

Empfehlungsbericht des Nationalen CSR-Forums an die Bundesregierung

- beschlossen am 22. Juni 2010 -

Empfehlungsbericht des Nationalen CSR-Forums an die Bundesregierung

I.

Einleitung

Wer die großen ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen unserer Zeit bewältigen will, muss gemeinsam Lösungen suchen und gemeinsam handeln. Damit dies gelingt, muss das Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft funktionieren. Ein zentrales Element, um dieses Zusammenspiel zu gestalten, ist die Stärkung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR).

Damit CSR diese Wirkungen entfalten kann, braucht es in erster Linie engagierte Unternehmen und Beschäftigte, die CSR in ihre Geschäftsstrategien integrieren und ihr Kerngeschäft nachhaltig gestalten. Darüber hinaus braucht es eine lebendige Zivilgesellschaft, Gewerkschafterinnen und Gewerkschafter, Verbraucherinnen und Verbraucher und Investorinnen und Investoren, um nur einige Gruppen zu nennen, die CSR einfordern und honorieren. Nicht zuletzt braucht es eine aktive Politik, die gesellschaftliche Ziele im Dialog mit den gesellschaftlichen Gruppen formuliert und die Grundlagen dafür schafft, dass sich CSR für Unternehmen und Gesellschaft lohnt.

Wenn alle ihrer Verantwortung gerecht werden, dann lassen sich wirtschaftliche, soziale und ökologische Ziele zum gegenseitigen Vorteil verbinden. Das ist die Grundidee, die hinter CSR steht. Diesem Ziel sieht sich das nationale CSR-Forum verpflichtet.

Unter der deutschen G8-Präsidentschaft im Jahr 2007 haben sich die Staats- und Regierungschefs darauf verständigt, die Förderung von CSR voranzutreiben, insbesondere um die Globalisierung nachhaltig, d. h. wirtschaftlich, sozial und ökologisch, zu gestalten. Dies hat die Bundesregierung aufgegriffen und 2008 die Entwicklung einer Nationalen CSR-Strategie angekündigt. Die Bundesregierung geht damit auch auf eine Empfehlung des Rates für Nachhaltige Entwicklung ein.

Eine Nationale CSR-Strategie braucht das Wissen, den Ratschlag und die Mitwirkung der maßgeblichen gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteure. Aus diesem Grund wurde im Januar 2009 das Nationale CSR-Forum einberufen. 44 Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Bereichen arbeiten darin zusammen, weitere sind in den Arbeitsgruppen des Forums beteiligt. Das CSR-Forum hat im Konsens ein Gemeinsames Verständnis für CSR in Deutschland entwickelt und dessen gegenwärtig zentrale Aktionsfelder festgelegt.

Mit dem vorliegenden Bericht spricht das CSR-Forum der Bundesregierung die Empfehlung aus, einen Nationalen Aktionsplan zu erstellen und legt konkrete Vorschläge für Maßnahmen vor.

II

Gemeinsames Verständnis und Aktionsfelder von CSR in Deutschland

Das Nationale CSR-Forum hat sich am 28. April 2009 als Arbeitsgrundlage auf ein Gemeinsames Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) in Deutschland verständigt. Damit wurde eine von den verschiedenen Stakeholdergruppen gemeinsam getragene Grundlage für die weitere Arbeit im CSR-Forum entwickelt.

Beschluss des Nationalen CSR-Forums vom 28. April 2009 als Empfehlung an die Bundesregierung:

Gemeinsames Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) in Deutschland¹

Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen über gesetzliche Anforderungen hinaus. CSR steht für eine nachhaltige Unternehmensführung im Kerngeschäft, die in der Geschäftsstrategie des Unternehmens verankert ist. CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig.

Unternehmen nehmen gesellschaftliche Verantwortung wahr, indem sie insbesondere:

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair behandeln, fördern und beteiligen,
- mit natürlichen Ressourcen schonend und effizient umgehen,
- darauf achten, in der Wertschöpfungskette – in ihrem Einflussbereich – sozial und ökologisch verantwortungsvoll zu produzieren,
- Menschenrechte und die ILO-Kernarbeitsnormen wahren und einen Beitrag leisten, sie international durchzusetzen,
- einen positiven Beitrag für das Gemeinwesen leisten,
- verstärkt in Bildung investieren,
- kulturelle Vielfalt und Toleranz innerhalb des Betriebes fördern,
- für einen fairen Wettbewerb eintreten,
- Maßnahmen zur Korruptionsprävention fördern,
- Transparenz hinsichtlich ihrer Unternehmensführung herstellen,
- Verbraucherrechte und Verbraucherinteressen achten.

Eine nachhaltige Entwicklung² ist gerade angesichts von Wirtschafts- und Finanzkrisen eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und stellt Anforderungen an das Verhalten aller

gesellschaftlichen Gruppen. Vor diesem Hintergrund ist CSR als ein wesentlicher Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung in den Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen zu verstehen. Die Unternehmen beziehen interne und externe Stakeholder in die strategische Ausrichtung ihrer vielfältigen CSR-Aktivitäten ein. Dies sind zum Beispiel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Interessenvertretung, Nichtregierungsorganisationen, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie staatliche Institutionen.

Aufgabe der Politik ist es, ein positives Umfeld für CSR zu schaffen. Auf diese Weise kann CSR die Bedingungen nachhaltig funktionierender Märkte verbessern und gewinnbringend für Gesellschaft und Unternehmen sein. Strategisch angelegte CSR wird zunehmend zu einem Wettbewerbsfaktor. Dabei ist insbesondere die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR für Verbraucherinnen und Verbraucher und auch für Investoren entscheidend. Dabei ist Transparenz wichtig. Gleichzeitig stärkt CSR den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das Vertrauen in die Soziale Marktwirtschaft und leistet einen Beitrag zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung.

Die Stärkung des Gemeinwesens durch regionales und lokales Engagement ist ein Teil von CSR. Kleine, mittlere und auch große Unternehmen setzen sich bereits für das Gemeinwohl ein. Dieses Engagement von Unternehmen hat einen wesentlichen Einfluss auf ein positives Unternehmersbild und fördert die Akzeptanz der Wirtschaft in der Gesellschaft.

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen hat in Deutschland Tradition. Sozial- und Umweltbelange sind hierzulande auf einem hohen Niveau gesetzlich geregelt. Was anderenorts als CSR-Aktivitäten von Unternehmen herausgestellt wird, ist in Deutschland oft gesetzlich geregelt. Darüber hinaus gelten international vereinbarte Leitlinien – wie die dreigliedrige Grundsatzklärung über Multinationale Unternehmen und Sozialpolitik der ILO, die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD und der Global Compact der Vereinten Nationen, aber auch internationale Umweltnormen – als Maßstab beziehungsweise Verpflichtung. Die Wahrnehmung von CSR vor dem Hintergrund unseres sozialstaatlichen Rahmens und internationaler Verpflichtungen ist daher auch wichtig für die Positionierung deutscher Unternehmen im internationalen Wettbewerb.

¹ Grundlage für das deutsche Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) ist die in Europa etablierte Definition der Europäischen Kommission (siehe Grünbuch KOM (2001) 366 endg.).

² „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“ (Brundtland Report, 1987).

Auf dieser Basis wurden Aktionsfelder einer Nationalen CSR-Strategie erarbeitet, denen in der gegenwärtigen Situation eine zentrale Bedeutung für die Festigung und Weiterentwicklung von CSR in Deutschland zukommt.

Die Mitglieder des CSR-Forums verständigten sich am 28. April 2009 auf die Empfehlung folgender politischer Aktionsfelder als Bestandteile der Nationalen CSR-Strategie:

Aktionsfeld 1: Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR

Aktionsfeld 2: Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU

Aktionsfeld 3: Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung

Aktionsfeld 4: Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen
Zusammenhängen

Aktionsfeld 5: Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen

Aktionsfeld 6: Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds.

Es wurden sechs Arbeitsgruppen gebildet, welche die Aufgabe hatten, mit organisatorischer Unterstützung durch die Geschäftsstelle des CSR-Forums die Konkretisierung der Aktionsfelder voranzutreiben. Dabei ging es insbesondere darum, in den Arbeitsgruppen eine Verständigung auf gemeinsame Ziele innerhalb der Aktionsfelder herbeizuführen, Themen zu gewichten und Instrumente und Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele in den Aktionsfeldern zu entwickeln. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen sind Bestandteil dieses Berichts. Er wurde dem CSR-Forum vorgelegt und am 22. Juni 2010 im Konsens beschlossen. Nach der Verabschiedung der CSR-Strategie – „Aktionsplan CSR in Deutschland“ durch die Bundesregierung werden sich die Mitglieder des CSR-Forums an der konkreten Umsetzung des Aktionsplans beteiligen.

III

CSR – Zukunftschancen für die Gesellschaft und die Unternehmen

In Deutschland besteht eine lange Tradition des gesellschaftlich verantwortungsvollen Handelns von Unternehmerinnen und Unternehmern. Das Nationale CSR-Forum unterstützt die Bundesregierung nachdrücklich in ihrem Bestreben, mit der Entwicklung einer Nationalen CSR-Strategie die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen zu fördern und das Thema CSR in Deutschland und an den Investitionsstandorten im Ausland stärker sichtbar zu machen.

Das CSR-Forum hat für die Nationale CSR-Strategie sechs Aktionsfelder identifiziert, die gegenwärtig besonders wichtig sind, um die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen zu stärken und zu befördern. Für jedes dieser Aktionsfelder hat es darüber hinaus Empfehlungen für konkrete Maßnahmen und Instrumente in diesen Feldern beschlossen.

