



Stellungnahme zur öffentlichen Konsultation der EU-Kommission zur „Strategie der Europäischen Kommission für die soziale Verantwortung von Unternehmen (SVU) 2011-2014: Erfolge, Schwachstellen und Herausforderungen“

August 2014

Einleitung

Die Europäische Kommission hat eine öffentliche Konsultation zur "Strategie der Europäischen Kommission für die soziale Verantwortung von Unternehmen (SVU) 2011–2014: Erfolge, Schwachstellen und künftige Herausforderungen" vorgelegt. Für die vier Spitzenverbände der Deutschen Wirtschaft – Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) – ist Corporate Social Responsibility (CSR) seit vielen Jahren ein sehr wichtiges Anliegen. Sie unterstützen ihre Mitglieder und Unternehmen durch aktuelle Informationen über Entwicklungen und Trends zu CSR, durch Leitfäden, durch Arbeitskreise und Konferenzen, durch das CSR-Internetportal CSR Germany sowie durch individuelle Beratung. Auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene haben sich die Verbände in den verschiedenen Prozessen und Dialogforen konstruktiv zur Fortentwicklung von CSR eingebracht, um den Unternehmen die notwendige Unterstützung für ihr freiwilliges und eigenverantwortliches gesellschaftliches Engagement zu geben. Vor diesem Hintergrund nehmen die Verbände zur öffentlichen Konsultation Stellung.

Zum Prozess

Fragebogen der EU-Kommission keine befriedigende Grundlage für die Konsultation

Die EU-Kommission hat als Grundlage für die Konsultation einen Fragebogen veröffentlicht. Die Fragen sind jedoch so formuliert, dass es durch das Ausfüllen des Fragenkatalogs allein nicht möglich ist, die eigenen Positionen und Vorstellungen von CSR deutlich zu machen. Deshalb sehen es BDA, BDI, DIHK und ZDH als erforderlich an, im Rahmen einer gesonderten Stellungnahme die wichtigsten Überlegungen und Forderungen zu CSR darzustellen.

Zu begrüßen ist die von der EU-Kommission angekündigte Durchführung einer Anhörung der relevanten Stakeholder im Rahmen des EU-Stakeholder-Forums im November 2014. Wichtig hierbei ist, dass der Teil-

BDA | DIE ARBEITGEBER
Bundesvereinigung der
Deutschen Arbeitgeberverbände

EU-Transparenzregisternummer:
7749519702-29

BDI - Bundesverband der
Deutschen Industrie e. V.

EU-Transparenzregisternummer:
1771817758-48

DIHK | Deutscher Industrie-
und Handelskammertag e. V.

EU-Transparenzregisternummer:
22400601191-42

Breite Str. 29 | 10178 Berlin

Zentralverband des
Deutschen Handwerks

EU-Transparenzregisternummer:
5189667783-94

Mohrenstr. 20/21 | 10117 Berlin

nehmerkreis für diese Veranstaltung nicht begrenzt wird und allen relevanten Stakeholdern die Möglichkeit einer Teilnahme eingeräumt wird.

Zum Inhalt

1. Deutsche Unternehmen engagieren sich

Die deutschen Unternehmen nehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahr und engagieren sich weit über das gesetzliche Maß hinaus. Dies hat eine lange Tradition. Die zahlreichen Aktivitäten und Initiativen der deutschen Unternehmen auf globaler, europäischer und nationaler Ebene in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft sind konkreter Ausdruck dieses Verantwortungsbewusstseins. In Deutschland engagieren sich Unternehmen alleine im sozialen Bereich jährlich mit 11,2 Mrd. € (Erster Engagementbericht 2012 des deutschen Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend).

