenen Aufgaben- und Funktionsfeldes, von verbindlichen und überschaubaren Aufgaben (Verpflichtungen) (verbindet), die gegenüber der eigenen Person (und ihres letzten Grundes) bestehen oder mit der spezifischen Position einer Person in einer Gruppe oder Gesellschaft gegeben sind. Dies setzt mehr oder weniger klare Situationsdefinitionen voraus, auf die die Pflichten leicht appliziert werden können. Doch die Dynamisierung der

Sachbereiche und die sehr oft mehrschichtigen Problembereiche können selten noch durch die Festlegung von eindeutigen, klar abgrenzenden Pflichten erfasst und im Sinne von eindeutigen Zuständigkeitsbereichen umschrieben werden“ (Holderegger 2006: 396).

Verantwortung stellt einen offeneren und weniger fassbaren Nachfolgebegriff dar, der dem „weitaus anspruchsvolleren gesellschaftlichen Komplexitätsgrad“ (Korff 2001: 598) gerecht werden soll. Diese Komplexität setzt sich aus der Unübersichtlichkeit der Kausalzusammenhänge von menschlichen Entscheidungen bzw. Handlungen und Folgen in industrialisierten und postindustrialisierten Kontexten, aus der Anonymisierung von Entscheidungs- und Handlungssubjekten und -objekten und aus der auf menschlicher Erkenntnis und auf grenzwertigem Selbstbewusstsein des Menschen beruhenden grundsätzlichen Infragestellung von Instanzen zusammen. Diese Komplexität wird noch dadurch verstärkt, dass Handlungen in der Gegenwart kausal weit in die Zukunft reichen und das Wissen darüber es zulässt, sich dessen bewusst zu sein, sodass der Verantwortungsbegriff in den Vordergrund kommt (vgl. Jonas 1989: 8f.).

Das oben erwähnte Selbstbewusstsein führt zu einem dazu, dass sich der Mensch trotz der komplexen und unübersichtlichen Ausgangslage zumutet, das Geschehen zu leiten. Dies bringt der Begriff „Verantwortung“ zum Ausdruck.

Zum anderen soll der Verantwortungsbegriff deutlich machen, dass jemand für die Auswirkungen von industrialisierten und postindustrialisierten Kontexten, die hauptsächlich Spuren massiver Eingriffe des Menschen in die Natur darstellen und nicht mehr als Folgen natürlicher Abläufe wahrgenommen werden können, die Verantwortung übernehmen muss. Dies bedeutet erstens, dass gleichzeitig mit der Öffnung und Weitung des Begriffs eine begriffliche Einengung auf „Zuständigkeit“ einhergeht, nämlich Herr zu sein über „Handlungssituationen, die zunehmend schwieriger vorausdefinierbar und schwieriger abwägbar geworden sind, aber dennoch unaufgebbbar in den Zuständigkeitsbereich der Handelnden gehören“ (Holderegger 2006: 396). Auch wenn das Ziehen der Kausalkette z.B. globaler Hunger, Armut, Umweltzerstörung, Klimawandel etc. anspruchsvoll ist und eine Herausforderung darstellt, trägt jemand die Verantwortung dafür und muss dafür geradestehen. Dies heisst jedoch auch zweitens, dass sich in der Abgrenzung von naturgegebenen Ereignissen ein Träger der Verantwortung herauskristallisiert, der ein entscheidendes und handelndes Subjekt ist, das Freiheit besitzt. Denn nur dank der Freiheit kann das Verantwortungssubjekt die Verantwortung für etwas übernehmen. Diese Verbindung geht auf Aristoteles zurück, der zwischen „freiwillig“ und „unfreiwillig“ unterscheidet, und die Freiwilligkeit als Voraussetzung benennt dafür, dass ein Verhalten Kritik nach sich ziehen kann (vgl. Aristoteles 1983: Buch III, 1109b).

Basierend auf den Relationen, die Verantwortung in sich birgt, ist Verantwortung in eine siebendimensionale Matrix zu integrieren (vgl. Kirchschräger 2014: 29–54): Die *Dimension Verantwortungssubjekt* umfasst den/die TrägerIn bzw. die TrägerInnen von Verantwortung, für den/die notwendigerweise Freiheit und Rationalität ausgesagt werden können muss (vgl. dazu Nida-Rümelin 2011: 14–18). Die *Dimension Verantwortungsform* gibt Auskunft über die wesentliche Bestimmung der Verantwortung, z.B. einseitig („ich bin verantwortlich“), zweiseitig („ich bin verantwortlich für meine Handlung“) oder dreiseitig („ich bin verantwortlich für meine Handlung gegenüber dir“). In der

Dimension Verantwortungsobjekt ist definiert, für wen bzw. wofür Verantwortung getragen wird. Die *Dimension Verantwortungsumfang* bestimmt, wie weit die Verantwortung in dreifacher Hinsicht geht (erstens: ob es sich um eine alleinige oder geteilte Verantwortung handelt; zweitens: ob es sich um eine moralische, rechtliche und/oder politische Verantwortung handelt; drittens: ob sich der Verantwortungsbereich lokal, national, regional, international oder global bzw. gegenwärtig oder intergenerationell erstreckt). In der *Dimension Verantwortungsart* ist festgelegt, ob die Verantwortung als Rechenschaftsverantwortung, als Haftungsverantwortung, als retrospektive Folgenverantwortung oder als prospektive Fürsorge- oder Präventionsverantwortung verstanden wird. Die *Dimension Massstab der Verantwortung* dient der Bewertung von Konsequenzen, Wirkungen und Folgen von Entscheidungen und Handlungen, Zuständen von Individuen und Zuständen von Gegenständen und orientiert sich an einem Massstab, der auf einem Wert- und Normensystem basiert. Schliesslich bestimmt die *Dimension Instanz der Verantwortung*, wovor bzw. vor wem man sich zu verantworten hat (z.B. dem Gewissen, der moralischen Gemeinschaft, den Betroffenen oder Gott).

Die einzelnen Dimensionen der Verantwortung können unterschiedlich bestimmt und miteinander kombiniert werden, sodass sich aufgrund des relationalen Charakters der Verantwortung verschiedene Ausprägungen der Verantwortung ergeben.

Neben der individuellen Verantwortung muss auch die Verantwortung für strukturelle und institutionelle Fragen ins Zentrum rücken. Beispielsweise lückenhafte soziale Wohlfahrt, die zu Ungerechtigkeiten führt, ist als strukturelle Problematik verantwortlich anzugehen. Des Weiteren bleibt das Phänomen der Globalisierung der Schlüssel zum Erfolg für einige, aber nicht für alle Länder der Welt. Georges Enderle stellt fest, dass im Rahmen der Globalisierung dem Wachstum und der Schaffung von Wohlstand die ganze Aufmerksamkeit galt, die Verteilung aber in der Praxis, erstaunlicherweise auch in der theoretischen Aufarbeitung, vernachlässigt wurde (vgl. Enderle 2002: 21). Einige Länder bleiben aus Eigenverschulden (z.B. wegen mangelnder politischer Stabilität, Korruption etc.) oder aufgrund unfairen Verhaltens der Globalisierungspartner (z.B. Schutzzölle, Protektionismus etc.) von den positiven Folgen der Globalisierung ausgeschlossen. Während einige Länder in den Jahren der fortschreitenden Globalisierung wirtschaftlich gesehen grosse Sprünge nach vorne gemacht haben, stagnieren andere Länder oder fallen weit zurück, weil sie vom globalen Spielfeld ausgeschlossen werden oder nur unter schlechteren Bedingungen am wirtschaftlichen und politischen Wettkampf teilnehmen dürfen. Die Folgen davon sind Armut, Krieg und Terrorismus. Dies entspricht der Forderung von Karl-Otto Apel nach einer „solidarischen Verantwortung der Menschheit“ (Apel 1988: 15). Die Wahrnehmung dieser Verantwortung zur Schaffung einer besseren Zukunft für alle Menschen muss jedoch in erster Linie durch diejenigen geschehen, die Macht und Einfluss haben und darf nicht von denen erwartet werden, welche die Veränderungen hin zu einer besseren Zukunft am Dringendsten brauchen (vgl. Sen 2004: 162).

Dabei kann der Ansatz der omni-dynamischen-sozialen Gerechtigkeit weiterhelfen. (vgl. Kirchschräger 2013a: 433–456).

Beim Verständnis von Verantwortung ist zwischen rechtlicher und sittlicher Verantwortung zu differenzieren:

„Sittlich ist das Übernehmen von Verantwortung, sofern es nicht aufgrund zu erwartender Belohnungen und Strafen, sondern deshalb geschieht, weil man sich selbst als für Mitmenschen, die Welt und sich selbst verantwortlich erkennt und sich gemäss dieser Verantwortung als Person einsetzt“ (Höffe 2008: 327).

2. Der Ansatz der Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1 Idee und Herkunft von Corporate Social Responsibility (CSR)

Unternehmen tragen sowohl eine rechtliche als auch eine sittliche Verantwortung. Aus menschenrechtlicher Perspektive wird die soziale Verantwortung von Unternehmen bereits seit den Anfängen der Diskussionen über die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte von 1948 als ein politisches Menschenrechtsprogramm rechtlich eingefordert. Nach dem Zweiten Weltkrieg zog der Nürnberger Gerichtshof Unternehmen zwar nicht als privatrechtliche Institutionen, aber als „verlängerte Arme“ des Staates zur Verantwortung (vgl. Müller 2005: 185–196). Rechtliche und sittliche Verantwortung sind wie oben erwähnt mit Freiheit zu denken (vgl. Dierksmeier/Pirson 2010: 5–25; Dierksmeier 2011: 263–283).