Aktionsfeld 1: Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR

Um die Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR zu erhöhen, ist es dem CSR-Forum wichtig, das Leitbild verantwortlicher Unternehmerführung noch mehr in die Breite zu tragen. Durch die Schaffung vielfältiger und unabhängiger Informationsquellen soll nationalen und internationalen Nutzerinnen und Nutzern ein Überblick über relevante Unternehmensaktivitäten auf diesem Gebiet in Deutschland gegeben werden: Durch die Bereitstellung von Informationen sollen ein schneller Überblick und die vergleichende Betrachtung der freiwillig teilnehmenden Unternehmen gewährleistet werden. Durch die Hervorhebung des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzens von CSR können so weitere Unternehmen gewonnen werden, sich für CSR zu interessieren und dieses in verantwortliches Handeln umzusetzen. Dabei soll insbesondere die Vielfalt der betreffenden Aktivitäten abgebildet und den unterschiedlichen Informationsbedürfnissen verschiedener Zielgruppen Rechnung getragen werden. Als wichtige Zielgruppen, neben den Unternehmen selbst, kommen insbesondere Verbraucherinnen und Verbraucher, Beschäftigte von Unternehmen, die nationale und internationale „breite Öffentlichkeit“ und Medien sowie nationale und internationale Investoren in Betracht.

Um diese Ziele zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen und Instrumente für dieses Aktionsfeld empfohlen:

1. Den „Aktionsplan CSR Deutschland“ kommunizieren.

Das CSR-Forum empfiehlt, durch gezielte und kontinuierliche Kommunikation und Information das öffentliche Interesse an verantwortungsvollem Unternehmertum zu verstärken.

- Mit einer auf Öffentlichkeit zielenden und hochrangig besetzten Auftaktveranstaltung soll der „Aktionsplan CSR in Deutschland“ medienwirksam vorgestellt werden.

- Anschließend regionale Informations- und Diskussionsveranstaltungen zielen auf die Verbreiterung und Vertiefung des Themas. Wesentliche Zielgruppe sind dabei die kleinen und mittleren Unternehmen. Die Veranstaltungsreihe sollte gemeinsam mit den Wirtschaftsverbänden, Gewerkschaften, Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern und den im CSR-Forum vertretenen Organisationen der Zivilgesellschaft (bzw. NRO) geplant und durchgeführt werden.

2. Zugang zu zuverlässigen CSR-Informationen mit Hilfe eines zentralen Auskunftsportals erleichtern.

Das CSR-Forum empfiehlt, mit der Bereitstellung eines Informations- und Auskunftsportals eine zentrale Plattform zu schaffen, auf der Unternehmen freiwillig ihre CSR-Aktivitäten darstellen können. Allen gesellschaftlichen Akteuren soll damit Zugang zu einer vertrauenswürdigen Anlaufstelle für Informationen zur Unternehmensverantwortung verschafft werden.

- Durch die Aufbereitung der Informationen nach Handlungsfeldern und in einer leicht verständlichen Matrix soll die vergleichende Betrachtung von Unternehmenstätigkeiten ermöglicht werden. Für eine schnelle Orientierung und als Entscheidungshilfe für Verbraucherinnen und Verbraucher, potenzielle Beschäftigte, Investoren sowie die nationale und internationale breite Öffentlichkeit sollen so die relevanten Informationen gesammelt und zielgruppengerecht bereitgestellt werden. Zugang zu qualitativ hochwertigen und objektiven Informationen soll gewährleistet sein.

- Durch eine zentrale Plattform sollen Unternehmen dabei unterstützt werden, ihre CSR-Kommunikation effizient und effektiv zu bündeln; darüber hinaus soll so die Sichtbarkeit im Rahmen internationaler Geschäftsbeziehungen gesteigert werden. Dies soll in Kooperation mit den Institutionen der deutschen Außenwirtschaftsförderung geschehen, wobei insbesondere die Nachhaltigkeit deutscher Unternehmen und Produkte im Wettbewerb deutlich kommuniziert werden sollten. Das positive Bild der sozialen Marktwirtschaft sollte im Ausland weiter gefördert werden.

- Darüber hinaus sollen Informationen über verantwortungsvolle Unternehmensführung zielgruppengerecht aufbereitet werden, zum Beispiel durch gute Praxis und Ratgeber oder Leitfäden für Unternehmen. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen sind auf sie zugeschnittene Informationsangebote von großer Bedeutung.

3. Die öffentliche Würdigung von CSR-Aktivitäten fördern.

Preise und Ehrungen sollen verantwortungsvoller Unternehmensführung Wertschätzung einbringen und andere Unternehmen anspornen, selbst aktiv zu werden.

- Bestehende wirtschaftsbezogene Preise durch Bund, Länder, Kommunen, Verbände und Stiftungen sollten daraufhin betrachtet werden, inwieweit ein CSR-Bezug ausdrücklich in die jeweiligen Ausschreibungen integriert werden kann.

- Gemeinsam mit dem Nationalen CSR-Forum sollte die Bundesregierung einen großen CSR-Preis der Bundesregierung ausschreiben.

Aktionsfeld 2: Förderungen der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU

In der Förderung und Verbreitung des Themas CSR bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) erkennt das CSR-Forum besonders wichtige und für die deutsche Wirtschaftsstruktur spezifische Handlungspotenziale. Viele dieser Unternehmen setzen sich schon lange etwa für die stetige Verbesserung der Arbeitsbedingungen ihrer Belegschaft ein, unterstützen die Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, engagieren sich in Bündnissen für Familie oder fördern Kunst und Kultur sowie Umwelt- und Bildungsprojekte, vor allem an ihren Standorten und in den jeweiligen Regionen. Das CSR-Forum empfiehlt daher, den regionalen Bezug gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen in den Vordergrund zu stellen. Partnerschaften zwischen dem Unternehmen und Interessengruppen in ihrer Region bringen wichtige Impulse sowohl für die Unternehmen als auch für die regionale Entwicklung. Um diese Ziele zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen und Instrumente für dieses Aktionsfeld empfohlen:

1. Die regionale Vernetzung fördern

In einem ersten Schritt sind vor allem niedrigschwellige Aktionen anzubieten, da sie das höchste Aktivierungspotenzial bieten. Die Bildung von Netzwerken ist dafür das geeignete Medium.

- Die Bearbeitung regionaler Aufgabenstellungen können die Unternehmen in den Regionen voranbringen, indem sie Netzwerke schaffen, in denen Kommunen, Landkreise, Unternehmen, Kammern, Vereine oder soziale Einrichtungen kooperieren.

- Auf der Ebene der Region können auch die verschiedenen Institutionen und Vertretungen der Länder, Städte und Gemeinden ihren Beitrag zur Förderung der Netzwerkbildung aller Interessengruppen der Wirtschaft leisten. Ihnen kommt in diesem Zusammenhang eine hohe Bedeutung zu, ihr Engagement sollte durch die Bundesregierung entwickelt und gefördert werden.

2. Den Austausch unternehmerischer Erfahrung fördern

Gerade lokale und regionale Netzwerke bieten eine geeignete Plattform für gemeinsames Engagement und wechselseitiges Lernen.

- Die Schaffung von Gruppen zum Erfahrungsaustausch ist grundlegend für den Erfolg eines CSR-Engagements.

3. Unternehmen mittels Beratung in ihrer strategischen CSR-Ausrichtung unterstützen

Gerade kleine und mittlere Unternehmen profitieren von Hilfestellungen bei der strategischen Einbindung ihrer CSR-Aktivitäten. Der Antrieb, sich gesellschaftlich zu engagieren, liegt bei KMU zunächst oft in der persönlichen Motivation der Unternehmensverantwortlichen.

- Durch Beratungs- und Informationsangebote für KMU, wie etwa die Vermittlung einfacher Methoden der Selbstevaluierung zum Status Quo der CSR-Aktivitäten und der jeweiligen Entwicklungsmöglichkeiten, sollen KMU bei ihren Aktivitäten unterstützt werden.

- Dazu gehören die Förderungen durch Coaching sowie Mentoringprogramme, in denen bereits CSR-praktizierende Unternehmen Patenschaften und Hilfen anbieten.

Aktionsfeld 3: Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung

Für eine nachhaltige Wirtschafts- und Gesellschaftsentwicklung spielen die Bedeutung von Werten (wie z. B. Vertrauen, Respekt, Integrität, Menschenwürde und Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit) sowie der Dialog darüber eine zentrale Rolle. Das CSR-Forum hält die Integration von CSR und Nachhaltigkeit in Bildung und Qualifizierung, Wissenschaft und

Forschung für unabdingbar, um frühzeitig Problembewusstsein und Kompetenz zu schaffen. Eine werteorientierte ökonomische Bildung sollte somit in allen Lebensphasen – von der Schule über die Berufsbildung und die Hochschulbildung bis zur Weiterbildung – gefördert werden.

In Wissenschaft und Forschung sollte die wissenschaftliche Kompetenz im Bereich CSR gebündelt und mit der internationalen Diskussion vernetzt werden. Denn CSR ist ein klassisches Querschnittsthema, das sein volles Potenzial für Wirtschaft und Gesellschaft am besten entfalten kann, wenn verschiedene disziplinäre Zugänge zusammengeführt werden.

Um diese Ziele zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen und Instrumente für dieses Aktionsfeld empfohlen:

1. Ökonomische Kompetenzen und Wissen über CSR in den Schulen stärken

Kenntnisse über Ökonomie, die Zusammenhänge von Wirtschaft und gesellschaftlichen Werten sowie die Bedeutung eines verantwortlichen Verhaltens von Unternehmensführungen und Belegschaften sollten in die Lehrpläne der Schulen und Berufsschulen in stärkerem Maße als bisher Aufnahme finden.

