Rede von Doris Fiala, Präsidentin Swiss Plastics anlässlich der Pro-K Tagung in Leverkusen.

„Risikominimierung durch soziale Unternehmensverantwortung (CSR)“ oder

Wer den Zeitgeist verkennt, bestraft das Leben

Das ist eine meiner Kernaussagen am heutigen Tag bei Ihnen, geschätzte Anwesende. Ich freue mich herzlich, einige Gedanken mit Ihnen zu teilen zum Thema **Risikominimierung in Unternehmen**.

Zuerst aber überbringe ich Ihnen beste Gedanken und Wüsche unseres Schweizer Verbands Swiss Plastics, den ich seit 6 Jahren mit Freude präsidiere und danke Ihnen für die Einladung an der Pro-K Tagung dabei zu sein.

Wer den Zeitgeist verkennt, bestraft das Leben! Als Schweizer Nationalrätin weiss ich, dass es nicht nur für eine Branche, sondern für einen ganzen Staat von dramatischer Bedeutung sein kann, wenn diese scheinbar banale Weisheit missachtet wird. Ein **erstes Beispiel** soll meine Überzeugung dokumentieren:

Als bekennende Wirtschaftspolitikerin der FDP die Liberalen, habe ich das **Schweizer Bankgeheimnis** stramm verteidigt und auch den **Schutz der Privatsphäre**. Nicht, weil ich etwa Steuerflüchtlinge als Helden angesehen hätte, sondern weil ich es nicht als Aufgabe der Banken, sondern des Staates ansehe, sicher zu stellen, dass Steuern gesetzeskonform entrichtet werden und weil ich den Wert der Privatsphäre und des Datenschutzes als sehr hoch einschätze.

Ich bin dabei so weit gegangen - Sie mögen mir das bitte heute nachsehen - dass ich Deutschland seinerzeit aufgrund des „Datenklau“ am Internationalen Gerichtshof verklagen wollte. Bürgerliche Parteien und Rechtsgelehrte stützten meine Überlegungen weit über die eigene Landesgrenze hinweg. Unser Schweizer Bundesrat hatte aber nicht den Mut, dieses Zeichen zugunsten des Rechtsstaats zu setzen.

Das bringt mich zu einer **zweiten Weisheit**. Sie stammt von Dr. Branco Weiss, einem bekannten verstorbenen Unternehmer. Einem grossem Innovationsförderer und Gönner der ETHZ. Er pflegte zu sagen: „**Wer sich wehrt, der wird geehrt und wer sich duckt, wird angespuckt!**“

Sein Motto entsprach im Grunde mehr meinem Wesen, als die Angst vor dem herrschenden Zeitgeist. Denn Angst habe ich immer als schlechten Wegbegleiter angesehen. Die Gratwanderung zwischen unternehmerischem Mut und Übermut kann allerdings eine zu dünne Linie sein. Fatal ist, wenn kein Risikomanagement gelebt wird, die Fakten nicht schonungslos analysiert und der „Worst Case“ nicht vorbereitet wird. Wenn zudem eine Branche wie die Schweizer Finanzindustrie nicht merkt, dass nur gemeinsame Strategien einer ganzen Branche zum Erfolg führen können, dann ist der Absturz auf kurz oder lang vorprogrammiert.

Ich bin der Überzeugung, dass spätestens nach dem Vorfall rund um die nachrichtenlosen Vermögen in der Schweiz unsere Banken zusammen mit der Politik eine schonungslose Lage- und Gefahrenanalyse machen und Verbündete für die Anliegen der Banken auch im Ausland hätten suchen müssen. Seinerzeit hätten wir Gleichgesinnte u.a. in Luxenburg, Belgien, Österreich, Monaco oder den Kanalinseln finden können, wären wir nicht zu blockiert gewesen von der Überlegung, dass diese Länder zuerst Konkurrenten und nicht Verbündete waren.

Aber - und das ist **meine 3. Überzeugung** - **alle Risiken sind heute global**, für ein Land wie für ein Unternehmen: Denken Sie an Pandemien, Cyber Crime und Datenklau, Organisiertes Verbrechen, Menschenhandel, Migrationsströme, Flüchtlingswesen und eben, der Zeitgeist....

