

Understanding CSV: Ein neues Narrativ des Kapitalismus?

Zur Geschichte der scheinbaren Emanzipation vom neoliberalen Paradigma Milton Friedmans

MARC C. HÜBSCHER*

Der CSV von Porter und Kramer wird in Theorie und Praxis intensiv diskutiert. Am Beispiel der in der *Financial Times* geführten Diskussion zeigt der Beitrag die sehr unterschiedlichen Auffassungen zum CSV auf. Im zweiten Teil des Beitrags wird der theoretische Kern des CSV auf ein Missverständnis der Position von Milton Friedman zurückgeführt. Abschließend wird der CSV als Narrativ gedeutet, das nicht in der Lage ist, den Kapitalismus zu relegitimieren.

Schlagwörter: Shared Value, Corporate Social Responsibility, Separationsthese, Kapitalismus

Understanding CSV: A New Narrative to Reshape Capitalism?

In theory and practice we observe an intensive discussion of the CSV. Based on the contributions regarding the CSV in the Financial Times we summarize different views on the CSV. In the second part of the paper we argue that the theoretical core argument of the CSV is based on a misunderstanding of Milton Friedman. Finally, we describe CSV as a narrative which is not able to re-legitimize capitalism.

Keywords: Shared Value, Corporate Social Responsibility, Separation Thesis, Capitalism

1. Einleitung

Der Aufstieg des CSV-Konzepts von Porter und Kramer (2006; 2011) hat etwas Interessantes und zugleich Befremdliches an sich. Interessant doch allein deswegen, weil Porter und Kramer mit den genannten Publikationen im *Harvard Business Review* (HBR) offensichtlich ein relevantes Thema adressatengerecht vorstellen. Befremdlich ist es, weil bei genauerem Hinsehen nicht ganz klar wird, was das Neue am CSV ausmachen soll. Wenn aber die zweite Beobachtung einschlägig ist, dann drängt sich förmlich die Frage auf, ob Porter und Kramer überhaupt in der Lage sind, das einzulösen, was sie mit dieser „big idea“ ankündigen: Sie sehen im CSV „our best chance to legitimize business again“ (Porter/Kramer 2011: 4). Eine Intention, die die deutschsprachige Ausgabe (*Harvard Business Manager*) des HBR dazu veranlasste, den Beitrag in einer Ausgabe zu veröffentlichen, die den Titel „Wirtschaft neu denken. Wie der Kapitalismus sich wandeln muss“ trug und den Aufsatz „Creating Shared Value“ (Porter/Kramer 2011) mit „Die Neuerfindung des Kapitalismus“ (Porter/Kramer 2012a)

* Dr. Marc C. Hübscher, Tarpenbekstraße 135, D-20251 Hamburg, Tel.: +49-(0)40-46776144, Fax: +49-(0)40-320804943, E-Mail: Marc_Huebscher@web.de, Forschungsschwerpunkte: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Organisationstheorie, strategisches Management.