



Zakendoen, hier en in het buitenland – een ethische blik

Hebben bedrijven een maatschappelijke verantwoordelijkheid, op grond waarvan zij bij hun opereren ook aan andere belangen dan alleen hun eigen winstdoelstellingen moeten denken? En hoe zit het met specifieke verantwoordelijkheden om niet (mede-)schuldig te worden aan mensenrechtenschendingen, wanneer Nederlandse bedrijven internationaal opereren?

*Het rapport **Zorgplichten van Nederlandse ondernemingen inzake internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen** kijkt naar die vragen vanuit juridisch perspectief en brengt in kaart welke verplichtingen bedrijven nu hebben onder het geldende recht in Nederland.*

*Onder de juridische discussie liggen echter ook ethische en filosofische vragen. **Filosoof Rutger Claassen** maakt hieronder deze filosofische dimensie zichtbaar, door de vragen als een ui af te pellen, beginnend bij de meest simpele vragen en steeds een laag van complexiteit toevoegend. Niet zozeer om hier antwoorden op deze vragen te geven, maar om te laten zien welke aspecten van deze problematiek ook onderwerp zijn van ethische en filosofische reflectie.*

1. Moraal in de markt?

In het vakgebied van de bedrijfsethiek staat de vraag centraal of marktactoren ook morele verplichtingen hebben. Laten we beginnen met de meest eenvoudige actor op een markt: een eenmanszaak (want een bedrijf is al complexer, zie hierna). Stel, u runt een eenmanszaak. Mag u dan alles doen wat de wet toestaat? Of moet u ook rekening houden met de belangen van uw klanten, leveranciers en anderen? Mag u uw klanten bijvoorbeeld misleidende informatie over uw product voorschotelen? (we gaan er even vanuit dat de wet over de betreffende misleiding zwijgt – het gaat om de morele vraag).

Soms wordt zo'n dilemma geframed als een kwestie van een morele plicht die moeten worden afgewogen tegen zakelijke belangen. Wat zou dan zwaarder moeten wegen? Goed beschouwd is dat heel raar. Het hele idee van een morele plicht is dat deze 'altijd wint'. Als we constateren dat iets een morele plicht is, dan is er geen vervolgvraag meer of we het wel of niet moeten doen. Het feit dat het een morele plicht is beantwoordt die vraag al: ja, we moeten het doen. Natuurlijk kun je besluiten om daar lak aan te hebben (ik mag geen koekje stelen uit de koekjestrommel, maar ik kies toch voor mijn eigenbelang en doe het wel), maar dan zegt je geweten als het goed is, dat dit een verkeerde beslissing is.

Het is dus beter om de zaak anders te framen: ethiek gaat over wat goed is om te doen 'all things considered'. Is het misleiden van de klant ten behoeve van de eigen winst moreel slecht? Dat hangt natuurlijk af van de aard van de misleiding. Alle reclame is wel enigszins misleidend, maar misschien zijn er



verexcuseerbare uitingen. En misschien heeft klant ook wel een eigen verantwoordelijkheid in dezen. Maar als we eenmaal een antwoord hebben geformuleerd met betrekking tot dit dilemma, is dat antwoord dat wat moreel geboden is.

Nu denken sommigen dat deze dilemma's in de markt nooit opdoemen. Immers, alle marktactoren mogen, ja zelfs moeten voor maximalisering van hun eigen winst gaan. Alleen als ze dat doen, kan de markt efficiënt functioneren en ontstaat er op macroniveau immers de grootst mogelijke welvaart voor iedereen. Handelen op de markt is als het spelen van een spel: je hoeft, nee je mag geen mededogen met je tegenstander te hebben. De spelcontext maakt dat het juist de bedoeling is dat alle spelers voor hun eigen winst gaan. Alleen dan komt er een spetterende wedstrijd op de mat. In die zin is de markt een context die anders is dan wanneer ik op straat loop.

Als ik op straat loop heb ik mijn eigen doelen (ik wil snel thuis zijn), maar als ik iemand in nood zie, moet ik de realisering van mijn doel afwegen tegen dat het helpen van de persoon in nood. In de marktcontext is die afweging er niet: de deelnemers ontvangen een licentie om geen rekening te houden met de belangen van anderen. Ze zijn vrijgesteld van morele vragen, en hoeven alleen maar de 'marktmoraal' te volgen: volg je eigenbelang!

In de bedrijfsethiek zijn vele verschillende theorieën ontwikkeld om deze redenering te ontcrachten, en toch ruimte te maken voor een belangenafweging door de ondernemer. Zo zijn er stakeholder-benaderingen (Donaldson and Preston 1995), neo-Kantiaanse benaderingen (Smith and Dubbink 2011), neo-Aristoteliaanse benaderingen (Solomon 2004), en vele andere. Het is onmogelijk om hierop in te gaan.

Belangrijk is evenwel dat deze vraag – hoewel al decennia bediscussieerd – toch steeds relevant blijft. De verschillende bedrijfsethische theorieën wijzen weliswaar allemaal het automatisme van de marktmoraal af, maar om verschillende redenen. Die redenen bepalen vervolgens hoe ze de belangenafweging die de ondernemer dan moet maken voor zich zien, hoeveel en welke ruimte er is voor 'people' en 'planet' naast 'profit'.

