

Begrüßung „Gespräch in der Burgstraße“: „Corporate Social Responsibility – alles nur PR?“

Dr. Michael Kemmer

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Vorstands,
Bundesverband deutscher Banken, Berlin

Berlin, 28. Januar 2015

Es gilt das gesprochene Wort!

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Banken leisten viel für dieses Land und für diese Gesellschaft!

Wer einen solchen Satz heutzutage öffentlich sagt, dürfte damit – vorsichtig formuliert – nicht auf ungeteilte Zustimmung stoßen. Es sei denn, man äußert ihn in einer Bank selbst oder hier beim Bankenverband. Wir Banken sind uns dessen bewusst – und halten an dieser Aussage dennoch guten Gewissens fest.

Die Skepsis außerhalb hat Gründe – schließlich ist über das gesellschaftliche und soziale Engagement der Banken, aber auch anderer Unternehmen, in der Öffentlichkeit wenig bekannt. Und wenn es doch an die Öffentlichkeit dringt, ist schnell das Argument zu hören: Na ja, sie machen einfach Werbung mit anderen Mitteln.

„Corporate Social Responsibility – alles nur PR?“ – unter diese Überschrift haben wir folglich die heutige Veranstaltung gestellt. Dieser Titel wirft zuallererst die Frage auf: Was meinen wir überhaupt, wenn wir von CSR, von „Corporate Social Responsibility“ sprechen?

Der Begriff „CSR“ ist nicht verbindlich definiert. Je nachdem, welchen Wissenschaftler oder welchen Praktiker in den Unternehmen Sie befragen, werden Sie zumindest in Teilen unterschiedliche Antworten erhalten. Die Europäische Kommission definiert CSR als Integration von gesellschaftlichen, ökologischen und ethischen Themen in die Geschäftstätigkeit und Geschäftsstrategie der Unternehmen.

So viel scheint also klar: CSR hat mit Nachhaltigkeit zu tun. CSR ist Teil der Unternehmenssteuerung. Unter CSR fassen wir aber auch jenes soziale und gesellschaftliche Engagement der Unternehmen zusammen, das sie abseits ihrer eigentlichen Geschäftstätigkeit ausüben. Und gerade über diesen Aspekt wollen wir heute vorrangig reden.

Dazu, meine Damen und Herren, begrüße ich Sie herzlich zum „Gespräch in der Burgstraße“ hier bei uns im Bankenverband. Vor einigen Monaten haben wir im Rahmen dieser Veranstaltungsreihe bereits über das Thema „Nachhaltigkeit“ gesprochen. Ich freue mich, dass auch das Thema „CSR“ auf Ihr Interesse stößt, und bin sehr zuversichtlich, dass wir anregenden 90 Minuten entgegensehen. Fühlen Sie sich bei uns herzlich willkommen!

Banken stiften Nutzen – das ist unbestreitbar. Wie andere Unternehmen auch haben sie viele Arbeitsplätze in diesem Lande geschaffen. Sie bieten Dienstleistungen an, die für ihre Kunden von großer Bedeutung und für eine Volkswirtschaft unverzichtbar sind. Banken sind ein wichtiger Teil der hiesigen Unternehmenslandschaft – das sage ich voller Überzeugung gerade auch in Zeiten, in denen allerorten über die neuen digitalen Wettbewerber gesprochen und geschrieben wird.

Eine dauerhaft erfolgreiche Unternehmensführung ist selbst schon ein wesentlicher Beitrag zum Gemeinwohl. Allerdings: Im Kampf um Kunden und im Streben nach Umsatz und Gewinn kann sich das Wirken der Banken nicht erschöpfen. Das Zitat von Hermann-Josef Abs mag einigen von Ihnen bekannt sein, es ist aber immer wieder hörensenswert, führt es uns doch vor Augen, worauf es wirklich ankommt. „Gewinn“, so Abs, *„ist notwendig wie die Luft zum Atmen. Aber es wäre schlimm, wenn wir nur wirtschaften würden, um Gewinn zu machen, wie es schlimm wäre, wenn wir nur leben würden, um zu atmen.“*

Deshalb: Banken sind mehr als nur renditeorientierte Kapitalsammelstellen. Sie verstehen sich als Teil dieser freiheitlichen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung und sehen es als ihre Pflicht an, ihr soziales und gesellschaftliches Umfeld positiv zu gestalten. Wie andere Unternehmen auch haben Banken eine gesellschaftliche Verantwortung, die über das Zahlen von Steuern hinausgeht. Dieser Verantwortung wollen sie nachkommen, und sie kommen ihr nach.