Das Engagement ist bei Unternehmen aller Größen sehr hoch: Nahezu jedes Unternehmen (98 % der Betriebe mit mindestens 20 Mitarbeitern) engagiert sich über die gesetzlichen Anforderungen hinaus für die Gesellschaft. Je größer die Unternehmen sind, über umso größere Kapazitäten verfügen sie und umso mehr engagieren sie sich: Unternehmen mit 20 bis 249 Beschäftigten engagieren sich zu 97 %, Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten engagieren sich sogar zu 100 %. Bei Kleinunternehmen mit bis zu neun Mitarbeitern sind es immerhin 87 % (IHK-Unternehmensbarometer 2012, Gesellschaft gewinnt durch unternehmerische Verantwortung). Teilweise – insbesondere bei familiengeführten und kleineren Unternehmen – ist dies so selbstverständlich, dass darüber nicht einmal berichtet wird. Oftmals kennen Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter und vor allem das regionale Umfeld diese Aktivitäten der Unternehmen sowieso. Auch die Anzahl derjenigen Unternehmen, die CSR- und Nachhaltigkeitsstrategien in ihr Kerngeschäft integrieren, wächst ständig ebenso wie die Anzahl derjenigen, die eigene Nachhaltigkeitsstrategien entwickeln. So arbeiten – insbesondere bei großen Unternehmen – immer mehr Mitarbeiter direkt im Bereich CSR. Die deutsche Wirtschaft betrachtet CSR als ein prioritäres Thema und sieht in CSR einen Beitrag der Unternehmen zur Verwirklichung des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung.

2. Freiwilligkeit von CSR als zentrales Merkmal respektieren

Die EU-Kommission verkennt in ihrer Definition aus dem Jahr 2011 den Kern von CSR, indem sie die zentralen Elemente Freiwilligkeit und übergesetzliches Engagement nicht mehr aufführt. Die bis 2011 bestehende und von BDA, BDI, DIHK und ZDH mitgetragene Definition wurde im Konsens und als Ergebnis langer und intensiver Diskussionen aller relevanten Stakeholder, unter anderem des europäischen und deutschen Multistakeholderforums, zu CSR erarbeitet. Sie definiert CSR richtigerweise als das ge-

gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, das diese freiwillig, über das gesetzliche Maß hinaus, in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft in ihrem Umfeld für eine zukunftsfähige Gesellschaft leisten. Folglich sollte von staatlicher Stelle keine neue Regulierung geschaffen werden.

Aus der CSR-Definition der EU-Kommission wird nicht ersichtlich, was "Auswirkungen auf die Gesellschaft" konkret beinhaltet. Auch wurde die Rolle der Akteure bei der Umsetzung von Sozial- und Umweltstandards nicht eindeutig festgelegt, vielmehr werden die Verantwortlichkeiten vermischt. Es ist zudem unklar geblieben, was „negative Auswirkungen“ sind, die durch CSR „aufgezeigt, verhindert und abgefedert werden“ sollen. Dabei wird unzureichend berücksichtigt, dass Unternehmen und Gesellschaft voneinander profitieren. Unternehmen schaffen Arbeitsplätze und durch die Herstellung von Gütern und Dienstleistungen wird Wohlstand geschaffen. Ohne Unternehmen gäbe es kein Wachstum und keine Beschäftigung mit allen damit verbundenen positiven gesellschaftlichen Effekten. Das freiwillige, proaktive CSR-Engagement von Unternehmen, das darauf abzielt, gesellschaftlichen Missständen entgegenzuwirken, deren Entstehung nicht in dem Verantwortungsbereich der Unternehmen liegt, wird dagegen von dieser CSR-Definition nicht erfasst. Es muss verhindert werden, dass CSR künftig abgewertet und nur noch als Korrektiv zur Kennzeichnung vermeintlichen unternehmerischen Fehlverhaltens behandelt wird.

Wir fordern die EU-Kommission deshalb dringend auf, ihre Definition aus dem Jahr 2011 zu überarbeiten und insbesondere dem Merkmal der Freiwilligkeit Rechnung zu tragen. Nur durch das Wiederaufleben des Merkmals der Freiwilligkeit lässt sich die Vielfältigkeit von CSR wahren.

