



**WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK**  
***WITTENBERG CENTER FOR GLOBAL ETHICS***

**DISKUSSIONSPAPIER NR. 2007-4**  
***DISCUSSION PAPER NR. 2007-4***

**Andreas Suchanek, Martin von Broock**

**Die Responsible Care-Initiative der chemischen Industrie –  
Eine wirtschaftsethische Betrachtung**

**Herausgegeben vom**  
***Edited by***

**Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.**



## Haftungsausschluss

Diese Diskussionspapiere schaffen eine Plattform, um Diskurse und Lernen zu fördern. Die Herausgeber teilen daher nicht notwendigerweise die in diesen Diskussionspapieren geäußerten Ideen und Ansichten. Die Autoren selbst sind und bleiben verantwortlich für ihre Aussagen.

**ISSN 1862-6289**

**ISBN 978-3-86010-931-1**

## Autorenanschrift

**Prof. Dr. Andreas Suchanek**

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.  
Collegienstraße 62  
D-06886 Lutherstadt Wittenberg

**Martin von Broock**

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.  
Collegienstraße 62  
D-06886 Lutherstadt Wittenberg

## Korrespondenzanschrift

**Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.**

Collegienstraße 62  
D-06886 Lutherstadt Wittenberg  
Tel.: +49 (0) 3491-466-257  
Fax: +49 (0) 3491-466-258  
Email: [info@wcge.org](mailto:info@wcge.org)  
Internet [www.wcge.org](http://www.wcge.org)

Andreas Suchanek, Martin von Broock

## Die Responsible Care-Initiative der Chemischen Industrie – Eine wirtschaftsethische Betrachtung

### 1. Einleitung

Am 3. Dezember 1984 kam es zum schwersten Unfall in der Geschichte der chemischen Industrie: Im indischen Bhopal entwickelte sich über der Fabrik von Union Carbide eine Wolke aus dem hochgiftigen Methylisocyanat, die 3.000 Tote und über 200.000 Verletzte zur Folge hatte.

Die chemische Industrie geriet durch diesen und andere schwerwiegende Störfälle weltweit auf die Anklagebank der Öffentlichkeit. Exemplarisch seien Umfragen aus Großbritannien angeführt, in denen Bürger nach ihrer Ein- und Wertschätzung der Chemieindustrie befragt wurden; gaben 1970 noch etwa die Hälfte der Befragten ein positives Urteil ab, sank dieser Anteil bis 1990 auf 20% (Simmons/Wynne 1993, 204). Auch in Deutschland erreichte das Ansehen der Branche nach verschiedenen Vorfällen einen Tiefpunkt.

Eine Antwort der Chemie-Industrie bestand in der Entwicklung der globalen Initiative, die den Titel „Responsible Care“ trägt. Initiator war der kanadische Chemieverband CCPA (Canadian Chemical Producers Association) im Jahre 1985. Mittlerweile nehmen an der Initiative weltweit Verbände aus 53 Ländern mit nationalen Programmen teil; nach Angaben des International Council of Chemical Associations (ICCA) repräsentieren sie insgesamt rund 90 Prozent der globalen Chemie-Produktion.<sup>1</sup>

Was ist von dieser Initiative zu halten? Stellt sie eine „wirksame und glaubwürdige Alternative zu wachsender staatlicher Regulierung“ (VCI 1998, 4) dar, handelt es sich nur um bloße Lippenbekenntnisse, wie von manchen Umweltverbänden befürchtet wird, und ist ein solches kollektives Handeln nach Maßgabe ökonomischer und rechtlicher Grundsätze überhaupt marktkonform?

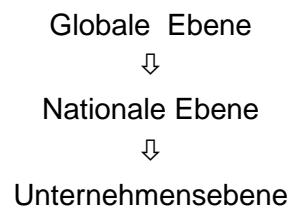
Im Folgenden wird der Versuch unternommen, die Responsible Care-Initiative einer wirtschaftsethischen Beurteilung zu unterziehen. Die Überlegungen sind wie folgt gegliedert: Zunächst erfolgt eine genauere Darstellung einiger Kernpunkte der Initiative (2). Anschließend werden die Grundzüge des hier zu Grunde gelegten wirtschaftsethischen Ansatzes, der „Ökonomischen Ethik“ (vgl. Suchanek 2007), skizziert (3), um dann auf der Grundlage dieser Konzeption eine Beurteilung der Initiative zu geben (4). Einige abschließende Bemerkungen bilden den Schluss (5).

---

<sup>1</sup> <http://www.responsiblecare.org/page.asp?p=6407&l=1>

## 2. Die Initiative

Der ICCA definiert die Responsible Care-Initiative wie folgt: „Responsible Care is the chemical industry’s unique ethic that drives continuous improvement in health, safety and environmental performance, while openly and transparently communicating with stakeholders.“ (ICCA 2007, 10) Zentraler Bestandteil des Selbstverständnisses ist die Wahrnehmung der Eigenverantwortung unabhängig von staatlichen Vorgaben. Der Anspruch, dass eine ganze Branche die Verantwortung für die Aktivitäten ihrer Mitglieder und deren Folgen übernimmt, verlangt ein erhebliches Ausmaß an Abstimmung der Unternehmen der chemischen Industrie. Diese Abstimmung erfolgt über drei Ebenen<sup>2</sup>:



Auf der globalen Ebene wurden zunächst 1998 grundlegende Kriterien festgelegt, die so genannten „fundamental features“, an denen sich die nationalen Verbände zu orientieren haben, wenn sie an der Initiative teilnehmen wollen. Im Jahr 2006 hat die ICCA mit der Responsible Care Global Charter einen umfassenderen Katalog von Grundsätzen veröffentlicht, der die „fundamental features“ in einen breiteren Kontext einbettet. Ziel der Charter ist es, den Rahmen für künftige Responsible Care Aktivitäten auf internationaler und nationaler Ebene weiter zu konkretisieren. Die neun Schlüsselemente der Global Charter lauten:

1. Internationale Prinzipien von Responsible Care anwenden
2. Internationale Anforderungen („fundamental features“) in die nationalen Responsible Care Programme umsetzen
3. Verpflichtung zur Förderung von Sustainable Development
4. Leistungen kontinuierlich verbessern und darüber berichten
5. Das Management chemischer Prozesse weltweit verbessern (Product Stewardship)
6. Responsible Care in der Wertschöpfungskette der Chemischen Industrie unterstützen und fördern
7. Nationale und internationale Responsible Care Governance-Prozesse aktiv unterstützen
8. Erwartungen der Stakeholder in Bezug auf Aktivitäten und Produkte der chemischen Industrie gerecht werden
9. Angemessene Ressourcen für eine wirkungsvolle Umsetzung von Responsible Care bereit stellen

---

<sup>2</sup> Bei einer detaillierteren Betrachtung wäre noch die inter-regionale Ebene einzubeziehen, auf der z.B. der europäische Verband (CEFIC) angesiedelt ist.

Der Entwicklung der Global Charter war eine mehrjährige Untersuchung von Erfahrungen und Leistungen der Branche im Rahmen der Initiative vorausgegangen, bei der auch Empfehlungen unabhängiger Stakeholder aus aller Welt berücksichtigt wurden (vgl. Beloff et al. 2005). Mit den daraus entwickelten Prinzipien der Global Charter will die Branche zum einen den gewachsenen Ansprüchen der globalen Gesellschaft Rechnung tragen: Nachdem Verbesserungen in Umweltschutz und Sicherheit von den Anspruchsgruppen zunehmend als selbstverständlich erachtet werden, bedurfte es einer Erweiterung des inhaltlichen Fokus der Initiative. So sollen künftig verstärkt die Themen nachhaltige Entwicklung, Produktverantwortung in der Lieferkette sowie Transparenz in der Industrie Berücksichtigung finden. Zum anderen sollen die konkretisierten Leitlinien die Konsistenz und Integrität der Initiative über alle Ebenen sicherstellen und verbessern (ICCA 2006, 4).