2. Het bedrijf als politieke actor

Nu moeten we de zaak een slag complexer maken. Op de markt handelen namelijk niet alleen eenmanszaken, maar ook ondernemingen. Ondernemingen zijn zelfs de meest voorkomende en meest dominante categorie marktactoren. Dit maakt uit, om een aantal verschillende redenen. Deze redenen brengen – frappant genoeg – allemaal een nieuw element in het spel: de politiek. Daarmee wordt ons vraagstuk verbreed van individuele ethische afwegingen (van een eenmanszaak) naar politiek-filosofische vraagstukken van macht, legitimiteit en collectieve verantwoordelijkheid).

Het meest voor de hand liggende verschil met een eenmanszaak is dat bedrijven personeel hebben. Daarmee vertonen zij een structuur die analoog is aan een land met een regering en burgers. Werkgevers hebben daarmee ook een bepaalde macht over hun werknemers: zij kunnen hen gebieden wat in



hun werktijd te doen. Dit roept de vraag op of de analogie nog verder moet worden doorgetrokken. Op politiek niveau vinden we het een moreel principe dat een land democratisch moet worden bestuurd: bestuurders moeten verantwoording afleggen aan hun onderdanen. Dat volgt uit de gelijkwaardigheid van alle burgers. De burgers zelf zijn in laatste instantie de baas, doordat zij de macht hebben bestuurders weg te stemmen.

Zou een bedrijf niet ook democratisch moeten worden geleid? Dit is de 'workplace democracy' vraag. Nu zullen velen zeggen dat de analogie mank gaat, omdat mensen vrijwillig toetreden tot bedrijven, terwijl zij niet aan publieke macht kunnen ontsnappen. Bedrijven mogen koninkrijken zijn, geen democratieën. De vraag is of dat argument opgaat – hierover is een levendig debat (Dahl 1985; Hsieh 2008).

Dat is de interne dimensie van een bedrijf. Maar bedrijven zijn ook politieke actoren in een andere zin. Zij zijn door de wet geconstitueerde actoren, die een aantal privileges hebben die anderen niet hebben. Bedrijven beheren kapitaal van aandeelhouders, maar zijn daarvan onderscheiden rechtspersonen. Aandeelhouders kunnen hun kapitaal niet terugtrekken uit de onderneming (hoogstens verkopen aan derden), en crediteuren van de onderneming kunnen geen verhaal halen bij de aandeelhouders (beperkte aansprakelijkheid).

Daarmee komt een heel speciaal soort wezen tot stand: geen privaat individu, geen publieke autoriteit, maar een privaat-publieke mix van gesocialiseerd kapitaal dat ingezet kan worden voor riskante ondernemingen. Het bedrijf kan risico's nemen die anderen niet kunnen nemen, doordat de verliezen uiteindelijk niet verhaald kunnen worden op de privé-vermogens van anderen.

Dit heeft veel innovatie en welvaart geschapen, maar ook veel roekeloos gedrag. Zoals David Ciepley mooi laat zien, is de geschiedenis van bedrijven sterk verworteld met die van soevereine staten die die bedrijven deze privileges geven. Dit roept echter wel interessante politiek-filosofische vragen op over de gemengde privaat/publieke aard van bedrijven. Moeten de genoemde privileges niet samengaan met een meer expliciete politieke verantwoording? (Ciepley 2013; zie ook McMahon 2012).

3. Verantwoordelijkheid, mensenrechten en rechtvaardige handel

Laten we tot slot nog een laag van complexiteit toevoegen: de internationale context. Er zijn ook eigenstandige filosofische vragen die in beeld komen vanwege de internationale dimensie van de bedrijfsethiek, zoals die centraal staat bij de "IMVO" (internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen) waarover het rapport Zorgplicht zich buigt.

Zo is er steeds meer politiek-filosofische discussie over de regulerende rol van bedrijven in internationaal verband. De drijfveer hierachter is de globalisering van de economie, waardoor bedrijfsactiviteiten over veel meer ketens en schakels zijn verspreid. De discussies over de arbeidsomstandigheden in de ontwikkelingslanden zijn hiervan het meest bekende voorbeeld, waar ook het rapport Zorgplicht zich over buigt. Het idee is hier dat aangezien er



internationaal geen sterke overheden zijn, bedrijven in het gat moeten springen.

Of zij dat nu willen of niet, zij moeten de rol opnemen die overheden traditioneel nemen, van het ontwikkelen en handhaven van regels (Scherer and Palazzo 2011). Zoals de filosoof Iris Marion Young overtuigend betoogt, vereist het aannemen van een ketenverantwoordelijkheid een geheel nieuw, meer politiek en minder juridisch geladen concept van verantwoordelijkheid (Young 2004). Daarin staan niet schuld en aansprakelijkheid, maar de causale bijdrage aan een moreel problematische situatie (zoals sweatshop arbeid) centraal. Dat roept complexe vragen op over hoe we de verdeling van die verantwoordelijkheid over de verschillende betrokken actoren kunnen bepalen.