3. Neue CSR-Regulierung vermeiden

Die EU-Kommission sollte keine neuen Regulierungsvorhaben zu CSR vorgehen. Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist komplex und differenziert. So muss sich ein multinationales Unternehmen in Südostasien ganz anderen Herausforderungen stellen als ein Handwerker in Europa. Die Herausforderungen, denen eine IT-Firma im Bereich CSR gegenübersteht, unterscheiden sich von denen eines Unternehmens der Erdölindustrie. Art und Ausprägung des gesellschaftlichen Engagements eines Unternehmens sind abhängig von der Unternehmensgröße sowie den Branchen und Märkten, in denen es agiert. Die von einem Unternehmen gesetzten Schwerpunkte an ökologischen und sozialen Aktivitäten richten sich nach den Bedürfnissen der jeweiligen Stakeholder. Vereinheitlichte Standards oder verbindliche Rahmenvorgaben sind daher für CSR nicht sinnvoll. Unternehmen müssen die Freiheit haben, die jeweils besten CSR-Ansätze zu entwickeln und umzusetzen. Starre Referenzrahmen, Zertifizierung und regulierende Eingriffe führen hingegen zu unnötigen bürokratischen Belastungen und drohen Innovation und Dynamik im Bereich CSR zu bremsen. Vor diesem Hintergrund sind insbesondere weitere Berichterstattungspflichten zu CSR abzulehnen. Eine Ausweitung der Regulierung in

diesem Bereich kann zudem eine Überschreitung der Gesetzgebungskompetenz darstellen und den Subsidiaritätsgrundsatz verletzen. Auch würde nicht nur der Freiwilligkeitsansatz ausgehöhlt, sondern auch das Ziel des Bürokratieabbaus für mehr Wettbewerbsfähigkeit ad absurdum geführt und das zu einem Zeitpunkt, an dem sich Europas Wirtschaft gerade aus ihrer schwersten Wirtschaftskrise herausarbeitet.

Neue Regulierung würde das freiwillige Engagement der Unternehmen selbst gefährden und damit die Bemühungen zu mehr gesellschaftlichem Engagement von Unternehmen konterkarieren. Neue Regulierung würde dazu beitragen, CSR zu einem Pflichtenheft zu degradieren, anstatt verantwortungsbewusstes Wirtschaften zu fördern und zu belohnen. CSR würde als Regulierung und Belastung und nicht als lohnenswerte Aufgabe für die tägliche Unternehmenspraxis wahrgenommen werden. Neue Regulierung wirkt wie ein Zwangskorsett und würde letztlich keinem Unternehmen gerecht werden, sondern schränkt Unternehmen aller Größenordnungen und Branchen in ihrer Gestaltungsfreiheit ein und verhindert dadurch den kreativen Wettbewerb um bessere Lösungen. Es würde verkannt, dass es für die Vielfalt und Komplexität von CSR-Praktiken eine Vielzahl von Möglichkeiten, Ansätzen und Methoden für Unternehmen gibt, die sich nicht in einen solchen Gesetzesrahmen zwingen lassen. Unternehmen benötigen Spielraum, um selber festzulegen, wie sie das Thema CSR integrieren.

4. Erwartungen an die EU-Kommission: Erfahrungsaustausch und Anreize besser als gesetzlicher Zwang

a. Erfahrungsaustausch fördern

Besser als eine Regulierung ist aus Sicht der deutschen Wirtschaft vor allem die praxisorientierte Förderung eines Erfahrungsaustauschs. Die in den letzten Jahren gestiegene Zahl der Unternehmen, die bereits CSR implementieren, ist hierfür ein Beleg. Auch die zahlreichen internationalen Standards, die sich aktuell immer ambitionierter weiterentwickeln, zeigen, dass der Markt innerhalb von kurzer Zeit und ohne gesetzliche Eingriffe eine Eigendynamik entwickelt, die anzuerkennen ist. Für die Entwicklung von CSR sind praxisorientierte Initiativen zum Austausch von Best Practice sinnvoll. Die EU-Kommission sollte daher gesellschaftliches Engagement praxisnah und konstruktiv unter Wahrung des Grundsatzes der Freiwilligkeit fördern.

b. Projekte zur Unterstützung von Unternehmen, insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen (KMU)

- **Unterstützung des Projekts „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“**

Hilfreich wäre es, wenn die EU-Kommission Unternehmen in ihrem gesellschaftlichen Engagement unterstützen könnte. Vor diesem Hintergrund soll-

te das geförderte Projekt im Rahmen des ESF-Programms „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand (CSR)“ wieder aufgenommen werden, welches in Deutschland bis Ende 2014 mit Mitteln aus dem Europäischen Sozialfonds finanziert wurde. Im Rahmen dieses erfolgreichen Projekts konnten mehr als 2.000 mittelständische Unternehmen die Möglichkeit zur CSR-Qualifizierung und Beratung nutzen.

