

<https://www.ecogood.org/de/menu-header/blog/gotterdammerung-der-wirtschaft-alle-wege-fuehren-zur-gwo/>

Zusammenfassung

Der Artikel zeichnet nach, wie in der Wirtschaft das Konzept des Stakeholder-Value diskutiert wird, das den Shareholder-Value als Entscheidungsprinzip ablösen soll. Der Anstoß der Diskussion kam von den größten internationalen Konzernen, die in den USA beheimatet sind. Er wurde in der Öffentlichkeit mit Zweifeln und Widerspruch kommentiert. Möglicherweise ist die Stellungnahme ein Teil einer tektonischen Veränderung. Die Kritik am Kapitalismus ist in den letzten 30 Jahren lauter, beweisbarer und nachvollziehbarer geworden. Der Kapitalismus, auch in der Form der Sozialen Marktwirtschaft, hat Anhänger und Überzeugungskraft verloren. Die Unternehmenslenker haben nun reagiert. Sie müssen sich mit Widerständen auseinandersetzen und sie müssen einige Voraussetzungen in der Politik schaffen, um das Stakeholder-Prinzip rechtlich abzusichern. Die Wirtschafts-Wende hat begonnen und wird weitergehen. Die Voraussetzungen, dass der Shareholder-Kapitalismus reformiert werden kann, sind im Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie gegeben; denn die GWÖ stellt für die Stakeholder-Value-Logik ein ganzheitliches, vergleichbares und bewertendes Berichtssystem zur Verfügung, das zu einem Managementsystem geformt werden kann.

Im August 2019 trat der Business Round Table der USA, eine wirkmächtige Interessenvertretung der US-amerikanischen Wirtschaft, mit einer epochalen Nachricht an die Öffentlichkeit. Der Shareholder-Value sei nicht mehr der alles entscheidende Leitstern der internationalen Konzerne. Sie würden sich allen Stakeholdern verpflichtet fühlen und Wert für alle schaffen. Hier der Original-Wortlaut der Erklärung¹:

"Die Amerikaner verdienen eine Wirtschaft, die es jedem Menschen ermöglicht, durch harte Arbeit und Kreativität erfolgreich zu sein und ein Leben mit Sinn und Würde zu führen...

Wir teilen eine grundlegende Verpflichtung gegenüber allen unseren Stakeholdern

- Unseren Kunden einen Mehrwert zu bieten. Wir werden den traditionellen Vorsprung amerikanischer Unternehmen fortsetzen, die Erwartungen der Kunden zu erfüllen oder zu überschreiten.
- In unsere Mitarbeiter zu investieren. Das beginnt damit, sie fair zu entlohnen und weitere Leistungen zu bieten. Dazu gehört auch, sie durch Training und Ausbildung zu unterstützen, um ihnen zu helfen, neue Fähigkeiten für eine sich schnell verändernde Welt zu entwickeln. Wir fördern Vielfalt und Integration, Würde und Respekt.
- Wir gehen fair und ethisch korrekt mit unseren Lieferanten um. Wir sind bestrebt, den anderen Unternehmen, ob groß oder klein, die uns bei der Erfüllung unserer Aufgaben unterstützen, als gute Partner zu dienen.
- Wir unterstützen die Gemeinschaften, in denen wir arbeiten. Wir respektieren die Menschen in unseren Gemeinden und schützen die Umwelt, indem wir nachhaltige Praktiken in allen unseren Unternehmen anwenden.
- Langfristige Wertschöpfung für Aktionäre, die das Kapital bereitstellen, das es den Unternehmen ermöglicht, zu investieren, zu wachsen und innovativ zu sein. Wir verpflichten uns zu Transparenz und wirksamem Engagement mit Aktionären.

Jeder unserer Stakeholder ist unverzichtbar. Wir verpflichten uns, für alle von ihnen Werte zu schaffen, für den zukünftigen Erfolg unserer Unternehmen, unserer Gemeinden und unseres Landes."

