

Vortrag Hans-Carsten Hansen am 24. Juni 2007

„Unternehmerische Verantwortung in Zeiten einer globalisierten Wirtschaftswelt“

Meine Damen und Herren,
liebe Kolping-Familie

Der Hartz-Skandal bei VW, die Schmiergeldaffäre bei Siemens - das klingt nicht nach unternehmerischer Verantwortung und erzeugt Misstrauen.

Schnell werden solche Vorwürfe verallgemeinert und auf „die Wirtschaft“ per se übertragen. Dass dieser Rückschluss vorschnell ist und wie sich Unternehmen auch unter dem Druck einer immer stärkeren Globalisierung um verantwortungsvolles Handeln bemühen, möchte ich Ihnen heute darstellen.

Die Menschen in Deutschland sorgen sich wegen des Arbeitsplatzabbaus. Sie fragen sich, wie bei uns mehr wirtschaftliches Wachstum und neue, dauerhafte Beschäftigung entstehen kann. Die Globalisierung wird als Bedrohung empfunden. Gerade weil sie zu einem erhöhten Wettbewerb auch für die deutsche Wirtschaft geführt hat.

- Das Tempo der Veränderungen,
- die ständigen technischen Revolutionen und
- die Intensität der internationalen Verflechtungen der Wirtschaft fordern den Menschen vieles ab.

Manchem erscheint Globalisierung wie ein Flechtwerk von anonymen Kräften, in dem man von undurchsichtigen Geschehnissen überrollt und zum Spielball kurzfristiger Profitinteressen wird. So denken viele!

Doch lassen Sie mich zunächst einmal auf Adolph Kolping selbst eingehen, den Gründer des Kolping-Werkes, der uns heute zusammenführt! Seine Ideen sind veraltet - könnte man meinen. Immerhin sind sie schon über 150 Jahre alt. Aber wenn man seine Ansichten einmal genauer betrachtet, macht man überraschende Entdeckungen.

„Was der Mensch aus sich macht, das ist er“ sagte Adolph Kolping. Er will damit ausdrücken, dass Lebensumstände kein Schicksal sind, sondern von jedem Menschen selbst mitgestaltet werden können. Adolph Kolping sagte weiter, dass der soziale Wandel durch die Veränderung des Menschen vorstatten geht. Der Einzelne soll leisten, wozu er selbst imstande ist, nicht zuletzt um sich seiner Eigenverantwortung bewusst zu werden. Veränderung und Eigenverantwortung sind also zwei zentrale Komponenten in Kolpings Werk. Und meine Damen und Herren, er hat Recht. Warum?

Das Überraschende dabei ist, dass die Lehre Kolpings gar nicht so weit von den modernen Grundsätzen nachhaltiger Unternehmensführung entfernt ist. Denn hierbei haben sich Unternehmen zum Ziel gesetzt, auf freiwilliger, also eigenverantwortlicher Basis soziale und ökologische Themen in die Unternehmenstätigkeit und in die sich ständig veränderten Wechselbeziehung zu relevanten Partnern zu integrieren.

Insgesamt setzt sich nachhaltige Unternehmensführung aus drei Dimensionen zusammen:

- Die Ökonomische Verantwortung
- Die Ökologische Verantwortung
- Die Soziale und gesellschaftliche Verantwortung

Bevor ich auf diese Dimensionen im Einzelnen eingehe, möchte ich die Welt noch einmal näher betrachten, die ich in meinem Vortragstitel als „globalisierte

Welt“ bezeichnet habe – die Welt, in der Unternehmen ihre soziale Verantwortung wahrnehmen müssen.

Zunächst zur Klärung des Begriffs: Globalisierung heißt „Entgrenzung“. Sprechen wir von „unternehmerischer Verantwortung im Zeitalter der Globalisierung“ kommt zunächst die Frage auf, was verstehen wir eigentlich unter Globalisierung, was bedeutet sie. Was sind die Rahmenbedingungen der Staaten, bevor wir auf die Unternehmensebene gehen?