- **Dialog- und Austauschmöglichkeiten für KMU mit EU-Kommission einrichten**

Um insbesondere den Belangen und Herausforderungen der KMU Rechnung zu tragen, ist es sinnvoll, gezielte Dialog- und Austauschmöglichkeiten für KMU mit der EU-Kommission zu schaffen. KMU würden so die Gelegenheit erhalten, ihre Anliegen und Einschätzungen direkt an die EU-Kommission zu übermitteln. Hiervon würde auch die EU-Kommission profitieren.

- **Unterstützung von KMU zu Due Diligence**

Insbesondere KMU benötigen Hilfestellungen, wie sie die Anforderungen zur Durchführung einer Due Diligence nach den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sowie nach den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen erfüllen. Hier ist die EU-Kommission aufgerufen, konkrete Maßnahmen zur Unterstützung von KMU zu ergreifen.

- **Bereitstellung von Informationen zur Situation in Zielländern**

Europäische Unternehmen sind immer häufiger auch in außereuropäischen Ländern wirtschaftlich aktiv. Dabei sind sie sich ihrer Verantwortung bewusst, die nationalen Gesetze einzuhalten sowie den Umwelt- und Sozialstandards gerecht zu werden. Häufig ist es jedoch für die Unternehmen schwierig, valide Informationen über die konkrete Situation, z. B. zur Menschenrechtssituation, zu erhalten. Die EU-Kommission sollte sicherstellen, dass Unternehmen solche Informationen erhalten können, beispielsweise über den diplomatischen Dienst der Europäischen Union. Sie sollte ihren Einfluss auf die Mitgliedstaaten geltend machen, damit diese den Unternehmen entsprechende Informationen weitergeben.

c. CSR-Preis

Preise und Wettbewerbe, welche das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen auszeichnen, tragen dazu bei, CSR sichtbar zu machen sowie die Unternehmen im Wettbewerb zu stärken. Zudem stellen sie einen weiteren Anreiz für Unternehmen dar, sich zu engagieren. Die EU-Kommission sollte deshalb auch in Zukunft einen CSR-Preis an engagierte Unternehmen vergeben. Sinnvoll ist auch, einen EU-Preis zur Auszeichnung von CSR-Partnerschaften zwischen Unternehmen und anderen Stakeholdern zu vergeben.

d. Schaffung eines „Global Level Playing Field“ durch Verbreitung der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen

Die EU-Kommission sollte versuchen, weitere nicht-OECD-Länder für die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen zu gewinnen. In einer globalisierten Wirtschaft kommt den OECD-Leitsätzen zur gesellschaftlichen Verantwortung für multinationale Unternehmen eine herausragende Bedeutung bei der Gestaltung eines fairen Wettbewerbs zu. Der praxisnahe Ansatz stärkt das verantwortungsbewusste unternehmerische Handeln. Nun kommt es darauf an, die Leitsätze über die OECD-Mitgliedstaaten hinaus als anerkannte Grundsätze für verantwortliches unternehmerisches Verhalten bei Auslandsinvestitionen weltweit zu verbreiten. Insbesondere aufstrebende Länder wie China und Indien sollten jetzt für die Annahme der Leitsätze gewonnen werden, um verantwortungsvolle Rahmenbedingungen für den internationalen Handel zu setzen. Die OECD-Leitsätze sind alleine natürlich nicht in der Lage, ein „Global Level Playing Field“ zu gewährleisten. Die grundlegenden Umwelt- und Sozialstandards müssen von den Staaten selbst um- und durchgesetzt werden. Aber die Leitsätze haben das Potenzial, diese Bemühungen zu unterstützen. Dieses Potenzial sollte besser genutzt werden.