„Marktwirtschaft lebt von unternehmerischer Freiheit, die nicht nur im ökonomischen Sinne, sondern auch ethisch verantwortlich zu füllen ist. Daher ist eine unternehmensethische Verantwortung unverzichtbar“ (Wiemeyer 2013: 16).

„Corporate Social Responsibility (CSR)“ gehört bisher in den Bereich der sittlichen Verantwortung eines Unternehmens. Gründe dafür ergeben sich aus einer Annäherung an das Konzept „CSR“. Diese kann in einem ersten Schritt erfolgen, indem die Frage nach der Herkunft und der Entstehung des Konzepts „CSR“ untersucht wird (vgl. Gond/Moon 2012: 1–28; Carroll 1999: 268–295; Williams 2014: 5–29; Schwartz 2011: 161–168; Cragg et al. 2009). Dabei ist festzustellen, dass das Konzept „CSR“ nicht von einem bestimmten Autor an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit entwickelt worden ist, sondern wahrscheinlich zum Wesen von Unternehmen gehört (vgl. Gonzalez-Perez 2013: 1).

Um die Tatsache zu unterstreichen, dass CSR im Sinne der Hervorhebung der Verantwortung von Unternehmen keine Innovation der letzten Jahrzehnte darstellt, kann ein Blick auf den Codex Hammurabi (ca. 2000 v. Chr.) hilfreich sein, in dem Bauherren und Bauern dazu aufgefordert werden, nicht durch ihr fahrlässiges Verhalten den Tod von anderen zu provozieren (vgl. Dyneley Price 1904: 601–609).

Entscheidend zur Entwicklung des CSR-Konzepts hat sicherlich Harold Bowen beigetragen (vgl. Bowen 1953), der CSR als die Verpflichtungen des Geschäftsmanns versteht, seine Strategien, seine Entscheidungen und seine Handlungen an den Zielen und Werten der Gesellschaft auszurichten. Oliver F. Williams nimmt im gegenwärtigen CSR-Diskurs „an emergence of a view of the firm as a socially responsible political actor in the global economy and as an institution that can generate not only material wealth but also wealth that nourishes the full range of human needs, what some call spiritual capital“ (Williams 2014: 1) wahr.

Deutlich tritt die Bedeutung von CSR hervor, wenn man sich folgende Situation vor Augen führt:

„A given company relocates to a country with unregulated market conditions, where a lack of ethical and ecological standards allows said company to operate at lower costs. The pressures of competition prompt others to follow this example, catapulting the host countries (which seek to retain capital, and maintain employment rates and tax revenues) into a competition over the lowest possible standard. This triggers a downward spiral that ends with the hypothetical ‘worst case scenario’ in which profits are privatized and the costs and consequences thereof socialized. On the slopes of an unbalanced global economy, this ‘snowball effect’ of a one-dimensional pursuit of profit threatens to launch an avalanche of precarious economic conduct“ (Dierksmeier 2012: 17).

Daraus folgt, dass CSR ökonomische, rechtliche, ethische und karitative Verantwortlichkeiten von Unternehmen umfasst (vgl. Carroll 1991: 43).

Die soziale Verantwortung von Unternehmen kann aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden, z.B. aus dem Blickwinkel der Wirtschaftskrise und des bisherigen Misserfolgs von Initiativen der Förderung von ethischem Wirtschaften (vgl. Fleming et al. 2013: 337–348); zudem kann sie vom Standpunkt des Human Resource Management (vgl. Jack et al. 2012: 1–12) und unter verschiedenen Fragestellungen, z.B. strategischen (vgl. Singer 2010: 479–491), untersucht werden (vgl. Schwartz 2011: 15–27). Beispielsweise kennt CSR auch eine philanthropische Dimension (vgl. Hemat/Yuksel 2014: 3–26; Harrow 2013: 234–254; Brink 2007: 14–26). Ausserdem werden Bezüge zum Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ wiederbelebt (vgl. Lütge 2014: 33–39), was sich für die Integration von CSR auf der Ebene der Unternehmer und Manager als hilfreich erweist (vgl. Klink 2008: 57–79). All dies stellt eine Weiterentwicklung und Verdichtung des CSR-Ansatzes dar.

2.2 Chancen und Herausforderungen der Corporate Social Responsibility (CSR)

Neben dieser Weiterentwicklung und Verdichtung bietet für den CSR-Ansatz der Umstand eine besonders vielversprechende Chance, dass CSR nicht mehr als belastend wahrgenommen wird, sondern als profitabel, wie dies z.B. am stark wachsenden Segment des Social Entrepreneurships (vgl. Dierksmeier 2011: 278) deutlich wird. Es scheint sich eine Ansicht über CSR durchzusetzen, in der ökonomische Rationalität und die ethische Perspektive aufeinander bezogen werden. Dabei bleibt natürlich Wettbewerbsfähigkeit eine Priorität. Daneben werden mehr und mehr auch die positiven wirtschaftlichen Auswirkungen von sozialem und ökologischem Vorgehen anerkannt – sei es für die Unternehmen selbst als Gewinntreiber, sei es für die Gesellschaft (vgl. Sensoy 2014: 10).

Weitere Chancen für CSR bilden u.a. die Vielzahl von Instrumenten zur Förderung von CSR, z.B. der Three-Domain-Approach als Instrument der CSR-Analyse (vgl. Schwartz 2011: 87–120), eine Checkliste als Entscheidungshilfe für verantwortliches Handeln in Unternehmen (vgl. Schüz 2013: 52f.), CSR-Unternehmensbewertungen für ethisch-ökologische Geldanlagen (vgl. Döpfner/Hoffmann 2001: 65–75), das Verständnis von CSR als innovationsfördernden Ansatz (vgl. Altenburger 2013), die zunehmende Standardisierung von CSR (vgl. Beschorner 2007: 11–20) und die Praxis der Zusammenfüh-

rung von CSR und Corporate Governance (CG) (vgl. Rahim 2014: 93–113). Bei Letzterem gilt es jedoch zu beachten: „we must distinguish between corporate governance, which is basically a binding and enforceable law, and CSR, which is ethical, voluntary, non-enforceable principles“ (Mullerat 2011: 4).

Sicherlich einen Meilenstein in der Geschichte des CSR bildet der UN Global Compact (vgl. Williams 2014: 72–92).

Als Herausforderung zu meistern hat CSR als Ansatz die Zweifel, die an CSR aufkommen, wenn aufgrund der Diskrepanz zwischen Worten und Taten von Unternehmen im Bereich der CSR die Glaubwürdigkeit nicht nur dieses Unternehmens, sondern auch des CSR-Ansatzes auf dem Spiel steht und wenn CSR für „Greenwashing“ missbraucht wird. „Vielfach kann man aber den Eindruck gewinnen, dass Unternehmen solche Kodizes, Nachhaltigkeitsberichte und Selbstverpflichtungen vor allem als Instrument für ‚Image-Kampagnen‘ im Sinne der ‚public relations‘ einsetzen“ (Wiemeyer 2013: 10).

Kritik an CSR (vgl. Network Social Responsibility 2012: 1–32) erfolgt u.a. entlang der folgenden vier Linien (vgl. Blowfield/Murray 2011):

1. CSR als anti-wirtschaftliches Unterfangen, das dem Privatsektor von der Zivilgesellschaft aufgezwungen worden ist;
2. CSR im Dienst von Unternehmensinteressen;
3. CSR verpasst Kernthemen und ist konzeptionell zu eng;
4. CSR hat bisher zu wenig erreicht und muss daher innovativer und strenger sein.

Aneel Karnani geht sogar über diese vier Linien hinaus, wenn er CSR vorwirft, von den wahren Lösungen für CSR-relevante Probleme abzulenken (vgl. Karnani 2010). Deborah Doane identifiziert ausserdem vier Mythen der CSR: 1. Die Möglichkeit von gleichzeitigem kurzfristigen wirtschaftlichen Erfolg und langfristigem sozialem Beitrag; 2. Wandel basierend auf ethischen KonsumentInnen; 3. Wettbewerb zwischen Unternehmen um die Vorreiterrolle im ethischen Verhalten; 4. Globaler Wettbewerb unter Staaten um die Vorreiterrolle ethischer Ansätze (vgl. Doane 2005: 25–28).

Eine grundsätzliche Infragestellung intensiviert die Herausforderung: „Corporate Social Responsibility (...) aims to attenuate the effects that financial maximization strategies have on society“, was folgende Kritik mit sich bringt: „it is impossible to manage potential trade-offs without having a primary objective. (...) (It) can be abused to mask profit maximization, for example, through reputation management, window dressing, or green washing“ (Dierksmeier/Pirson 2009: 426f.).

Die vier Argumentationslinien der Kritik bzw. die vier Mythen der CSR und ihre Intensivierung sind zusammen mit der oben erwähnten Fundamentalkritik von Aneel Karnani als „Hausaufgaben“ für den CSR-Ansatz zu verstehen, die es zu lösen und anzugehen gilt. Dabei scheint die folgende Überlegung auf den ersten Blick eine willkommene Unterstützung zu sein:

„To argue that social irresponsibility on the part of businesses was a general problem prior to the emergence of the crisis would be totally incorrect. This was because many businesses in different parts of the world were and still are doing

their utmost in respect of corporate social responsibility, but it must be remembered that a basket of eggs only needs to have a couple of bad eggs in it for it to be described a basket of bad eggs. It is therefore clearer to us now that it would certainly be inadequate for 99% of global businesses to be socially responsible and the remaining 1% to be socially irresponsible; our world would still remain a socially irresponsible world and the threat of financial crisis and all its peculiar economic woes would never go away. We need all businesses – 100% of them to be socially responsible“ (Mermod/Idowu 2014b: XX).