- Dies kann durch eine Vernetzung von Schule und Wirtschaft, z. B. über die Förderung von Praktika und Unternehmensbesuchen, Lehrerfortbildungen oder die Entwicklung von praxisorientierten Unterrichtsmaterialien praktisch unterstützt werden.

2. Anreize für deutsche Hochschulen im Bereich CSR stärken

Die zukünftigen Führungs- und Verantwortungseliten der Wirtschaft müssen sich mit dem Thema gesellschaftlicher Verantwortung als integralem Bestandteil ihres Studiums vertraut machen. - Insbesondere für die grundständigen Studiengänge sollte eine systematische Aufnahme von CSR-relevanten Lehrinhalten in Zusammenarbeit mit den Ländern angeregt und gefördert werden.

- Mit der Integration CSR-relevanter Kriterien in Hochschul- und Studiengang-Rankings können weitere Anreize im Bereich CSR geschaffen werden.

- Auch über die Verknüpfung mit der Programmförderung oder über die Vergabe entsprechender Preise könnten deutsche Hochschulen ermutigt und motiviert werden, sich den „Principles for Responsible Management Education“ des Global Compact der Vereinten Nationen freiwillig anzuschließen.

- Eine stärkere Verknüpfung von Wissenschaft und Praxis im Bereich CSR könnte das Zusammenspiel von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft wirkungsvoll unterstützen und durch den Aufbau eines interdisziplinären Kompetenzzentrums „Wirtschaft und Gesellschaft“ gelingen.

Aktionsfeld 4: Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen

In der Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen erkennt das CSR-Forum Handlungsbedarf. Deutschland sollte sich zum Ziel setzen, den internationalen Ordnungsrahmen für verantwortliche Unternehmensführung nachhaltig zu stärken. Dieser Ordnungsrahmen beruht auf Beschlüssen der Staatengemeinschaft und umfasst gesetzlich verbindliche Regeln sowie darüber hinausgehende internationale Abkommen und Initiativen. In der Kooperation mit Entwicklungs- und Schwellenländern sollte die weitere Entwicklung von Regeln unterstützt werden, die der angemessenen Umsetzung des internationalen Ordnungsrahmens dienen. Auch die Entwicklung bzw. Weiterentwicklung internationaler Instrumente und Prozesse, die der Stärkung von CSR dienen, ist zu fördern. Wichtige Handlungsfelder sind hier die Beschäftigungssicherung und gute Arbeitsbedingungen sowie die Regulierung des Finanzsektors, der Klimaschutz und die Korruptionsbekämpfung.

Das CSR-Forum erwartet von der Bundesregierung, dazu beizutragen, dass sich weltweit Gewerkschaften, zivilgesellschaftliche Organisationen und Unternehmen partnerschaftlich an CSR-relevanten Prozessen beteiligen. Gewerkschaften und zivilgesellschaftliche Organisationen sollen in die Lage versetzt werden, sowohl konstruktive Kooperationen mit Unternehmen einzugehen, als auch CSR-Aktivitäten kritisch zu begleiten. International sollte die Bundesregierung das Lernen aus CSR-Beispielen unterstützen. Auch die Auswertung von Problemfällen ist notwendig, um Missständen künftig wirksam entgegenzutreten zu können.

Um diese Ziele zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen und Instrumente für dieses Aktionsfeld empfohlen:

1. Stärkung internationaler CSR-Instrumente und Festigung des bestehenden Rahmens

Wegen der wachsenden Bedeutung nachhaltiger Unternehmensführung in der globalisierten Welt ist es wichtig, sich weltweit über Ziele und Instrumente zu verständigen. Dabei sind die ungleichen Ausgangsvoraussetzungen für CSR im internationalen Vergleich zu berücksichtigen.

- Der bestehende Rahmen sollte gestärkt werden, indem die Bundesregierung den internationalen Dialog zum CSR-Ordnungsrahmen intensiviert, beispielsweise im Rahmen des

G20-Prozesses unter Bezugnahme auf die in Pittsburgh verankerten „Core Values for Sustainable Economic Activity“. Dabei sollte die Bundesregierung auch in wichtigen Schwellenländern auf die Umsetzung des Ordnungsrahmens drängen. Hierzu hatte der G8-Heiligendamm-L'Aquila-Prozess mit den G5-Staaten (China, Indien, Südafrika, Brasilien und Mexiko) bereits einen wesentlichen Baustein geliefert, dessen Ergebnisse auch im G20-Rahmen verankert werden sollten.

- Die Bundesregierung sollte die Weiterentwicklung der OECD-Leitsätze fördern und dazu alle relevanten Stakeholder konsultieren. Sie sollte Verbesserungen hinsichtlich des Inhalts der Leitsätze und ihrer Anwendungsbreite vorantreiben. Ebenso sollte sie die prozedurale Ausgestaltung sowie die institutionelle Verankerung, Ausstattung und Arbeitsweise der Nationalen Kontaktstelle (NKS) prüfen.

- Die Bundesregierung sollte ihre Aufklärungs- und Informationsaktivitäten verstärken, um die Kenntnis und Einhaltung internationaler Instrumente zu erhöhen, wie z. B. OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO, UN Global Compact und OECD-Antibestechungskonvention.

- Darüber hinaus sollte die Bundesregierung die Ratifizierung der UNCAC durch den deutschen Bundestag und deren Umsetzung in Deutschland vorantreiben sowie ihre Partnerländer bei der Implementierung der Konvention weiter unterstützen.

2. Stärkung internationaler CSR-Instrumente durch gestärkte Teilhabe und Förderung weiterführender Initiativen

Die Bundesregierung sollte dem Thema Unternehmensverantwortung für Menschenrechte hohe Aufmerksamkeit schenken, indem sie etwa die Arbeit des Sonderbeauftragten des UN-Generalsekretärs für Unternehmen und Menschenrechte unterstützt, sich in die internationale Debatte einbringt und die Weiterentwicklung neuer Instrumente, etwa eines Human Rights Impact Assessments, vorantreibt. Außerdem sollte sie weiterführende Initiativen von Wirtschaft, Staat, internationalen Organisationen und Zivilgesellschaft, wie die Global Reporting Initiative und die Extractive Industries Transparency Initiative weiter aktiv unterstützen.

- Die Bundesregierung sollte Stakeholder, insbesondere Gewerkschaften und NRO, in Schwellen- und Entwicklungsländern bei deren Beteiligungsmöglichkeiten im Bereich CSR und bei der Wahrnehmung von Rechten unterstützen, z. B. auch durch Stärkung entsprechender Bildungsarbeit.

- Sie sollte zudem bilaterale und regionale Vorhaben der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit in den Bereichen CSR und Responsible Finance weiterentwickeln.

3. Stärkung internationaler CSR-Instrumente durch Unterstützung erfolgreicher Ansätze

Das vergleichsweise hohe Niveau der Umwelt- und Sozialgesetzgebung in Deutschland hat zur Folge, dass in manchen Ländern als CSR-Aktivitäten von Unternehmen herausgestellt wird, was in Deutschland unter den Begriff „Compliance“, also Gesetzestreue fällt.

- Die Bundesregierung sollte die Förderung freiwilliger Standardinitiativen in Unternehmen und Wertschöpfungsketten international ausbauen.

- Sie sollte die Wirtschaft dabei unterstützen, sich unternehmerisch in Regionen und Wirtschaftsbereichen zu engagieren, in denen ein Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung besonders nötig ist. Dafür sollte das Instrument der Entwicklungspartnerschaften (PPP), die wirtschaftlich nachhaltig sind und entwicklungspolitische Ziele unterstützen, in den Partnerländern ausgebaut werden. Dies fördert auch eine bessere Verzahnung von Wirtschafts-, Entwicklungs-, Außen-, Beschäftigungs- und Umweltpolitik.

- Die Bundesregierung sollte Abschlüsse von internationalen Rahmenvereinbarungen zwischen deutschen Unternehmen und Gewerkschaften fördern, die Zusammenarbeit zwischen deutschen Unternehmen und internationalen Organisationen stärken und strategische Allianzen in diesem Feld ausbauen.

Aktionsfeld 5: Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen

Ein weiteres bedeutendes Handlungsfeld ist der Beitrag von Corporate Social Responsibility zur Bewältigung tiefgreifender gesellschaftlicher Herausforderungen. Unternehmen agieren im Umfeld einer Vielzahl global wirkender Entwicklungstrends wie z. B. wirtschaftliche Globalisierung, Energie- und Rohstoffknappheit, Klimawandel oder Bevölkerungsentwicklung und Armut. Das CSR-Forum hat insbesondere die Herausforderung der Zukunft der Arbeit in Zeiten des demografischen Wandels näher beleuchtet. Arbeit ist Grundlage unseres wirtschaftlichen Wohlstandes. Sie vermittelt soziale Anerkennung und ist über die materielle Sicherung hinaus das entscheidende integrative Element unserer Gesellschaft. Um die weltweite Entwicklung langfristig positiv zu gestalten, bedarf es globaler politischer Lösungsansätze und zielführender Orientierung. Unternehmen sollten ermutigt werden, Chancen und Vorteile zu nutzen, um gesellschaftliche Herausforderungen zu antizipieren und

sich ihnen erfolgreich zu stellen. Dazu ist einerseits ein innovationsanregendes Umfeld notwendig, das sein Augenmerk auf die Schonung von Umweltressourcen legt. Andererseits sollen auch unternehmerisches Handeln, Freiheit und Erfindergeist anerkannt werden. Um den Herausforderungen positiv zu begegnen und den gesellschaftlichen Lösungsbeitrag von Unternehmen zu mobilisieren, sollten Anreize geschaffen werden, die von der Bundesregierung unterstützt werden.