Der Begriff der Globalisierung ist vergleichsweise neu, aber einen umfangreichen und bedeutenden weltweiten Handel hat es schon zu Zeiten von Marco Polo oder der Hansestädte gegeben. Was neu ist, sind Menge, Schnelligkeit und Grenzenlosigkeit. Während China und die Sowjetunion früher komplett abgeschottet waren, nehmen sie heute an der Globalisierung als intensive Spieler teil. Denken Sie nur an die Rohstoffbeschaffung der Chinesen in aller Welt.

Neue Transport- und Kommunikationstechnologien lassen Entfernungen und Zeiträume schrumpfen oder schaffen eine bisher nie da gewesene Transparenz und Wissenskonzurrenz. Wir sind alle Zeugen eines technologischen Fortschritts geworden, der vor 30 Jahren noch unvorstellbar war. Wer von Ihnen besitzt nicht ein Handy? Dies ist in der Menschheitsgeschichte einzigartig und insbesondere die weltweite Verfügbarkeit von Wissen ist eigentlich unvorstellbar. Das stellt uns als Gesellschaft und als Unternehmen vor neue Herausforderungen.

Nahezu alle 193 Staaten der Welt nehmen daran teil. Früher hat es Jahrhunderte gedauert, bis man technologische Fortschritte gemacht hat, vom ersten aus Ton geformten Trinkgefäß über die Bronze-/Eisenzeit bis hin zum Stahl hat es Technologiesprünge gegeben, die jeweils viele hundert Jahre gedauert haben. Bei den Computern ist es gelungen, die Entwicklung innerhalb von nur einem halben Jahrhundert von den ersten Rechnern, die ganze Räume einnahmen hin

zu Aldi-PC's und fingernagelgroßen Prozessoren voranzutreiben. Computer sind aus dem Alltag aller mittlerweile nicht mehr wegzudenken.

Diese Beschleunigung in Wissenschaft und Technik wird andauern. Das gilt auch für die wissenschaftlichen und technologischen Innovationen, im Bereich des Gesundheitswesens (Transplantationen und Technologien), der gentechnologischen Entdeckungen und Erkenntnisse oder bei beispielsweise Automobilsystemen.

Alle neuen Techniken werden rund um den Globus verfügbar sein. Denn auf dem Gebiet von Wissenschaft und Technik sind wir bereits jetzt Mitglieder einer einzigen großen Weltgemeinschaft. Wenn Sie wollen, wie in einem „globalen Dorf“. Wissenschaft ist eine Weltgemeinschaft und Protest dagegen oder gar ein Ankämpfen ist sinnlos, denn diese Globalisierung ist schon da und wird unweigerlich weitergehen. Ein französischer Ökonom hat das einmal sehr treffend formuliert: „Globalisierung ist für unsere Volkswirtschaften das, was für die Physik die Schwerkraft ist. Man kann nicht für oder gegen das Gesetz der Schwerkraft sein - man muss damit leben.“

Das gleiche gilt für die Globalisierung des Handels mit Waren und Dienstleistungen. Nehmen wir z. B. Deutschland mit etwas mehr als 80 Millionen Menschen. Deutschland ist wirtschaftlich mit nahezu allen Staaten dieser Erde verbunden. Wir exportieren über 40 % unseres Bruttosozialprodukts. Sollte jemals eine deutsche Regierung den Versuch unternehmen, diesen hohen Grad der Globalisierung unserer Wirtschaft herunterzufahren, dann wäre unweigerlich ein erheblicher Verlust an Arbeitsplätzen und Sinken des Lebensstandards die Folge.

Eine Abkopplung Deutschlands von der Weltkonjunktur ist nicht mehr möglich. Dies hat sich schon in den Siebzigerjahren bei den Ölkrisen gezeigt. Es gibt keine nationale Konjunktursteuerung, keine Renationalisierung mehr.

Der früher abgeschottete chinesische Markt z. B. würde völlig zusammenbrechen, wenn die chinesischen Exportartikel nicht mehr von Kunden in Amerika, Europa, Japan und in den Asienstaaten gekauft werden. China wäre einer wirtschaftlichen Katastrophe ausgesetzt.

Genauso ginge es den USA, wenn aus irgendeinem politischen Grund das Vertrauen der Welt in die Vitalität der amerikanischen Volkswirtschaft verschwinden und der riesige Nettozustrom von ausländischem Kapital in die Vereinigten Staaten enden würde. Es käme zu einer Weltwirtschaftskrise.