Dieser Zielsetzung ist zuzustimmen. Und sicherlich kann aus den Fehlern und dem problematischen Verhalten, die zur gegenwärtigen Finanz- und Wirtschaftskrise geführt haben, etwas gelernt werden (vgl. Aluchna 2014: 115–133; Ulshöfer 2010: 139–161).

Gleichzeitig veranschaulicht diese Zieldefinition auch als weitere Herausforderung für den CSR-Ansatz den Klärungsbedarf, worum es sich bei CSR handelt. CSR als Instrument zur Verhinderung von Finanz- und Wirtschaftskrisen zu verstehen, käme wohl einem reduktionistischen Verständnis von CSR gleich. Denn – aus einer Sozial- und/oder Umweltperspektive betrachtet – können höchst problematische unternehmerische Aktivitäten ökonomisch zumindest kurzfristig äusserst erfolgreich sein. Bei CSR geht es um mehr; jedoch gleichzeitig auch nicht um so viel mehr, dass die ökonomische Rationalität auf der Strecke bleibt, wie dies teilweise in zivilgesellschaftlicher Kritik am Privatsektor zum Ausdruck kommt, wenn die Erzielung von Gewinnen an sich bereits problematisiert wird oder der CSR-Begriff überhöht wird, was beispielsweise in der folgenden Formulierung zum Ausdruck kommt:

„Jedenfalls können wir festhalten, dass Sustainable Corporate Responsibility weiter reicht, als das Recht einklagen oder die Moral einfordern kann. Als universales Ideal kann sie wohl kaum vollständig und umfassend wahrgenommen werden. Sie würde die Verantwortlichen lähmen“ (Schüz 2013: 19).

Angesichts des reduktionistischen Verständnisses auf der einen Seite und des maximalen Verständnisses auf der anderen Seite wird der Klärungsbedarf, was CSR eigentlich beinhaltet, deutlich sichtbar.

Dieser Bedarf wird noch dadurch verstärkt, wenn sich CSR ideologischen Aufladungen von verschiedenen Seiten ausgesetzt sieht, z.B. individuelle ethische Überzeugungen und individuelle Ideologien (vgl. Barnett et al. 1994: 469–480), z.B. im Zuge der Reflexion der Finanzkrise aus einer CSR-Perspektive (vgl. Lusch/Webster Jr. 2011: 129–134; Davies/McGoey 2012: 64–83) oder im Zuge der Begründung der Standpunkte von Unternehmen (vgl. Jackall 2010).

Damit steht der CSR-Ansatz vor der Herausforderung, dass das Verständnis von CSR-Massnahmen je nach Kontext variieren kann (vgl. Idowu/Leal Filho 2009: XX-XXI), was aus einer ethischen Perspektive u.a. die Gefahr der Beliebigkeit mit sich bringt. Diese Gefahr wird noch dadurch verstärkt, dass je nach Kontext bzw. je nach Stakeholder unterschiedliche CSR-Themen im Vordergrund stehen (vgl. Mermod/Idowu 2014b: XXX). Diese kann u.a. zur Folge haben, dass ein Unternehmen gegenüber gewissen Stakeholdern als „CSR-Champion“ wahrgenommen wird, andere Stakeholder aus einer CSR-Perspektive vom gleichen Unternehmen vernachlässigt werden, wie das Fallbeispiel „Walmart“ zeigen kann (vgl. Gordon 2014: 207–217).

Der Bedarf nach konzeptioneller Klärung wird noch dadurch erhöht, dass der CSR-Ansatz grundsätzlich mit der Frage nach der Begründung von CSR konfrontiert ist. Die Begründung, warum überhaupt Unternehmen gemäss einem bestimmten Verständnis von CSR soziale Verantwortung übernehmen sollen, scheint nicht wirklich geleistet zu werden. Beispielsweise erweist sich die Begründung des oben erwähnten Verständnisses von Archie B. Carroll als dünn (vgl. Brink 2007: 10).

Die Begründung der in CSR enthaltenen Dimensionen und Relationen der Verantwortung müsste den Anforderungen an eine rationale Moral genügen, wie sie z.B. Peter Koller folgendermassen definiert:

„Eine rationale oder kritische Moral ist eine, die für ihre Grundsätze den Anspruch rationaler Begründbarkeit erhebt. Moralische Grundsätze sind rational begründet, wenn sie allgemein zustimmungsfähig sind, d.h. annehmbar für alle betroffenen Personen unter der Voraussetzung ihrer vollkommenen Gleichberechtigung und Selbstbestimmungsfähigkeit“ (Koller 1990: 75).

Die Erfüllung dieser Anforderungen an eine Begründung ist u.a. auch deshalb notwendig, weil globales Wirtschaften mit religiöser, kultureller und weltanschaulicher Diversität konfrontiert ist und somit die Herausforderung meistern muss, allgemein verbindliche CSR-Regeln zu definieren und gleichzeitig der globalen Diversität gerecht zu werden (vgl. Wallacher 2007: 264–268).

Die Einbettung in die kulturelle Diversität innerhalb des globalen Kontexts des wirtschaftlichen Handelns stellt nicht nur u.a. einen Grund für die Notwendigkeit der Erfüllung der oben eingeführten Anforderungen an eine Begründung dar, sondern gibt gleichzeitig dem CSR-Ansatz auch noch eine weitere Herausforderung mit auf den Weg, nämlich die Beachtung und Rücksichtnahme auf religiöse/r, kulturelle/r und weltanschauliche/r Vielfalt.

Mehr Klarheit in Bezug auf CSR erweist sich auch insofern als notwendig, als sich aus rechtlicher Perspektive u.a. eine Neubeurteilung der Inkohärenz zwischen CSR-Standards und dem Handeln des Unternehmens aufdrängt. „Sind sie dann nur wohlklingende Absichtserklärungen, oder handelt es sich dabei um rechtlich verbindliche kommerzielle Kommunikationen – und wenn ja, unter welchen Voraussetzungen entsteht ein Rechtsanspruch gegen solche Unternehmungen? (...) Gibt es ein ‚corporate right to lie‘, oder setzt das (...) Recht diesem Verhalten Grenzen und wer kann die Einhaltung dieser Grenzen verlangen?“ (Hilty/Henning-Bodewig 2014: 4f.) Mögliche, diesbezügliche rechtliche Folgen gilt es abzuschätzen und zu bedenken (vgl. Cottier/Wermelinger 2014: 81–97; Streinz 2014: 99–125; Ackermann 2014: 147–157).

Schliesslich erhöht sich die Dringlichkeit, CSR im Bereich des Verhältnisses zwischen Recht und CSR inhaltlich eindeutig zu bestimmen, (vgl. Amao 2011: 55–109) angesichts von Forderungen nach mehr rechtlicher Verbindlichkeit in CSR-relevanten Bereichen unternehmerischer Aktivitäten (vgl. Wettstein 2009: 125–152). Nicht nur internationale Organisationen, Regierungen und die Zivilgesellschaft zeigen sich enttäuscht von den trotz zahlreicher prominenter Initiativen bescheiden gebliebenen Verbesserungen in den letzten Jahrzehnten und stellen Forderungen nach verbindlichen rechtlichen Regelungen für Unternehmen. Auch Unternehmen, die sich im Bereich der CSR einsetzen, fordern mehr Regulierung im Bereich CSR, weil sie es satt haben, Wettbewerbsnachteile

aufgrund ihres authentischen CSR-Engagements zu erleiden (so u.a. Antje von Dewitz, CEO von Vaude, an der Konferenz „Dignity and Business“ vom 9./10. Oktober 2014 am Weltethos-Institut an der Universität Tübingen). U.a. fließen in diese Forderungen auch theoretische Überlegungen ein, die es – ausgehend von einem Menschenbild des „homo oeconomicus“ – als unmöglich erachten, dass Unternehmen sich freiwillig CSR-bezogen verbessern. Demnach bildet CSR schlicht einen weiteren Aspekt, der aus ökonomischen Überlegungen Beachtung geschenkt wird, was zur Folgerung führt, dass Verbesserungen in diesem Bereich nur zu erreichen sind, indem die Kosten für sozial inakzeptables Verhalten mit Gesetzen, Steuern, öffentlicher Kritik etc. erhöht werden (vgl. Karnani 2010).

Deborah Doane sieht aufgrund der oben erwähnten, von ihr identifizierten CSR-Mythen Alternativen, um CSR-relevante Herausforderungen zu meistern, in der stärkeren Regulierung der CSR-relevanten Bereiche oder in einem radikalen Umbau des Unternehmens als Institution (vgl. Doane 2005: 28f.).

Bei einer allfälligen stärkeren Regulierung wäre aber zu bedenken, dass Mechanismen der Überwachung und Bestrafung Fehlverhalten gegen das Gemeinwohl allenfalls sogar noch verstärken. Daher sollten vielmehr intrinsische Motivation und Tugenden in einem effektiven Controlling eine zentrale Rolle spielen (vgl. Scherer 2004: 116).