Um diese Ziele zu erreichen, werden folgende Maßnahmen und Instrumente für dieses Aktionsfeld empfohlen:

1. Eine demografiefeste Arbeitswelt von morgen gestalten

Um den demografischen Herausforderungen wirksam zu begegnen, gilt es insbesondere, die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gezielt zu fördern, etwa durch alters- und altersgerechte Arbeitsbedingungen, Gesundheitsprävention sowie Förderung der Motivation.

- Dazu gehört ein Personalmanagement, das zukünftigen Fachkräftebedarf systematisch einschätzt und dafür bedarfsgerecht aus- und weiterbildet. In diesem Zusammenhang ist es auch wichtig, Personal längerfristig zu binden und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu berücksichtigen.

- Das Arbeitskräftepotenzial von Migrantinnen und Migranten, Menschen mit Behinderung und Geringqualifizierten sollte über Allianzen mit anderen Stakeholdern sowie überbetriebliche und gesamtgesellschaftliche Initiativen noch stärker als bisher erschlossen werden.

2. Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen steigern

Menschen mit ihrem Wissen, ihren Fähigkeiten und Ressourcen bilden das wesentliche Innovationspotenzial für Unternehmen und Organisationen.

- Die Innovationsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen kann durch kontinuierliche Qualifikation und Weiterbildung, Einbindung der Kompetenz, Erfahrungen und Innovationskraft aller Potenziale der Gesellschaft und der Beschäftigten gesteigert werden. Mentoring- und Patenmodelle für gegenseitiges Lernen zwischen Jung und Alt sind dabei wichtig.

- Es geht vor allem um die Schaffung eines motivierenden Arbeitsumfeldes mit einer aktiven Beteiligungskultur am Arbeitsplatz, das Kreativität, Leistungsbereitschaft und Offenheit für neue Lösungsansätze fördert.

3. Aufbau eines nachhaltigen Personalmanagements

Langfristig ausgerichtete und demografiesensible Personalpolitik muss nicht zuletzt auf Personalbindung zielen.

- Dazu gehört eine auf Mitarbeiterbeteiligung beruhende Unternehmenskultur, die auch ein Beitrag zur Förderung des Wissens- und Ideenmanagements ist.

- Der Stärkung sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung kommt in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung zu.

Aktionsfeld 6: Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds

Das CSR-Forum ist der Überzeugung, dass die nachhaltige Gestaltung einer globalen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Ordnung nur im kooperativen Zusammenspiel aller relevanten gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteure erreichbar ist. Deshalb ist die Schaffung von aktivierenden Rahmenbedingungen für ein freiwilliges gesellschaftliches Engagement der Wirtschaft eine wichtige politische Aufgabe. So gilt es zum Beispiel, die öffentliche Sichtbarkeit und Bedeutung von CSR als Charaktermerkmal unternehmerischen Handelns politisch zu fördern. Die Politik sollte zudem die Chance ergreifen, das Kriterium der Nachhaltigkeit in der öffentlichen Beschaffung zu festigen und mit dem dazugehörigen Marktpotenzial einen wesentlichen Anreiz für verantwortliches Wirtschaften zu bieten. Mit der Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds – auf Basis und in Weiterentwicklung des in Deutschland seit über sechzig Jahren erfolgreichen Modells der Sozialen Marktwirtschaft – kann die Politik nachhaltig wirtschaftende deutsche Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerb stärken. Ein wichtiger Pfeiler dafür ist eine transparente CSR-Informations- und Kommunikationskultur.

Um diese Ziele zu erreichen, werden die folgenden Maßnahmen und Instrumente für dieses Aktionsfeld empfohlen:

1. Verstetigung der CSR-Politik der Bundesregierung

Die Bundesregierung sollte ein Forum beibehalten, das den permanenten Stakeholderdialog gewährleistet.

- Mit dem „Nationalen CSR–Forum“ wurde bei der Bundesregierung ein Gremium geschaffen, das dem Thema gesellschaftliche Verantwortung national und international öffentliche

Bedeutung verleiht. Das Forum bietet die Plattform zur Vernetzung und Zusammenfassung der vielfältigen Aktivitäten auf der Ebene des Bundes, der Länder und der Kommunen.

- Die Bundesregierung sollte in einem angemessenen Zeitraum (zweijährlich) die Fortschritte in der Umsetzung der Nationalen CSR-Strategie evaluieren und darüber durch die Vorlage eines CSR-Fortschrittsberichts an den Deutschen Bundestag und die Öffentlichkeit informieren. Dies stärkt die öffentliche Sichtbarkeit und Relevanz des Themas und schafft Transparenz und Zugänglichkeit.

2. CSR im Bereich öffentlicher Beschaffung stärken

In Deutschland sollte ein übergreifender strategischer Ansatz für die weitere systematische Entwicklung einer nachhaltigen öffentlichen Beschaffung erarbeitet werden.

- Dabei müssen klare Maßgaben für die Berücksichtigung ökologischer, sozialer oder gesellschaftlicher Aspekte gelten, um mit der „Marktmacht öffentlicher Beschaffung“ verantwortlich, transparent und für die potenziellen Dienstleister berechenbar umzugehen.

- Bei den Trägern öffentlicher Beschaffung in Bund, Ländern und Kommunen sollte die weitere Kompetenz zu den wirtschaftlichen wie auch ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Aspekten öffentlicher Vergabe gefördert werden, z. B. durch Weiterbildungsangebote.

3. CSR im Bereich nachhaltiger Investitionen stärken

Die Bereitschaft zu nachhaltigen Investitionsentscheidungen am Kapitalmarkt ist eng gebunden an das Wissen über und das Vertrauen in häufig sehr komplexe Finanzprodukte. Wissen und Vertrauen setzen die Transparenz der Produkte und Verfahren des Kapitalmarktes voraus.

- Die Berücksichtigung gesellschaftlich verantwortlichen Investierens als Thema der Bildung, besonders im Bereich der Qualifizierung und Weiterbildung im Bankwesen, sollte gefördert werden.

- Die Anreize für Investoren und Anleger am Kapitalmarkt für nachhaltige Entwicklung im Sinne eines gesellschaftlich verantwortlichen Investments sollen im Lichte internationaler Erfahrungen überprüft werden.

- Die Aufnahme und Verarbeitung der Entwicklungen im Bereich sozialen Unternehmertums kann wichtige Impulse für die Generierung von wirtschaftlichem Wachstum und der Bekämpfung der sozialen Folgen der Krise liefern. Die Bundesregierung sollte prüfen, mit

welchen Instrumenten, wie beispielsweise Mikrokrediten, die Entstehung und Entwicklung kleiner Unternehmen im Bereich gesellschaftlichen Engagements gefördert werden können.

IV Ausblick

Das Nationale CSR-Forum legt der Bundesregierung diesen Empfehlungsbericht zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen vor, der die neue Rolle gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen in der und für die Gesellschaft aufzeigen soll. Er schlägt eine von allen Akteurinnen und Akteuren des Forums geteilte Definition der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen vor und benennt vordringliche Aktionsfelder, Maßnahmen und Instrumente, mit denen CSR zu einem im Geschäftsalltag lebendigen und kontinuierlichen Prozess gestaltet werden kann.

Das CSR-Forum übergibt diesen Empfehlungsbericht der für die CSR-Strategie der Bundesregierung zuständigen Bundesministerin für Arbeit und Soziales, Frau Dr. von der Leyen. Es verbindet damit die Hoffnung, dass sich die Bundesregierung die dort genannten Maßnahmen zu eigen macht und zügig umsetzt.

Die Mitglieder des Nationalen CSR-Forums werden die Bundesregierung bei der Umsetzung nach Kräften unterstützen. So tragen sie selbst als verantwortliche Teile der Gesellschaft aktiv dazu bei, die Globalisierung nachhaltig, d. h. wirtschaftlich, sozial und ökologisch, zu gestalten.

**Empfehlungen der
Arbeitsgruppen in den
Aktionsfeldern 1-6**

Nationales CSR-Forum

Empfehlungen der Arbeitsgruppe im

Aktionsfeld 1: Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR

Vorsitz: Herr Gerd Billen, Vorstand der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Ziel des Aktionsfeldes ist es, die Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR zu erhöhen. Um diesem Zwecke erfolgreich zu dienen, sollte die Bundesregierung Maßnahmen ergreifen, die geeignet sind, die unterschiedlichen Bedürfnisse der diversen Betroffenen und Stakeholder zu berücksichtigen. Maßnahmen der Bundesregierung, die darauf abzielen, die Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen zu erhöhen, sollten insbesondere die Vielfalt der betreffenden Aktivitäten in Betracht ziehen und den unterschiedlichen Informationsbedürfnissen verschiedener Zielgruppen Rechnung tragen. Als wichtige Zielgruppen, bei denen die Bundesregierung durch Maßnahmen zu einer Erhöhung der Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen beitragen kann, seien hier vor allem drei große Gruppen genannt:

- Stakeholder von Unternehmen, insbesondere Lieferanten, Kunden und Beschäftigte
- Nationale und internationale „breite Öffentlichkeit“ und Medien
- Nationale und internationale Investoren

Für eine Erhöhung der Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit in der breiten Öffentlichkeit und insbesondere bei nationalen Kunden und Verbrauchern sollte die Bundesregierung positiv zu einer Bündelung von Informationen beitragen. Sie sollte einen Rahmen schaffen, in dem CSR-Aktivitäten nach transparenten Maßstäben miteinander verglichen werden können.

Verbrauchern und der interessierten Öffentlichkeit soll so Zugang zu einer zentralen und vertrauenswürdigen Anlaufstelle für Informationen zu Unternehmensverantwortung ermöglicht werden. Durch die Aufbereitung von Informationen im Kontext nachvollziehbarer Referenzrahmen soll die Bundesregierung zur Orientierung von Informationssuchern beitragen. Der effiziente und effektive Austausch von relevanten Informationen soll so unterstützt werden.

