

Nationale CSR-Strategie der Bundesregierung

Rolf Bösing

1.

Immer mehr Unternehmen übernehmen freiwillig gesellschaftliche Verantwortung und gestalten ihr Kerngeschäft bewusst nachhaltig. Und das aus gutem Grund. Denn wenn Unternehmen verantwortungsbewusst handeln, nützt es nicht nur der Gesellschaft und der Umwelt, sondern auch den Firmen selbst.

Der Impuls zu CSR kam erstmals mit dem Grünbuch der Europäischen Kommission im Jahr 2002. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat seit Sommer 2007 die Federführung innerhalb der Bundesregierung. Bedingt durch die Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/2009 gewinnt die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR) national wie international an Bedeutung. Die Unternehmen, die den Fußballverein oder den Tennisclub finanziell unterstützen, sind vorbildlich. Sie sind aber keine verantwortungsvollen Unternehmen im Sinne von CSR. CSR ist mehr.

CSR heißt, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair zu behandeln und zu fördern. Es bedeutet, mit natürlichen Ressourcen schonend und effizient umzugehen. Und es bedeutet, in der Lieferkette sozial- und ökologisch verantwortungsvoll zu produzieren. Es nützt aber auch Unternehmen selbst, wenn sie Verantwortung übernehmen. Verantwortungsbewusste Unternehmen können ein positives Umfeld schaffen, die Mitarbeiter- und Kundenbindung stärken und Investoren anlocken. Sie können Risiken vermeiden und frühzeitig Megatrends wie Demografie- oder Klimawandel in ihre Planungen einbeziehen. Damit positionieren sie sich langfristig im Wettbewerb.

2.

Wie kann die Politik ein positives Umfeld für CSR konkret schaffen? Sicherlich nicht durch zusätzliche Regulierung oder ein Mehr an Bürokratie.

Es geht darum, Mittel und Wege zu finden, wie CSR in die Breite getragen werden kann - zum Nutzen von Wirtschaft und Gesellschaft. Dafür gibt es kein Patentrezept. Die Ansatzpunkte zur Förderung von CSR unterscheiden sich. Wichtig ist hier vor allem die Größe der Unternehmen.

Für Großunternehmen wird der Kapitalmarkt zunehmend zu einem wesentlichen Motiv bei der Einführung und Verbesserung von CSR. Große Unternehmen wie die DAX-30-Unternehmen, die international aufgestellt sind und sich über den Kapitalmarkt finanzieren, haben ihre Geschäftstätigkeit häufig bereits gezielt nachhaltig gestaltet. Die Mehrzahl dieser Unternehmen sind im Bereich CSR gut bis sehr gut aufgestellt. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass Investoren heute kritischer auf die Risikofaktoren ihrer Geldanlagen achten und der Markt für nachhaltige Investments in den letzten Jahren stetig und stark gestiegen ist. Rund 20 % des verwalteten Anlagevermögens in Europa ist in nachhaltig ausgerichteten Fonds angelegt, schätzt das europäische Investmentforum Eurosif (2008: 2,7 von insgesamt 13,5 Billionen Euro; Marktanteil 17,6 %). Während sich der Markt für allgemeine Publikumsfonds in den letzten zehn Jahren bestenfalls verdoppelt hat, ist das Volumen der Nachhaltigkeitsfonds auf das 20 - 30-fache gestiegen.

Unternehmen mit vorbildlichen Nachhaltigkeitsleistungen haben somit gerade auch nach den Erfahrungen der Finanzkrise einen verbesserten Zugang zu Kapital. Das setzt Anreize, sich gesellschaftlich verantwortlich zu verhalten. Es sind vor allem große Pensionsfonds, welche das Geld für die Altersvorsorge von Millionen Arbeitnehmern verwalten und weltweit anlegen, die mit ihrem großen Anlagevolumen einflussreiche Treiber der Nachhaltigkeitsidee sind. Sie haben erkannt, dass Nachhaltigkeit und Rentabilität keine Widersprüche sein müssen. Im Gegenteil, es ist wirtschaftlich vernünftig, Umweltrisiken und soziale Fragen in die Geschäftspolitik zu internalisieren. Die Wirtschafts- und Finanzkrise 2008 hat diese Erkenntnis weiter verstärkt.

3.

Vorreiter bei CSR in Europa ist Dänemark. 85 % der dänischen Pensionsfonds sind Unterzeichner der UN Principles for Responsible Investment. Sie haben sich freiwillig verpflichtet, Nachhaltigkeitskriterien bei ihren Investitionsentscheidungen zu berücksichtigen. Zurückzuführen ist diese hohe Anzahl von Unterzeichnern auch auf die Aktivitäten der dänischen Re-

gierung. Diese hat institutionelle Investoren in Dänemark aufgerufen, dem UN Global Compact bzw. den UN Principles for Responsible Investment beizutreten.

4.

Es ist und bleibt anspruchsvoll, die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen adäquat zu bewerten. Bislang gibt es keine einheitlichen Auswahlkriterien für nachhaltige Geldanlagen. Finanzinstitute und spezialisierte Researchhäuser entwickeln jeweils eigene Kriterien mit unterschiedlichen Bewertungsmethoden, Datenquellen und Darstellungen, welche die Vergleichbarkeit sehr erschweren.