Alles was Rang und Namen hat, ist auf der Liste der 200 Unterschriften zu finden: die bekanntesten Personen sind Jeffrey P. Bezos, Amazon, Tim Cook, Apple, Jamie Dimon JPMorgan, daneben eine kleine Anzahl von Beispielen, die auch in Europa jede Frau kennt: Chevron, The Coca-Cola Company, Exxon Mobil, Fox, Goldman Sachs, IBM, Johnson & Johnson, Lockheed Martin, Northrop Grumman,

¹ <https://opportunity.businessroundtable.org/wp-content/uploads/2019/12/BRT-Statement-on-the-Purpose-of-a-Corporation-with-Signatures.pdf>

SAP, UPS, 3M. Einige Konzerne aus Deutschland haben auch unterschrieben: Bayer USA, Siemens USA.

Dass sich das Bekenntnis nur an Amerikaner*innen wendet, soll nur angemerkt sein. Es gilt sicherlich international, den für das US Business gibt es weltweit nur eine unilaterale Mission. Aber was ist dieses Bekenntnis wert?

Ist es der Beginn einer Wende zum Besseren, zu einem faireren Kapitalismus? Ist es ein Resultat der heftigen Kritik aus Zivilgesellschaft und Politik an den Geschäftspraktiken der internationalen Konzerne? Ist es ein Public Relations Manöver? In der öffentlichen Reaktion überwiegen Skepsis und Misstrauen, gekoppelt mit Hoffnung "schön wär's".

Die New York Times² kommentiert gleich am nächsten Tag: "Wenn der Business Roundtable es ernst meint, dann sollte er morgen mit seinem ganzen Gewicht Gesetzesvorschläge unterstützen, die den Plattitüden des Vorstandes die Zähne des Gesetzes zeigen." Die Zeitung weist auf die mangelnde Konsistenz der Erklärung hin: "Vom Runden Tisch wurde nicht erwähnt, dass die Vergütung von Top-Managern eingeschränkt werden soll, ein enorm kontroverses Thema, weil die 100 höchstbezahlten Geschäftsführer das 254-fache des Median-Einkommens ihrer Mitarbeiter verdienen."

Sogar unter den Unterzeichnern überwiegt der Respekt vor der Größe der Aufgabe:

"Die Ideologie des Vorrangs der Aktionäre hat zu der wirtschaftlichen Ungleichheit beigetragen, die wir heute in Amerika sehen", Darren Walker, der Präsident der Ford Foundation und ein Pepsi-Vorstandsmitglied... "Die Chicagoer Schule der Wirtschaft ist eingebettet in die Psyche der Investoren und die Rechtstheorie und die Denkweise des C.E.O. Das zu überwinden, wird nicht leicht sein."

Im gleichen Artikel wird darauf hingewiesen, dass die Aktien-Eigentümer diese neue Orientierung teilen müssen, sollte sie in Entscheidungen umgesetzt werden.

"Damit Unternehmen ihre hochgesteckten Versprechen wirklich einlösen können, brauchen sie auch die Wall Street... Solange die Anleger nicht anfangen, die Unternehmen an ihrer sozialen Wirkung statt an ihren Quartalsrenditen zu messen, könnten sich systemische Veränderungen als schwer durchsetzbar erweisen."

Die Süddeutschen Zeitung³ weist ebenfalls in einem Kommentar darauf hin, dass sich die Konzernlenker mit den Aktionären auseinandersetzen müssen. "Der Balance-Akt besteht darin, dass auch in Zukunft zuerst die Aktionäre gefragt sein werden, denn die sind die Eigentümer... Erfolgreiches Handeln den Chefetagen geht nicht ohne Gewissen, Moral und Verantwortungsbewusstsein der Entscheider. Es geht auch nicht ohne Rückgrat und die Bereitschaft, sich mit ungedulden Aktionären anzulegen."

Die Investoren⁴ selbst meldeten sich am gleichen Tag noch zu Wort und bestanden auf dem bisher geltenden Vorrang der Shareholder-Interessen. "Die BRT-Erklärung spricht von Verpflichtungen gegenüber einer Vielzahl von Stakeholdern, wobei die Aktionäre an letzter Stelle stehen und die Aktionäre lediglich als Kapitalgeber und nicht als Eigentümer bezeichnet werden. CII ist der Ansicht, dass Vorstände und Manager den Fokus auf den langfristigen Shareholder Value legen müssen. Um langfristigen Shareholder Value zu erzielen, ist es entscheidend, die Stakeholder zu respektieren, aber auch eine klare Rechenschaftspflicht gegenüber den Unternehmenseignern zu haben. Rechenschaftspflicht gegenüber allen bedeutet Rechenschaftspflicht gegenüber niemandem".