Engagierten Unternehmen soll mit den entsprechenden Maßnahmen ein leichter Zugang zu den entsprechenden Zielgruppen eröffnet werden. Die gebündelte Bereitstellung und vergleichende Betrachtung von Informationen sollte insbesondere auch im Rahmen internationaler Geschäftsbeziehungen nutzbar gemacht werden. Die Bundesregierung sollte mit ihren Maßnahmen auch das Ziel verfolgen, das hohe Niveau gesetzlich geregelter Umwelt- und Sozialbelange im internationalen Politik und Wirtschaftsdialok bekannter zu machen und den Hintergrund der deutschen Unternehmertradition und des deutschen Sozialstaates auch international zu fördern. Die Bundesregierung sollte sicherstellen, dass bei der Entwicklung und Umsetzung von kurz- und langfristigen Maßnahmen Unternehmen und Wirtschaftsverbände sowie Vertreter der von den Maßnahmen Betroffenen aktiv einbezogen werden. Diese Beteiligung bildet eine der wichtigsten Grundlagen für Glaubwürdigkeit und liefert wichtige Referenzpunkte für die Machbarkeit der angestrebten Maßnahmen.

Zur Realisierung dieser Ziele empfiehlt die Arbeitsgruppe 1 des CSR-Forums, das Forum möge der Bundesregierung **folgende Handlungsempfehlungen** aussprechen:

Ziel I. Die Bundesregierung sollte den Ausbau einer eigenständigen Internet-Plattform beschließen und fördern, die als zentrale Anlaufstelle für unabhängige Informationen über CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen genutzt werden kann.

Empfohlene Maßnahmen:

I.1 Ausbau der bestehenden Internetpräsenz www.csr-in-deutschland.de zu einem umfassenden Informations- und Auskunftsportal, mit den folgenden Bereichen:

- **Übersicht** aktiver und engagierter deutscher Unternehmen (freiwillige Aufnahme von Unternehmen in eine Matrix von Betrachtungskategorien, Download und Verlinkung zu weiterführenden Unternehmensinformationen; Auflistung und Vergleich nach Branchen/Sektoren, Größe, Unternehmensform und anderen Profileigenschaften möglich)
- **Lernen** (u. a. Best Practice-Sammlungen, Handbücher)
- **Dialog**
 - Sichertgestellt sein muss darüber hinaus eine Redaktion, die Qualitätsmanagement und notwendige Aktualisierungen begleiten und umsetzen kann. Die gleichberechtigte Beteiligung der relevanten Stakeholder (z. B. über ein dauerhaftes Gremium des CSR-Forums) muss dabei gewährleistet sein.

I.2 Etablierung des Informations- und Auskunftsportals als unabhängige Informationsstelle und Bekanntmachung bei zentralen Zielgruppen, insbesondere bei Verbrauchern, Medienvertretern, Investoren, politischen Entscheidungsträgern und anderen Multiplikatoren.

I.3 Aufbereitung von Informationen in einer Form, welche die leichte Auffindbarkeit der im Portal gesammelten Informationen und Botschaften in bestehenden Informationsangeboten ermöglicht

- Verbraucher sollen sich bei Kaufentscheidungen schnell orientieren können
- Unternehmen sollen einfach verständliche Botschaften nutzen können, um Wettbewerbsvorteile ohne Mehraufwand realisieren zu können

Ziel II. Die Bundesregierung sollte ein positives Bild der deutschen sozialen Marktwirtschaft im Ausland durch gezielte Maßnahmen fördern und dabei insbesondere gesellschaftliches Engagement und Nachhaltigkeit von Produktion und Produkten betonen.

Empfohlene Maßnahmen:

II.1 Entwicklung und Implementierung eines geeigneten Informationskonzeptes für die Wirtschaftsabteilungen der deutschen Botschaften

- für die Zielgruppe „internationale Investoren“
- für die Zielgruppe „internationale Verbraucher“
- für die Zielgruppe „Arbeitnehmer deutscher Unternehmen im Ausland“

II.2 aktive Förderung der Thematik CSR und Nachhaltigkeit von Unternehmen im internationalen Wirtschafts- und Politikdialog, insbesondere für KMUs

Ziel III. Die Bundesregierung sollte durch gezielte Maßnahmen ein informiertes und differenziertes Bild über unternehmerische Aktivitäten in Deutschland fördern und dadurch den Aufbau von Vertrauen in die deutsche Wirtschaft unterstützen.

Empfohlene Maßnahmen:

III.1 Entwicklung, Finanzierung und Umsetzung einer Imagekampagne (z. B. „Wir tragen Verantwortung“), bei deren Umsetzung Wirtschaftsverbände, Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern maßgeblich einbezogen werden

III.2 Durchführung von Informations- und Dialogveranstaltungen mit Medienvertretern, politischen Entscheidungsträgern, zivilgesellschaftlichen Multiplikatoren, Sozialpartnern und Unternehmen einschließlich ihrer Verbands- und Kammerorganisationen zur praktischen Einführung und Sensibilisierung für komplexe CSR-Fragen.

Nationales CSR-Forum

Empfehlungen der Arbeitsgruppe im

Aktionsfeld 2: Förderung und Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU

Vorsitz: Herr Dr. Achim Dercks, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Deutschen Industrie- und Handelskammertages e.V.

I. Ziel ist es, noch mehr Unternehmen dafür zu gewinnen, sich gesellschaftlich zu engagieren und nachhaltig zu wirtschaften.

Die deutsche Wirtschaft engagiert sich traditionell auf vielfältige Weise für die Gesellschaft. Viele Unternehmen setzen sich beispielsweise für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen ihrer Belegschaften ein, unterstützen die Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, engagieren sich in Bündnissen für Familie oder fördern Kunst und Kultur sowie Umwelt- und Bildungsprojekte. Diese Verantwortung übernehmen die Unternehmen freiwillig, damit das Gemeinwohl funktioniert. Dieser eher gesellschaftsbezogene Ansatz ist insbesondere bei KMU ausgeprägt. Gesellschaft und Wirtschaft können gemeinsam gewinnen, wenn dieses Engagement zusammen mit dem Aspekt der Nachhaltigkeit in das Kerngeschäft eingebunden wird. Durch Informationen über den aus der Win-win-Situation entstehenden Nutzen sollen weitere Unternehmen gewonnen werden, sich für CSR zu interessieren und es in verantwortliches Handeln umzusetzen. Das Leitbild des verantwortlichen Unternehmertums - CSR - sollte deshalb noch mehr in die Breite getragen werden.

Maßnahmen:

Zur Sensibilisierung soll eine Auftaktveranstaltung mit den Stakeholdern des Forums, Ministerinnen und Ministern sowie Wirtschaftsvertreterinnen und -vertretern beitragen. Durch deutschlandweite Roadshows/Informationskampagnen wird der Unternehmerschaft in ihren Regionen die Möglichkeit geboten, sich mit CSR-Fragen auseinanderzusetzen. Ein Informationsportal der Bundesregierung sollte dabei unterstützend wirken. Hierbei sollte an

bestehende Portale wie „CSR in Deutschland“, aber auch andere CSR-Internetangebote angeknüpft und diese genutzt werden.

II. Ziel ist es, dass Unternehmen CSR stärker als unternehmerisches und strategisches Konzept auffassen und einsetzen.

Immer mehr Geschäftspartnerinnen und -partner, Zulieferer, Kundinnen und Kunden sowie Kapitalgeber interessieren sich für Unternehmensleitlinien, Produktbedingungen oder ökologische und soziale Standards. Diese Erwartungen und Werthaltungen der Stakeholder an verantwortliches unternehmerisches Handeln spielen zunehmend eine Rolle. Noch ist das Verständnis von CSR als ein strategisches Managementinstrument in der Unternehmerschaft unterschiedlich ausgeprägt. Eine Hürde auf dem Weg zu einem stärkeren strategischen Engagementansatz ist der Begriff: CSR ist vielen KMU noch kaum oder gar nicht bekannt, bei den meisten großen Unternehmen dagegen seit einiger Zeit fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Zeitliche und personelle Engpässe grenzen zudem oftmals den Spielraum für KMU ein, sich mehr mit der Thematik auseinanderzusetzen.

Der Antrieb, sich gesellschaftlich zu engagieren, liegt gerade bei KMU oft in der persönlichen Motivation der Unternehmensverantwortlichen. Die persönliche Ansprache sollte hieran anknüpfen. Darüber hinaus können betriebswirtschaftliche Argumente zusätzlich zu gesellschaftlichem Handeln überzeugen: Gute Arbeitsbedingungen fördern die Motivation, Ideen und Einsatzbereitschaft. Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen maßgeblich zum Unternehmenserfolg bei, sie sind stolz auf ein Unternehmen, das sich gesellschaftlich engagiert. Der gute Ruf eines Unternehmens führt zudem dazu, dass Talente leichter zu gewinnen und zu halten sind - gerade im Hinblick auf den Fachkräftemangel ein wichtiges Argument. Zudem rechnet es sich, nicht nur energieeffizient und ressourcenschonend zu produzieren, sondern es zeigt auch die unternehmerische Verantwortung für den Schutz der Umwelt und der natürlichen Ressourcen. Werden diese Engagementfelder im Unternehmen strategisch eingesetzt, können sie gleichermaßen zum Bestandteil der Unternehmenskultur werden sowie zum positiven Image des Unternehmens und damit zum Geschäftserfolg beitragen.