Hier kann die Politik ansetzen. Sie kann helfen, Transparenz herzustellen, damit sich die Marktkräfte im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung besser entfalten, durch Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen oder andere Instrumente. Eine interessante Diskussion wurde in diesem Zusammenhang vom Rat für Nachhaltige Entwicklung angestoßen. Der Rat hat den Vorschlag eines Deutschen Nachhaltigkeitskodex veröffentlicht und zur Diskussion eingeladen. Es soll versucht werden, die wesentlichen Nachhaltigkeitskriterien in einem Kodex zusammenzufassen. Dieser Kodex soll allen Unternehmen offen stehen. Ziel der Überlegungen des Rates ist es, belast- und vergleichbare Informationen zu Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen zur Verfügung zu stellen – gerade auch für Investor/innen. Die Bundesregierung wird die Debatte mit Interesse verfolgen.

5.

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat seit Sommer 2007 die Federführung beim Thema „Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen - kurz CSR“. Zum Erfolg von CSR braucht es ein Zusammenspiel aller gesellschaftlichen Akteure von Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Das CSR-Forum des BMAS versammelt all diese Gruppen, insgesamt 44 Multistakeholder.

Wichtig war das gemeinsame Verständnis des CSR-Forums bei der Entwicklung der Nationalen CSR-Strategie. Dabei formulierte das CSR-Forum 2009 zwei Kernpunkte:

- CSR muss in das Kerngeschäft des Unternehmens integriert werden.
- CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig.

6.

Was verstehen wir als Bundesregierung unter gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen im Sinne von CSR? Nach dem gemeinsamen Verständnis von CSR-Forum und Bundesregierung handeln Unternehmen gesellschaftlich verantwortlich, wenn sie:

- mit natürlichen Ressourcen schonend und effizient umgehen,
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair behandeln, fördern und beteiligen,
- in der Wertschöpfungskette sozial und ökologisch verantwortungsvoll produzieren und
- auf Verbraucherrechte und Verbraucherinteressen achten.

7.

Um positive Unternehmensbeispiele zur Verbreiterung von CSR zu nutzen, wird die Bundesregierung strategische Partnerschaften und Netzwerke aufbauen. Dazu gehört auch die Einbeziehung großer international tätiger Unternehmen, wie die DAX-30-Unternehmen. Sie besitzen im Bereich CSR eine wichtige Vorreiterrolle. Gerade mit ihren Erfahrungen können sie eine Leuchtturmfunktion für die Ausweitung von CSR in Deutschland übernehmen.

Mit dieser Strategie kommen Unternehmen nicht nur ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nach, sondern zeichnen auch Wettbewerbsvorteile in einer globalisierten Wirtschaft.

Die strategische Partnerschaft mit den Unternehmen ist bei CSR sehr wichtig. Dazu gehört auch die Zusammenarbeit mit den Verbänden der deutschen Wirtschaft, wie dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag, dem Zentralverband des Deutschen Handwerks und den Arbeitgeberverbänden BDA und BDI.

Bei den kleinen und mittleren Unternehmen wollen wir gezielt ansetzen, um CSR in die Breite zu tragen. Hier ist Entwicklungsbedarf. Dies wollen wir gemeinsam mit dem DIHK und ZDH tun, um wirklich Unterstützung in der Breite zu geben, die die Unternehmen aus eigener Kraft nicht leisten können.

8.

Die Bundesregierung hat am 6. Oktober 2010 ihre nationale CSR-Strategie verabschiedet, die sie mit entsprechenden Maßnahmen unterlegen wird.

Stärkung von CSR in kleineren und mittleren Unternehmen

Dazu werden wir die kleinen und mittleren Unternehmen, die mit rund 20 Mio. aller Arbeitnehmer 70 % der Arbeitsplätze und 83 % der Ausbildungsplätze stellen, gezielt ansprechen, um sie für CSR zu gewinnen. Denn gute Arbeitsbedingungen und die Stärkung der Mitarbeitermotivation sind wichtige Beiträge für den Unternehmenserfolg. Als Impuls setzten wir ein Programm für KMU in Höhe von 20 Mio. Euro auf, das zusammen mit unseren strategischen Partnern vor Ort umgesetzt wird.

CSR-Vorreiterunternehmen auszeichnen und damit zur Nachahmung aufrufen

Viele Unternehmen haben soziales und ökologisches Engagement bereits fest in ihr Kerngeschäft verankert. Diese guten Ansätze wollen wir öffentlich anerkennen, zum Beispiel mit einem CSR-Preis der Bundesregierung. Aber auch durch den Aufbau von strategischen Partnerschaften und Netzwerken rund um CSR-Vorreiterunternehmen. Sie besitzen im Bereich CSR eine wichtige Rolle. Gerade mit ihren Erfahrungen können sie eine Leuchtturmfunktion für die Ausweitung von CSR in Deutschland übernehmen.

