

Wirtschaftsethik in der Praxis: Chance des Mittelstands

Die konjunkturelle Flaute bringt eine Pleitewelle nach der anderen, die strukturelle Verkrustung und das Reformchaos bremsen Investitionen, und die Globalisierungsangst demotiviert die Arbeitnehmer und verunsichert die Konsumenten. Welcher Unternehmer denkt in solchen Zeiten an gesellschaftliche Verantwortung, ethisches Handeln und nachhaltiges Wirtschaften? Die Teilnehmer von ETHICS IN BUSINESS tun es – und zeigen, dass es sich lohnt.

Über den Wettbewerb ETHICS IN BUSINESS treten zahlreiche kleine und mittlere Unternehmen ins Rampenlicht, die bei der Erreichung ihrer ökonomischen Ziele die Fairness gegenüber Geschäftspartnern und Konkurrenten, die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Kunden und Gesellschaft und den Schutz der Umwelt nicht vernachlässigen, sondern als Grundlage und Treiber ihres wirtschaftlichen Erfolges betrachten.

Die Forderung an Großunternehmen, anstatt des Shareholder Value den Stakeholder Value zu maximieren, ist seit Jahren populär. Folglich haben viele Konzerne begonnen, nicht mehr nur ihre Gewinne und Aktienkurssteigerungen darzustellen, sondern auch ihre Managementsysteme zum Arbeits- und Umweltschutz, ihre mitarbeiterfreundlichen Arbeitszeitregelungen und ihr soziales und ökologisches Sponsoring öffentlichkeitswirksam zu präsentieren. Dennoch unterliegen Großunternehmen weiterhin den Zwängen der Finanzmärkte, an denen in erster Linie gute Quartalszahlen gefragt sind. Die meisten mittelständischen Unternehmen sind nicht börsennotiert, sondern eigentümergeführt. Wenn die Unternehmerpersönlichkeit von der Wichtigkeit der Integration sozialer und ökologischer Aspekte in die Geschäftsaktivitäten überzeugt ist, steht Investitionen in nachhaltige und verantwortliche Strukturen, die sich womöglich erst nach Jahren auszahlen, wenig entgegen.

Denn wichtig ist dann nicht das kurzfristige Ergebnis, sondern der langfristige Erfolg.

Die Teilnehmer

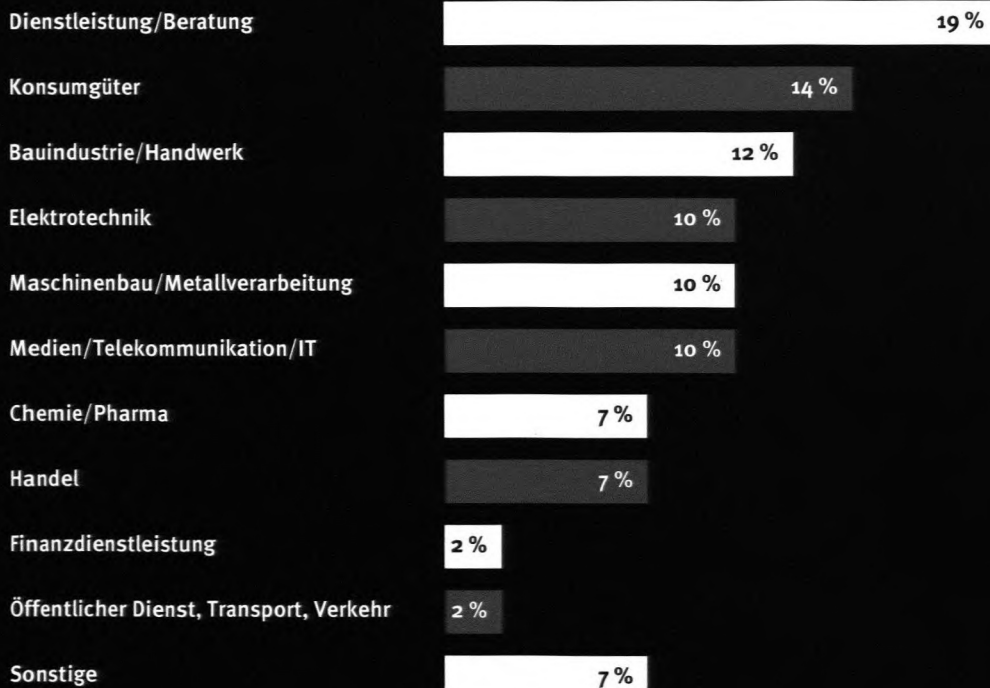
Mit dem Wettbewerb ETHICS IN BUSINESS wurden kleine und mittelständische Unternehmen angesprochen. Zu diesen Kategorien gehören über 99 Prozent der Firmen in Deutschland. Die Zusammensetzung der Teilnehmer ist deshalb ähnlich heterogen wie die deutsche Unternehmenslandschaft. Die kleinste Firma, die sich beworben hat, hat lediglich zwei, der größte Teilnehmer hat 3.800 Beschäftigte. Auch über den Branchenhintergrund unterscheiden sich die Teilnehmer deutlich voneinander.