Maßnahmen:

Mit einer zielgruppengerechten Ansprache sollen KMU davon überzeugt werden, dass

- sich eine strategische Ausrichtung von CSR-Aktivitäten auch unternehmerisch lohnt,
- das Engagement in das Kerngeschäft integriert werden, und zum jeweiligen Unternehmen passen sollte, damit es glaubwürdig ist,
- die Belegschaft das Engagement lebt und
- das Engagement möglichst langfristig ausgerichtet ist,
- soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte der Unternehmenstätigkeit miteinander verbunden werden.

Durch kompetente Beratungsangebote/Servicestellen und im Rahmen von geförderten Coachingprojekten sollen die verantwortlichen Unternehmenslenker, Betriebsräte und Belegschaften in die Lage versetzt werden, sich schnell und gezielt die entsprechenden Fähigkeiten und Kenntnisse anzueignen. Auch Vernetzung und Austausch unternehmerischer Erfahrungen tragen besonders zur Verbreitung des Know-hows bei.

III. Ziel ist es, bei der Verbreitung des Themas CSR den regionalen Bezug der Unternehmen zu berücksichtigen und die gesellschaftlichen Aktivitäten öffentlicher und transparenter zu machen.

Zwischen einem profitablen Unternehmen und dem Wohlergehen der Region gibt es eine enge Verbindung. KMU sind auf ein intaktes regionales Umfeld angewiesen. Gleichzeitig beeinflussen sie maßgeblich die Entwicklung ihrer Region. Eng mit dem regionalen Standort verbunden, fühlen sie sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Familien und den Menschen der Region verpflichtet – gerade in Krisenzeiten. Unternehmen sollten Ziel und Umfang ihrer CSR-Aktivitäten öffentlich machen, im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements mit anderen Akteurinnen und Akteuren diskutieren und Partnerschaften mit anderen Stakeholdern eingehen. Damit initiieren sie einen Prozess, bei dem jeder von jedem lernt. Daraus entstehen leichter innovative Konzepte, die helfen, den wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen zu begegnen. Unternehmerinnen und Unternehmer wollen etwas in der Region bewegen und vor Ort als Unternehmen, das das Gemeinwohl unterstützt, geachtet werden.

Maßnahmen:

- Zielgruppengerechte Aufbereitung von Informationen zur verantwortungsvollen Unternehmensführung (auch Best-Practice, Checklisten).
- Förderung öffentlicher Ehrungen und Preise, die das unternehmerische Engagement würdigen – zur Verbesserung der Sichtbarmachung von Verantwortungsübernahme.
- Entwicklung und Stärkung lokaler und regionaler Netzwerke zur Förderung des Voneinander- und Miteinander-Lernens und des gemeinsamen Engagements.

Nationales CSR-Forum

Empfehlungen der Arbeitsgruppe im

Aktionsfeld 3: Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung

Vorsitz: Frau Birgit Riess, Programmdirektorin „Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ der Bertelsmann Stiftung

Grundsätzliche Zielsetzungen im Aktionsfeld 3

Ziel im Aktionsfeld 3 ist es, die Themen CSR und Nachhaltigkeit in Bildung und Qualifizierung zu verankern, um hierfür frühzeitig Problembewusstsein und Kompetenz zu schaffen. Darüber hinaus gilt es, durch gezielte Förderung von Forschungsvorhaben, neue Erkenntnisse im Bereich CSR zu erlangen.

CSR ist ein komplexes und facettenreiches Thema, das in Wissenschaft und Praxis vielfältig und in die Tiefe gehend ausdifferenziert ist. Dabei wird häufig übersehen, vor welchem Hintergrund die Debatte zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen geführt wird. Insbesondere durch die Globalisierung ist die Frage nach dem Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft verstärkt in den Fokus gerückt. Die Thematisierung dieses Zusammenspiels ist bedeutsam, um ein Bewusstsein für CSR in der Öffentlichkeit zu schaffen. Dies ist insoweit von besonderer Relevanz, da ohne ausreichende Thematisierung dieser Frage eine breite Verankerung von CSR im öffentlichen Bewusstsein aufgesetzt wirkt. Letztlich geht es darum, unterschiedliche Sichtweisen auf Handlungsbedingungen von Unternehmen zu ermöglichen und mit Erwartungshaltungen von Stakeholdern abzugleichen.

Vor diesem Hintergrund sollen mit dem Thema **Werte und Wirtschaft** die Grundlagen von CSR in den Fokus der Empfehlungen zur Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung gerückt werden. Dabei soll es aber nicht darum gehen, absolute Werte zu definieren und zu vermitteln. Wohl aber soll der Dialog über die Bedeutung von Werten (wie z. B. Vertrauen, Respekt und Integrität) für eine nachhaltige Wirtschafts- und Gesellschaftsentwicklung gestärkt und befördert werden.

I. Zielsetzung im Teilgebiet Bildung und Qualifizierung

Die ökonomische Bildung in Verbindung mit den zuvor genannten Werten in allen Lebensphasen – von der Schule über die Berufsbildung und die Hochschulbildung bis zur Weiterbildung – fördern

In unserer heutigen Gesellschaft durchdringt die Ökonomie alle Lebenssituationen. Eine grundlegende ökonomische Bildung ist Voraussetzung dafür, eine werteorientierte Urteils- und Handlungskompetenz zu erwerben. Je nach Lebensphase soll sie Orientierungswissen vermitteln oder zur Bewältigung konkreter, beruflicher Anforderungen befähigen.

Maßnahmen:

1. Förderung ökonomischer Kompetenzen und des Themas CSR, damit diese ihren Platz an allgemeinbildenden Schulen (möglichst im zeitlichen Zusammenhang mit Praktikums- und Berufsorientierungsphasen) finden. Denkbar wären beispielsweise:
 - die Einführung eines Faches Wirtschaft in allen Ländern;
 - Beratung über nationale Standards für die ökonomische Bildung mit Stakeholdern.
 - Festsetzung durch KMK und Umsetzung in den Ländern;
 - Integration ökonomischen Grundwissens in alle relevanten Schulfächern durch die Länder und insbesondere Berücksichtigung auch der Funktionsweise von global wirkenden Märkten;
 - Berücksichtigung von wirtschaftsethischen Fragestellungen und CSR-Inhalten innerhalb der schulischen Curricula;
 - Einführung eines „Jahres der Wirtschaft“ in der Sekundarstufe I und II (in allen Fächern werden Wirtschaftsbezüge aufgezeigt);
 - Durchführung von Schüler- und Kinderuniversitäten mit einem wirtschaftlichen/CSR-Schwerpunkt an Hochschulen, beispielsweise mit Unterstützung von Stiftungen.
2. Schaffung entsprechender Aus- und Fortbildungsangebote für Fachlehrerinnen und Fachlehrer, um die kompetente Vermittlung ökonomischer Bildungsinhalte sicherzustellen.
3. Stärkere Vernetzung von Schule und Wirtschaft wie sie beispielsweise über die Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT erfolgt und durch die Industrie- und Handelskammern: Förderung von Praktika und Unternehmensbesuchen.
4. Einberufung eines Runden Tisches, der Standards zu Basiskenntnissen im Bereich Wirtschaft und Werte erarbeitet. Als Grundlage bietet sich die bereits im Nationalen Pakt für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs in Deutschland gemeinsam erarbeiteten Festlegungen zu wirtschaftlichen Grundkenntnissen von Auszubildenden an.

5. Integration von wirtschaftsethischen Fragestellungen und CSR-Inhalten in die Rahmenlehrpläne für den Berufsschulunterricht, z. B. mit Curriculumbausteinen zur Wirtschafts- und Unternehmensethik durch die Länder.
6. Entwicklung von praxisorientierten Unterrichtsmaterialien zur Vermittlung von ökonomischer Bildung unter Berücksichtigung von wirtschaftsethischen Fragestellungen und CSR-Inhalten (z. B. Fallbeispiele, Rollenspiele), etwa durch Stiftungen.
7. Unterstützung der „Principles for Responsible Management Education“ des Global Compact der Vereinten Nationen mit dem Ziel, deutsche Hochschulen zu ermutigen und motivieren, sich diesen Prinzipien freiwillig anzuschließen; z. B. über die Verknüpfung mit der staatlichen Programmförderung wo dies sinnvoll ist oder über die Vergabe entsprechender Preise.
8. Initiierung eines kontinuierlichen Austauschs mit der Hochschulrektorenkonferenz sowie dem wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultätentag mit dem Ziel, CSR-relevante Lehrinhalte in die grundständigen Studiengänge zu integrieren und co-teaching Angebote bzw. interdisziplinäre Lehrangebote zu fördern.
9. Integration CSR-relevanter Kriterien in Hochschul- und Studiengangrankings. Dazu könnten die auf internationaler Ebene bereits vorhandenen Beispiele auf den deutschen Kontext übertragen werden.
10. Schaffung von Anreizen, um die aktuelle Managementliteratur konsequent mit Beispielen aus deutschen Unternehmen zu unterlegen.
11. Stärkere Thematisierung von CSR in der Personalpolitik dadurch, dass der Personalarbeit beim Thema CSR grundsätzlich eine aktivere Rolle zugeschrieben wird; CSR Konzepte des Unternehmens in der Rekrutierungsphase aktiv dem Bewerber kommuniziert werden und CSR in die Personalauswahl / Passung integriert wird. Die DGFP e.V. (Deutsche Gesellschaft für Personalführung) kann auf ihre Mitgliedsunternehmen einwirken, indem sie CSR konzeptionell aufbereitet und zum wichtigen Baustein erfolgreicher nachhaltiger Personalpolitik macht.

II. Zielsetzung im Teilgebiet Wissenschaft und Forschung

Die wissenschaftliche Kompetenz bündeln und mit der internationalen Diskussion vernetzen sowie den Theorie-Praxis-Dialog fördern

CSR ist ein klassisches Querschnittsthema, das sein volles Potential für Wirtschaft und Gesellschaft am besten entfalten kann, wenn verschiedene disziplinäre Zugänge zusammengeführt werden. Die stärkere Verknüpfung von Wissenschaft und Praxis kann einerseits zu wichtigen neuen Forschungsfragen führen und andererseits auch neue Formen des wissenschaftlich begleiteten Dialogs zwischen Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft befördern.

