

Soziale Unternehmen sind erfolgreicher

Laut Carolina Müller-Möhl zahlen sich Öko und Bio aus

IRINA KISSELOFF

Es gibt in der Wirtschaft Begriffe, die oft zu hören, aber kaum zu fassen sind. Corporate Social Responsibility (CSR) gehört dazu. Carolina Müller-Möhl versuchte gestern die Notwendigkeit und den Nutzen von CSR, dieser gesellschaftlichen Verantwortung von Firmen, begreifbar zu machen. Die Präsidentin der Müller-Möhl-Gruppe und Nestlé-Verwaltungsrätin tat dies im Landhotel Hirschen in Erlinsbach AG auf Einladung des Business Club Mittelland. Dieser lädt regelmässig hochkarätige Persönlichkeiten aus der Wirtschaft zu Referaten ein.

Gestern, das gaben die zahlreichen Teilnehmer unumwunden zu, lockte sie aber weniger das Thema als die Referentin. Wer ist Carolina Müller-Möhl, diese Vorzeigefrau der Schweizer Wirtschaft, die zusätzlich zum Nestlé-Mandat bei der Orascom Development Holding und der NZZ-Gruppe im Verwaltungsrat sitzt? Müller-Möhl konterte: «Ich erzähle Ihnen aber keinen Schwank aus meinem Leben.» Und machte sich gleich auf, CSR zu definieren und die Chancen und Tücken eines gesellschaftlichen Engagements darzulegen.

Unternehmen sollten die verschiedensten Anspruchsgruppen in ihr Handeln einbeziehen. Das sei an sich ja nichts Neues, hielt Müller-Möhl fest. Neu sei hingegen, dass die Öffentlichkeit diesbezüglich eine so hohe Erwartungshaltung an Unternehmen habe. Der Druck, die soziale Verantwortung wahrzunehmen, sei deutlich gestie-



ENGAGIERT Müller-Möhl. CHRIS ISELI

gen. Dabei befänden sich der Staat und die Privatwirtschaft in einem Wettlauf um die Vorherrschaft bei der Thematik. Es sei im Interesse der Firmen, diese für sich zu gewinnen, denn staatliche CSR-Regeln wären nicht im unternehmerischen Interesse. Zudem lasse sich mit CSR Geld verdienen. Das zeige der Erfolg, den Öko-, Bio- und Fair-Trade-Produkte haben. Das Problem liegt laut Müller-Möhl darin, dass viele Firmen CSR in Projekte auslagern. Das sei falsch. Gesellschaftliches Engagement müsse ein integraler Teil der Firmenstrategie sein und mit der gleichen Professionalität wie das Kerngeschäft betrieben werden.

Lesen Sie am Montag das grosse Interview mit Carolina Müller-Möhl.