Teilweise neigen Unternehmen mittlerweile sogar dazu, Nichtregierungsorganisationen z.B. über menschenrechtlich relevante Vergehen anderer Unternehmen zu informieren, damit Nichtregierungsorganisationen mit Hilfe von Kampagnen öffentlichen Druck zu einem positiven Wandel erzeugen.

3. Menschenrechte und Corporate Social Responsibility (CSR)

3.1 Menschenrechte in ihrer rechtlichen Dimension und CSR

Der Ruf nach einer stärkeren Verrechtlichung erschallt auch aus einer menschenrechtlichen Perspektive. Zum einen ist dies darauf zurückzuführen, dass Menschenrechte zumindest ein Element des CSR-Grundverständnisses ausmachen, wenn nicht sogar von einer konzeptionellen Nähe zwischen CSR und Menschenrechten (vgl. Prandi/Lozano 2011) gesprochen werden kann.

Zum anderen erweist sich dies als Folge davon, dass das enge Konzept der ausschließlichen Verantwortung der Staaten für die Menschenrechte unter gewissen Umständen nicht mehr genügt, um der Bedrohung der Menschenrechte Herr zu werden. Zurecht weist Jörg Paul Müller darauf hin, dass Menschenrechtserklärungen und Verfassungen von Staaten schon immer vom Menschen und ihrer bzw. seiner Integrität und Freiheit als TrägerIn der Menschenrechte ausgegangen sind und nicht von den Staaten als alleinige Verantwortungsträger (vgl. Müller 2005: 189).

Natürlich lösen Unternehmen die Staaten damit in deren Pflicht nicht ab. Die Menschenrechte in einer globalisierten Welt sind auf beide – staatliche und nichtstaatliche Akteure wie z.B. Unternehmen – für ihre Durchsetzung angewiesen (vgl. Kirchschräger et al. 2005). Die Hervorhebung einer spezifischen Verantwortung von Unternehmen (vgl. Sir Chandler 2000: 5) ist so einzuordnen. „Die Verengung der Perspektive auf den

(National-)Staat würde heute dazu führen, zu übersehen, in welchem Masse nichtstaatliche, v.a. ökonomische Gewalt Urheber von Menschenrechtsverletzungen sind“ (Sandkühler 2010: 1550).

Dabei besteht die Herausforderung, dass Unternehmen bisher keine Völkerrechtssubjektivität besitzen, sodass Menschenrechtsverträge als Teil des Völkerrechts auf Unternehmen keine völkerrechtlichen Wirkungen entfalten (vgl. Breining-Kaufmann/Hofer 2005: 111f.).

Um dieses Defizit zu überwinden, bieten sich zwei Möglichkeiten: Entweder der völkerrechtliche Rahmen wird weiter ausgebaut, oder das nationale Recht wird bemüht. Connie de la Vega fordert, dass die Normen so gestaltet werden, dass sie auch Unternehmen verbindlich in Verantwortung ziehen (vgl. de la Vega 2011: 163–174). De la Vega denkt dabei auch an eine Ausweitung der Zuständigkeit des Internationalen Strafgerichtshofes, da dies auch schon so praktiziert worden sei, z.B. bei Verbrechen gegen die Menschlichkeit von Unternehmen in der Nazi-Zeit. Schon die drohende Möglichkeit einer solchen Anklage würde sich positiv auf das Vorgehen von Unternehmen auswirken. Ohne rechtlich verbindliche Normen ist es schwierig für die Opfer, ihre Rechte einzuklagen. Doch nur mit ersteren können Menschenrechtsverletzungen geahndet werden. „Countries have an obligation to establish systems so that victims can seek redress for violations“ (ebd.: 170).

„Corporations have acquired a dominating position within current society. They allegedly create wealth, provide employment, consume natural resources, and require investment at unprecedented levels. Multinational corporations play a significant role in all social institutions from government to education. As a result of this increased power and presence, companies find themselves coming under greater pressure to act in socially responsible ways. In the face of past and ongoing debacles, capital markets are demanding greater transparency and more diligent corporate governance. The public is calling for attention to be given to a range of issues including environmental pollution, consumer rights, child labor, corruption, and support for military regimes“ (Dillard/Murray 2013: 10).

Im Rahmen einer Initiative des ehemaligen UN-Generalsekretärs Kofi Annan versuchen die UN und verschiedene Organisationen, multinationale Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte zu bewegen. Mit den Grundsätzen von Selbstregulierung und Freiwilligkeit sind Unternehmen aufgerufen, sich den zehn Prinzipien des „UN Global Compact“ (www.unglobalcompact.org) anzuschließen und damit die Idee der Menschenrechte, faire Arbeitsbedingungen und eine saubere Umwelt zu fördern. Der Erfolg des „UN Global Compact“ ist umstritten. Mittlerweile sind über 8.300 Unternehmen aus über 160 Ländern beigetreten.

Weitere Initiativen in diese Richtung sind „Realizing Rights: The Ethical Globalization Initiative“ (www.realizingrights.org) der früheren UN-Hochkommissarin Mary Robinson und das 2008 anlässlich des 60-Jahre-Jubiläums der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte von 1948 von CEOs von 265 Unternehmen unterzeichnete CEO-

Statement¹, in dem sich die CEOs verpflichten, in ihrem Einflussbereich zur Durchsetzung und Förderung der Menschenrechte beizutragen.

Der dritte Bericht „Protect, Respect and Remedy: a Framework for Business and Human Rights“ (vgl. Martens 2009: 42–64) von John Ruggie, UN-Sonderberichterstatter zu Wirtschaft und Menschenrechten, beinhaltet eine bescheidene Auffassung von der Pflicht von Unternehmen, zur Förderung der Menschenrechte beizutragen, sie zu schützen und sie zu achten. Denn darin unterscheidet Ruggie zwischen den Pflichten der Staaten zum Schutz gegen Menschenrechtsverletzungen durch Unternehmen, der Verantwortung von Unternehmen, die Menschenrechte zu achten, und schliesslich dem effektiven Zugang zu Rechtsmitteln (vgl. ebd.: 48).

Ruggie nimmt wahr, dass die Globalisierung zu Regulierungslücken geführt hat, die es Unternehmen ermöglicht, menschenrechtswidrig zu handeln, ohne bestraft zu werden oder dieses Handeln wiedergutmachen zu müssen (vgl. UN Dok. A/HRC/8/5 vom 7. April 2008, Pkt. 3). Ruggie entwirft „nur“ einen konzeptionellen Rahmen, in dem die UN ihre Bemühungen im Bereich Menschenrechte und Wirtschaft fortsetzen kann. „Die vorgeschlagenen UN-Normen (‘Normen für die Verantwortung transnationaler und anderer Unternehmen im Bezug auf die Menschenrechte‘ von 2003; vgl. E/CN.4/Sub.2/2003/12/Rev.2 vom 26. August 2003) oder andere globale Rechtsinstrumente zur Verankerung der menschenrechtlichen Pflichten von Unternehmen lehnt Ruggie dagegen zum gegenwärtigen Zeitpunkt kategorisch ab“ (Martens 2009: 43) – dies aus pragmatischen Gründen. In der „Agenda für Menschenrechte“ anlässlich des sechzigsten Jahrestages der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte im Dezember 2008 (vgl. Calmy-Rey 2009: 447–460) ist von einer „geteilten Verantwortlichkeit“ die Rede (vgl. Young 2006: 102–130). Es besteht jedoch Klärungsbedarf, wie diese zu verstehen ist. Das Prinzip der „geteilten Verantwortlichkeit“ birgt die grosse Herausforderung in sich, sich über die Aufteilung der Verantwortung zu verständigen (vgl. Spenlé 2005).

Des Weiteren gilt es basierend auf einer Unterscheidung zwischen rechtlich verbindlichen Verpflichtungen für Unternehmen, Erwartungen an Unternehmen im Bereich des Sollens und optionalen Verpflichtungen der Unternehmen (vgl. Leisinger 2004: 58–60) zu definieren, wie weit die Einflussosphäre eines Unternehmens reicht. Dabei wird die erste Kategorie von aussen an Unternehmen herangetragen, während die zweite und die dritte Kategorie zum internen Entscheidungsbereich des Unternehmens zählen. Es ist zu klären, ob und inwiefern neben der Verantwortung der Unternehmen auch eine staatliche Verantwortung besteht, Unternehmen zur Achtung und/oder zu einem Beitrag der Durchsetzung der Menschenrechte in Form von Regulierungen zu bringen.

John Ruggie hat im März 2011 seinen Abschlussbericht zu Händen des UN-Menschenrechtsrates abgegeben (vgl. Ruggie 2011). In dem Bericht formuliert Ruggie „guiding principles“, die nun das 2008 vorgelegte Konzept und den vom UN-Menschenrechtsrat verabschiedeten Ansatz „protect, respect and remedy“ für die Anwendung durch Unternehmen und Staaten konkretisieren.

¹ Link: www.unglobalcompact.org/issues/human_rights/CEO_Statement.html (zuletzt abgerufen am 03.11.2015).

Dieses Instrument zielt darauf ab, Menschenrechtsverletzungen im Zusammenhang mit wirtschaftlichen Aktivitäten von Unternehmen zu identifizieren und zu unterbinden. Dabei haben *erstens* die Staaten die Pflicht, sich aktiv dafür einzusetzen, dass Unternehmen nicht den Menschenrechtsschutz beeinträchtigen („state duty to protect“).