Maßnahmen:

1. Förderung von zielgerichteten Dialogprozessen („Werte und Wirtschaft“) zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.
2. Initiierung eines interdisziplinären Kompetenzzentrums „Wirtschaft und Gesellschaft“ mit dem Ziel, die relevanten disziplinären Forschungsansätze zusammenzuführen und einen Theorie-Praxis-Dialog zwischen Wirtschaft, Unternehmen und Politik zu organisieren, wissenschaftlich zu begleiten und auszuwerten (vgl. auch Wittenberg-Prozess der Chemie-Sozialpartner). Denkbar ist auch die Einbeziehung eigener, bei der DFG zu beantragender Graduiertenkollegs.
3. Integration CSR-relevanter Fragestellungen, z. B. zur Wirkungsforschung, in die sozial- und geisteswissenschaftlichen Forschungsprogramme sowie die Programme zur Nachhaltigkeitsforschung. Generierung und Formulierung der Forschungsfragen auch durch Wirtschaft und Politik. Dabei muss auf eine inhaltliche Verknüpfung mit dem achten EU-Rahmenprogramm und der Einbringung von entsprechenden Formulierungsvorschlägen geachtet werden.
4. Schaffung von Anreizen, um die Anschlussfähigkeit der deutschen Hochschulen im Bereich CSR an internationale Standards zu gewährleisten.

Nationales CSR-Forum

Empfehlungen der Arbeitsgruppe im

Aktionsfeld 4: Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen

Vorsitz: Herr Jörg Hartmann, Focal Point des Deutschen Global Compact Netzwerkes

A. Zielsetzung

I. Den bestehenden Rahmen stärken

Die Bundesregierung sollte sich zum Ziel setzen, den auf Beschlüssen der Staatengemeinschaft beruhenden internationalen Ordnungsrahmen für verantwortliche Unternehmensführung nachhaltig zu stärken. Dieser umfasst gesetzlich verbindliche Regeln sowie darüber hinausgehende internationale Abkommen und Initiativen. In ihrer Kooperation mit Entwicklungs- und Schwellenländern sollte die Bundesregierung die Entwicklung von Regeln unterstützen, die der angemessenen Umsetzung des internationalen Ordnungsrahmens dienen. Diesem Ziel dienen die Verbreitung und Bekanntmachung der Inhalte dieses Ordnungsrahmens, die Mitarbeit an seiner Weiterentwicklung sowie die Förderung seiner Umsetzung. Der Erfolg sollte in regelmäßigen Abständen geprüft werden und daraus sollten die nötigen Konsequenzen gezogen werden. Damit kann die Bundesregierung die Bedeutung und Sichtbarkeit von CSR weltweit stärken.

II. Weiterführende Initiativen fördern

Die Bundesregierung sollte sich zum Ziel setzen, die Entwicklung bzw. Weiterentwicklung internationaler Instrumente und Prozesse, die der Stärkung von CSR dienen, zu fördern. Dazu zählen etwa gemeinsame Initiativen von Wirtschaft, Staat, internationalen Organisationen und Zivilgesellschaft sowie die Arbeit des „Special Representative of the UN Secretary-General on Business and Human Rights“. Wichtige Handlungsfelder sind der Finanzsektor, der Klimaschutz und die Korruptionsbekämpfung.

III. Teilhabe an CSR stärken

Die Bundesregierung sollte CSR in Unternehmen unterstützen und sich zum Ziel setzen, dazu beizutragen, dass sich weltweit Gewerkschaften, zivilgesellschaftliche Organisationen und Unternehmen partnerschaftlich an CSR-relevanten Prozessen beteiligen. Gewerkschaften und zivilgesellschaftliche Organisationen sollen in die Lage versetzt werden, sowohl konstruktive Kooperationen mit Unternehmen einzugehen, als auch CSR-Aktivitäten kritisch zu begleiten. Die Bundesregierung sollte sich im internationalen Dialog mit ihren Partnerländern und in der Entwicklungspolitik dafür einsetzen, dass Regierungen in den Partnerländern die grundlegenden sozialen und ökologischen Standards um- und durchsetzen und förderliche Rahmenbedingungen für CSR schaffen.

IV. Erfolgreiche Ansätze unterstützen und Missstände abstellen

Die Bundesregierung sollte sich zum Ziel setzen, international das Lernen aus CSR-Aktivitäten zu unterstützen. Beispiele wie Partnerschaftsprojekte in der Entwicklungszusammenarbeit und die unternehmerische Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards in Wertschöpfungsketten können genutzt werden, um erfolgreiche Ansätze weiter zu verbreiten. Die Auswertung von Problemfällen und Beispielen unternehmerischen Fehlverhaltens ist notwendig, um Missständen wirksam entgegenzutreten.

B. Ziele und Maßnahmen

I. Den bestehenden Rahmen stärken

1. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte den internationalen Dialog zum CSR-Ordnungsrahmen intensivieren, beispielsweise innerhalb des Heiligendamm-L'Aquila-Prozesses sowie des G20-Prozesses. Dabei sollte sie auch in wichtigen Schwellenländern auf die Umsetzung des Ordnungsrahmens drängen.

2. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte die Weiterentwicklung der OECD-Leitsätze fördern und dazu alle relevanten Stakeholder konsultieren. Dabei sollte sie Verbesserungen hinsichtlich des Inhalts der Leitsätze und ihrer Anwendungsbreite vorantreiben. Ebenso sollte sie die prozedurale Ausgestaltung, die, institutionelle Verankerung, Ausstattung und Arbeitsweise der Nationalen Kontaktstellen (NKS) prüfen.

3. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte ihre Aufklärungs- und Informationsaktivitäten verstärken, um die Kenntnis und Einhaltung internationaler Instrumente zu erhöhen, wie z. B. OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO, UN Global Compact und OECD-Antibestechungskonvention. Hierzu sollte sie stärker die im Ausland vertretenen deutschen Institutionen und Strukturen sowie die deutschen Unternehmensverbände in Anspruch nehmen und Informationsportale wie www.CSR-weltweit.de stärken.

4. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte die Ratifizierung der UNCAC durch den deutschen Bundestag und deren Umsetzung in Deutschland vorantreiben sowie ihre Partnerländer bei der Implementierung der Konvention weiter unterstützen.

II. Weiterführende Initiativen fördern

1. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte dem Thema Unternehmensverantwortung für Menschenrechte hohe Aufmerksamkeit schenken, indem sie etwa die Arbeit des Sonderbeauftragten des UN-Generalsekretärs für Unternehmen und Menschenrechte unterstützt, sich in die internationale Debatte einbringt und die Weiterentwicklung neuer Instrumente, etwa eines Human Rights Impact Assessments, vorantreibt.

2. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte weiterführende Initiativen wie die Extractive Industries Transparency Initiative und die Global Reporting Initiative weiter politisch, finanziell und technisch unterstützen.

III. Teilhabe an CSR stärken

1. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte Stakeholder, insbesondere Gewerkschaften und NRO, in Schwellen- und Entwicklungsländern bei deren Beteiligungsmöglichkeiten im Bereich CSR und bei der Wahrnehmung von Rechten unterstützen, z. B. auch durch Stärkung entsprechender Bildungsarbeit.

2. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte bilaterale und regionale Vorhaben der entwicklungspolitischen Zusammenarbeit in den Bereichen CSR und Responsible Finance weiterentwickeln.

IV. Erfolgreiche Ansätze unterstützen und Missstände abstellen¹

1. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte das hohe Niveau der Sozial- und Umweltstandards der deutschen Wirtschaft im Ausland verdeutlichen und stärker sichtbar machen.

2. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte die Förderung freiwilliger Standardinitiativen (z. B. Fair-Trade und FSC) in Unternehmen und Wertschöpfungsketten international ausbauen.

3. Maßnahme

Die Bundesregierung sollte die Wirtschaft dabei unterstützen, sich unternehmerisch in Regionen und Wirtschaftsbereichen zu engagieren, in denen ein Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung möglich und besonders nötig ist. Dafür sollte das Instrument der Entwicklungspartnerschaften (PPP) in ihren Partnerländern ausgebaut werden. Dies fördert auch eine bessere Verzahnung von Wirtschafts-, Entwicklungs-, Außen-, Beschäftigungs- und Umweltpolitik. Die Bundesregierung sollte Abschlüsse von internationalen Rahmenvereinbarungen zwischen deutschen Unternehmen und Gewerkschaften fördern, die Zusammenarbeit zwischen deutschen Unternehmen und internationalen Organisationen stärken und strategische Allianzen in diesem Feld ausbauen.

¹ Über den in der Arbeitsgruppe 4 diskutierten Vorschlag „Die Bundesregierung sollte prüfen, ob anerkannte Standards (OECD-Leitsätze, dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO und Global Compact-Prinzipien) stärkeren Eingang in den Kriterienkatalog für die Vergabe staatlicher Exportkredite, Hermes-Bürgschaften und für weitere staatliche Unterstützungsmaßnahmen für ausländische Direktinvestitionen und Außenhandel finden können.“ bestand kein Konsens. In der AG wurde eine entsprechende Maßnahme mehrheitlich befürwortet, aber von den vertretenen Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft (BDI/BDA/DIHK) und BMWi nicht mitgetragen.