Die Global Charter fungiert somit als globaler Kodex für die Entwicklung nationaler Programme; zugleich bietet sie multinationalen Unternehmen einen zentralen Maßstab zur Entwicklung und Ausrichtung eigener Aktivitäten.<sup>3</sup> Bei der Implementierung unterstützt der Weltverband die nationalen Verbände mit verschiedenen Instrumenten; einheitliche Managementsysteme, Benchmarking- und Austauschprozesse sollen die Einhaltung der gemeinsam definierten Standards gewährleisten. Darüber hinaus sieht die Global Charter die Einführung eines zentral eingerichteten globalen Verfahrens vor, mit dem einem Unternehmen oder Verband bei Verfehlungen der Responsible Care-Status aberkannt werden kann.<sup>4</sup>

Auf der nationalen Ebene obliegt es dem jeweiligen Verband, die in der Global Charter festgelegten Vorgaben nach Maßgabe der jeweiligen Möglichkeiten zu konkretisieren. Den Verbänden sind dabei Spielräume gegeben, was vor allem auf die unterschiedlichen Ausgangsbedingungen in den einzelnen Ländern zurückgeht. So haben sie die Möglichkeit, unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte zu setzen.

Die eigentliche Umsetzung ‚vor Ort‘ geschieht auf der dritten Ebene in den Unternehmen. Sie können bzw. müssen nicht nur darüber entscheiden, ob sie überhaupt an der Initiative teilnehmen – die Nicht-Teilnahme kann je nach nationaler Situation mehr oder weniger Nachteile mit sich bringen –, sondern auch, in welcher Form sie sich engagieren. So können sie sich auf die bloße Einhaltung der grundlegenden Vorgaben beschränken, sie können aber auch aktiv eigene Projekte initiieren, die sie im Rahmen der Responsible Care-Initiative ansiedeln und die dann evtl. als Vorbild für andere Unternehmen dienen können. Die Global Charter strebt die Anwendung von Verifizierungsverfahren für das Vorgehen der Unternehmen an, die entweder von Verbänden, staatlichen Stellen oder anderen externen Organisationen durchgeführt werden sollen.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Laut American Chemistry Council haben bislang 75 CEOs führender Chemiekonzerne weltweit die Global Charter unterzeichnet ([http://www.americanchemistry.com/s\\_acc/sec\\_article.asp?CID=22&DID=1929](http://www.americanchemistry.com/s_acc/sec_article.asp?CID=22&DID=1929)).

<sup>4</sup> Vgl. Schlüsselement 7 Responsible Care Global Charter; dort heißt es in der Erklärung: „The governance process will be implemented by the ICCA and will incorporate such issues as [...] establishing a global process for revoking, when necessary, the Responsible Care status of any company or association that fails to meet its commitments.“ (ICCA 2006, 14).

<sup>5</sup> Der Responsible Care-Bericht der chemischen Industrie in Deutschland wurde 2007 erstmalig verifiziert. Die Deloitte Cert Umweltgutachter GmbH erteilte dem VCI dafür das – vom Verband angestrebte – „eingeschränkte Testat“. Der Auftrag umfasste die Evaluierung der Methodik zur Erhebung, Zusammenfassung und Validierung der Berichterstattung von Umweltdaten der berichtenden VCI-Mitgliedsunternehmen sowie die Prüfung von ausgewählten Unternehmensprojekten. Mit dem Testat, das sich auf die geprüften Objekte bezieht, bestätigen die

Folgt man den Darstellungen verschiedener Responsible Care-Berichte (CEFIC 2005, ICCA 2007, VCI 2007), so ist davon auszugehen, dass die Initiative grundsätzlich erfolgreich ist. So werden über die letzten Jahre in allen Bereichen, die die Initiative umfasst, Verbesserungen gemeldet. Gleichwohl wird auch von den Vertretern der Initiative einerseits betont, dass insbesondere hinsichtlich der Verifikation noch einiges zu tun ist, andererseits darauf hingewiesen, dass die Initiative auch als Lernprozess zu verstehen sei. Die mit Global Charter verbundene Neuausrichtung von Responsible Care gilt hier als wichtiger Meilenstein (vgl. ICCA 2007, 11). Im Weiteren ist nun die Frage zu erörtern, wie eine solche Initiative einzuschätzen ist. Dazu wird zunächst die theoretische Perspektive, aus der die Beurteilung erfolgt, dargelegt.

### 3. Die Konzeption der Ökonomischen Ethik<sup>6</sup>

Wirtschaftsethik befasst sich mit der Frage, unter welchen Voraussetzungen Widersprüche zwischen moralischen Idealen und Normen einerseits und ökonomischen Forderungen andererseits überwunden werden können. Im Kern geht es dabei immer wieder um den situativ auftretenden Konflikt zwischen Moral und Eigeninteresse. Nach einer weithin verbreiteten, gleichwohl verfehlten Vorstellung wird dieses Spannungsverhältnis als unauflösbare Dilemmastruktur wahrgenommen – man kann sich entweder für das eine oder das andere entscheiden.<sup>7</sup> Dementsprechend wird bei Unternehmen nur ein solches Verhalten als moralisch angesehen, das *uneigennützig* ist, also gerade nicht im eigenen Interesse liegt, getreu der Devise: „Moral bedeutet Verzicht“. Den Unternehmen wird deshalb immer wieder vorgeworfen, unter dem Prinzip der Gewinnmaximierung könnten sie ihre gesellschaftliche Verantwortung überhaupt nicht oder allenfalls unzureichend wahrnehmen. Als Belege werden beispielsweise Fälle von Korruption und Manipulation, der Abbau von Arbeitsplätzen oder auch negative Auswirkungen unternehmerischen Handelns auf Natur und Umwelt angeführt.

Unternehmen und Manager ihrerseits sehen sich vor diesem Hintergrund zunehmend mit moralischen Erwartungen und Ansprüchen konfrontiert, die ihnen unverständlich erscheinen. Denn: Aus ihrer Perspektive sehen sie das eigene Handeln durchaus im Einklang mit den angemahnten moralischen Werten. Nur müssen sie diesen eben unter den Bedingungen des Wettbewerbs – also unter Beachtung der vielfältigen Stakeholder-Interessen von Kapitalgebern, Lieferanten, Kunden, politischen Entscheidungsträgern usw. – Rechnung tragen. In Anbetracht der daraus entstehenden Verpflichtungen und Beschränkungen sehen die Unternehmen es als Zumutung an, wenn sie Verantwortung übernehmen sollen

- in einer Weise, die ihnen systematisch Wettbewerbsnachteile bringt, oder
- für Probleme, die sie allein gar nicht lösen können.<sup>8</sup>

---

Gutachter, dass sie auf keine Sachverhalte gestoßen sind, die im Widerspruch zu den im Responsible Care-Bericht getroffenen Aussagen stehen (VCI 2007, 29).

<sup>6</sup> Zum Folgenden vgl. ausführlicher Suchanek 2007.

<sup>7</sup> Zur systematischen Bedeutung von Dilemmastrukturen vgl. auch Homann/Suchanek 2005.

<sup>8</sup> „Allein“ bezieht sich hier nicht nur auf das einzelne Unternehmen; im globalen Kontext argumentieren oftmals auch nationale Branchen, dass sie „allein“ nur über beschränkte Handlungs- und Gestaltungsspielräume verfügen.