Zweitens liegt die „corporate responsibility to respect“ bei den Unternehmen, die Menschenrechte in ihr operatives Geschäft, in ihre Unternehmenskultur und in ihre corporate governance zu integrieren.

Drittens sollen Opfer von Menschenrechtsverletzungen durch Unternehmen Zugang zu wirksamen Mechanismen zur Wiedergutmachung und Streitbeilegung („access to remedy“) erhalten.

Offen ist noch, ob die „guiding principles“ mit ihren drei Säulen mit institutionellen Massnahmen, sprich der Schaffung eines „multi-stakeholder steering committee“, ergänzt werden, die für die Integrierung der „guiding principles“ in bereits bestehende Mechanismen sorgen sollen.

Bei der Frage nach der Verantwortung von Unternehmen für die Durchsetzung der Menschenrechte (vgl. Wendland 2011: 153–161) gilt es jedoch ebenfalls zu fragen, welche Verantwortung Staaten dafür tragen, dass auch die Tätigkeit von Unternehmen den Menschenrechten zur Durchsetzung verhelfen (vgl. de la Vega 2011: 163–174). Im Sinne der oben erwähnten „state duty to protect“ fordern beispielsweise rund fünfzig Organisationen in einer gemeinsamen Kampagne und Petition von der Schweizer Regierung und vom Schweizer Parlament, dieser Schutzpflicht nachzukommen und gesetzliche Bestimmungen zu schaffen, dass Firmen mit Sitz in der Schweiz weltweit Menschenrechte und Umwelt respektieren müssen und damit Opfer von Menschenrechts- und Umweltverstößen durch solche Firmen, ihre Niederlassungen und Zulieferer in der Schweiz auf Wiedergutmachung klagen können (vgl. www.rechtohnegrenzen.ch).

Ob Ruggies Guiding Principles on Business and Human Rights von 2011 (vgl. Frankenthal 2013: 221–227) und weitere Instrumente – wie beispielsweise der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) (vgl. OECD 2011) und der Internationalen Finanz-Korporation (IFC) (vgl. IFC 2011) – diese Stimmen zum Schweigen bringen, hängt vor allem davon ab, ob das festzustellende Momentum der Guiding Principles konkrete Ergebnisse in der Realität von Stake- und Shareholdern erzielen kann.

„Such developments at inter-governmental level are creating a climate within which many companies are beginning to acknowledge that human rights should become part of their DNA. This is reflected in their genuine attempts to integrate human rights into their core business practices. However, despite the efforts of those at the forefront of such initiatives, much more needs to be done to ensure that respect for human rights become a global imperative for all companies. The UN Framework and Guiding Principles provide the normative foundations and institutional backing for this to happen“ (Frankenthal 2014: 227).

Darüber hinaus können Unternehmen auch ihre politische Macht und ihre Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit für die Sache der Menschenrechte einsetzen und so neue und innovative Wege der Förderung der Durchsetzung der Menschenrechte gehen (vgl. Levy 2011: 145–151).

3.2 Menschenrechte in ihrer moralischen Dimension und CSR

Menschenrechte können noch in einem weiteren Sinn zur Nutzung der oben erwähnten Chancen bzw. zur Meisterung der oben erwähnten Herausforderungen der CSR beitragen. Denn Menschenrechte kennen neben der rechtlichen Dimension auch eine moralische Dimension (vgl. Kirchschräger 2013c: 77–95). Die moralische Dimension der Menschenrechte setzt sich zum einen aus den philosophischen, religiösen und weltanschaulichen Ansätzen, Ideen, Gedanken und Theorien zusammen, die der Entstehung der Menschenrechte zugrundeliegen. Sie teilen das Anliegen des Schutzes des Menschen in den essentiellen Elementen und Bereichen seiner menschlichen Existenz, die der Mensch braucht, um überleben und als Mensch leben zu können (vgl. Kirchschräger 2013b: 194f.). Sie verdeutlichen, dass die Menschenrechte vorstaatlich, das heißt unabhängig von Staaten, verstanden werden.

Deswegen stellen die Menschenrechte aber keine natürlichen Eigenschaften des Menschen dar, sondern sie erweisen sich als menschliche Konstruktionen, die auf wechselseitigen unbedingten moralischen Pflichten basieren. Dabei sind sie Teil einer Moral, die als ein System von Verpflichtungen auch andere Arten von Verpflichtungen (asymmetrische, bedingte etc.) ausmachen. Alle Menschen anerkennen sich gegenseitig als Trägerinnen und Träger von Menschenrechten ausgehend von diesen wechselseitigen unbedingten moralischen Pflichten als Mitglieder der moralischen Gemeinschaft. Es braucht neben den wechselseitigen Verpflichtungen eine willentliche Entscheidung, dass Rechte gestiftet werden und somit alle Menschen als Subjekte und Objekte dieser Verpflichtungen Trägerinnen und Träger von Rechten werden.

Zum anderen steht im Zentrum der moralischen Dimension die Frage nach der Begründung für diese willentliche Entscheidung bzw. für diese wechselseitigen Verpflichtungen – die Frage nach der Begründung der Menschenrechte. Dabei geht es um die Frage nach dem „Warum“ der Menschenrechte, nicht um die Frage des „Wie“ bzw. des „Woher“. In der Abgrenzung von der Auseinandersetzung mit der Genese (Entdeckung) wird deutlich, dass die moralische Dimension der Menschenrechte die Beschäftigung mit der Geltung (Begründung) umfasst. Während es Aufgabe der Analyse der Genese der Menschenrechte ist, aufzuzeigen, wann und von wem ein Gedanke gedacht, ein Ansatz konzipiert und weiterentwickelt worden ist, konzentriert sich die Reflexion der Geltung der Menschenrechte auf die Frage, ob die Menschenrechte allgemeingültig und wahr sind.

Menschenrechte sind individuelle Rechte. Da es sich um universelle Rechte (und nicht um Exklusivrechte) handelt, ist der Anspruch auf Menschenrechte damit verbunden, dass auch alle anderen Menschen Trägerinnen und Träger von Menschenrechten sind. Daraus ergibt sich, dass also zu den Menschenrechten die Verantwortung und die Pflicht korrespondieren, die Menschenrechte aller anderen Menschen zu achten und zu deren Realisierung beizutragen. Die Menschenrechte eines Individuums sind demzu-

folge durch alle anderen spezifischen Menschenrechte – gemäss dem Prinzip der Unteilbarkeit der Menschenrechte – und durch die Menschenrechte aller anderen Menschen begrenzt. So muss z.B. die Ausübung des eigenen Rechts auf Freiheit mit der Ausübung des Rechts auf Freiheit aller anderen Menschen in Einklang gebracht werden. Somit erweist sich jeder Mensch als Trägerin bzw. Träger von Menschenrechten und als „duty-bearer“. Diese Verantwortung kann negativ (etwas soll unterlassen werden, um zur Realisierung der Menschenrechte beizutragen) oder positiv (etwas tun, um zur Realisierung der Menschenrechte beizutragen) sein. Dies stellt die konzeptionelle Grundlage dafür dar, dass Unternehmen zur Realisierung der Menschenrechte beitragen, aber leider auch Komplizen oder sogar Subjekte von Menschenrechtsverletzungen sein können.

Unternehmen können grundsätzlich insofern zur Realisierung der Menschenrechte beitragen, als wirtschaftlicher Fortschritt nachhaltige Entwicklung fördern kann. Dies ist aber nur möglich, wenn wirtschaftlicher Fortschritt die Menschenrechte respektiert (vgl. Jain 2005: 304). Daher müssen die Menschenrechte zu den Zielen von wirtschaftlichem Handeln gehören (vgl. Meadows et al. 1972: XX).

4. Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen für Corporate Social Responsibility (CSR)

Um Menschenrechtsverletzungen durch Unternehmen bzw. Beiträge zu Menschenrechtsverletzungen von Unternehmen zu verhindern, können die Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen für CSR dienen, indem sie als ethischer Referenzrahmen dem CSR-Ansatz bei der Nutzung der oben erwähnten Chancen bzw. der Meisterung der oben erwähnten Herausforderungen helfen. Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen stellen insofern einen Minimalstandard dar, weil sie „nur“ essentielle Elemente und Bereiche der menschlichen Existenz schützen, die der Mensch braucht, um überleben und als Mensch leben zu können (vgl. Kirchschräger 2013b: 194f.). Dies bildet auch den ersten Grund, warum Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen für CSR Klarheit bringen können. Menschenrechte bilden keine Maximalforderungen, sondern geben als Minimalstandard, der Überlebensnotwendiges und Lebensnotwendiges schützt, einen klar definierten Fokus vor und fördern so die richtige Prioritätensetzung von CSR. Darüber hinaus helfen sie auch bei der Bestimmung der oben eingeführten sieben Verantwortungsdimensionen.

Zweitens helfen sie mit dem Verständnis vom Individuum als Rechtsträgerin bzw. Rechtsträger und „duty bearer“, CSR zu begründen. So kann das bisher vage bis gar nicht vorhandene legitimierende Fundament von CSR substantiell verstärkt bzw. aufgebaut werden. Denn die Menschenrechte können so begründet werden, dass die Begründung den Anforderungen an eine rationale Moral gerecht wird (vgl. Kirchschräger 2013b: 231–335).