Die übergroße Mehrheit der Banken engagiert sich auf vielfältige Weise im Rahmen von CSR-Projekten – entweder direkt oder über die von ihnen gegründeten Stiftungen.

Sie ermöglichen Förderunterricht für gehandicapte Schüler, organisieren Jugendtheaterprojekte, unterstützen bedürftige Kinder, vergeben Stipendien an hoffnungsvolle Nachwuchskünstler. Sie engagieren sich für eine bessere Versorgung schwerstkranker und sterbender Patienten, organisieren Spenden-Veranstaltungen, fördern die Stadtnatur oder setzen sich für alte Sprachen und ein besseres Verständnis der Antike ein. Die meisten Institute blicken über den Tellerrand hinaus und haben eine mehrere Jahrzehnte, oft sogar noch länger währende Tradition des kulturellen und sozialen Engagements.

Meine Damen und Herren, ich könnte mich nun blind und taub stellen und so tun, als wäre damit zur gesellschaftlichen Verantwortung der Banken alles gesagt. Natürlich will ich dies nicht tun, und natürlich ist damit nicht alles gesagt.

Über die Verantwortung der Finanzbranche zu sprechen, ohne dabei auch an die Folgen der Finanzmarktkrise zu denken, wäre in etwa so, als unterhielte man sich über den Klimawandel und ließe die fossilen Brennstoffe außer Acht. Gerade in puncto Nachhaltigkeit müssen sich einzelne Institute – säulenübergreifend – so manches Versäumnis ankreiden lassen. Die Folgen dieser Versäumnisse sind uns allen bekannt.

Fehler und Versäumnisse dürften mit eine Rolle spielen, dass viele Menschen heute Zweifel daran haben, ob die Banken ihrer gesellschaftlichen Verantwortung tatsächlich gerecht werden. Diese Zweifel können nur dadurch entkräftet werden, dass die Banken die richtigen Konsequenzen aus den Erfahrungen 2007 bis 2009 ziehen. Hier sind wir auf einem guten Wege.

Zweifel gibt es aber auch daran, dass sich Banken über ihre Finanzgeschäfte hinaus gesellschaftlich engagieren. Eine im Auftrag des Bankenverbandes durchgeführte repräsentative Befragung aus dem letzten Monat hat ergeben, dass gut die Hälfte der Befragten (51%) glaubt, dies würden „nicht so viele“ Banken tun, ein weiteres Fünftel nimmt sogar an, es würde „so gut wie keine“ Bank tun.

Dies zeigt zum einen, dass die vielfältigen sozialen Aktivitäten der Banken in Deutschland nur wenig bekannt sind. Zum anderen zeugt es von einem erkennbaren Misstrauen gegenüber den Banken, möglicherweise aber auch Unternehmen insgesamt. Ihnen wird offenbar nicht zugetraut, dass sie sich für mehr interessieren als nur für ihr eigenes Geschäft, ihr eigenes Unternehmen.

Dass Banken, die sich um gesellschaftliche Aufgaben kümmern, dies tun, weil sie sich für die Gesellschaft mitverantwortlich fühlen, sagen jedenfalls nur ein Drittel der Befragten.

Solche Ergebnisse sind für uns Banken natürlich sehr unbefriedigend. Was tun also? Sollen die Banken das eigene CSR-Engagement stärker kommunizieren, nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“? Muss es einen größeren Informationsfluss zur Politik, zu den Medien, zur Öffentlichkeit allgemein geben? Oder wäre gerade dann der Vorwurf zu hören, die Banken würden ihr CSR-Engagement als reines PR-Instrument verstehen, um so ihr Image zu verbessern und ihre Gewinne zu erhöhen?