Was lernen wir daraus? Es gibt keine realistische Chance, die Globalisierung aufzuhalten. Stattdessen muss man Globalisierung auch als einen Auftrag zur Verbesserung der weltweiten sozialen und ökologischen Bedingungen verstehen. Wirtschaftlicher Wettbewerb – wenn fair ausgetragen – ist die Grundlage der Zukunftschancen von Regionen und Menschen überall auf der Welt. Die Chancen, die mit der Globalisierung verbunden sind, sollten genutzt werden und mit ethischen und sozialen Entwicklungszielen verbunden werden. Das gilt gerade auch für Asien.

Branchen und Industrien sind unterschiedlich von der Globalisierung erfasst. Natürlich ist der Handwerker weniger betroffen als ein internationales Chemie- oder Pharmaunternehmen. Bei allem dürfen wir aber nicht vergessen, dass Deutschland fünfmal oder sechsmal so stark wie die USA globalisiert ist und dreimal so stark wie Japan. Wir sind in besonderer Weise auf Grund unserer hohen Exportabhängigkeit globalisiert. Seit den Siebzigerjahren hat sich dieser Exportanteil von 20 auf 40 % verdoppelt. Das war nicht staatlich geplant. Dies war und ist eine Folge der Leistungsfähigkeit der deutschen Industrie (Auto, Maschinenbau, Chemie, Metall/Elektro, Stahl) und ihrer Belegschaften. Das ist eine Tatsache auf die wir stolz sein dürfen.

Wir haben die Globalisierung bisher alle gut bewältigt und es wird auch weiterhin möglich sein zu bestehen, wenn wir unseren Sozialstaat modernisieren und ihn dadurch erhalten, indem wir Arbeit intelligent deregulieren. Wenn wir zudem den sozialen Frieden aufrecht erhalten, dann braucht kein Deutscher vor der Globalisierung Angst zu haben.

Im Gegenteil, die bisherige Leistung der deutschen Wirtschaft und ihrer Unternehmen, ihrer Arbeitgeber und Gewerkschaften, hat ein hohes Maß an Globalisierung erst geschaffen.

Kardinalbedingung für zukünftigen Erfolg wird allerdings sein, dass wir an der Spitze des technologischen Fortschritts bleiben. Dann werden wir unseren hohen Lebensstandard weiterhin halten können. In wenigen Jahren wird vieles nachahmbar und billiger zu erbringen sein in anderen fremden Ländern. D. h. es besteht die Notwendigkeit, uns immer wieder technologischen Fortschritt und Vorsprung zu erarbeiten. Dabei sind Wissenschaft und Forschung, Bildung und Ausbildung entscheidende Faktoren. Da das ganze auch mit immer weniger Deutschen stattfindet, ist auch Integration von Zuwanderern ein wichtiges Thema, um überhaupt genügend Arbeitskräfte zu haben.

Aber die Deutschen brauchen auch Mut, denn sie sind zu großen Aufbauleistungen fähig. Sie sollten sich nicht ständig von den Medien Ängste einreden lassen und müssen mehr Gelassenheit zeigen, ohne die moralischen Grundwerte aus den Augen zu verlieren.

Meine Damen und Herren,

was leitet ein Unternehmen aus dem Gesagten konkret für sein Handeln in sozialer Verantwortung ab? Wie bewegen sich Firmen in dieser globalen Welt?

Lassen Sie mich nun zur ersten Dimension nachhaltiger Unternehmensführung kommen – der ökonomischen Verantwortung.

Ökonomische Verantwortung

Wirtschaft existiert, weil es Menschen gibt. Einfach und dennoch hoch komplex. Es ist der Zweck der Wirtschaft, den Menschen mit Gütern und Dienstleistungen in ausreichenden Mengen zu marktfähigen Preisen und mit der gewünschten Qualität zu versorgen. Ziel der Unternehmen muss es dabei sein, ihre Position am Markt zu sichern und damit wettbewerbs- und zukunftsfähig zu sein. Nur dann können sie Arbeitsplätze erhalten und auch schaffen, Lebens- und Entfaltungschancen bieten.