Die Untersuchungskriterien

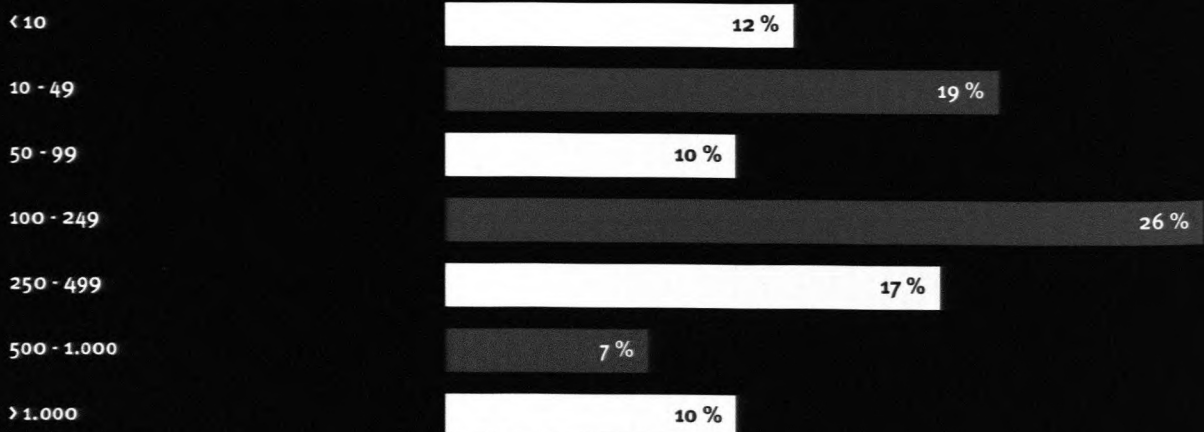
Folgende Kategorien und Aspekte stehen im Mittelpunkt der Untersuchung:

- Die Verantwortung des Unternehmens gegenüber externen Partnern (Geschäftspartner, Kunden, Konkurrenten) und der Gesellschaft: Welche Maßnahmen trifft das Unternehmen, um faires Wettbewerbsverhalten und Gesetzestreue der Mitarbeiter sicherzustellen? Welche sozialen Standards fordert das Unter-