Drittens weisen Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen den grossen Vorteil auf, dass sie aufgrund des Zusammenwirkens von rechtlicher und moralischer Dimension der Menschenrechte Praxisorientierung und Anwendbarkeit aufweisen, kohärent mit den rechtlichen Compliance-Standards für Unternehmen und kompatibel mit einer allfälligen zukünftigen stärkeren Verrechtlichung in CSR-relevanten Bereichen sind. Die Praxisnähe der Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen zeigt sich u.a. auch darin,

dass konkrete Instrumente für Integration dieses ethischen Referenzrahmens in die operative Tätigkeit von Unternehmen entwickelt werden, so z.B. für die Buchhaltung (vgl. Dillard 2013: 196–220; Cooper 2013: 334–341).

Viertens zeichnet die Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen aus, dass sie einen universellen Konsens bilden, was ihnen entsprechendes Gewicht verleiht. Als universeller Konsens sind sie unabhängig von einer bestimmten Tradition, Kultur, Religion, Weltanschauung oder von einem bestimmten Wertesystem, was sichtbar wird in der Wahl für einen pragmatischen Weg und im bewussten Verzicht auf einen legitimierenden Regress auf eine bestimmte Tradition, Kultur, Religion, Weltanschauung oder ein bestimmtes Wertesystem im Zuge der Vorbereitung der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte von 1948, wie Jacques Maritain berichtet: „Yes, we agree about the rights but on condition that no one asks us why“ (Maritain 1948: I).

Fünftens verschaffen sich die Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen auch in der religiösen, kulturellen und weltanschaulichen Vielfalt Gehör, weil sie zum einen alle Menschen in ihren essentiellen Elementen und Bereichen überall schützen – auch in Traditionen, Kulturen, Religionen, Weltanschauungen und Wertesystemen. Zum anderen geben sie in einem globalen Wirtschaftsumfeld Unternehmen im CSR-Bereich Orientierung, wenn diese Herausforderungen zu meistern haben, die auf Traditionen, Kulturen, Religionen, Weltanschauungen und Wertesystemen zurückgehen (vgl. Kirchschläger 2013b: 162–184).

Sechstens befreien sie den CSR-Ansatz von dem Vorwurf der Willkür, weil Menschenrechte als ethischer Standard global anerkannt sind.

Siebtens stellen die Menschenrechte eine gemeinsame Sprache dar, um auf Unrechtserfahrungen hinzuweisen, diese zu kommunizieren und ihre Beendigung und präventiv ihre zukünftige Unterbindung einzufordern. Als gemeinsame Sprache fördern sie die Zusammenarbeit der verschiedenen gesellschaftlichen Akteure – state und non-state actors –, die notwendig ist, um CSR-relevante Herausforderungen zu meistern. „Global problems can only be overcome by the united action of civil-society and economic and state actors – across all national, cultural and religious boundaries“ (Dierksmeier 2012: 22).

Achtens dienen die Menschenrechte auch als hilfreicher ethischer Referenzrahmen für die Entfaltung zusätzlicher potentieller Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich des CSR im Hinblick auf gegenwärtige und zukünftige Chancen und Herausforderungen, die Thomas Beschorner (2013: 111f.) aufzeigt:

1. „re-localization and re-embedding of businesses in society requires companies to engage in a broader spectrum of societal governance. (...) Societal discourses and deliberative processes represent other modes of societal governance that are becoming increasingly important for businesses“;
2. „globalization has not just led to greater competition but also to an increase of cooperation. (...) A successful business in times of globalization is not merely a good market actor but also an organization that is able to cooperate“;
3. „(f)irms do not merely speak and listen in economic terms but they also use, for example, technical, legal, social, and moral languages that are reflected in

particular practices. With respect to re-embedding businesses in society, it is important that companies activate or develop certain capabilities“.

Menschenrechte als ethischer Referenzrahmen besitzen aus diesen Gründen das Potential, CSR darin zu unterstützen, seine Chancen zu nützen und seine Herausforderungen zu meistern, was sich als notwendig erweist:

„A quantum leap is needed. This will require moving beyond incremental actions to widespread impact. Increasing the scale and intensity of sustainability work globally will involve reaching companies that have yet to embrace the agenda, motivating less-advanced companies to deepen their efforts, and spurring front runners to lead the way to the next generation of sustainability performance. The challenge now is to make corporate sustainability a transformative force in achieving a better world – a world defined by peace, inclusiveness, opportunity and environmental sustainability“ (Kell 2014: XI).

Mit den Menschenrechten als ethischer Referenzrahmen kann Unternehmen aufgezeigt werden, warum CSR und die Entfaltung dieser Entwicklungsmöglichkeiten von ihnen gefordert sind. Gleichzeitig können Unternehmen mit den Menschenrechten als ethischem Referenzrahmen dieses Potential mit dem CSR-Ansatz aktivieren. Mit den Menschenrechten als klarer, praxisnaher und fokussierter Agenda können sie mit ihrem dazu korrespondierenden Handeln den Vorwurf des „Greenwashing“ entkräften und CSR von dieser Kritik befreien. Unternehmen kann es so gelingen, ökonomischer Rationalität und ethischer Perspektive gerecht zu werden.

Literaturverzeichnis

- Ackermann, T.* (2014): Corporate Social Responsibility und die Vorgaben des Kartellrechts, in: Hilty, R./Henning-Bodewig, F. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility. Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?, Berlin: Springer, 147–157.
- Aluchna, M.* (2014): The Corporate Declaration Versus Corporate Practice. The Financial Crisis Perspective, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Berlin: Springer, 115–133.
- Altenburger, R.* (Hrsg.) (Jahr?): CSR und Innovationsmanagement: Gesellschaftliche Verantwortung als Innovationstreiber und Wettbewerbsvorteil, Berlin: Springer.
- Amao, O.* (2011): Corporate Social Responsibility: Human Rights and the Law. Multinational Corporations in Developing Countries, London: Routledge.
- Apel, K.-O.* (1988): Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Überganges zur postkonventionellen Moral, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Aristoteles* (1983): Nikomachische Ethik, übersetzt und hrsg. v. F. Dirlmeier, Stuttgart: Reclam.
- Barnett, T./Bass, K./Brown, G.* (1994): Ethical Ideology and Ethical Judgment Regarding Ethical Issues in Business, in: Journal of Business Ethics, Vol. 13/No. 6, 469–480.
- Beschorner, T.* (2007): Social Standards. Toward an Active Ethical Involvement of Businesses in Developing Countries, in: Journal of Business Ethics, Vol. 73/No. 1, 11–20.
- Beschorner, T.* (2013): Creating Shared Value. The One-Trick Pony Approach – A Comment on Michael Porter and Mark Kramer, in: Business Ethics Journal Review, Vol. 17/No. 1, 106–112.

- Biehl, P./Bizer, C./Degen, R.* (Hrsg.) (2001): *Jahrbuch der Religionspädagogik*, Bd. 17: Gott und Geld, Neukirchen-Vluyn: Neukirchener.
- Blonfield, M./Murray, A.* (2011): *Corporate Responsibility*, Oxford: Oxford University Press.
- Bowen, H. R.* (1953): *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper & Row.
- Braun, H.* (2009): Verantwortung, in: *Die Neue Ordnung*, Jg. 63/Heft 4, 244–252.
- Breining-Kaufmann, C./Hofer, C.* (2005): Eigenverantwortung oder völkerrechtliche Bindung von Unternehmen in der Achtung von Menschenrechten, in: Kirchschräger, P. G./Kirchschräger, T./Belliger, A./Krieger, D. J. (Hrsg.): *Menschenrechte und Wirtschaft im Spannungsfeld zwischen State und Nonstate Actors*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. II, Bern: Stämpfli Verlag AG, 108–115.
- Brink, A.* (2007): Corporate Social Responsibility in der Pharmaindustrie, in: *Diskussionspapiere an der Universität Bayreuth* 4/12, 1–60.
- Calmy-Rey, M.* (2009): Schlussrede, in: Kirchschräger, P. G./Kirchschräger, T. (Hrsg.): *Menschenrechte und Religionen*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. VI, Bern: Stämpfli Verlag AG, 447–460.
- Carroll, A. B.* (1999): Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct, in: *Business and Society*, Vol. 38/No. 3, 268–295.
- Cooper, S.* (2013): Reflections on the Future of CSR and Accounting for Sustainability, in: Haynes, K./Dillard, J./Murray, A. (Eds.): *Corporate Social Responsibility. A Research Handbook*, London: Routledge, 334–341.
- Clever, P./Ramb, C.* (2010): Freiheit ohne Verantwortung verkommt. Die Finanz- und Wirtschaftskrise – Folgen für unternehmerisches Handeln und die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, in: Heimbach-Steins, M. (Hrsg.): *Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften*, Bd. 51: Weltwirtschaft und Gemeinwohl. Eine Zwischenbilanz der Wirtschaftskrise, Münster: Aschendorf, 53–63.
- Cottier, T./Wermelinger, G.* (2014): Implementing and Enforcing Corporate Social Responsibility. The Potential of Unfair Competition Rules in International Law, in: Hilty, R./Henning-Bodewig, F. (Eds.): *Corporate Social Responsibility. Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?*, Berlin: Springer, 81–97.
- Cragg, W./Schwartz, M. S./Weitzner, D.* (Eds.) (2009): *Corporate Social Responsibility*, Surrey: Ashgate, 2009.
- Davies, W./McGoey, L.* (2012): Rationalities of Ignorance: On Financial Crisis and the Ambivalence of Neo-liberal Epistemology, in: *Economy and Society*, Vol. 41/No. 1, 64–83.
- De la Vega, C.* (2011): The Responsibility of States to Push Companies to Get Their Human Rights Performance Right, in: Kirchschräger, P. G./Kirchschräger, T. (Hrsg.): *Menschenrechte und Migration*. Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. VIII, Bern: Stämpfli Verlag AG, 163–174.
- Dierksmeier, C./Pirson, M.* (2009): Oikonomia Versus Chrematistike. Learning from Aristotle About the Future Orientation of Business Management, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 88/No. 3, 417–430.
- Dierksmeier, C./Pirson, M.* (2010): The Modern Corporation and the Idea of Freedom, in: *Philosophy of Management*, Vol. 9/No. 3, 5–25.
- Dierksmeier, C.* (2011): The Freedom-Responsibility Nexus in Management Philosophy and Business Ethics, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 101/No. 2, 263–283.