Nur ein wettbewerbsfähiges Unternehmen kann zu Wohlstand und Fortschritt in der Gesellschaft beitragen und Freiraum für weiteres Engagement gewinnen. Und dafür sind auch Gewinne notwendig. Gewinn signalisiert, dass die Strategie des Unternehmens im Markt und im Wettbewerb richtig ist.

Gewinn ist sicher nicht alles, aber ohne Gewinn ist alles nichts. Folgerichtig darf ein Unternehmen auf Gewinne nicht verzichten. Ein Feld kann ja auch nur dann fortbestehen, wenn es Früchte bringt. Betriebswirtschaftlich unverantwortliche Entscheidungen gefährden den Bestand und die Zukunftschancen eines Unternehmens und damit auch das Ausüben seiner sozialen Funktionen. Was ökonomisch unvertretbar und verantwortungslos ist, kann daher nicht moralische Pflicht sein.

Die BASF – insbesondere mit ihrem Standort Ludwigshafen – ist Teil der globalen Veränderungen und kann und will sich ihnen auch gar nicht entziehen. Es ist unsere Aufgabe Lösungen zu erarbeiten, die den Wirtschaftsfaktor BASF erfolgreich halten, selbstverständlich in verantwortlicher Weise. Denn es sind zehntausende Arbeitsplätze von Mitarbeitern, Fremdfirmen und Lieferanten davon abhängig.

Ökologische Verantwortung

Ökonomischer Erfolg ist die Basis, um als Unternehmen überhaupt bestehen und innovativ sein zu können. Zugleich ist dauerhaft erfolgreiches unternehmerisches Handeln ohne den sorgsamsten Umgang mit Umwelt und Gesellschaft nicht

möglich. Deshalb muss Nachhaltigkeit ein fester Bestandteil von Unternehmenspolitik sein.

Ein Unternehmen agiert aber in einem Umfeld und ist von politischen Rahmenbedingungen abhängig. In Deutschland wird die Diskussion um den Klimaschutz zur Zeit sehr verkürzt geführt und darüber sollte ich mich etwas.

Deutschland braucht ein Energiekonzept, das für eine Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Industriestandorts Deutschland steht. Aufgabe deutscher Energiepolitik muss es sein, die Rahmenbedingungen für Energieversorgung und Klimapolitik so zu vereinbaren, dass ein Gleichgewicht zwischen Verfügbarkeit, Wirtschaftlichkeit und Umweltverträglichkeit entsteht.

Die Frage, unter welcher Kostenbelastung die deutsche Volkswirtschaft die angestrebten Klimaschutzziele erreichen kann, bleibt offen. Zur Industriepolitik für unseren Industriestandort Deutschland gehören zuallererst auch wettbewerbsfähige Rohstoff- und Energiepreise. Wir wollen, wir müssen auch in 20 Jahren Chemie-, Zement- und Stahlstandort sein. Wer Deutschland als weltweit starkes Entwicklungszentrum erhalten will, der kann auf wesentliche Werkstoffe aus nationaler Produktion nicht verzichten.

Die deutsche Chemie ist – neben der Automobilindustrie – die innovativste Branche unseres Landes. Kaufen können Endverbraucher nur knapp ein Drittel unserer Produkte. Aber ohne Chemie kein Auto, kein Fernseher, keine Bekleidung, kein Handy, kein Computer. Innovationen bei Chemieprodukten sind damit unabdingbare Voraussetzungen für Innovationen bei unseren Kunden. Ein Europa ohne forschungsbasierte Chemieindustrie führt in relativ kurzer Zeit zur Deindustrialisierung unseres ganzen Kontinents.

Wir stehen in einem harten globalen Wettbewerb, denn chemische Produkte sind mehrheitlich auch global transportierbar und Chemieanlagen müssen daher an

jedem Punkt der Erde wettbewerbsfähig sein. Umso wichtiger sind für die BASF in Europa, wo wir unsere beiden weitaus größten Standorte (Ludwigshafen / Antwerpen) haben, die Faktoren Versorgungssicherheit und Energiekosten.