Mit Letzterem hätten interessanterweise die Bürger keine größeren Probleme. Für fast zwei Drittel der Befragten (64%) ist es nämlich „in Ordnung“, wenn Unternehmen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement gleichzeitig auch geschäftliche Interessen verfolgen. Für Banken sagen dies immerhin 59%.

Ohnehin lässt sich feststellen, dass die Diskussion über CSR in den letzten Jahren erheblich vorangekommen ist. Längst wird CSR von vielen Unternehmen und Banken als ein Instrument der strategischen Unternehmensführung begriffen, die den „Social Case“ mit dem „Business Case“ verbindet. Ich erwähnte am Anfang die Europäische Kommission; auch sie begreift CSR als Teil des Unternehmensmanagements. Weite Teile der Wissenschaft sehen das ähnlich.

Gewinnerwirtschaftung und Imagepflege stehen also keineswegs per se im Widerspruch zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung. Die Diskussion zu CSR sollte vor diesem Hintergrund weniger in Form einer „Markt versus Moral“-Debatte geführt werden.

Markt und Moral sind dann keine Widersprüche, wenn verantwortungsbewusste Akteure die Folgen ihres Tuns für die Gesellschaft im Blick behalten; wenn sie ihr Umfeld nicht nur darauf taxieren, ob es unmittelbar in profitables Geschäft umzumünzen ist; wenn sie wissen, dass ein florierendes Gemeinwesen im Interesse aller ist. Dies ist der Anspruch, den die privaten Banken an sich selbst richten, und dies muss auch der Anspruch sein.

Nach diesen einführenden Worten, meine Damen und Herren, kann nun die Diskussion beginnen.

Ich begrüße hierzu herzlich Herrn Dieter Janecek, den wirtschaftspolitischen Sprecher der Bundestagsfraktion von Bündnis'90/Die Grünen.

Wir haben seinem Impulsreferat unfreundlicher Weise den Titel gegeben „Erwartungen der Politik gegenüber den Banken“ – und Herr Janecek hat freundlicher Weise nicht widersprochen, obwohl beide Seiten sich wohl darüber im Klaren sind, dass es die Erwartungen der Politik schlechthin so

nicht gibt, sondern sehr unterschiedliche Erwartungen an die Banken herangetragen werden. Umso interessanter, auf welche Aspekte er sich nun gleich konzentrieren wird.

Wir freuen uns auch auf Frau Professorin Nicole Fabisch von der EBC Hochschule Hamburg. Frau Fabisch lehrt Marketing und internationales Management. Sie hat zahlreiche Publikationen vorzuweisen, die sich mit den Themen CSR, Nachhaltigkeit und ethischen Aspekten des Marketings befassen. Sehr geehrte Frau Prof. Fabisch, nicht nur für uns Vertreter der Banken, aber vielleicht für uns besonders, dürfte es sich lohnen, bei Ihren Ausführungen genau hinzuhören.

Ferner begrüße ich herzlich Martin Zielke aus dem Vorstand der Commerzbank. Er ist – (was man ihm bei Leibe nicht ansieht) – seit fast drei Jahrzehnten im Bankgeschäft tätig. Im Vorstand der Commerzbank ist er seit 2010 für den Bereich „Private Kunden“ verantwortlich. Gerade aus Sicht der Commerzbank, die ja ein umfassendes gesellschaftliches Engagement an den Tag legt, wird er uns sicher eine Menge zu den Zielen und Motiven von CSR der Banken sagen können.

Moderiert wird die Veranstaltung von Professor Dr. Thomas Leif, Chefreporter des Südwestrundfunks und Honorarprofessor für Politologie an der Universität Koblenz-Landau.

Meine Dame, meine Herren, wir freuen uns über Ihr Kommen. Ihnen, verehrtes Publikum, danke ich für Ihr Interesse und Ihre Aufmerksamkeit. Herr Janecek, Sie haben das Wort!