- Dierksmeier, C.* (2012): How Should We Do Business? Global Ethics in the Age of Globality, 10th Global Ethic Lecture and Inauguration of the Global Ethic Institute at the University of Tuebingen, April 18, 2012, Global Ethic Institute, Tübingen, 4–28.
- Dillard, J.* (2013): Human Rights within an Ethic of Accountability, in: Haynes, K./Dillard, J./Murray, A. (Eds.): Corporate Social Responsibility. A Research Handbook, London: Routledge, 196–220.
- Dillard, J./Murray, A.* (2013): Deciphering the Domain of Corporate Social Responsibility, in: Haynes, K./Dillard, J./Murray, A. (Eds.): Corporate Social Responsibility. A Research Handbook, London: Routledge, 10–27.
- Doane, D.* (2005): The Myth of CSR. The Problem with Assuming that Companies Can Do Well While Also Doing Good is that Markets Don't Really Work that Way, in: Stanford Social Innovation Review, Vol. 3/No. 3, 21–29.
- Döpfner, C./Hoffmann, J.* (2001): Mit guten Gewissen Rendite erwirtschaften! Corporate Responsibility-Unternehmensbewertungen für ethisch-ökologisch und kulturell „saubere“ Geldanlagen, in: Biehl, P./Bizer, C./Degen, R. (Hrsg.): Jahrbuch der Religionspädagogik (JRP), Bd. 17: Gott und Geld, Neukirchen-Vluyn: Neukirchener Verlag, 65–75.
- Ekmekçi, A.* (2014): An Examination of the Relationship Between Companies' Corporate Social Responsibility (CSR) Activities and Consumers' Purchase Behavior, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Berlin: Springer, 49–73.
- Enderle, G.* (2002): Veränderungen der Ökonomie im Kontext von Globalisierungsprozessen, in: Virt, G. (Hrsg.): Der Globalisierungsprozess, Freiburg: Herder, 19–40.
- Fleming, P./Roberts, J./Garsten, C.* (2012): In Search of Corporate Social Responsibility. Introduction to Special Issue, in: Organization, Vol. 20/No. 3, 337–348.
- Frankental, P.* (2013): Business and Human Rights. Towards Global Standards, in: Haynes, K./Dillard, J./Murray, A. (Eds.): Corporate Social Responsibility. A Research Handbook, London: Routledge, 221–227.
- Gond, J.-P./Moon, J.* (2012): Introduction: Corporate Social Responsibility in Retrospect and Prospect, in: Gond, J.-P./Moon, J. (Eds.): Corporate Social Responsibility. Critical Perspectives on Business and Management, Vol. I: CSR History and Concepts, London: Routledge, 1–28.
- Gonzalez-Perez, M. A.* (2013): Corporate Social Responsibility and International Business. A Conceptual Overview, in: Gonzalez-Perez, M. A. (Eds.): International Business, Sustainability and Corporate Social Responsibility, Vol. 11: Advances in Sustainability and Environmental Justice, Bingley: Emerald, 1–33.
- Gonzalez-Perez, M. A.* (Eds.) (2013): International Business, Sustainability and Corporate Social Responsibility, Vol. 11: Advances in Sustainability and Environmental Justice, Bingley: Emerald.
- Gordon, P.* (2014): The Two Walmarts, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Berlin: Springer, 207–217.
- Grimm, J./Grimm, W.* (1956): Deutsches Wörterbuch. Bd. 12, 1 Leipzig: Hirzel.
- Gurbuz, A. E./Gokmen, M. K./Aybars, A.* (2014): Do Institutional Investors Prefer to Invest in Socially Responsible Companies? An Empirical Analysis in Turkey, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Berlin: Springer, 311–324.

- Haasis, H.* (2012): Werte, Werteorientierung und Wertewandel. Die Rolle der Finanzwirtschaft und ihrer Akteure nach der Finanzkrise, in: Brun-Hagen, H./George, A. (Hrsg.): Wertewandel mitgestalten. Guthandeln in Gesellschaft und Wirtschaft, Freiburg: Herder, 493–513.
- Harrow, J.* (2013): Contested Perspectives on Corporate Philanthropy, in: Haynes, K./Dillard, J./Murray, A. (Eds.): Corporate Social Responsibility. A Research Handbook, London: Routledge 234–254.
- Haynes, K./Dillard, J./Murray, A.* (Eds.) (2013): Corporate Social Responsibility. A Research Handbook, London: Routledge.
- Heidbrink, L.* (2003): Kritik der Verantwortung. Zu den Grenzen verantwortlichen Handelns in komplexen Kontexten, Weilerswist: Velbrück.
- Helmig, B./Michalski, S.* (2008): Stellenwert und Schwerpunkte der Nonprofit-Forschung in der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre. Ein Vergleich deutscher und US-amerikanischer Forschungsbeiträge, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jg. 78/Heft 3, 23–55.
- Hemat, H./Yuksel, U.* (2014): A Critical Review of Corporate Social Responsibility Practices from a Marketing Perspective. Is Cause-Related Marketing really a ‘Win-Win-Win’ Situation?, in: Mermoud, A. Y./Idowu, S. O. (Eds.), Corporate Social Responsibility in the Global Business World, Springer, Berlin 2014, 3–26.
- Hilty, R./Henning-Bodewig, F.* (Hrsg.) (2014): Corporate Social Responsibility. Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?, Berlin: Springer.
- Hilty, R./Henning-Bodewig, F.* (2014): Vorwort und Einführung in die Thematik, in: Hilty, R./Henning-Bodewig, F. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility. Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?, Berlin: Springer, 3–8.
- Holderegger, A.* (2006): Art. Verantwortung, in: Wils, J.-P./Hübenthal, C. (Hrsg.), Lexikon der Ethik, München: Beck, 394–403.
- Höffe, O.* (2008): Lexikon der Ethik, München: Beck.
- Idowu, S./Leal Filho, W.* (Eds.) (2009): Global Practices of CSR, Heidelberg: Springer.
- Idowu, S./Leal Filho, W.* (2009): Global Practices of CSR in Context, in: Idowu, S./Leal Filho, W. (Eds.), Global Practices of CSR, Heidelberg: Springer, XX-XXI.
- IFC* (2001): IFC’s Sustainability Framework. Link: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics_ext_content/ifc_external_corporate_site/ifc+sustainability/our+approach/risk+management/sustainability+framework (zuletzt abgerufen am 18.05.2015).
- Jack, G./Greenwood, M./Schapper, J.* (2012): Frontiers, Intersections and Engagements of Ethics and HRM, in: Journal of Business Ethics, Vol. 111/No. 1, 1–12.
- Jackall, R.* (2010): Moral Mazes. The World of Corporate Managers, Oxford: Oxford University Press.
- Jain, D.* (2005): Human Rights and Development, in: Kirchschräger, P. G./Kirchschräger, T./Belliger, A./Krieger, D. J. (Hrsg.): Menschenrechte und Wirtschaft, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. II, Bern: Staempfli Verlag AG, XX-XXI.
- Jonas, H.* (1989): Das Prinzip der Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Karnani, A.* (2010): The Case Against Corporate Social Responsibility, in: The Wallstreet Journal (August 23, 2010). Link: <http://online.wsj.com/articles/SB10001424052748703338004575230112664504890> (zuletzt abgerufen am 18.05.2015).