Wir brauchen ein nachhaltiges Energiemanagement, das drei Elemente umfasst:

1. einen intelligenten Energiemix
2. eine effiziente Energienutzung
3. einen global ausgerichteten Klimaschutz

Europäische und insbesondere deutsche Unternehmen gehen mit einem Wettbewerbsnachteil an den Start: das globale Ungleichgewicht bei den Reduktionsverpflichtungen für CO₂ und die anderen Treibhausgase.

Wir haben in Deutschland die höchsten Umweltstandards der Welt. Die Welt braucht ohne Zweifel eine wirksame problemadäquate Klimapolitik. Es handelt sich aber um ein weltweites Problem, das die Klimapolitik auch weltweit angehen muss. Deutschland als technologischer Vorreiter im Umweltschutz und gleichzeitig Deindustrialisierung in Deutschland als Konsequenz des Klimaschutzes – diese Rechnung geht nicht auf, sondern verkehrt sich in ihr Gegenteil.

Klimaschutz entscheidet sich mit uns Deutschen, wenn die globalen Spielregeln stimmen und diese Spielregeln müssen sich endlich ändern. Wer Klimapolitik isoliert in Deutschland oder auch Europa machen will, ohne Rücksicht auf den Rest der Welt und ohne Rücksicht auf Verluste, der soll sich offen zu den dann ja gewollten Arbeitsmarktfolgen bei uns in Deutschland bekennen.

Genau genommen müssen sich zwei Dinge ändern:

1. Es spielt für den weltweiten Klimaschutz keine Rolle, wer wo Emissionen senkt, Hauptsache, sie werden insgesamt gesenkt.

2. Alle Sektoren müssen ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten. Neben der Industrie sind Verkehr und private Haushalte durchaus die entscheidenden Energieverbraucher. Die man nicht außer Acht lassen darf.

Damit will ich nicht ablenken, auch Unternehmen müssen und wollen etwas tun. Unser Beitrag, der Beitrag der chemischen Industrie, zu einem nachhaltigen Energiemanagement, ist ein dreifacher:

1. Wir werden die Effizienz unserer Produktionsprozesse weiter steigern und so zum schonenderen Umgang mit Energieressourcen beitragen.
2. Mit unseren Produkten unterstützen wir andere dabei, Energie zu sparen.
3. Durch Know-how-Transfer und finanzielle Unterstützung leisten wir in den Schwellen- und Entwicklungsländern unseren Beitrag dazu, die Energieeffizienz zu steigern und das Klima zu schützen.

Soziale Verantwortung

Meine Damen und Herren,

Bleibt mir, die dritte Komponente unternehmerischen Handelns auszuführen. Sie ist die weitest reichende und die umfassendste Komponente einer nachhaltigen und verantwortungsvollen Unternehmensführung - die soziale und gesellschaftliche Verantwortung.

Sie hat in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Die Gesellschaft versteht immer mehr, dass Reichtum nicht allein mit ökonomischem Kapital gleichzusetzen ist, sondern im Wesentlichen ein hohes Maß an sozialem und ökologischem Kapital darstellt.

Das ist einer der Gründe dafür, dass die soziale Verantwortung von Unternehmen seitens Politik, Gesellschaft, Kirche und Wirtschaft auf nationaler, europäischer und globaler Ebene verstärkt als eine Notwendigkeit betrachtet wird

- auch und gerade in Zeiten des industriellen Wandels, der Schnelllebigkeit und der wachsenden Globalisierung. Woran liegt das?

Die Erwartungen von Verbrauchern, Behörden und Investoren an Unternehmen haben sich in diese Richtung gewandelt.

Verbraucher wollen immer mehr Produkte, mit denen sie ihre ökologischen und auch moralischen Bedürfnisse befriedigen können. Produkte, die unter Bedingungen hergestellt sind, die diesen Kriterien nicht entsprechen, sind mehr und mehr tabu. Auch Investoren treffen ihre Entscheidungen für Projekte immer mehr in Abhängigkeit von sozialen Faktoren und an den Aktienmärkten gibt es immer mehr Indizes, die auch soziale und ethische Kriterien einbeziehen.

Das zeigt auch eine enge Verknüpfung zwischen sozialen und ökonomischen Aspekten in einer globalisierten Welt. Die wachsende gesellschaftliche Verantwortung der Wirtschaft liegt nicht zuletzt darin begründet, dass immer mehr Firmen erkannt haben, dass überdurchschnittliche sozial - und umweltverträgliche Unternehmenspraktiken mit der Rentabilität zusammenhängen.