In der Tat erscheint es verfehlt, von Unternehmen oder Personen solche Handlungen zu erwarten, mit denen sie zugunsten der Moral dauerhaft gegen die eigenen Interessen verstoßen müssten. Ein Konzern, der unter den Bedingungen des globalen Wettbewerbs seine Interessen nicht sorgfältig wahrnimmt, wird über kurz oder lang vom Markt verschwinden. Davon profitieren würden diejenigen Akteure, die sich moralischen Forderungen konsequent und erfolgreich entziehen können.

Ebenso verfehlt ist es aber, das Verhältnis Moral und Eigeninteresse per se als unüberwindbaren Konflikt anzusehen und damit die jeweiligen Handlungsbedingungen sowie mögliche Gestaltungsspielräume auszublenden. Genau hier setzt die Wirtschaftsethik an und sucht nach Wegen, wie Moral und Eigeninteresse miteinander vereinbar – besser noch: füreinander fruchtbar gemacht werden können.

Einen Hinweis bieten die Traditionen der Menschheit: Die in allen großen Religions- und Weisheitslehren der Welt zu findende Golden Regel fordert dazu auf, die eigenen Interessen in kluger, nämlich einer die Mitmenschen berücksichtigenden Weise zu verfolgen. Nicht Moral *versus* Eigeninteresse, sondern Eigeninteresse zu Gunsten anderer *versus* Eigeninteresse zu Lasten anderer ist der Unterschied, an dem die moralische Qualität von Handlungen zu messen ist. Ökonomisch reformuliert lautet die Goldene Regel *Investiere in die gesellschaftliche Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil!*

Bei diesen Investitionen geht es vorrangig um solche in Human- und Sozialkapital: in Bildung und Ausbildung, in Fähigkeiten und Reputation, in Umweltschutz und nicht zuletzt um Investitionen in ein gutes System von Spielregeln, seien dies nun die Ordnungspolitik, die Unternehmensverfassung oder internationale Abkommen. Es geht durchaus auch darum, dass die Handelnden Verzicht üben und ‘Opfer’ bringen sollen, aber es sollen – wie bei jeder Investition – Opfer sein, die sich auch für sie lohnen; Opfer, die der eigenen und zugleich allgemeinen Besserstellung dienen. Unternehmen etwa sollen sich für die Gesellschaft oder die Umwelt engagieren, aber dieses Engagement muss auf Dauer auch für sie eine lohnende Investition – im Sinne einer Kooperation zum gegenseitigen Vorteil – sein.

Nun besteht des Weiteren die verbreitete Auffassung, wonach Wettbewerb und Kooperation in einem antagonistischen Verhältnis stehen; dementsprechend verhindere die Anwendung des Wettbewerbsprinzips das Zustandekommen von Kooperationen. Unmittelbar betrachtet ist dies richtig; Wettbewerb ist ein Interessenkonflikt zwischen Konkurrenten und prima facie das Gegenteil von Kooperation. Unter dem Eindruck negativer Effekte des Wettbewerbs werden deshalb auch immer wieder Forderungen nach einer Begrenzung des Wettbewerbs zu Gunsten von mehr Kooperation laut. Doch auch diese eindimensionale Sichtweise, nach der mehr Wettbewerb zugleich weniger Kooperation bedeutet – und umgekehrt –, ist verfehlt, und zwar deshalb, weil sie zu undifferenziert ist. Denn es existieren auch unerwünschte Kooperationen; genannt seien hier Korruption, Kartelle oder die Mafia. Und ebenso gibt es erwünschten Wettbewerb. Worum es deshalb geht, ist nicht ein pauschales Mehr oder Weniger an Wettbewerb, sondern möglichst viel erwünschten Wettbewerb und möglichst wenig unerwünschten Wettbewerb, der zu Lasten Dritter geht.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Zur Verdeutlichung: Die kostenlose Emission von Schadstoffen ist aus gesellschaftlicher Sicht ein unerwünschter Wettbewerbsparameter von Anbietern, den es zu unterbinden gilt. Allerdings erfordert das nicht zwingend ein striktes Verbot der Emission bzw. die Einhaltung eines Grenzwerts; sofern die Voraussetzungen dafür gegeben sind, kann hier der Wettbewerb wiederum fruchtbar gemacht werden, indem die Erlaubnis zur Schadstoffemittierung in Form von Zertifikaten zu einem marktfähigen Gut gemacht werden.

Doch warum kann Wettbewerb erwünscht sein, wenn er ein Interessenkonflikt ist? Die Antwort darauf kann in Anknüpfung an die Goldene Regel in der folgenden These zusammengefasst werden: *Wettbewerb ist gesellschaftlich erwünscht, insofern er Investitionen in die gesellschaftliche Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil forciert.* So ist es nicht nur eine typisch menschliche Eigenschaft, sein Handeln primär an den eigenen Interessen – von der Befriedigung von Grundbedürfnissen über Vermögenserwerb bis hin zur Selbstverwirklichung – zu orientieren. Es ist ebenso typisch menschlich, Anstrengungen – auch wenn sie einem selbst und anderen langfristig dienen – eher zu unterlassen, solange kein Druck existiert. Eben diesen Druck kann der Wettbewerb unter bestimmten, verlässlichen Voraussetzungen erzeugen.

Aufgabe der Ordnungspolitik ist es nun, eine geeignete Rahmenordnung zu definieren, die genau jenen erwünschten Wettbewerb sicherstellt. In diesem Zusammenhang ist auf eine zentrale Herausforderung hinzuweisen: die Gewährleistung, dass insbesondere längerfristige Investitionen sich auch tatsächlich für den Investierenden lohnen und er nicht befürchten muss, um die Erträge gebracht zu werden. Das ist eine sehr anspruchsvolle, jedoch zugleich immens wichtige Aufgabe; insbesondere in einer Zeit, die durch den in vielerlei Hinsicht erwünschten Abbau von Grenzen, durch Globalisierung und durch eine hohe Dynamik aufgrund verbesserter Informations- und Mobilitätsbedingungen gekennzeichnet ist.

Ordnungspolitik ist nicht zuletzt deshalb von grundlegender Bedeutung, weil Wettbewerb auch dazu führen kann, dass es sich Unternehmen als einzelne nicht erlauben können, moralisch erwünschte Leistungen wie z.B. Maßnahmen für besseren Umweltschutz zu erbringen, weil sie als Folge dessen einen Wettbewerbsnachteil hinzunehmen hätten. Unter solchen Bedingungen kann vom einzelnen Unternehmen – wie oben bereits ausgeführt – nicht verlangt werden, dass es individuell den Konflikt zwischen Gewinn und Moral auflöst. Nötig ist in solchen Fällen eine wettbewerbsneutrale „Spielregel“, die allgemeinverbindlich und glaubwürdig Geltung hat. Im Zuge der Globalisierung ist hier in zunehmendem Maße zu beobachten, dass die staatliche Gestaltung und Durchsetzung von „Spielregeln“ zum einen zwar nach wie vor grundlegende Bedeutung hat. Zum anderen kommt es aber auch zur *Kooperation der Konkurrenten* in Form einer *kollektiven Selbstbindung*: Die im Wettbewerb stehenden Unternehmen legen für sich selbst Standards ihres Verhaltens fest, z.B. hinsichtlich des Umweltschutzes, der Unterbindung von Korruption, der Einhaltung von Sicherheitsstandards usw.<sup>10</sup>

Die wichtigste Form einer solchen kollektiven Selbstbindung ist die einer *Selbstverpflichtung*.<sup>11</sup> Solche Selbstverpflichtungen lassen sich definieren als politisch verbindliche, jedoch rechtlich (noch)<sup>12</sup> unverbindliche Erklärung von mehreren Unternehmen bzw. dem oder den sie vertretenden Unternehmensverbänden hinsichtlich der Realisierung bestimmter gesellschaftlicher Kooperationsgewinne. Wichtige Voraussetzungen für eine solche Strategie sind:

1. Die Selbstverpflichtung muss für die teilnehmenden Unternehmen *grundsätzlich vorteilhaft* sein. Solche Vorteile bestehen typischerweise in einer verbesserten Reputati-

---

<sup>10</sup> Homann/Blome-Drees sprechen in diesem Fall von einer „ordnungspolitischen Strategie“ (1992, S. 138 ff.)