Damit würde die EU-Kommission auch der Forderung aus dem Europäischen Parlament nachkommen. In der Entschließung des Europäischen Parlaments vom 6. Februar 2013 zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (2012/2097(INI)) wird die EU aufgefordert, umfassende diplomatische Anstrengungen zu unternehmen, um weitere Länder auf internationaler Ebene dafür zu gewinnen, die OECD-Leitsätze zu unterzeichnen und umzusetzen.

e. Unterschiedliche Rollen von Regierungen und Unternehmen herausstellen

Die EU-Kommission sollte helfen, die unterschiedlichen Rollen von Regierungen und Unternehmen herauszustellen. Viele Unternehmen engagieren sich aktiv im Rahmen der Lösung schwerwiegender gesellschaftlicher Probleme, insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern. Die Rolle, die Unternehmen bei der Lösung dieser Probleme spielen können, muss aber klar abgegrenzt werden von den Aufgaben der Regierungen. Unternehmen können mit ihrem Engagement die Bemühungen der Politik für gesellschaftliche Entwicklung und sozialen Fortschritt ergänzen, nicht aber deren Verantwortung ersetzen. Es sind die Regierungen, die die grundlegenden Umwelt- und Sozialstandards um- und durchsetzen müssen. Diese Aufgabe kann nicht an Unternehmen delegiert werden. Die im Jahr 2011 verabschiedeten UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte konkretisieren die richtige Rollenverteilung durch das drei Säulen-Konzept „Protect – Respect – Remedy“. Danach ist es Aufgabe des Staats, die Menschen auf seinem Territorium vor Menschenrechtsverletzungen durch nicht-

staatliche Akteure zu schützen und es ist die Pflicht der Unternehmen, die Menschenrechte zu achten.

f. CSR von überzogenen Erwartungen befreien

Die EU-Kommission sollte helfen, CSR von überzogenen Erwartungen zu befreien. Die Unternehmen sind sich ihrer Verantwortung bewusst, jedoch ist CSR kein Allheilmittel. Dies wird z. B. an der Diskussion um die Verantwortung in der Lieferkette deutlich. Immer mehr Unternehmen halten ihre Zulieferer zur Einhaltung von Menschenrechten an oder unterstützen sie bei der Erfüllung von Umwelt- und Sozialstandards. Es gibt zahlreiche Initiativen, Bündnisse und Maßnahmen, mit denen Unternehmen sich ihrer Verantwortung in der Lieferkette stellen. Die tatsächlichen Möglichkeiten der Einflussnahme der Unternehmen auf die Lieferkette sind dabei sehr unterschiedlich und hängen ganz besonders von der Anzahl der Zulieferer, der Struktur und Komplexität der Lieferkette sowie der Marktposition des Unternehmens ab. Darüber hinaus haben große Unternehmen sehr viele – oftmals mehrere tausend – Zulieferer. Wichtig sind die Schulung und die Unterstützung der Betriebe in der Lieferkette, damit sie in die Lage versetzt werden, Umwelt-, Sozial- und Menschenrechtsstandards adäquat umzusetzen. Hier kann die EU-Kommission unterstützend tätig werden.

Wichtig ist hierbei die Klarstellung, dass im Rahmen der globalen Lieferkette die Verantwortung für einen negativen Effekt nicht vom Verursacher auf das Unternehmen übertragen wird, mit dem der Verursacher eine Geschäftsbeziehung hat. Nach den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen sollen die Unternehmen gegenüber ihren direkten Geschäftspartnern bestrebt sein, einen negativen Effekt zu verhindern und im Rahmen der Lieferkette Unterauftragsnehmer, wo praktikabel, zur Anwendung von Grundsätzen verantwortungsvollen unternehmerischen Handelns ermutigen. Hierauf sollte die EU-Kommission hinweisen.

Schließlich sollte die EU-Kommission bei ihren Bemühungen zu CSR stets den Zusammenhang von wirtschaftlichen, Umwelt- und gesellschaftlichen Interessen, die in der Gesamtschau betrachtet werden müssen, beachten. Nur bei wirtschaftlichem Erfolg können Arbeitsplätze auf Dauer gesichert werden und Unternehmen können zum Wohlstand nur dann beitragen, wenn sie mit ihren Gütern und Dienstleistungen wettbewerbsfähig sind und deshalb von den Kunden und Verbrauchern abgefragt werden.

* * * * *