Erhöhung von Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR

Entscheidende Zielgruppen wie Verbraucher/innen und Investor/innen können verantwortliches Handeln von Unternehmen am Markt honorieren, wenn sie über CSR umfassend informiert sind. Die Bundesregierung wird vor diesem Hintergrund Informationen zum Thema CSR und zum Engagement einzelner Ministerien bündeln und damit die Internetpräsenz zum Thema CSR (www.csr-in-deutschland.de) deutlich verbessern.

Die deutsche Wirtschaft wird international nicht nur mit Produktqualität, sondern auch mit Verantwortungsbewusstsein in Verbindung gebracht. Zur positiven Verbreitung dieses Bildes, wollen wir ein Konzept entwickeln, um den Begriff „CSR - Made in Germany“ international als Qualitätszeichen einzuführen und für die deutsche Wirtschaft nutzbar zu machen.

Integration von CSR in Bildung, Qualifikation, Wissenschaft und Forschung

Um die ökonomischen Kompetenzen und das Wissen über CSR in allen Lebensphasen zu verbessern, wird die Bundesregierung über neue und bestehende Programme und Initiativen sowohl die Aus- und Fortbildung im Hinblick auf CSR-Fragestellungen verbessern als auch die Vernetzung von Schule und Wirtschaft fördern.

Damit CSR-Themen an deutschen Hochschulen größeres Gewicht gewinnen, wird die Bundesregierung Anreize für Hochschulen im Bereich CSR schaffen. Unter anderem sollen internationale Forschungsnetzwerke zum Management sozial-ökonomischer Aspekte in Unternehmen gefördert werden.

Mit gutem Beispiel vorangehen

Das BMAS wird – einmal in der Legislaturperiode – selbst einen CSR-Bericht herausgeben, der Auskunft über Maßnahmen zur Führungskultur, Mitarbeitermotivation oder die soziale und ökologische Qualität seiner Auftragsvergabe gibt. Damit nehmen wir in Europa eine Vorreiterrolle ein.

Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen

Die Bundesregierung will einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Weltwirtschaft leisten und wird vor diesem Hintergrund den internationalen Dialog zum CSR-Ordnungsrahmen in den maßgeblichen internationalen Foren intensivieren. Dazu wird sie auch ihre Aufklärungs- und Informationsaktivitäten verstärken, um die Kenntnis und Einhaltung international anerkannter CSR-Instrumente und -Initiativen, wie z. B. der OECD-Leitsätze für Multinationale Unternehmen, dem UN Global Compact und der dreigliedrigen ILO-Grundsatzserklärung über Multinationale Unternehmen und Sozialpolitik, zu verbessern.

Zur Förderung von CSR im Rahmen der Entwicklungspolitik wird die Bundesregierung die Wirtschaft unterstützen, sich unternehmerisch in Regionen zu engagieren, in denen sie einen Beitrag zur nachhaltigen sozialen und ökologischen Entwicklung leisten kann. Die dazu seit 1999 eingeführten Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft (www.develoPPP.de) werden fortgeführt und ausgebaut. Darüber hinaus beabsichtigt die Bundesregierung, bilaterale und regionale Vorhaben der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit im Bereich CSR weiterzuentwickeln.

Beitrag von CSR zur Bewältigung von gesellschaftlichen Herausforderungen

Im Sinne einer demografiefesten und leistungsfähigen Arbeitswelt von morgen wird die Bundesregierung über bestehende Programme oder konzeptionelle Weiterentwicklungen die Rahmenbedingungen für eine demografiesensible, lebensphasenorientierte und mitarbeiterorientierte Personalpolitik in den Unternehmen verbessern. Darüber hinaus wird sie die gesellschaftliche Vielfalt der Belegschaften (Diversity) von Unternehmen und die Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte Gruppen fördern.

Rahmenbedingungen zur Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds verbessern

Die Beschaffungsfähigkeit von Bund, Ländern und Kommunen umfasst mehr als 10 Prozent des Bruttosozialproduktes. Um das große Beschaffungsvolumen staatlicher Stellen als Marktmacht im Sinne eines ökologisch und sozial verantwortlichen Angebots zu nutzen, wird die Bundesregierung das Kriterium der Nachhaltigkeit in der öffentlichen Beschaffung festigen und weiterentwickeln.

Das Gesetz zur Modernisierung des Vergaberechts vom April 2009 ermöglicht es öffentlichen Auftraggebern, soziale, umweltbezogene und innovative Anforderungen in das Vergabeverfahren einzubeziehen. Damit diese neu geschaffenen Möglichkeiten stärker genutzt werden, will die Bundesregierung den Kompetenzaufbau bei den mit Vergabe befassten öffentlichen Stellen über Schulungen u. ä. stärken.

9.

Der Aktionsplan CSR ist der Startschuss für eine strategische Allianz für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland.

Verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Wirtschaften lohnt sich für die Gesellschaft und für die Unternehmen selbst.

Daneben werden wir auch mit relevanten Akteuren der Finanzwelt das Gespräch suchen. Dann klar ist, dass der Kapitalmarkt zunehmend zu einem Treiber von CSR wird. Diese Chance gilt es zu nutzen – im Interesse von Wirtschaft und Gesellschaft.