<sup>11</sup> Vgl. dazu Suchanek 2000.

<sup>12</sup> Gesetzesvorhaben könnten diesen Status künftig verändern; vgl. hierzu Fußnote 26.



on, vor allem aber in der Abwendung gesetzlicher Regelungen, die für die Unternehmen oft unangenehmer sind als die Selbstverpflichtungen.

2. *Ihre Durchsetzung muss glaubwürdig gewährleistet sein.* Dieses Glaubwürdigkeitsproblem betrifft sowohl die teilnehmenden Unternehmen als auch Stakeholder, denen an der erfolgreichen Durchführung gelegen ist. Dies stellt oft ein nicht unerhebliches Problem dar, da den Beteiligten nicht, wie dem Staat, rechtliche Zwangsmittel für die Durchsetzung der Selbstverpflichtung zur Verfügung stehen. Deshalb bedarf es solcher Kontrollen, die sowohl den teilnehmenden Unternehmen als auch Dritten die Glaubwürdigkeit signalisieren können.
3. Sie darf – als Beschränkung des unerwünschten Wettbewerbs – nicht zugleich zu einer Einschränkung des *erwünschten Wettbewerbs*, d.h. zu einer Kartellierung, führen.<sup>13</sup> Hierzu ist anzumerken, dass die Ansicht mancher Ökonomen, Selbstverpflichtungen seien generell eine abzulehnende Unterminierung des Wettbewerbs, verfehlt ist. Diese Sichtweise verkennt die Problematik, dass eben nicht jede Form von Wettbewerb erwünscht ist. Selbstverpflichtungen können u.U. sogar zu einer *Forcierung* des erwünschten Wettbewerbs führen.

Die wichtigsten Vorzüge von Selbstverpflichtungen liegen darin, dass die Unternehmen eine aktive Haltung einnehmen und im Sinne einer Investition in die Rahmenordnung des Wettbewerbs von sich aus nach den günstigsten Möglichkeiten suchen, durch die Selbstverpflichtung die Kompatibilität von Gewinn und Moral zu erreichen, während sie bei rechtlichen Regelungen oft eher passiv bleiben oder sogar Ressourcen aufwenden, um staatlichen Maßnahmen entgegenzuarbeiten. Daraus resultiert auch, angesichts des Vorliegens von Informationsasymmetrien<sup>14</sup>, oft eine bessere Nutzung des lokalen Wissens der Unternehmen. Deshalb können (erfolgreiche) Selbstverpflichtungen unter bestimmten Bedingungen die beste relevante Alternative darstellen, um Verantwortlichkeit nicht nur zu kommunizieren, sondern tatsächlich und glaubwürdig zu organisieren.<sup>15</sup>

#### 4. Zur Einschätzung der Initiative

Aus der Sicht der zuvor skizzierten Konzeption lässt sich die Responsible Care-Initiative grundsätzlich als eine *dauerhafte Form kollektiver Selbstbindung* bezeichnen. Ihre Besonderheit liegt darin, dass es sich nicht um eine einzelne, auf ein konkretes Problemfeld bezogene Aktion handelt, wie es etwa bei Selbstverpflichtungen der Fall ist, sondern um eine Art *Brancheleitbild*, das in gewisser Weise vergleichbar ist mit einem Leitbild für ein einzelnes Unternehmen. Auch hier werden allgemeine Grundsätze festgelegt sowie Verfahren, durch die diese Grundsätze im betrieblichen Alltag zur Geltung kommen sollen. Auf diese Weise sollen die Leistungen und damit auch das Image nicht nur eines einzelnen Unternehmens,

---

<sup>13</sup> Als 1994 Getränkeindustrie und Handel als Selbstverpflichtung vorschlugen, die Endverbraucherpreise von Dosen um 10 Pfennig zu erhöhen, um den Anteil dieser Art von Getränkeverpackung zu verringern, scheiterte diese Initiative am Bundeskartellamt, das darin eine unerlaubte Preisabsprache sah.

<sup>14</sup> Bei rechtlichen Regelungen benötigt der Staat für eine zweckmäßige Gesetzesformulierung in der Regel zahlreiche Informationen, über die oft nur die Unternehmen verfügen.

sondern der Chemiebranche insgesamt verbessert werden. Sollte die Initiative auch weiterhin Erfolge aufweisen, kann sich „Responsible Care“ zunehmend als anerkannte Marke etablieren, wie sie sonst erfolgreichen Unternehmen mit sehr guter Reputation zugeschrieben wird, und damit zu einem *Vermögenswert* werden.

Eine solche Initiative hat grundsätzlich Vorzüge sowohl für die Unternehmen als auch für die Stakeholder der Unternehmen<sup>16</sup>, wobei vorausgesetzt ist, dass die Initiative erfolgreich ist und die angestrebten Ziele im Rahmen des Möglichen realisiert werden.

Die Vorzüge für die *Unternehmen* liegen vor allem in den folgenden Punkten:

1. Durch die Etablierung der Initiative auf Verbandsebene bietet sich den Unternehmen eine verbesserte 'Infrastruktur' für die Wahrnehmung von Eigenverantwortung, d.h. die eigenständige Bemühung um die Kompatibilisierung von Gewinn und Nachhaltigkeit, sei es durch individuelle Vorleistungen, die nun – via nationalem und globalen Verband – (noch) besser kommuniziert werden können, zum Beispiel durch konkrete kollektive Selbstbindungen. Dadurch wird es für die Beteiligten auch leichter, bestehenden gesetzlichen Rahmenbedingungen zu genügen.
2. Durch Kooperationen können sich Synergie- und (raschere) Lerneffekte ergeben; so stellt der Austausch von Erfahrungen und die Vermittlung erfolgreicher Bemühungen um die Verbesserung von Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltleistungen eines der „fundamental features“ im Rahmen der Global Charter dar. Auch auf diese Weise verbessern sich die Möglichkeiten der Unternehmen, Gewinn und Moral füreinander fruchtbar zu machen.
3. Der Erfolg der Initiative führt zu einer Verbesserung der Branchenreputation – darin lag ja nicht zuletzt einer der Gründe dafür, sie ins Leben zu rufen. Hierbei ist anzumerken, dass gerade in der chemischen Industrie Reputationseffekte in der Regel auf die Branche, weniger hingegen auf ein einzelnes Unternehmen zugerechnet werden – d.h. die Branchenreputation ist von besonderer Bedeutung. Vor diesem Hintergrund besteht ein zentraler Vorteil der Initiative darin, dass sie ein einheitliches, wieder erkennbares Dach für Image fördernde Kommunikationsmaßnahmen von Verband und den einzelnen Unternehmen bietet. Die jeweiligen Aktivitäten unterstützen und ergänzen sich wechselseitig und generieren so Synergieeffekte.
4. Schließlich besteht ein wichtiger Vorzug für die Unternehmen darin, dass eine erfolgreiche Wahrnehmung der Eigenverantwortung, die auch als solche kommuniziert werden kann, zu einer Flexibilisierung und Erweiterung der Handlungsspielräume der Unternehmen führen kann; wenn der Staat sieht, dass das gewünschte Verhalten auch ohne rechtliche Vorschriften erreicht wird, wird er eher auf diese verzichten.<sup>17</sup>

Zusammengefasst bestehen die Vorzüge für die Unternehmen darin, dass die Teilnahme eines Unternehmens an der Initiative seine Reputation, genauer: seine Vertrauenswürdigkeit als ‚moralischer‘ Akteur erhöht, was als Folge zu einer Senkung von Transaktionskosten

---

<sup>15</sup> Dementsprechend sollten gerade multinationale Unternehmen ein Interesse daran haben, am Aufbau von Kompetenzen für internationale Institutionen mitzuwirken, die es ihnen ermöglichen, ihre Ziele in einer gesellschaftlich akzeptierten Weise zu verfolgen.