Die Investoren, die im Council for Institutional Investors zusammengeschlossen sind, werden allerdings von einflussreichen Vertretern der eigenen Zunft konterkariert. So hat z.B. Larry Fink⁵ den Wandel zu einer Stakeholder-Verantwortung bereits im Januar 2018 in einem Brief an die Unternehmen gefordert. Seine Investmentfirma Black Rock ist die weltgrößte und z.B. in allen Dax-Unternehmen mit wesentlichen Anteilen vertreten. "Die Gesellschaft verlangt, dass Unternehmen, sowohl öffentliche als auch

² New York Times, Feeling Heat, C.E.O.s Pledge New Priorities, Aug. 20, 2019

³ Süddeutsche Zeitung 9./10. November 2019 Die neue Sinnsuche

⁴ Council of Institutional Investors Responds to Business Roundtable Statement on Corporate Purpose https://www.cii.org/aug19_brt_response

⁵ Larry Fink, Jan. 2018 <https://www.blackrock.com/corporate/en-no/investor-relations/larry-fink-ceo-letter>

private, einem gesellschaftlichen Zweck dienen⁶. Um langfristig erfolgreich zu sein, muss jedes Unternehmen nicht nur finanzielle Leistung erbringen, sondern auch einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten. Unternehmen müssen allen ihren Stakeholdern, einschließlich Aktionären, Mitarbeitern, Kunden und den Gemeinden, in denen sie tätig sind, nützen".

Das Council for Institutional Investors ist nicht die einzige Stimme, die am bisherigen Shareholder-Value Prinzip festhalten möchte. Die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung⁷ greift ausführlich auf Milton Friedman⁸, den Schöpfer des Prinzips, zurück.

Friedman wird zustimmend wiedergegeben: "Es gibt nur eine einzige soziale Verantwortlichkeit von Unternehmen - ihre Ressourcen so zu nutzen und sich in solchen Aktivitäten zu engagieren dass sie ihre Gewinne steigern". Danach werden Freund-Feind-Schemata aktiviert: "Friedman gilt den Gegnern einer marktwirtschaftlichen Ordnung als Buhmann des Kapitalismus." Der Artikel fragt mit Friedman: "Wenn Geschäftsleute von der sozialen Verantwortung eines Unternehmens sprechen, wen meinen Sie eigentlich?" Und gibt Friedman's Antwort wieder: "Verantwortung können nicht Unternehmen sondern nur Menschen tragen. Spitzenmanager aber sind Angestellte, ihre Verantwortung besteht gegenüber dem Eigentümer, nicht gegenüber der Gesellschaft. Die meisten Anleger halten Aktien um eine Rendite zu erzielen. Wenn Manager Geld für den Regenwald in Brasilien Spenden zahlen dafür Aktionäre in Form geringerer Ausschüttungen, Kunden in Form höherer Preise oder Beschäftigte in Form niedriger Löhne."

Genau dieser Auffassung bereitet das Prinzip des Stakeholder-Value ein Ende. Die Konzernlenker des Business Roundtable sind unstrittig die Angestellten des Unternehmens, aber sie sind nach der neuen Auffassung eben nicht nur und vor allem nicht vorrangig den Shareholdern verpflichtet. Höhere Ausgaben für Lieferanten, die den Regenwald in Brasilien schützen und respektieren, werden in der Stakeholder-Orientierung vom Unternehmen wertgeschätzt, weil sie ein lebenswichtiges ökologisches System schützen und als weitere Wirkung auch die Reputation des Unternehmens fördern.