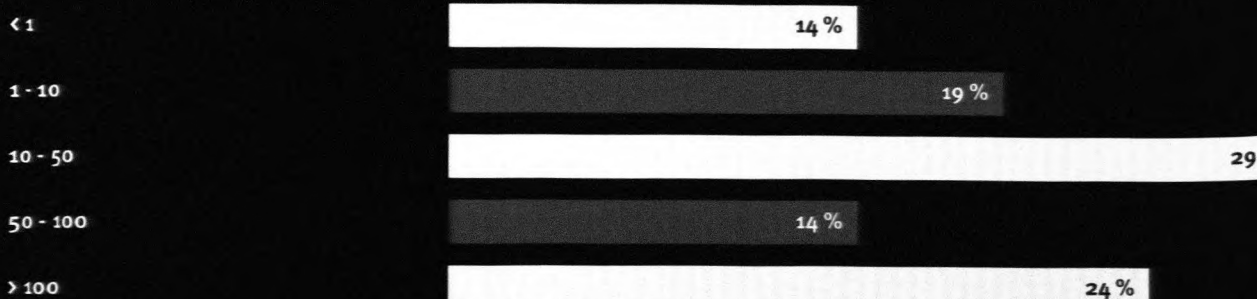
Branchen



Mitarbeiter



Umsatz in Millionen €



**Wichtig ist nicht
das kurzfristige
Ergebnis, sondern der
langfristige Erfolg.**

nehmen von seinen Zulieferern und Subunternehmern? Wie wird die Produktverantwortung gegenüber den Kunden sichergestellt? In welcher Form und in welchem Umfang engagiert sich das Unternehmen für gemeinnützige Zwecke?

- Der verantwortliche Umgang mit den Mitarbeitern: Wie werden die Mitarbeiter in die Gestaltung interner Prozesse einbezogen? Bildet das Unternehmen aus, und welche Möglichkeiten zur Weiterbildung werden angeboten? Sind auch Frauen in Führungspositionen? Wie geht das Unternehmen mit der vom Gesetzgeber geforderten Beschäftigung von Behinderten um? Wie werden die Sicherheit am Arbeitsplatz und der Gesundheitsschutz der Mitarbeiter gewährleistet? Gibt es flexible Arbeitszeiten und andere Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf? Welche Entlohnungskonzepte gibt es? Wurden in den letzten Jahren Arbeitsplätze erhalten oder gar geschaffen? Wie wurde ein etwaiger Arbeitsplatzabbau sozialverträglich gestaltet?
- Der betriebliche Umweltschutz: Wurde ein Umweltmanagementsystem eingeführt? Gibt es Initiativen, wie Geschäftsreisen und Arbeitswege umweltfreundlich gestaltet werden können? Setzt das Unternehmen die benötigten Ressourcen effizient ein? Werden auch von Zulieferern und Subunternehmern ökologische Standards gefordert?
- Die ökologische Gestaltung der Produkte und Dienstleistungen: Inwiefern berücksichtigt das Unternehmen die Umweltauswirkungen seiner Produkte oder Dienstleistungen? Werden bei Entwicklung, Herstellung, Vertrieb, Nutzung und Entsorgung der Produkte oder bei Gestaltung und Erbringung der Dienstleistungen ökologische Aspekte beachtet?

Der Rating-Prozess

Die teilnehmenden Unternehmen wurden gebeten, einen von oekom research entwickelten Fragebogen auszufüllen und

ihre Angaben durch interne Dokumente zu belegen. Da viele mittelständische Unternehmen nicht wie Großunternehmen über ausgefeilte Managementsysteme oder eine entsprechende Berichterstattung verfügen, wurde bewusst mit vielen offenen Fragen gearbeitet und im Anschluss an die Auswertung des Fragebogens zusätzlich mit allen Unternehmen ein Telefoninterview durchgeführt. Dadurch konnten auch entsprechende Leistungen von eher informell organisierten Unternehmen in die Bewertung miteinbezogen werden.

Die Untersuchungskriterien wurden einzeln bewertet und gemäß ihrer Relevanz gewichtet. Die analytische Herangehensweise stellte sicher, dass Branchenbesonderheiten und unterschiedliche Unternehmensgrößen berücksichtigt werden. Auf Basis der Informationen aus Fragebögen und Telefoninterviews wurden die fünf besten Unternehmen identifiziert. Diese wurden von oekom research besucht, um die gemachten Angaben zu verifizieren und einen persönlichen Eindruck von der Geschäftsführung und dem Betriebsklima zu erhalten. Sowohl die messbaren und dokumentierten Leistungen der Unternehmen als auch die Eindrücke vor Ort wurden auf einer Jurysitzung vorgestellt. Die Jury vergab dann nach einer ausführlichen Diskussion den *Deutschen Preis für Wirtschaftsethik*. ■