<sup>16</sup> Zudem hat es Vorzüge für die Chemieverbände, da diese systematisch an Bedeutung gewinnen; darauf wird indes hier nicht weiter eingegangen.

<sup>17</sup> Generell wird in der Literatur zu freiwilligen Selbstverpflichtungen das Drohpotenzial des Staates als der entscheidende Anreiz zum Eingehen der Selbstverpflichtungen angesehen.

führt und dass es durch die Teilnahme am Netzwerk die damit verbundenen Vorteile erhalten kann.

Vorzüge existieren auch für die verschiedenen *Stakeholder*:

1. Generell ist davon auszugehen, dass durch die Initiative mehr Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltschutzleistungen erbracht werden als ohne sie. Der Hauptgrund hierfür ist, dass es für die beteiligten Akteure sehr kostspielig wäre, eine solche Initiative ins Leben zu rufen und dann keinerlei Aktivitäten folgen zu lassen, die den Vorgaben der Initiative entsprechen; die Rückwirkungen eines solchen Verhaltens auf die Reputation verhindern cheap talk<sup>18</sup>. Allerdings setzt die Aussage auch voraus, dass die Umsetzung keine Substitutionsprozesse auslöst – sei es ansonsten erfolgreicher individueller Anstrengungen einzelner Unternehmen, sei es gesetzlicher Regelungen –, die insgesamt zu einer negativen Bilanz führen würden. Dafür gibt es indes keine Hinweise. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die ohnehin aktiven Unternehmen nunmehr noch bessere Voraussetzungen für ‚moralische‘ Vorleistungen vorfinden als ohne die Initiative, während die zuvor ‚unwilligeren‘ Unternehmen tendenziell unter Druck geraten, mindestens Minimalstandards zu beachten. Zu berücksichtigen ist hierbei die Rolle des jeweiligen nationalen Verbands, der Anreize für eine erfolgreiche Umsetzung der Initiative hat, um auf diese Weise seinen Ruf und seine Bedeutung zu erhöhen.<sup>19</sup>
2. Ein weiterer Punkt ist, dass sich auch für die Stakeholder die Kommunikationsbedingungen verbessern; die Verbesserung des Dialogs bzw. der Transparenz und Verständlichkeit sind grundlegende Ziele der Initiative. Die Stakeholder können m. a. W. davon ausgehen, dass sie die für sie wichtigen Informationen über Aktivitäten der chemischen Industrie und deren Folgen kostengünstiger – z. B. in einer besser aufbereiteten Form – erhalten. Darüber hinaus liefert ihnen die Selbstverpflichtung der Branche Maßstäbe, mit deren Hilfe sie das Engagement von Unternehmen und Verbänden besser nachvollziehen und beurteilen können.
3. Von Bedeutung ist ebenfalls – wiederum den Erfolg der Initiative vorausgesetzt – die verbesserte Kooperation zwischen der Branche und dem Staat, d.h. dem Gesetzgeber und der Verwaltung. Insbesondere in der Umweltpolitik ist eine kooperative Beziehung eine wichtige Voraussetzung für effektiven Umweltschutz, da der Staat in vielerlei Hinsicht auf die Mitarbeit der Unternehmen angewiesen ist, wenn er Erfolge im Umweltschutz verbuchen will.
4. Schließlich ist auf einen generellen Punkt hinzuweisen: Durch die Initiative werden *Lernprozesse* angestoßen im Hinblick auf die verschiedenen Möglichkeiten von Unternehmen, Eigenverantwortung zu übernehmen und dies zu kommunizieren. Wie gleich noch genauer erörtert wird, ist dies keineswegs eine Trivialität, sondern hat eine Reihe institutioneller Voraussetzungen, die durch die Initiative entwickelt und verbessert werden können.

Folgendes Zwischenergebnis lässt sich festhalten: Unternehmen benötigen zur Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung Kompetenz für individuelle und kollektive Selbstbindung, um die immer wieder auftretenden Konflikte zwischen Gewinn und Umwelt-

---

<sup>18</sup> Diese Lektion hat die Chemieindustrie vor allem in den 1980er Jahren lernen müssen; vgl. Longolius 1993.

<sup>19</sup> Dies gilt in ähnlicher Weise wie bei dem Instrument der freiwilligen Selbstverpflichtungen; vgl. Suchanek 2000, 200 f.

schutz lösen zu können. Die Responsible Care-Initiative der Chemischen Industrie ist aus den zuvor angeführten Gründen grundsätzlich dazu geeignet, diese Kompetenz zu erhöhen.

Voraussetzung dafür ist aber, dass die Initiative auch tatsächlich dauerhaft Erfolg hat, und das ist keineswegs selbstverständlich. Es ist nicht auszuschließen, dass Responsible Care gewissermaßen versickert, sofern die beteiligten Unternehmen das Interesse daran verlieren – oder erst gar nicht aufbringen – und die damit verbundenen Aufgaben lediglich als eine (lästige) PR-Pflicht unter anderen betrachtet werden. Soll die Initiative tatsächlich einen nachhaltigen Erfolg zeitigen, so sind folgende Anforderungen zu erfüllen<sup>20</sup>: (1) die Lösung des Durchsetzungsproblems, (2) die Gewährleistung von Glaubwürdigkeit sowie (3) die Gewährleistung von Marktkonformität.

*ad (1) Lösung des Durchsetzungsproblems:*

Das Problem liegt hier darin, dass der Erfolg der Initiative die Verhinderung von Trittbrettfahrertum voraussetzt bzw. gerade kleinen und mittleren Unternehmen die Relevanz der Initiative für sie deutlich zu machen und zur Teilnahme zu motivieren. Die Umsetzung von Responsible Care ist für die Unternehmen durchaus mit Kosten verbunden, deren Erträge auch anderen Unternehmen bzw. der Branche insgesamt zugute kommen, zugleich gilt umgekehrt, dass ‚Fehlverhalten‘ bzw. auftretende Störfälle in einzelnen Unternehmen Auswirkungen auf den Ruf der Branche haben, d.h. der Ruf eines einzelnen Unternehmens ist von untergeordneter Bedeutung<sup>21</sup>. Es ist daher damit zu rechnen, dass einzelne, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen zunächst keine Anreize haben, sich im Rahmen der Initiative zu engagieren; darunter kann jedoch das gesamte Vorhaben leiden.

Nun sind zwar die Spielräume der Unternehmen bzw. Verbände, diesem Trittbrettfahrerproblem zu begegnen, eingeschränkt, gleichwohl existieren Möglichkeiten, Unternehmen durch verschiedene Maßnahmen einzubinden.<sup>22</sup> Dazu gehört ganz allgemein die Verbesserung der positiven und negativen Anreizbedingungen, die Bereitstellung von Ressourcen durch den Verband bzw. große Unternehmen (Informationen, Management-Systeme, Techniken usw.) sowie die Verbesserung der Kommunikationsbedingungen hinsichtlich der Teilnahme von Unternehmen, die ebenfalls zu einer Veränderung der Anreize beiträgt.<sup>23</sup>

Zu berücksichtigen ist bei diesem Punkt der bereits erwähnte Sachverhalt, dass generell jedes Unternehmen in höherem Maße als früher direkt oder indirekt eingebunden ist in wechselseitige Abhängigkeiten mit verschiedensten Interaktionspartnern – Kunden, Zulieferer, Banken, Versicherungen, Politiker, (Kommunal-)Beamte, Anrainer, Öffentlichkeit –, und dass deshalb Informationen über sein Verhalten – wie etwa die Verweigerung der Teilnahme an der Initiative – für das Unternehmen unerwünschte Konsequenzen nach sich ziehen.