Letzteres gesteht – mit Friedman argumentierend – auch die FAS zu: "Das Engagement für Umweltschutz verbessert das Renommee eines Unternehmens und trägt dazu bei mehr Kunden zu gewinnen das zahlt sich für das Unternehmen aus, steht aber nicht im Widerspruch zu Friedmans Logik. Er schließt nicht aus dass derartige Ausgaben im Interesse des Unternehmens liegen könnten. Er setzt als Nebenbedingung für die Gewinn- Orientierung immer die rechtlichen und ethischen Spielregeln der Gesellschaft. Was Friedmann stört, ist die Begründung solcher Ausgaben mit der sozialen Verantwortung des Unternehmens. Die Manager verstärkten damit die Meinung, dass die Gewinn-Erzählung schlecht und unmoralisch sei. Setze sich diese durch, werde der Markt nicht durch das soziale Gewissen der Geschäftsleute reguliert, sondern durch die eiserne Faust von Regierungsbürokraten."

Sieht man ab von der erneuten Aktivierung von Feindbildern (eiserne Faust von Regierungsbürokraten), zeigt der Rekurs auf Friedman, wie sich die Auffassungen in der Wirtschaft verändert haben. Viele Konzernlenker stimmen mittlerweile mit Kritikern aus Zivilgesellschaft und Politik überein, dass der Bogen überspannt wurde, dass der Schutz ökologischer Systeme auf die Tagesordnung von Konzernen gehöre, dass die Armut-Reichtums-Kluft zur Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt geworden sei und dass die Unternehmen für ihre Wirkungen in der Gesellschaft Verantwortung tragen.

Von der Seite der Rechtsauffassung gibt es ebenfalls Unterstützung für ein verantwortungs-orientiertes Verhalten der Konzernlenker*innen. In der Financial Times⁹ meldet sich Martin Lipton zu Wort, er ist Mitinhaber einer auf Unternehmensrecht spezialisierten Anwaltskanzlei in London. Er verweist auf die

6 Nebenbemerkung: Larry Fink hat die Forderung nach einem 'Purpose' noch weiter zugespitzt. Ein Unternehmen soll einem gesellschaftlich sinnvollen Zweck dienen: "Ohne gesellschaftlich sinnvollen Zweck kann kein Unternehmen, weder öffentlich noch privat, sein volles Potenzial erreichen. Es verliert letztlich die Lizenz der wichtigsten Stakeholder." Seit diesem Brief sind Erklärungen, dass der Konzern einem Purpose dient, von vielen Firmen zu hören. Beispiel Adidas: Trough Sport we have the Power to change Lifes. Das führt meist nur zu marketing-tauglichen Erklärungen, die im Geschäft ohne Wirkung bleiben. Diese Diskussion wird hier nicht weiter verfolgt.

7 Ein Hoch auf den Gewinn, Patrick Welter, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung 1.9.2019

8 Milton Friedman: The Social Responsibility of Business is to increase it's Profis, New York Times Magazine 13. September 1970

9 Financial Times, September 18, 2019, Martin Lipton: Directors have a duty to look beyond their shareholders

sog. Business Judgement Regel¹⁰: "In jeder US-Jurisdiktion ist es den Organen erlaubt, mit ihrem "geschäftlichen Urteilsvermögen" die ESG-Grundsätze zu verfolgen, um langfristigen Unternehmenswert zu schaffen. Umfassend informierte Verwaltungsräte sind auch befugt, den Ruf des Unternehmens zu schützen und mit den Anlegern über langfristige Bedrohungen durch soziale und ökologische Themen zu sprechen. ... Große institutionelle Aktionäre - insbesondere Black Rock - ... erwarten von Unternehmen, dass sie einen gesellschaftlich und wirtschaftlich sinnvollen Zweck artikulieren, dass sie in ethischen Fragen öffentlich Stellung beziehen und Pläne zur Bewältigung der steigenden Risiken von Einkommensungleichheit und Umweltverschlechterung vorlegen."

Wie ist diese Auseinandersetzung einzuschätzen? Die Interessengegensätze werden deutlich, widersprüchliche Aussagen sind nicht verwunderlich. Eine realistische Auffassung könnte sein, dass die Stakeholder-Erklärung der bedeutendsten internationalen Konzerne ein neues Kapitel in der Entwicklung des Kapitalismus aufschlägt. Die Veränderungen in Gesellschaft und Natur sind zu offensichtlich bedrohlich und können nicht länger geleugnet werden. Die hellstichtigsten Vertreter der Kapital-Interessen suchen eine neue Balance.