Tatsache ist, dass das Bankgeheimnis in der Schweiz und anderswo in OECD-Ländern de facto heute tot ist. Es hat den Zeitgeist der Weissgeldmoralisten nicht überlebt. Man sah es wohl längst kommen, wollte aber so lange profitieren wie es eben ging. Und eine Bank hatte in der Schweiz seinerzeit weniger effektive Performance zu bringen: Der grosse Gewinn für den Kunden war oft, dass er Steuern sparen konnte. Heute - da alles versteuert werden muss - heute muss die Bank echte Performance liefern. Die Umstellung gelingt nicht allen gleich gut und nicht allen gleich schnell. Dieser Challenge ist nicht nur in der Schweiz ein Thema. Der neue Zeitgeist und die sogenannte Weissgeldstrategie haben mindestens die OECD-Länder erfasst.

Das hätte sich unsere Kunststoffindustrie nie leisten können! Performance und Innovation waren seit jeher zwingend für unsere Wettbewerbsfähigkeit und das Überleben unserer Unternehmen!

Kommen wir zum Zeitgeist der relevant ist für unsere Kunststoffindustrie: Die Angriffe sind auch uns betreffend global. Wir sind auf verschiedenen Ebenen verletzlich.

Es beginnt damit, dass wir noch immer vollends Erdöl-Derivaten basiert sind. Darüber hinaus, ist das Abfallmanagement- und Bewusstsein in vielen Ländern vollends ungenügend. Schreckliche Bilder erscheinen auf elektronischen- und in Print-Medien. Horrorbilder von verdreckten Weltmeeren und versauten Landschaften aufgrund nicht abbaubarem Plastik-Müll schockieren uns. Da nützt es gar nichts zu betonen, wir seien im Recycling und in der Wiederverwertung von Plastik in der Schweiz, Österreich und in Deutschland Musterknaben... 99 % der Kunststoffabfälle werden bei uns bekanntlich thermisch oder stofflich wieder verwertet.

Aber 40 Jahre nach dem Club of Rome ist die Umweltpolitik vielerorts geradezu lächerlich geworden und nicht kohärent. Das zu beklagen nützt uns ebenfalls gar nichts, wenn beispielsweise Provinzpolitiker der Öffentlichkeit weismachen wollen, man müsse im Namen des Umweltschutzes per Gesetz zum Verzicht auf Plasticksäckli bei der Migros oder bei ALDI gezwungen werden. Denn diese Optik entspricht momentan dem Zeitgeist, auch wenn das Schweizer Bundesamt für Umwelt (BAFU) dem Plastiksack gegenüber dem Papiersack eine bessere Note in der Gesamtökobilanz attestiert.

Die Ausübung von sozialer Verantwortung als Unternehmer und Verantwortung für die Umwelt zu übernehmen, das entspricht dem Zeitgeist. Wer das erkennt und anerkennt, wer in diesem Sinne auch internationale Solidarität lebt und dazu beiträgt, den negativen Auswirkungen der Globalisierung entgegenzusteuern, der kann Risikominderung für sein Unternehmen aktiv leben und so auch Imageförderung aktiv betreiben und somit letztlich Shareholder-Value positiv beeinflussen. Politisch erlaube ich mir die Bemerkung als Liberale, dass Freiheit immer an Verantwortung gekoppelt sein muss, wollen wir glaubwürdig sein.

Das ist meines Erachtens Grund genug, dass sich auch der Betriebsrat mit dem Thema der Corporate Social Responsibility beschäftigt. Das Konzept einer sozialen und ökologischen Unternehmensverantwortung ist bis heute jedoch vielerorts noch recht vage. Man könnte sagen, dass die Aktivitäten rund um Corporate Social Responsibility weitgehend durch **Mindeststandards** der internationalen Arbeitsorganisation, der International Labour Organisation **ILO** geprägt ist und durch die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. Diese Leitsätze sind ein freiwillig einzuhaltender Kodex. Verstösst ein Unternehmen gegen diese Grundsätze, gibt es heute noch keine Sanktionen. Lediglich über den Druck der Öffentlichkeit findet ein sogenanntes „Naming and Shaming“ statt, welches der Reputation eines Unternehmens allerdings nachhaltig schaden kann.