---

<sup>20</sup> Im Folgenden wird vor allem auf die *Außenwirkungen* der Initiative eingegangen. Eine wesentliche, hier jedoch nicht weiter diskutierte Voraussetzung des Erfolgs liegt darin, die Mitarbeiter für diese Initiative zu gewinnen und Responsible Care – bzw. das dessen Zielen entsprechende Verhalten – zu einem zentralen Handlungsfaktor werden zu lassen.

<sup>21</sup> Nicht allerdings der Markenname von *Produkten*; Aspirin z.B. ist weithin bekannt, doch wird dieses Produkt keineswegs automatisch mit dem Hersteller verknüpft.

<sup>22</sup> An dieser Stelle sei noch einmal an den zuletzt genannten Vorzug des Anstoßens von Lernprozessen erinnert: Im Zeitalter der Globalisierung wächst die Notwendigkeit, dass Unternehmen Kompetenz für eine gesellschaftlich erwünschte Selbstregulierung entwickeln.

<sup>23</sup> Diese Punkte finden sich im 2., 4. und 5. Schlüsselement der Responsible Care Global Charter (vgl. etwa ICCA 2006).

Derartige wechselseitige Abhängigkeiten verringern die Gefahr eines Trittbrettfahrerverhaltens, und das gilt in besonderem Maße unter der Bedingung des Informationszeitalters.

Vor diesem Hintergrund besteht eine Lösung des Durchsetzungsproblems darin, Responsible Care als ein (inklusive) *Clubgut* zu gestalten (vgl. Prakash 2000). Wenn Mitglieder der Initiative bei Stakeholdern ein höheres Ansehen genießen – und darauf deutet einiges hin (s. etwa ICCA 2007, 8) –, so verbessern sich die Möglichkeiten des Verbandes, seine Mitglieder zur Teilnahme an der Initiative zu bewegen.

Voraussetzung dafür ist, dass Responsible Care auch tatsächlich als Marke wahrgenommen wird, mit der die Stakeholder ein positives Bild verbinden. Sofern dies gelingt, tritt ein wichtiger Effekt ein: Die Fähigkeit zur Selbstdurchsetzung wird verstärkt, weil Responsible Care, je mehr es als Marke einen Wert bekommt, zugleich zu einem Vermögenswert in Interaktionen mit diversen Stakeholdern wird. Dies führt dazu, dass zuvor nicht interessierte Unternehmen zunehmend Anreize erhalten, sich dieser Initiative anzuschließen, um von den Reputationswirkungen zu profitieren. Zugleich sind jene Unternehmen, die sich bereits engagieren, in verstärktem Maße motiviert, den guten Ruf zu sichern<sup>24</sup>. Um diese Wirkung zu erreichen, ist es wichtig, (relativ) klare Exklusionsmechanismen zu etablieren, die „gute“, der Initiative zugehörige und mitwirkende Unternehmen von „schlechten“, d.h. nicht mitwirkenden Unternehmen differenzieren. Dazu gehört u.a. die Etablierung von Standards, die es erlauben, die Mitwirkung an der Initiative von einem „business as usual“ zu unterscheiden; die Erfüllung dieser Standards ist dann der ‚Preis‘, um in den Genuss des Clubguts zu gelangen.<sup>25</sup>

#### *ad (2) Gewährleistung von Glaubwürdigkeit:*

Das zweite Problem, das nicht identisch ist mit dem ersten, besteht in der glaubwürdigen Signalisierung der Bereitschaft und Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen bzw. die Ziele der Initiative zu realisieren. Während es zuvor darum ging, dass spezifische Aktivitäten implementiert werden, handelt es sich nun um die Schwierigkeit, dass ein entsprechendes Engagement von Unternehmen auch in einer Weise *kommuniziert* werden kann, die für die Empfänger der Kommunikation Glaubwürdigkeit besitzt. So ist durchaus vorstellbar, dass Unternehmen zwar *behaupten*, sich auf den Gebieten Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz zu engagieren, ohne dass sie jedoch tatsächlich ihr bisheriges Verhalten ändern.<sup>26</sup> Ebenfalls wäre es für den Erfolg der Responsible Care-Initiative abträglich, wenn Unternehmen zwar Anstrengungen unternähmen, diese jedoch nicht bekannt würden oder entspre-

---

<sup>24</sup> Dabei handelt es sich vor allem um Großunternehmen, für die die Reputation eine wichtigere Rolle spielt als für kleine und mittlere Unternehmen. Sie tragen maßgeblich Anteil daran, dass Responsible Care mit der Global Charter weiterentwickelt wird.

<sup>25</sup> Dieser Herausforderung soll offenbar mit den bereits erwähnten externen Verifizierungsverfahren sowie der Möglichkeit des global gesteuerten Ausschlussverfahrens begegnet werden, die die Global Charter vorsieht.

<sup>26</sup> Solchen Divergenzen zwischen in Selbstverpflichtungen kommuniziertem und tatsächlichem Verhalten will die Politik mit schärferen gesetzlichen Regelungen begegnen. So sieht der Referentenentwurf zur Novelle des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) in der Fassung vom 27 Juli 2007 (BMJ 2007) eine Änderung des § 5 („Irreführende Wettbewerbshandlungen“) vor. Gemäß §5 Abs. 2 Nr. 6 soll eine Wettbewerbshandlung als irreführend gelten, wenn sie „unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über die Einhaltung eines Verhaltenskodexes enthält, auf den sich der Unternehmer als Urheber oder dessen Mitglied verbindlich verpflichtet hat, wenn er auf diese Bindung hinweist“. Nach §2 Abs. 1 Nr. 5 bezeichnet der Terminus „Verhaltenskodex“ Vereinbarungen oder Vorschriften über das Verhalten von Unternehmern, wenn sich diese in Bezug auf einzelne Wettbewerbshandlungen oder Wirtschaftszweige auf einen solchen Kodex verpflichtet haben“. Die Initiative Responsible Care dürfte diese Voraussetzungen erfüllen; nicht eingehaltene Verpflichtungen könnten somit künftig von Anspruchsgruppen – und damit explizit auch von Konkurrenten – angezeigt werden.

chenden Bekundungen kein Glauben geschenkt wird, so dass nach außen hin die gewünschte Imagewirkung ausbleibt.

Gerade für die Chemie-Industrie hat dieses Problem Relevanz, da sie gerade in den siebziger und achtziger Jahren eine Kommunikationspolitik pflegte, die nicht dazu angetan war, ihre Glaubwürdigkeit zu verbessern; tatsächliche Problembereiche wurden heruntergespielt, die Schuld am schlechten Image wurde dem fehlenden Beurteilungsvermögen der Öffentlichkeit und der tendenziösen Berichterstattung zugeschrieben usw. (vgl. Longolius 1993). Indes musste die Branche zur Kenntnis nehmen, dass ein solches Verhalten zum eigenen Nachteil ist.

Es ist nicht zuletzt Folge dieser Erfahrungen, dass der Punkt „Dialog“ im Rahmen der Responsible Care-Initiative grundlegende Bedeutung besitzt. Im Unterschied zu früher wird nun versucht, den Dialog mit Stakeholdern aktiv und vor allem offen zu führen, und gewisse Erfolge sind durchaus zu verzeichnen. Dennoch ist davon auszugehen, dass es sich hier um eine dauerhafte Aufgabe handelt, die ein kontinuierliches Engagement erfordert.