Verantwortungsvoll agierenden Unternehmen gelingt es nicht nur, die besten Arbeitskräfte zu verpflichten und zu binden, sie verschaffen sich auch einen Vorsprung im technologischen Rennen und damit einen alles entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Jedes Unternehmen hat die Möglichkeit, die Qualität der Arbeitsplätze und die Qualität der Beziehungen zwischen den Spielern in der Wirtschaftswelt hierdurch zu beeinflussen. Die Achtung der Grundrechte, Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung zählen genauso dazu, wie Kunst und Kultur, Qualität von Waren und Dienstleistungen, Gesundheit und Umwelt und auch eine überdurchschnittliche Investition in die Mitarbeiter eines Unternehmens.

Als Chemieunternehmen tragen wir Verantwortung für unsere Mitarbeiter, aber auch für die Region, in der wir tätig sind. Eine Verantwortung, die wir sehr ernst nehmen, weil wir davon überzeugt sind, dass wir nur wettbewerbsfähig und ökonomisch erfolgreich bleiben, wenn wir gesellschaftlich und sozial verantwortlich handeln. Die gesellschaftliche Verantwortung ist verankert in unseren Grundwerten und Leitlinien, die unsere Einstellung und die Art und Weise beschreiben wie wir unsere Ziele erreichen wollen.

Mit diesen internen Regeln schaffen wir bewusst und freiwillig eine Rahmenordnung, die das Verhalten der Mitarbeiter prägt.

Das soziale und gesellschaftliche Engagement der BASF wird offiziell anerkannt durch die Aufnahme in die führenden Nachhaltigkeitsindizes. Dazu zählt bspw. der Dow Jones Sustainability Index. Jedes Jahr wird von neuem überprüft, ob die relevanten Kriterien eingehalten wurden, um eine fortführende Leistung in diesen Indizes zu rechtfertigen.

Die Basis für sozial verantwortliches, unternehmerisches Handeln ist der konstruktive Dialog des Unternehmens mit dem gesellschaftlichen Umfeld. Die BASF hat auf vielfältige Weise Prozesse des Austauschs zwischen einzelnen Standorten und deren Umfeld initiiert, um gesellschaftliche Verantwortung angemessen wahrnehmen zu können. Das zeigt sich auch in unserem Engagement. Die Spenden allein hier in der Region beliefen sich insgesamt auf rund 22 Mio. €. Fast die Hälfte davon – (rund 10,2 Millionen Euro) - fließt an Schulen und in Bildungsaktivitäten mit einem der Schwerpunkte auch für Kinder aus Familien mit Migrationshintergrund.

Das Thema Migration und Integration, Zuwanderung und Parallelgesellschaften ist derzeit von großem öffentlichem Interesse. Auch hier gibt es zahlreiche politische Initiativen zur Verbesserung der Lage. Wir wollen unseren Beitrag leisten, weil wir diesen Teil der Bevölkerung integrieren und als gut qualifiziertes

Potenzial auch für uns erschließen müssen. Auch deshalb beschäftigen wir uns intensiv mit dem Thema Integration.

Die BASF hat eine Vielzahl von Programmen aufgelegt für Kinder und Jugendliche mit Startschwierigkeiten – explizit auch für junge Menschen mit „Migrationshintergrund“. Die Programme zielen darauf ab, die Sprachentwicklung schon von Kindern in Kindergärten zu verbessern, Jugendliche auf eine Ausbildung vorzubereiten und sie in Ausbildungsplätze zu vermitteln.

Bildung und Schulen, sind aber nur ein Teil einer Vielzahl von Aktivitäten, denen wir als BASF unsere Spenden widmen. Auch kulturelle Aktivitäten unterstützen wir mit über 5 Mio €, für die Wissenschaft haben wir fast 3 Mio. € gespendet. Besonders in Deutschland ist es Bestandteil unserer nachhaltigen Personalpolitik, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern. Dazu haben wir verschiedene Initiativen gestartet, wie das Elternnetzwerk in Ludwigshafen oder eine Tagesmüttervermittlung, um nur einige zu nennen. Um Eltern den schnelleren Wiedereinstieg ins Berufsleben zu erleichtern, haben wir die zweite Kinderkrippe in Ludwigshafen gebaut, die ja erst kürzlich eröffnet wurde.