Darin können und müssen sie beim Wort genommen werden. Die Herausforderung ist existenziell. Es steht letztlich die demokratische Verfassung der westlichen Staaten zur Disposition. Darauf weist die New York Times hin¹¹: "Die Demokratie ist in Gefahr. Wenn die Demokratien der Welt nicht wieder ein sichereres Leben für die Arbeiter- und Mittelschicht bieten, werden sie vielleicht nicht mehr lange Demokratien sein. Stabilität hat einen Preis, und jemand wird dafür bezahlen müssen. Warum nicht die Menschen mit dem Geld? Die 400 reichsten Amerikaner - die oberen .00025% der Bevölkerung - besitzen jetzt mehr von den Reichtümern des Landes als die 150 Millionen Erwachsenen in den unteren 60% der Vermögensverteilung. Der Anteil der 400 hat sich seit den 1980er Jahren verdreifacht, ... Der Reichtum hat sich an die Spitze verschoben. Es wurde der Mittelschicht weggenommen. Es macht die Menschen ängstlich. Die Angst öffnet Demagogen die Tür. Es ist nicht kompliziert."

Progressive Kräfte in der US-Politik greifen in diese Auseinandersetzung ein. Elisabeth Warren, die Senatorin aus Massachusetts, bringt einen 'Accountable Capitalism Act' in die Diskussion, mit dem Unternehmen mit Umsätzen über einer Milliarde US-Dollar verpflichtet würden, die Interessen von Mitarbeiter*innen, Kund*innen und der Gemeinden zu beachten. Die Financial Times¹² geht dieser Idee nach und weist darauf hin "Mess- und Bewertungskriterien sind die empfindliche Seite..."

Die Absicht, die Wertschöpfung der Konzerne in der Stakeholder-Value-Perspektive auszudrücken, muss noch die Hürde nehmen, diese Dimensionen der Wertschöpfung mess- und bewertbar zu machen. Die bisherige Erfolgsmessung des Shareholder Value ist vergleichsweise einfach. Der Erfolg ist in Finanzkennzahlen mess- und bewertbar. Wenn diese Vereinfachung als eine unzulässige Verengung des Blicks zurückgenommen wird, muss der Erfolg des Unternehmens unter Einbezug der Wertschöpfung für Kund*innen, Mitarbeiter*innen, Lieferant*innen, die Gesellschaft, die Natur und die Eigentümer*innen dargestellt werden.

Daran wird von verschiedenen Seiten bereits mit Hochdruck gearbeitet. Der Artikel der Financial Times weist darauf hin: "Einige sehen eine Chance in der Notwendigkeit besserer Daten: EY's Geschäftsführer, Mark Weinberger, prognostiziert, dass die Aufgabe, solche Kennzahlen für Kunden zu bewerten, eines Tages ein ebenso wichtiges Geschäft für seine Big Four Wirtschaftsprüfer sein wird, wie es heute die Finanzprüfung ist. Aber niemand hat bisher einen Weg gefunden, den Zweck so einfach zu messen, wie das Endergebnis einer Gewinn- und Verlustrechnung".

In Deutschland gibt es von Seiten der Konzerne den Ansatz des Value-to-Society, der von BASF in Zusammenarbeit mit PWC entwickelt wird und den in der Value Alliance eine Anzahl von Dax-Konzernen unterstützen.¹³ Value-to-Society arbeitet daran, die wirtschaftlichen Aktivitäten ganzheitlich monetär darzustellen. Die Wertschöpfung für Lieferanten, Kunden, Eigentümer, Gesellschaft, Mitarbeiter und der Naturverbrauch werden in Euro ausgedrückt und z.T. grob geschätzt. Für qualitative

¹⁰ https://de.wikipedia.org/wiki/Business_Judgement_Rule

¹¹ New York Times, November 12, 2019 Michael Tomasky: A plea to the billionaires

¹² FT Jan 4, 2019. Andrew Edgecliffe-Johnson: Beyond the bottom line: should business put purpose before profit?