Letztlich ist diese Herausforderung nur dadurch zu lösen, dass die Empfänger der Information keinen Anlass erhalten, an der Richtigkeit der behaupteten Aktivitäten zu zweifeln. Dabei ist *Vertrauen* bis zu einem gewissen Ausmaß unumgänglich. Doch wird dieses Vertrauen erheblich beeinflusst durch die Informations- und Kommunikationspolitik. So kann etwa die gewünschte Informationswirkung dadurch verstärkt werden, dass nach außen auch die *Anreizbedingungen* kommuniziert werden, die das behauptete Verhalten glaubwürdig – eben weil anreizkompatibel – werden lassen. Ein mögliches Maßnahmenpaket, durch das dies erreicht werden kann, könnte in der Kombination der folgenden drei Schritte bestehen:

- (1) einfache, gut kommunizierbare Ziele (Merkmale, Regeln) benennen;
- (2) identifizierbare Indikatoren, wann diese Ziele als verfehlt anzusehen sind, benennen und
- (3) identifizierbare Konsequenzen für Verantwortliche benennen, falls (2) eintritt.

Auf diese Weise erhalten Außenstehende das Signal, dass es Akteure – die unter (3) genannten Verantwortlichen – gibt, in deren Interesse es liegt, die gewünschten Ziele zu realisieren. Eine wichtige Verstärkung dieses Effekts wird dadurch möglich, dass insbesondere die Berichterstattung über Punkt (2) durch externe Parteien vorgenommen wird.

#### *ad (3) Gewährleistung von Marktkonformität:*

Dieser letzte Punkt betrifft die ordnungspolitische Seite der Initiative. Dabei ist daran zu erinnern, dass Unternehmen gesellschaftlich konstituierte Kooperationsformen sind, die unter der Bedingung des Marktwettbewerbs agieren sollen. Dementsprechend geht es hier um die Frage, ob die Initiative zu einer Behinderung oder gar Unterminierung des (Markt-)Wettbewerbs führt oder nicht. Diese Befürchtung ist zunächst nicht ganz von der Hand zu weisen, weil es sich ja offensichtlich – ebenso wie bei einem Kartell – um eine „Kooperation von Konkurrenten“ handelt. Eine solche Behinderung könnte etwa darin bestehen, dass besonders fortschrittliche Unternehmen via Responsible Care versuchen, Standards zu etablieren, die kleinere und mittlere Unternehmen nicht erfüllen können und daher aus dem Markt gedrängt werden; auch könnte es auf diese Weise zu Markteintrittsbarrieren für

Newcomer kommen. Schließlich könnte vermutet werden, dass durch den erhöhten Organisationsgrad der Branche die Chancen für kartellartiges Verhalten verbessert worden sind.<sup>27</sup>

Indes gibt es bislang kaum Hinweise darauf, dass die Initiative tatsächlich zu Beeinträchtigungen des Wettbewerbs führt. Hierbei ist daran zu erinnern, dass nicht jede Form von Wettbewerb gesellschaftlich erwünscht ist. Er kann auch dazu führen, Sicherheitsstandards zu senken oder ökologische Schäden herbeizuführen, wenn dadurch eine Kostensenkung und damit zugleich eine Verbesserung der relativen Wettbewerbsposition erreicht werden kann. Es ist die Aufgabe der Rahmenordnung – die die Spielregeln des Wettbewerbs definiert –, derartige Formen unerwünschten Wettbewerbs zu unterbinden, indem alle Konkurrenten mit wettbewerbsneutralen Vorgaben, wie z.B. einem einheitlichen Sicherheitsstandard, konfrontiert werden. Sofern die Initiative dazu führt, solche Standards zu etablieren in Form (konkreter) kollektiver Selbstbindungen nichtrechtlicher Art, ist dies aus unternehmensethischer Perspektive positiv zu bewerten. Das gilt auch dann, wenn auf diese Weise neu in den Markt eintretende Unternehmen höhere Eintrittsbarrieren vorfinden, insofern es sich um erwünschte Barrieren handelt.

Dabei kann es durchaus dazu kommen, dass höhere Standards für kleine und mittlere Unternehmen prima facie zu einem Wettbewerbsnachteil führen, der zwar, wie beschrieben, in mancher Hinsicht erwünscht, jedoch als Beeinträchtigung des Mittelstands unerwünscht ist. Dazu ist anzumerken, dass im Rahmen der Initiative an vielen Stellen Unterstützung für solche Unternehmen durch den Verband und die größeren Unternehmen angeboten werden, da diese ein Interesse daran haben, möglichst alle Unternehmen ins Boot zu holen.<sup>28</sup>

Dieser Zusammenhang könnte allerdings wiederum dazu führen, dass die Anreize für Anstrengungen um die Anhebung der Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltstandards verringert werden, da die entsprechenden F&E-Aktivitäten dadurch den Charakter eines öffentlichen Gutes erhalten. Ob dies tatsächlich der Fall ist, lässt sich gegenwärtig nicht sagen; ggf. wäre zu überlegen, mit welchen selektiven Anreizen (Olson 1991) die Entwicklung verbesserter Standards verknüpft werden kann.

## 5. Schlussbemerkung

Die Ausführungen sollten zeigen, dass die Responsible Care-Initiative grundsätzlich das Potenzial hat, einen wichtigen Beitrag im Rahmen der „gesellschaftlichen Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil“ zu leisten; sie kann ein wichtiges Instrument darstellen, die immer wieder auftretenden Konflikte von Gewinn und Umweltschutz bzw. Nachhaltigkeit aufzulösen und beides miteinander kompatibel zu machen.

Dieser Beitrag ergibt sich indes nicht von selbst, sondern erfordert Investitionen. Aus der Sicht der Wirtschaftsethik kann den Unternehmen und Verbänden der chemischen Industrie empfohlen werden, solche Investitionen in die Leistungsfähigkeit dieses Instruments zu un-

---

<sup>27</sup> So hat das Bundeskartellamt die Anwendbarkeit des Gesetzes gegen Wettbeschränkungen (GWB) auf Selbstverpflichtungen stets betont. Sofern Unternehmen gemeinsame Maßnahmen ergreifen, die wettbewerbschädigende Wirkungen entfallen, fällt dies unter das Kartellverbot von §1 GWB. Auch der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen sieht gewisse wettbewerbsrechtliche Probleme bei Selbstverpflichtungen (SRU, 1998).

<sup>28</sup> Beispielsweise soll im Rahmen der Neuausrichtung von Responsible Care in Deutschland eine Plattform für Planung, Durchführung und Organisation aller Responsible Care Projekte eingerichtet werden, die auch verschiedene nutzerorientierte Umsetzungsangebote zur Verfügung stellt (VCI 2006, 8).

ternehmen. Dann kann die Initiative in einer globalisierten Informationsgesellschaft zu einem grundlegenden Vermögenswert werden, der die Glaubwürdigkeit der Verantwortungsübernahme signalisiert und der Branche selbst Handlungsspielräume sichert. Die im Jahr 2006 erfolgte Weiterentwicklung der Initiative und die damit einhergehenden Verpflichtungen, die es nun zu etablieren gilt, deuten in die richtige Richtung.



