Rezension zu Hildebrandt, Alexandra ? Landhäußer, Werner (Hg.): CSR und Digitalisierung ? Chancen und Herausforderungen für Wirtschaft und Gesellschaft



von Georg Lämmlin

Hildebrandt, Alexandra ? Landhäußer, Werner (Hg.): CSR und Digitalisierung ? Chancen und Herausforderungen für Wirtschaft und Gesellschaft , (Management-Reihe Corporate Social Responsibility, hg. von René Schmidtpeter), Springer Gabler Berlin 2017, ISBN 978-3-662-53201-0, ? 49,99 (eBook ISBN 978-3-662-53202-7, ? 39,99)

Herausgeberin Alexandra Hildebrandt ist als Mitinitiatorin der "Gesichter der Nachhaltigkeit" und als Bloggerin für die Huffington Post eine wichtige Impulsgeberin im Nachhaltigkeits- und CSR-Diskurs. Werner Landhäußer vertritt als Mitherausgeber den Bick des nachhaltig ausgerichteten, technologiegetriebenen Mittelstandes.

Diese Kombination zeichnet diesen Band in der Management-Reihe Corporate Social Responsibility aus. Er versammelt insgesamt 82 Beiträge zu den Themenbereichen "Wirtschaft, Politik und Gesellschaft" (5 Beiträge), "Innovation und Technologie" (21), "Mobilität" (4), "Handel und Konsumgüter - Fülle des Lebens" (11), "Arbeit, Management und Leadership" (19), "Die Zukunft von Marketing und Vertrieb" (5), "Medien und Kommunikation" (9), "Gesundheit und Sport" (4) und "Bildung, Kultur und (Lebens-)wissenschaften" (5).

Eine Reihe von Vorworten eröffnet den Band: Wolfgang Schäuble, Fredmund Malik, Julia Klöckner, Jörg Assmussen, Timotheus Höttges, Olaf Koch, Christoph Keese und Valerie Niehaus. Schäuble fokussiert bei der Themenbestimmung auf eine proaktive Verantwortung der Unternehmen, um der Regulierung zuvorzukommen. Malik stellt eine Verbindung der Digitalisierung mit seinem Managementansatz der Selbstorganisation komplexer Systeme her, die er "systemkybernetisches Management" nennt (XXXII). Assmussen lenkt den Blick auf die gesamtgesellschaftliche Perspektive und fordert "Industrie 4.0 braucht einen Sozialsaat 4.0", in dem die Sozialsysteme auf die neuen Arbeitsverhältnisse der "neuen Selbständigkeit" eingestellt sind (XXXVIII). Höttges fragt zu diesem Punkt, ob die "Gewährung eines bedingungslosen Grundeinkommens" eine Lösung sein könnte (XLVII). Dass es in Deutschland bei der digitalen Transformation eine spezifische Perspektive der nachhaltigen Kundenorientierung mittels Digitalisierung gibt, darauf verweist Koch. Einen großen Nachholbedarf sieht Keese. Niehaus plädiert für eine Besinnung auf das eigene Denken, Klöckner für eine "intelligente Kombination von freiwilligen Maßnahmen und verbindlichen Vorschriften" (XXXIV).

Die Bandbreite der Vorwortbeiträge signalisiert, dass es sich bei diesem Sammelband nicht um eine Entfaltung eines systematischen beziehungsweise systemischen Ansatzes der Digitalisierung von Unternehmensverantwortung handeln kann. Weder wird ein stringenter systemischer Ansatz zugrunde gelegt und konsequent entfaltet, noch werden die Branchen und Dimensionen