Een ander punt van aandacht is de vertaling van de morele normen van bedrijfsethiek in termen van mensenrechten. Het rapport *Zorgplichten* concentreert zich sterk daarop, in het kielzog van de populariteit van de UN Guiding Principles on Business and Human Rights. Dat is begrijpelijk, tegelijk roept de vertaling van morele plichten in termen van mensenrechten ook weer interessante (filosofische) vragen op.

Mensenrechten zijn van oudsher sterk als publieke normen voor overheden geconceptualiseerd. Ook is er traditioneel (ten onrechte, wat mij betreft) een sterke nadruk op civiel-politieke rechten, ten koste van sociaal-economische mensenrechten. De eerste vereisen vooral een terughoudende houding (niet interfereren met iemand als hij vrij zijn mening uit of godsdienst aanhangt), de laatste een meer pro-actieve houding (onderwijs en gezondheidszorg organiseren etc.).

Overplanting van plichten in mensenrechtenverband van overheden naar bedrijven zou dan bijvoorbeeld betekenen dat bedrijven ook veel pro-actiever moeten optreden. Dit is maar een voorbeeld van hoe traditionele 'MVO' en het mensenrechtendiscours van hele verschillende conceptuele en normatieve vooronderstellingen uitgaan (Wettstein 2012). Daar is nog veel terrein te overbruggen.

Tot slot, komt met de internationale dimensie ook de politiek-filosofische rechtvaardigheidstheorie in beeld. Onder de noemer 'justice in trade' wordt bediscussieerd over de vraag of bedrijven überhaupt plichten hebben om zich te bemoeien met de slechte arbeids- en milieuomstandigheden van productie door zakenpartners in andere landen (James 2005; Risse 2007). Dit kan niet alleen betwist worden met een verwijzing naar de contractualistische marktmoreal waarmee ik begon ('ze hebben toch zelf toegestemd in deze deal').

Het springende punt daarachter is dat die lagere standaarden ook een concurrerend voordeel bieden aan zakenpartners in ontwikkelingslanden. Daarmee is het vanuit rechtvaardigheidsoverwegingen niet evident wat nu 'fair' is. Soms is het helder dat het om moreel verwerpelijke praktijken gaat, bijvoorbeeld als het gaat om kinderarbeid. In andere gevallen is het niet zo gemakkelijk dit concurrentievoordeel als onrechtvaardig te verwerpen. Hier bieden verschillende rechtvaardigheidstheorieën een verschillend licht op de balans van morele rechten en plichten.



4. Conclusie

Deze bijdrage heeft beoogd om enkele vraagstukken te presenteren die worden bediscussieerd in de ethiek en politieke filosofie, die liggen achter de juridische kwesties in het rapport Zorgplichten. Kwesties rondom markt en moraal, de eigen aard van bedrijfsactiviteiten en de politieke dimensie daarvan, de vraagstukken rondom mensenrechten en sociale rechtvaardigheid. Zij roepen allemaal vragen op die ook veel mogelijkheden voor nader onderzoek in interdisciplinair verband bieden, tussen filosofen, juristen, sociologen, economen, historici en anderen.

Verder lezen

Ciepley, David. 2013. "Beyond Public and Private: Toward a Political Theory of the Corporation." *American Political Science Review* 107 (1): 139–58.

Dahl, Robert. 1985. *A Preface to Economic Democracy*. Berkeley: The University of California Press.

Donaldson, Thomas, and Lee E. Preston. 1995. "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications." *The Academy of Management Review* 20 (1): 65–91.

Hsieh, Nien-He. 2008. "Survey Article: Justice in Production." *Journal of Political Philosophy* 16 (1): 72–100.

James, Aaron. 2005. "Distributive Justice without Sovereign Rule: The Case of Trade." *Social Theory and Practice* 31 (4): 533–59.

McMahon, Christopher. 2012. *Public Capitalism. The Political Authority of Corporate Executives*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Risse, Mathias. 2007. "Fairness in Trade 1: Obligations from Trading and the Pauper-Labor Argument." *Politics, Philosophy and Economics* 6 (3): 355–77.

Scherer, Andreas, and Guido Palazzo. 2011. "The New Political Role of Business in a Globalized World: A Review of a New Perspective on CSR and Its Implications for the Firm, Governance, and Democracy." *Journal of Management Studies* 48 (4): 899–931.

Smith, Jeffrey, and Wim Dubbink. 2011. "Understanding the Role of Moral Principles in Business Ethics: A Kantian Perspective." *Business Ethics Quarterly* 21 (2): 205–31.



Solomon, Robert. 2004. "Aristotle, Ethics and Business Organizations." *Organization Studies* 25 (6): 1021–43.

Wettstein, Florian. 2012. "CSR and the Debate on Business and Human Rights: Bridging the Great Divide." *Business Ethics Quarterly* 22 (4): 739–70.

Young, Iris Marion. 2004. "Responsibility and Global Labor Justice." *Journal of Political Philosophy* 12 (4): 365–88.