## Literatur

- Beloff, B., M. Lines, D. Tenzil (2005): Transforming Sustainability Strategy into Action: The Chemical Industry, Hoboken/ New Jersey
- Cefic – The European Chemical Industry Council (2005): Responsible Care – Annual Report 2004/2005, Brüssel
- Bundesministerium der Justiz (BMJ) (2007): Referentenentwurf: Erstes Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, Berlin.
- Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen bei dem Bundesminister für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (SRU) (1998): Umweltgutachten 1998, Stuttgart.
- Homann, K., F. Blome-Drees (1992): Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen.
- Homann, K., A. Suchanek (2005): Ökonomik. Eine Einführung, 2. Aufl., Tübingen.
- ICCA (International Council of Chemical Associations) (2007): ICCA Review 2006-2007, Arlington.
- ICCA (2006): Responsible Care® Global Charter, Brussels.
- Longolius, S. (1993): Eine Branche lernt Umweltschutz: Motive und Verhaltensmuster der deutschen chemischen Industrie, Berlin.
- Olson, M. (1991): Die Logik des kollektiven Handelns, Tübingen.
- Prakash, A. (2000): Responsible care: An assessment, in: Business and Society 39, 183 ff.
- Simmons, P., B. Wynne (1993): Responsible Care: Trust, Credibility, and Environmental Management, in: K. Fischer, J. Schot (Hrsg.): Environmental Strategies for Industry. International Perspectives on Research Needs and Policy Conclusions, Washington, Covello, 201–226.
- Suchanek, A. (2000): Normative Umweltökonomik. Zur Herleitung von Prinzipien rationaler Umweltpolitik, Tübingen.
- Suchanek, A. (2007): Ökonomische Ethik, 2. Aufl., Tübingen.
- VCI (Verband der Chemischen Industrie) (1998): Responsible Care Bericht 1998, Frankfurt am Main.
- VCI (2007): Responsible Care Bericht 2007, Frankfurt am Main. (abrufbar unter <http://www.responsible-care.de>)

**WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK*****WITTENBERG CENTER FOR GLOBAL ETHICS*****DISKUSSIONSPAPIERE*****DISCUSSION PAPERS***

- Nr. 03-1            **Ingo Pies**  
WELT-GESELLSCHAFTS-VERTRAG: Auf dem Weg zu einer  
ökonomisch fundierten Ethik der Globalisierung
- Nr. 03-2            **Ingo Pies**  
GLOBAL SOCIAL CONTRACT  
On the road to an economically-sound Ethics of Globalization
- Nr. 03-3            **Ingo Pies**  
Weltethos versus Weltgesellschaftsvertrag – Methodische Wei-  
chenstellungen für eine Ethik der Globalisierung
- Nr. 03-4            **Karl Homann**  
Braucht die Wirtschaftsethik eine „moralische Motivation“?
- Nr. 03-5            **Johanna Brinkmann, Ingo Pies**  
Der Global Compact als Beitrag zu Global Governance:  
Bestandsaufnahme und Entwicklungsperspektiven
- Nr. 03-6            **Ingo Pies**  
Sozialpolitik und Markt: eine wirtschaftsethische Perspektive
- Nr. 03-7            **Ingo Pies**  
Korruption: Diagnose und Therapie aus wirtschaftsethischer  
Sicht
- Nr. 04-1            **Ingo Pies, Markus Sardison**  
Ethik der Globalisierung: Global Governance erfordert einen  
Paradigmawechsel vom Machtkampf zum Lernprozess

- Nr. 04-2            **Ingo Pies, Cora Voigt**  
Demokratie in Afrika – Eine wirtschaftsethische Stellungnahme zur Initiative „New Partnership for Africa’s Development“ (NEPAD)
- Nr. 04-3            **Ingo Pies**  
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik - Der Beitrag Milton Friedmans
- Nr. 04-4            **Henry Meyer zu Schwabedissen, Ingo Pies**  
Ethik und Ökonomik: Ein Widerspruch?
- Nr. 04-5            **Ingo Pies**  
Wirtschaftsethik als Beitrag zur Ordnungspolitik – Ein interdisziplinäres Forschungsprogramm demokratischer Politikberatung
- Nr. 04-6            **Karl Homann**  
Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Philosophische, gesellschaftstheoretische und ökonomische Überlegungen
- Nr. 04-7            **Andreas Suchanek**  
Überlegungen zu einer interaktionsökonomischen Theorie der Nachhaltigkeit
- Nr. 04-8            **Thomas Fitschen**  
Der „Global Compact“ als Zielvorgabe für verantwortungsvolles Unternehmertum – Idee mit Zukunft oder Irrweg für die Vereinten Nationen?
- Nr. 04-9            **Markus Beckmann, Thomas Mackenbrock, Ingo Pies, Markus Sardison**  
Mentale Modelle und Vertrauensbildung – Eine wirtschaftsethische Analyse
- Nr. 04-10           **Ingo Pies**  
Nachhaltige Politikberatung: Der Ansatz normativer Institutionenökonomik
- Nr. 04-11           **Markus Beckmann, Johanna Brinkmann, Valerie Schuster**  
10 Thesen zu Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung – Ein interaktionsökonomisches Forschungsprogramm

- Nr. 04-12           **Markus Beckmann, Ingo Pies**  
Sustainability by Corporate Citizenship
- Nr. 04-13           **Ingo Pies, Alexandra von Winning**  
Wirtschaftsethik
- Nr. 04-14           **Markus Sardison**  
Macht - eine interaktionsökonomische Betrachtung
- Nr. 05-1            **Johanna Brinkmann, Ingo Pies**  
Corporate Citizenship: Raison d'être korporativer Akteure aus  
Sicht der ökonomischen Ethik
- Nr. 05-2            **Ingo Pies, Markus Sardison**  
Wirtschaftsethik
- Nr. 05-3            **Ingo Pies**  
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Ge-  
sellschaftspolitik – Der Beitrag von Karl Marx
- Nr. 2005-4          **Andreas Suchanek**  
Is Profit Maximization the Social Responsibility of Business?  
Milton Friedman and Business Ethics
- Nr. 2006-1          **Karl Homann**  
Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der globa-  
lisierten Welt: Handlungsverantwortung – Ordnungsverantwor-  
tung – Diskursverantwortung
- Nr. 2006-2          **Doris Fuchs**  
Private Actors in Tropical Deforestation Governance
- Nr. 2006-3          **Karl Homann**  
Wirtschaftsethik: ökonomischer Reduktionismus?
- Nr. 2006-4          **Karl Homann**  
Competition and Morality (Wettenberb und Moral 1990)
- Nr. 2006-5          **Karl Homann**

The Sense and Limits of the Economic Method in Business Ethics (Sinn und Grenze der ökonomischen Methode in der Wirtschaftsethik 1997)

- Nr. 2006-7      **Andreas Suchanek, Nick Lin-Hi**  
Eine Konzeption unternehmerischer Verantwortung
- Nr. 2006-8      **Ingo Pies**  
Entrepreneurial spirit and the logic of commitment –  
A vision for NePAD
- Nr. 2006-9      **Ingo Pies**  
Unternehmergeist und die Logik produktiver Bindungen –  
eine Vision für NePAD
- Nr. 2006-10     **Karl Homann**  
Changing Paradigm Fostering Entrepreneurial Spirit (Deutsche  
Version)
- Nr. 2006-11     **Karl Homann**  
Changing Paradigm Fostering Entrepreneurial Spirit
- Nr. 2007-1      **Herman Bailey**  
Entrepreneurial spirit as Crucial driver for Development and Co-  
operation
- Nr. 2007-2      **Dominique Nicole Friederich**  
Gesundheitsreform auf dem Prüfstand – Solidarität durch Wett-  
bewerb in der Krankenversicherung
- Nr. 2007-3      **Markus Beckmann**  
NePAD als Selbstbindungsinstrument: Stärken und Schwächen  
des „African Peer Review Mechanism“
- Nr. 2007-4      **Andreas Suchanek, Martin von Broock**  
Die Responsible Care-Initiative der Chemischen Industrie –  
Eine wirtschaftsethische Betrachtung