systematisch durchgearbeitet, vielmehr wird eine interessante und anregende Vielfalt von fallbezogenen Praxisberichten, wissenschaftlich begründeten Modellen und persönlichen Reflexionen präsentiert. Aus der Reihe der Beiträge kann man den Ansatz von Tina Düring und Hagen Fischbeck "Einsatz der Blockchain-Technologie für eine transparente Wertschöpfungskette" (S. 449-464) hervorheben. Sie erlaubt eine fälschungssichere Dokumentation jeden Schrittes in der Lieferanten- und Produktionskette und löst das Kontrollproblem in der Wertschöpfungskette. Und als "Public Blockchain" ermöglicht sie auch eine Transparenz für die unterschiedlichen Stakeholder bis zu den Konsumenten. Umfassend integriert das von Franz-Michael Binninger et. al. vorgestellte Modell "Digitalisierung im Handel - das 360-Grad-Omni-Sales-Modell als Lösungsansatz" (S. 483-510) nicht nur die Verantwortung in der Wertschöpfungskette, sondern alle Effizienzaspekte in einen Prozess.

Ganz analog dagegen ist beispielsweise der Beitrag zu Nachhaltigkeitsaspekten von Maßschuhen und der ihm verschriebenen handwerklichen Produktionsweise ("Maßschuhe - ein nachhaltiges Produkt") von Gabriele Braun und Kirstin Henneman angelegt (S. 525-535). Diese Perspektive erweitern die Beiträge "Einfluss der Digitalisierung auf die Mode" (S. 537-553) und "Dinge des Lebens im Zeitalter der Digitalisierung" der Herausgeberin Hildebrandt (S. 555-573).

Innovation, Marketing und Führung, Kommunikation, Gesundheit und Bildung sind weitere Dimensionen für die Vielfalt der Beiträge, die hier nicht näher vorgestellt werden können. Aus der Sicht des (theologischen) Wirtschaftsethikers sind noch von besonderem Interesse die Beiträge von Christian Hoffmeister "Die MacGoogleisierung als neue Religion" (S. 67-82) und Stefan Brunnhuber "Psychologie im Anthropozän - Warum wir über Grenzen nachdenken müssen" (S. 1121-1134). Eine religiöse Dimension erhält Digitalisierung dadurch, dass sie kognitive Fähigkeiten, Wissen und Verantwortung immer stärker an Rechner, Algorithmen und Datenprozesse delegiert und so eine neue, religionsähnliche Form von Abhängigkeit generiert. "Wir sind darauf angewiesen, dass die Unternehmen das Wissen über Zusammenhänge des Lebens und Daten des Einzelnen tatsächlich im Sinne des Wohls aller einsetzen" (S. 80). Religiös kommunizieren lässt sich diese Angewiesenheit allerdings nicht mehr. Vielmehr braucht die digitale Transformation, so sehr sie auch zur technologischen Unterstützung von CSR beitragen kann, eine andere Seite der Wahrnehmung von (Unternehmens-)Verantwortung, die nicht an maschinelle Systeme delegiert werden kann, sondern moralische Subjekte und ethische Reflexion auf Kriterien des Guten benötigt. Angesichts von Crutzens Begriff des "Anthropozän" stellt sich diese Herausforderung mit großer Dringlichkeit.

Am Ende kommt es darauf an, die grundsätzliche Unterscheidung "Green-in-IT" und "Green-through-IT" zu nutzen (S. 339): Digitalisierung überstützt Unternehmensverantwortung, gewiss aber nicht als Selbstläufer.

Der Autor



Georg Lämmlin

ist apl. Prof. für Praktische Theologie an der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg und seit September 2016 Studienleiter für Wirtschaftsethik, Global Governance und Europa an der Evangelischen Akademie Bad Boll. Zuvor war er Leiter des Theologischen Instituts an der Universität Mannheim mit Schwerpunkt in Religionspädagogik, Ethikdidaktik und Wirtschaftsethik. Promotion 1991 zu Schleiermachers Kirchenverständnis und Habilitation 2001 mit einer Grundlagentheorie der Homiletik. Veröffentlichungen unter

anderem zu Themen der postsäkularen Gesellschaft.