Schweizer Unternehmen könnten bald bei Auslandaktivitäten zu einer Sorgfaltsprüfung und öffentlichen Berichterstattungen über Menschenrechte und Umwelt verpflichtet werden. In einem Bericht zuhanden des Parlaments zeigt der Bundesrat verschiedene Lösungsmöglichkeiten auf und liefert damit die Grundlage für mögliche Gesetzesvorschläge.

Mit seinem Bericht erfüllt der Bundesrat ein Postulat der Aussenpolitischen Kommission, der auch ich im Nationalrat angehöre und eine Empfehlung aus dem Grundlagenbericht Rohstoffe. Auf der Grundlage des rechtsvergleichenden Gutachtens skizziert der Bundesrat in seinem Bericht mögliche Lösungen für die Schweiz. Diese könnten zu Wettbewerbsverzerrung für die Schweizer Industrie gegenüber ausländischen Unternehmen führen. Ich bin daher sehr alarmiert!

Der sogenannte UN Global Compact formuliert Mindeststandards und setzt auf vollständige Freiwilligkeit der Wirtschaft und auf das Prinzip der Selbstregulierung. Um glaubwürdig zu sein, sollten Verhaltenskodizes allerdings

- Mindestens die genannten ILO Übereinkommen einhalten
- Auch für Zulieferer und Subunternehmer, also für die gesamte Wertschöpfungskette gelten
- Ein System zur Überprüfung der Einhaltung beinhalten
- Sozialpartner und andere Ansprechpartner der Beschäftigten, wie z.B. NGOs zur Durchsetzung und zum Monitoring einbeziehen und
- Transparenz als wichtiges Element der CSR-Debatte verstanden werden sowie
- Ein strategisches Ziel der Unternehmensführung darstellen und seitens Verwaltungsrat und CEO überzeugend gelebt und nicht nur als lästig empfunden werden

Gelingt dies, wird ein Unternehmen dem aktuellen Zeitgeist bestens begegnen können und das Risiko eines Reputationsschadens signifikant reduzieren.

Die nachstehenden Folien geben einen Überblick über jene Firmen, die sich in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich dem Global Compact freiwillig unterzogen haben.

(an dieser Stelle wurden Folien zum UN Global Compact und zu den zehn Prinzipien betreffend Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung gezeigt)

Ob es uns passt oder nicht…. Corporate Social Responsibility entspricht dem neuen Zeitgeist: In der Schweiz gibt es NGOs (z.B. „Erklärung von Bern“), die 130‘000 Unterschriften gesammelt haben, dass die 10 Prinzipien gesetzlich verankert und auch durchgesetzt werden. Wer sich nicht daran hält, beispielsweise bei seiner unternehmerischen Tätigkeit in einem Entwicklungsland, der soll gemäss der Petition künftig direkt im Mutterland, der Schweiz, verklagt werden können. Die Wettbewerbsverzerrung wäre fatal für unsere Unternehmen! Das Spannungsfeld zwischen lokalen Gesetzen im Ausland, welche Unternehmen einzuhalten haben, und der geforderten Legitimität seitens der NGOs ist sehr gross.

Es gilt daher für freiwillige Übernahme von Verantwortung zu motivieren. Linke und grüne Kreise werden nicht ruhen. Ich plädiere dafür, dass WIR das Heft selbst in die Hand nehmen und Standards setzen, die für unsere Industrie verkraftbar sind. Ich plädiere dafür, dass wir diese gelebten Standards aktiv kommunizieren und Glaubwürdigkeit dabei eine grosse Rolle spielt, denn wir wollen unsere Reputation stärken und bewahren.

Reputations-Management ist heute State of the Art! Das ist kein „nice to have“ mehr. Wer aktives Risikomanagement betreibt, erkennt den Zeitgeist.

Wer den Zeitgeist nicht erkennt, den bestraft über kurz oder lang das Leben.

(Es gilt das gesprochene Wort)