- Karliner, J.* (1997): *The Corporate Planet: Ecology and Politics in the Age of Globalization*, San Francisco: Sierra Club Books.
- Kell, G.* (2014): Foreword, in: Williams, O. F. (Ed.): *Corporate Social Responsibility. The Role of Business in Sustainable Development*, London: Routledge, IX–XI.
- Kirchschläger, P. G./Kirchschläger, T./Belliger, A./Krieger, D. J.* (Hrsg.) (2005): *Menschenrechte und Wirtschaft im Spannungsfeld zwischen State und Nonstate Actors*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. II, Bern: Stämpfli Verlag AG.
- Kirchschläger, P. G.* (2013a): *Gerechtigkeit und ihre christlich-sozialethische Relevanz*, in: *Zeitschrift für katholische Theologie*, Jg. 135/Heft 4, 433–456.
- Kirchschläger, P. G.* (2013b): *Wie können Menschenrechte begründet werden? Ein für religiöse und säkulare Menschenrechtskonzeptionen anschlussfähiger Begründungsansatz*, *ReligionsRecht im Dialog* 15, Münster: LIT.
- Kirchschläger, P. G.* (2013c): *Die Multidimensionalität der Menschenrechte – Chance oder Gefahr für den universellen Menschenrechtsschutz?*, in: *MenschenRechtsMagazin*, Jg. 18/Heft 2, 77–95.
- Kirchschläger, P. G.* (2014): *Verantwortung aus christlich-sozialethischer Perspektive*, in: *ETHICA*, Jg. 22/Heft 1, 29–54.
- Klink, D.* (2008): *Der Ehrbare Kaufmann – Das ursprüngliche Leitbild der Betriebswirtschaftslehre und individuelle Grundlage für die CSR-Forschung*, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Jg. 78/Heft 3, 57–79.
- Koller, P.* (1990): *Die Begründung von Rechten*, in: Koller, P./Varga, C./Weinberger, O. (Hrsg.): *Theoretische Grundlagen der Rechtspolitik. Ungarisch-Österreichisches Symposium der internationalen Vereinigung für Rechts- und Sozialphilosophie*, Stuttgart: Steiner Franz Verlag, 74–84.
- Korff, W.* (2001): *Art. Verantwortungsethik*, in: *Lexikon für Theologie und Kirche*³, Bd. 10, Freiburg i. B.: Herder, Sp. 600–603.
- Leisinger, K.* (2004): *Business and Human Rights. Human Rights. A Business Duty?*, in: Kirchschläger, P. G./Kirchschläger, T./Belliger, A./Krieger, D. J. (Hrsg.): *Menschenrechte und Terrorismus*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. I, Bern: Stämpfli Verlag AG, 51–84.
- Levy, I.* (2011): *The Contribution of Companies to the Implementation of Human Rights. Case Study The Body Shop*, in: Kirchschläger, P. G./Kirchschläger, T. (Hrsg.): *Menschenrechte und Migration*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. VIII, Bern: Stämpfli Verlag AG, 145–151.
- Lusch, R./Webster Jr., F. E.* (2011): *A Stakeholder-unifying, Cocreation Philosophy of Marketing*, in: *Journal of Macromarketing*, Vol. 31/No. 2, 129–134.
- Lütge, C.* (2014): *Moral in der Marktwirtschaft. Hat der "ehrbare Kaufmann" ausgedient?*, in: Hilty, R. M./Henning-Bodewig, F. (Hrsg.): *Corporate Social Responsibility. Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?*, Berlin: Springer, 33–39.
- Maritain, J.* (1948): *Introduction*, in: UNESCO, *Human Rights: Comments and Interpretations*, UN Doc UNESCO/PHS/3 (rev.) (25 July 1948), I-IX.
- Martens, J.* (2009): *Prekärer Pragmatismus. Die Arbeit des UN-Sonderbeauftragten für Wirtschaft und Menschenrechte. Hintergrund – Kritik – Perspektiven*, in: *Zeitschrift für Menschenrechte. Menschenrechte und Wirtschaft*, Jg. 3/Heft 2, 42–64.

- Meadows, D. H./Randers, J./Meadows, D. L.* (1972): *The Limits to Growth III*, New York: Universe Books.
- Mermod, A. Y./Idowu, S.* (2014a): Investing Peacefully. A Global Overview of Socially Responsible Investing, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): *Corporate Social Responsibility in the Global Business World*, Berlin: Springer, 325–355.
- Mermod, A. Y./Idowu, S.* (2014b): Introduction, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): *Corporate Social Responsibility in the Global Business World*, Berlin: Springer 2014, XXIX–XXXV.
- Mullerat, R.* (2011): The Global Responsibility of Business, in: Mullerat, R. (Eds.): *Corporate Social Responsibility. The Corporate Governance of the 21st Century*, International Bar Association, Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 3–32.
- Müller, J. P.* (2005): Menschenrechte als Grundlage einer globalen wirtschaftlichen und politischen Ordnung, in: Kirchschräger, P. G./Kirchschräger, T./Belliger, A./Krieger, D. J. (Hrsg.): *Menschenrechte und Wirtschaft im Spannungsfeld zwischen State und Nonstate Actors*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. II, Bern 2005, 185–196.
- Neber, P.* (2013): Zwischen Wirtschaftlichkeit und Menschlichkeit, in: *Kirche und Gesellschaft*, Jg. 41/Heft 405, 3–16.
- Network Social Responsibility* (2012): *Corporate Social Responsibility. Preciousness or Speciousness – That is the Question!* Vienna, June 2012, 1–32.
- Nida-Rümelin, J.* (2011): *Verantwortung*, Stuttgart: Reclam.
- OECD* (2011): *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*. Link: <http://www.oecd.org/corporate/mne/> (zuletzt abgerufen am 18.05.2015).
- Prandi, M./Lozano, J. M.* (2011): Corporate Social Responsibility and Human Rights, in: Mullerat, R. (Eds.): *Corporate Social Responsibility. The Corporate Governance of the 21st Century*, International Bar Association, Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 209–228.
- Price, J. D.* (1904): Review. The Code of Hammurabi, in: *The American Journal of Theology*, Vol. 8/No. 3, 601–609.
- Rahim, M.* (2014): The Impact of Corporate Social Responsibility on Corporate Governance: The Rise of Standardization of CSR Principles, in: Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): *Corporate Social Responsibility in the Global Business World*, Berlin: Springer, 93–113.
- Ruggie, J.* (2011): Guiding Principles on Business and Human Rights. Implementing the United Nations “Protect, Respect and Remedy” Framework. Link: http://www.ohchr.org/documents/publications/GuidingprinciplesBusinesshr_en.pdf (zuletzt abgerufen am 18.05.2015).
- Sandkühler, H. J.* (2010): Art. Menschenrechte, in: Sandkühler, H. J. (Hrsg.): *Enzyklopädie Philosophie*, Hamburg: Meiner, 1530–1553.
- Scherer, A.* (2004): Schwindende Grenzen zwischen Wirtschaft und Politik. Die neue Verantwortung der multinationalen Unternehmung und der Beitrag von Karl Hohmann zu ihrer Bestimmung, in: *Zeitschrift für Evangelische Ethik*, Jg. 48/Heft 2, 107–118.
- Schütz, M.* (2013): *Grundlagen ethischer Unternehmensverantwortung*, SML essentials, Bd. 1, Zürich: vdf Hochschulverlag.

- Schwartz, M.* (2011): *Corporate Social Responsibility. An Ethical Approach*, Ontario: Broadview Press.
- Sen, A.* (2004): Inequality, Insecurity and Unsustainability, in: *ISC-International Management Symposium (Ed.): The Challenges to Growth and Prosperity*, St. Gallen: ISC-Management Symposium St. Gallen, 159–162.
- Şensoy, N.* (2014): Foreword, in: *Mermod, A. Y./Idowu, S. (Eds.): Corporate Social Responsibility in the Global Business World*, Springer, Berlin 2014, IX–X.
- Singer, A. E.* (2010): Integrating Ethics and Strategy. A Pragmatic Approach, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 92/No. 4, 479–491.
- Sir Chandler, G.* (2000): Foreword, in: *Frankental, P./House, F. (Eds.): Human Rights – Is It Any of Your Business?*, London: Amnesty International/The Prince of Wales Business Leaders Forum, 5.
- Spénlé, C.A.* (2005): Neue Entwicklungen im Völkerrecht. Zur Umsetzung des internationalen Paktes über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte von 1966 (UNO-Pakt I), in: *Kirchschläger, P. G./Kirchschläger, T./Belliger, A./Krieger, D. J. (Hrsg.): Menschenrechte und Wirtschaft im Spannungsfeld zwischen State und Nonstate Actors*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. II, Bern: Stämpfli Verlag AG, 197–224.
- Streinz, R.* (2014): Europäisches und deutsches Verfassungsrecht. Erfassung von geschäftlicher Werbung („commercial speech“), in: *Hilty, R./Henning-Bodewig, F. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility. Verbindliche Standards des Wettbewerbsrechts?*, Berlin: Springer, 99–125.
- Ulsböfer, G.* (2010): Corporate Social Responsibility (CSR) als soziale Verantwortung in der Wirtschaft – Chancen und Grenzen einer Konzeption angesichts der Wirtschaftskrise, in: *Heimbach-Steins, M. (Hrsg.): Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften*, 51. Band: Weltwirtschaft und Gemeinwohl. Eine Zwischenbilanz der Wirtschaftskrise, Münster: Aschendorf, 139–161
- Wallacher, J.* (2007): Zwischen Freiwilligkeit und Zwang. Die menschenrechtliche Verantwortung transnationaler Unternehmen, in: *Herder Korrespondenz*, Jg. 61/Heft 5, 264–268.
- Wendland, L.* (2011): The Responsibility of Companies for the Implementation of Human Rights, in: *Kirchschläger, P. G./Kirchschläger, T. (Hrsg.): Menschenrechte und Migration*, Internationales Menschenrechtsforum Luzern (IHRF), Bd. VIII, Bern: Stämpfli Verlag AG, 153–161.
- Wiemeyer, J.* (2013): Unternehmensethik aus christlich-sozialethischer Sicht, in: *Kirche und Gesellschaft*, Jg. 41/Heft 403, 3–16.
- Wettstein, F.* (2009): Beyond Voluntariness, beyond CSR. Making a Case for Human Rights and Justice, in: *Business and Society Review*, Vol. 114/No. 1, 125–152.
- Williams, O. F.* (2014): *Corporate Social Responsibility. The Role of Business in Sustainable Development*, London: Routledge.
- Young, I. M.* (2006): Responsibility and Global Justice. A Social Connection Model, in: *Social Philosophy & Policy*, Vol. 23/No. 1, 102–130.