Aber unser soziales Unternehmertum betrifft nicht nur Deutschland. Wir sind in allen Regionen der Welt tätig und nehmen unsere Verantwortung als Arbeitgeber auf internationaler und lokaler Ebene wahr.

Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Als wir damit begannen, in China Produktionsstätten zu bauen, haben wir dort die gleichen Sicherheitsstandards zugrunde gelegt wie hier in Deutschland. Das war ein ziemlich schwieriges Unterfangen, aber das haben wir genauso etabliert wie Betriebsratswahlen. Mit unserem Beispiel leben wir in China Demokratie vor. Die großen Unternehmen transportieren Werte, die weit über das hinausgehen, was man gemeinhin als Unternehmensauftrag bezeichnet.

Sie sehen, Globalisierung und Wettbewerb können positive soziale Effekte haben, weil sie die Wahl und Entscheidungsfreiheit und auch die Selbstverantwortung der Einzelnen stärken, eine gerechte Preisbildung ermöglichen und den Strukturwandel fördern.

Meine Damen und Herren,

ich möchte nicht bestreiten, dass es weiterhin Konflikte zwischen verschiedenen Interessen und Werten gibt. Ethik und Ökonomie gehen trotz aller Bemühungen nicht immer reibungslos ineinander auf. Genauso wie man unternehmerische Ziele in eine Reihenfolge bringen muss, müssen auch ethische Ziele und Werte unter Umständen gegeneinander abgewogen werden. Überall wo es Ziele gibt, gibt es Zielkonflikte.

In diesem Prozess sind Offenheit, Dialogfähigkeit und das Gespräch miteinander außerordentlich wichtig, auch Vertrauen spielt hier eine große Rolle. Wer ethisch handelt, darf nicht der Dumme sein und von niemand kann vernünftigerweise erwartet werden, dass er sich selbst schadet. Forderungen an Unternehmen wegen ethischer oder sozialer Anliegen können die ökonomische Logik nicht einfach außer Kraft setzen.

Es ist auch Ziel unternehmerischer Verantwortung in Deutschland, den allgegenwärtigen Strukturwandel - und die Notwendigkeit von Wandel hatte ich ja zu Beginn meiner Rede bereits angesprochen - aktiv mit zu gestalten. Ihn nicht einfach passieren zu lassen.

Die Lösung kann nicht darin bestehen, ökologisch sinnvolle und wirtschaftlich rentable Investitionen zu unterlassen, weil neue Anlagen weniger Personal benötigen. Langfristig sind Arbeitsplätze in Deutschland nur sicher, wenn hier konkurrenzfähige Produkte für den Weltmarkt produziert werden und die Produktion nicht auf Kosten der Umwelt geht. Die Wahrnehmung der sozialen

Verantwortung des Unternehmens erfordert daher kreative Lösungen für eine sozialverträgliche Gestaltung des Strukturwandels.

Es ist Aufgabe der Unternehmen und ihrer Beschäftigten, dass sie ihre gesellschaftliche Verantwortung annehmen und sich konstruktiv in die Gestaltung der Gesellschaft einbringen. Nur so kann auch langfristig die notwendige Akzeptanz in der Gesellschaft für industrielle Produktion und Arbeitsplätze erreicht und gesichert werden. Um im Sinne von Kolping zu sprechen: Einverantwortlich die Veränderung gestalten!

Meine Damen und Herren,

Werte allein sind gut und schön! Worauf es ankommt ist eine Überstimmung zwischen dem Wertesystem und dem tatsächlichen Handeln. Für eine wirtschaftlich erfolgreiche, sozial und ökologisch balancierte Marktwirtschaft müssen wir auch nach unsren Wertvorstellungen handeln, unsere Verantwortung annehmen.

Dazu haben wir als BASF uns verpflichtet, dafür suchen wir Mitstreiter und Nachahmer, die ebenso handeln. Denn – so lassen sie mich mit einem Zitat von Sophokles schließen-

„Der Himmel hilft niemals denen, die nicht handeln wollen.“

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!