¹³ https://www.handelsblatt.com/unternehmen/management/bilanzierung-konzerne-gruenden-werteallianz/v_detail_tab_comments/24918648.html?ticket=ST-36749745-GkyfTIVvoqHOPVhrE2Qc-ap3

Merkmale der Wertschöpfung wie z.B. menschenrechtliche Aspekte gibt es allerdings keine plausible Monetarisierung, deshalb werden diese Aspekte einfach nicht mit berücksichtigt.¹⁴

In dieser Situation ist es angemessen, den Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie aufzugreifen. Das unternehmens-ethische Bewertungsmodell der Gemeinwohl-Ökonomie¹⁵ (GWÖ) stellt eine umfassendere Sichtweise zur Verfügung, die auch die qualitativen Aspekte darzustellen ermöglicht. Die GWÖ ist eine Entwicklung aus der Zivilgesellschaft und wird seit 2011 von Unternehmen angewendet, die das Eigentümer-zentrierte Wirtschaftsmodell als unzutreffend empfinden.

Neben die Finanzbilanz wird die Gemeinwohl-Bilanz gestellt. Die Finanzbilanz gibt Rechenschaft über die Mittelverwendung und die finanziellen Resultate bei der Verfolgung des Unternehmenszwecks. Die GW-Bilanz gibt Rechenschaft, wie die Wertschöpfungspartner des Unternehmen behandelt werden und drückt die Wertschöpfungsbeiträge in sinnvollen Kriterien und vergleichbaren Bewertungen aus. Merkmale der Wertschöpfung, die einer monetären Bewertung nicht zugänglich sind, aber für das Verständnis der Wirkung des Unternehmens in der Gesellschaft sehr bedeutsam sind, werden durch ein Punktesystem in die Darstellung eingeführt. Die Gemeinwohl-Bilanz und der dazugehörige Gemeinwohl-Bericht zeigen in zwanzig Themenfeldern auf, wie die Praktiken des Unternehmens die Wertschöpfung für die Stakeholder-Gruppen unterstützen - oder nicht unterstützen. Dies gelingt vor allem, weil die GWÖ ein ethisches Unternehmensmodell ist und als Massstab der Bewertung einen ethischen Werterahmen einführt. Die Werte entsprechen den Verfassungsgrundsätzen in den westlichen Demokratien und beziehen sich auf die Menschenwürde, soziale Gerechtigkeit und Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und demokratische Mitwirkung. Um gesellschaftliche Gültigkeit und Wirkung zu erreichen, müssen die Resultate der Gemeinwohl-Bilanz mit Rechtsfolgen, also gesetzlich verbindlichen Anreizen und Vorteilen, verknüpft werden.

Die GWÖ wurde um 2010 entwickelt und erweist sich bei der Hinwendung der Konzerne zur Stakeholder-Value-Darstellung als probates Berichts- und Steuerungssystem. Die Gliederung in zwanzig Themenfelder je nach Wert und Stakeholder-Gruppe gibt eine brauchbare Vorlage für ein Management-System, das die Gemeinwohl-Beiträge steuern und verbessern hilft. Mehrere mittelständische Unternehmen haben bisher GW-Bilanzen erstellt. Sie zeigen, dass das Problem "Mess- und Bewertungskriterien sind die empfindliche Seite..." überwunden werden kann.

Die Absicht, den Kapitalismus zu reformieren und die Unternehmen zu einem stärkeren Beitrag zur Bewältigung der gesellschaftlichen und ökologischen Krisen zu bewegen, hat auch das Konzept der Triple Bottom Line¹⁶ von John Elkington verfolgt. Der Ansatz wurde leider in der Unternehmenspraxis schnell seines ursprünglichen Impetus beraubt, wie die nachfolgende Definition - und Revision - zeigt:

"Der Triple-Bottom-Line-Ansatz (Drei-Säulen-Modell) dient als Orientierung für ein Unternehmen, um die eigene Nachhaltigkeit sicherzustellen. Die Nachhaltigkeit beruht demnach auf den drei Säulen (Dimensionen) Ökonomie, Ökologie und Soziales, die ein nachhaltiges Unternehmen in seiner Zielsetzung berücksichtigen soll. Gemäß dem klassischen Triple-Bottom-Line-Ansatz handelt ein Unternehmen nachhaltig, wenn es alle drei Dimensionen gleichrangig verfolgt. *Dieser klassische Ansatz wurde weiterentwickelt zum sog. modifizierten (ökonomischen) Triple-Bottom-Line-Ansatz. Gemäß dem modifizierten Triple-Bottom-Line-Ansatz steht die ökonomische Dimension an oberster Stelle. Soziale und ökologische Dimension sind dem wirtschaftlichen Ziel untergeordnet.*" (Hervorhebung durch Verfasser).

Die Unterordnung der sozialen und ökologischen Dimension unter das wirtschaftliche Ziel steht im Gegensatz zu den Intentionen des Erfinders des Konzepts.

John Elkington hat seinen Ansatz im Juni 2018 öffentlich zurückgezogen¹⁷, weil er die missbräuchliche Anwendung und den Mangel an Wirkung beklagte. Im Artikel mit dem Titel: "Vor 25 Jahren habe ich den Ansatz "Triple Bottom Line" geprägt - hier ist der Grund, warum ich ihn aufgebe." schreibt er:

"Die ursprüngliche Idee war ..., Unternehmen zu ermutigen, den wirtschaftlichen (nicht nur finanziellen), sozialen und ökologischen Mehrwert zu erfassen und zu gestalten - oder zu zerstören. Diese Idee hat Plattformen wie die Global Reporting Initiative (GRI) und die Dow Jones Sustainability Indices (DJSI)

14 https://www.basf.com/.../we-create-value/BASFs_Value-to-Society_Method_Paper.pdf page 5

15 <https://www.ecogood.org/de/unsere-arbeit/gemeinwohl-bilanz/gemeinwohl-matrix/>

16 https://www.controlling-wiki.com/de/index.php/Triple_Bottom_Line

17 <https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it>

durchdrungen und die Rechnungslegung von Unternehmen, die Einbindung von Stakeholdern und zunehmend auch die Strategie beeinflusst. Doch TBL war nicht nur als reines Bilanzierungsinstrument konzipiert. Es sollte zu einem tieferen Nachdenken über den Kapitalismus und seine Zukunft anregen, aber viele frühe Anwender verstanden das Konzept als einen Balanceakt, der eine Trade-off-Mentalität annahm".

Die TBL war (und ist noch immer) dem Missbrauch preisgegeben, weil sie kein verbindliches, ganzheitliches, messendes und wertendes Berichtsrahmenwerk geschaffen hat und weil die Gesetzgebung nicht tätig geworden ist, um dem Prinzip der TBL allgemeingültige Kraft zu geben. Wie zu Beginn dieses Artikels in Bezug auf die Stakeholder-Value-Verkündung festgestellt wurde ist es nötig, "Gesetzesvorschläge zu unterstützen, die den Plattitüden des Vorstandes die Zähne des Gesetzes zeigen".

Diese Gefahren sind der Gemeinwohl-Ökonomie bewusst. Sie legt immerhin einen Berichtsrahmen vor, der die Nachhaltigkeitsleistung ganzheitlich erfasst, bewertet und auditiert. Bis zum verbindlichen Gesetzesrahmen sind noch einige Diskussionen zu führen und Verbesserungen des Konzepts zu leisten. Es ist offen, ob die Idee eines ethisch begründeten Bewertungsrahmens sich in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik durchsetzen wird. Letztlich ist das eine Frage der Auseinandersetzung unterschiedlicher Interessen und des Einsichtsvermögens der Machtgruppen in der Wirtschaft, dass eine Wirtschaft, die sich am Gemeinwohl orientiert, für alle eine Zukunftsbasis schaffen kann. Auch wenn – und gerade weil - sie der Tätigkeit der Konzerne neue Impulse geben würde.

Verfasser:

Gerd Hofielen, Humanistic Management Practices gGmbH

GWÖ-bilanzierendes Unternehmen