Nationales CSR-Forum

Empfehlungen der Arbeitsgruppe im

Aktionsfeld 5:

Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen

Vorsitz: Herr Michael Vassiliadis, Vorsitzender der Industriegewerkschaft IG BCE - Bergbau, Chemie, Energie

Ziel des Empfehlungspapiers ist es, zum einen anstehende gesellschaftliche Herausforderungen globaler und nationaler Art beispielhaft deutlich zu machen und die mit ihrer Bewältigung verbundenen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Chancen herauszuarbeiten. Zum anderen sollen der Bundesregierung Empfehlungen unterbreitet werden, wie sie Unternehmen und Organisationen² motivieren und unterstützen kann, zur Bewältigung dieser gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen beizutragen. Gemäß dem Freiwilligkeitsgrundsatz von CSR³ sollten Unternehmen ermutigt werden, Chancen und Vorteile zu nutzen, um gesellschaftliche Herausforderungen zu antizipieren und sich ihnen erfolgreich zu stellen. Vor diesem Hintergrund stellen sich folgende Fragen:

I. Welches sind die wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen?

II. Was macht verantwortlich handelnde Unternehmen aus?

III. Was kann die Bundesregierung tun, um die Unternehmen darin zu unterstützen, einen Beitrag bei der Bewältigung dieser gesamt-gesellschaftlichen Herausforderungen im Sinne von CSR zu leisten?

I. Gesellschaftliche Herausforderungen und Maßnahmen

Der Fokus in Aktionsfeld 5 ist auf Megatrends gerichtet, die für die gesellschaftlichen Herausforderungen im Kontext der Möglichkeiten und Aufgaben des CSR Forums besonders

² Im Folgenden werden "Unternehmen und Organisationen" aus Gründen der besseren Lesbarkeit immer nur "Unternehmen" genannt.

³ Siehe gemeinsames Verständnis von CSR des CSR Forums.

relevant sind. Unternehmen agieren im Umfeld einer Vielzahl global wirkender Megatrends wie beispielsweise der wirtschaftlichen Globalisierung, Energie- und Rohstoffknappheit, Klimawandel oder Bevölkerungsentwicklung und Armut. Im Bereich der regional und national wirkenden Megatrends stellt die Zukunft der Arbeit vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung eine besondere Herausforderung dar.

Um diese Megatrends langfristig positiv zu gestalten, bedarf es globaler politischer Lösungsansätze. Gleichwohl kann jedes einzelne Unternehmen durch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, die nachhaltige Ausgestaltung der Geschäftstätigkeit sowie mit innovativen Technologien, Produkten und Dienstleistungen wichtige Beiträge zur Problemlösung leisten und selbst Treiber gesellschaftlichen Fortschritts werden.

1. Global wirkende Megatrends: Ökonomische, soziale und ökologische Herausforderungen

Unternehmen und Gesellschaften stehen weltweit ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen gegenüber. Dabei steigen auch die Erwartungen der Gesellschaft an die Unternehmen, Technologien, Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und anzubieten, die in gesellschaftlich verantwortlicher Weise zur Lösung von lokalen wie globalen Problemen beitragen. Dabei konzentrieren wir uns an dieser Stelle exemplarisch auf einige wenige Megatrends.

- **Megatrend: Wirtschaftliche Globalisierung**

Die mit der Globalisierung einhergehende Arbeitsteilung bietet weltweit gesellschaftliche und wirtschaftliche Chancen und Herausforderungen. Über ihre Produkte, Dienstleistungen und Lieferketten, über Innovationen und nachhaltigen Fortschritt können Unternehmen einen Beitrag leisten, diese Chancen der Globalisierung bei uns und weltweit zu nutzen und auf diese Weise möglichst vielen Menschen neue Perspektiven zu bieten. Globalisierung birgt aber auch Risiken. Eine Spaltung in Gewinner und Verlierer der Globalisierung muss verhindert werden.

- **Megatrend: Energie- und Rohstoffknappheit**

Der Energie- und Rohstoffbedarf der Welt wird weiter wachsen. Die Versorgung mit Energie und Rohstoffen ist eine große gemeinsame Aufgabe. Die zunehmende Konkurrenz auf den Weltmärkten führt zu Preissteigerungen bei Energie und Rohstoffen und setzt neue Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen für das Wirtschaften. Fortschritte bei der Energie- und Ressourceneffizienz werden zu elementaren Umweltfragen und zu einer

grundsätzlichen Frage der Wettbewerbsfähigkeit. Unternehmen, die sich diesen Herausforderungen stellen, können ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern. Zudem liegen in der Energie- und Ressourceneffizienz langfristig wachsende Märkte, die mit Hilfe ressourceneffizienter Technologien einen angemessenen Lebensstandard weltweit ermöglichen können.

- **Megatrend: Klimawandel**

Der Klimawandel wird sich weiter beschleunigen, wenn nicht CO₂-Reduktionen weltweit erreicht werden. Das politische „2°Ziel“ lässt sich nur mit massivem technologischem Fortschritt erreichen. Der Einsatz effizienter Produkte und Dienstleistungen würde im Vergleich geringere Kosten verursachen. Anderenfalls wäre mit enormen Folge- und Anpassungskosten zu rechnen. Diese Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und dem Markt zur Verfügung zu stellen ist neben der klimaschonenden Ausgestaltung ihres Kerngeschäftes der gesellschaftliche Beitrag von Unternehmen.

- **Megatrend: Bevölkerungsentwicklung und Armut**

Das Bevölkerungswachstum und extreme Armut sind zentrale globale Probleme. Mehr als eine Milliarde Menschen leben in extremer Armut. Der Kampf gegen Armut und für weltweit bessere Lebensbedingungen ist eines der wichtigsten Megathemen, dem sich Politik, Gesellschaft und Wirtschaft stellen müssen. Als Teil der Millenniumserklärung hat die Weltgemeinschaft sich das Ziel gesetzt, den Anteil der Menschen, die in extremer Armut leben, bis zum Jahr 2015 zu halbieren. Unternehmen können wichtige Beiträge leisten, um dieses Ziel zu erreichen. Sowohl durch Forschung und Entwicklung, neue Produkte als auch durch Nutzung der Ressourcen müssen Unternehmen sich dieser Aufgabe stellen. Als Social Entrepreneurs können Unternehmen beispielsweise dem Ansatz des Friedensnobelpreisträgers Muhammad Yunus folgen und die Lebenssituation verbessernde Produkte über lokale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anbieten, die sich so eine Einkommensquelle schaffen. Auch mit der Ansiedelung von Standorten und der Einstellung und Qualifizierung von Arbeitskräften können Unternehmen die Armut mindern. Von besonderer Relevanz sind auch langfristige Partnerschaften und Spenden von Unternehmen, um die Armut zu lindern.

Um zu erreichen, dass Unternehmen durch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, die nachhaltige Ausgestaltung der Geschäftstätigkeit sowie mit innovativen Technologien, Produkten und Dienstleistungen einen zentralen Beitrag leisten und die Problemlösung unterstützen, ist einerseits ein innovations- und aktionsanregendes Umfeld notwendig und andererseits die Anerkennung unternehmerischen Handelns, Freiheit und Erfindergeist.

Marktwirtschaftliche Rationalität, gesellschaftliche Verantwortung und die Schonung von Umweltressourcen lassen sich so miteinander positiv verknüpfen.

2. National wirkende Megatrends: Gestaltung von Arbeitswelt unter der Herausforderung des demographischen Wandels

Arbeit ist die Grundlage unseres wirtschaftlichen Wohlstandes. Sie vermittelt soziale Anerkennung und ist wesentliche Voraussetzung für geistiges und körperliches Wohlbefinden. Über die materielle Sicherung hinaus bietet sie Möglichkeiten zur Entwicklung der Persönlichkeit, zum Austausch von sozialen Kontakten und für die Entwicklung von Selbstbewusstsein. Arbeit ist das entscheidende integrative Element unserer Gesellschaft. Erwerbstätigkeit ist zudem die Basis für die Funktionsfähigkeit der sozialen Sicherungssysteme. Die Frage, wie Arbeit gestaltet werden kann, so dass sie für möglichst viele Menschen Lebens-, Beteiligungs- und Entfaltungschancen schafft, ist eine zentrale gesellschaftliche Herausforderung.

Viele gesellschaftspolitische Anforderungen zielen vor diesem Hintergrund auf die Arbeitswelt. Gesundheit und Qualifikation, Motivation, Kreativität und Innovationsfähigkeit sind Schlüsselanforderungen, die Unternehmen, Beschäftigte und die Volkswirtschaft als Ganzes benötigen, um in Zukunft im globalen Wettbewerb bestehen zu können. Arbeit ist als zentrales Thema in Unternehmen und Organisationen verortet; ein maßgeblich prägender Teil der Gesellschaft sind 40 Millionen arbeitende Menschen in Deutschland.

Die Altersstruktur der Bevölkerung in Deutschland und anderen Industrieländern verändert sich rapide: Niedrige Geburtenraten und eine steigende Lebenserwartung haben zahlreiche unmittelbare und mittelbare Auswirkungen auf die Gesellschaft. Im Zuge des demographischen Wandels werden wir künftig in Deutschland darauf angewiesen sein, dass mehr Menschen im erwerbsfähigen Alter auch erwerbstätig sind. Dabei ist insbesondere die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung zu stärken und neue Handlungspotenziale zur Erhöhung von Zahl und Qualität nachhaltiger Unternehmensgründungen in Deutschland zu erarbeiten.

Vor welchen Herausforderungen stehen wir? Wenn eine Gesellschaft altert, bedeutet das nicht zuletzt, dass Arbeit neu und zeitlich flexibler gestaltet werden muss. Wenn sich die Zeitspanne ihres Arbeitslebens verlängert (Stichwort: „Rente mit 67“), werden sich die Beschäftigten immer wieder durch lebensbegleitendes Lernen den geänderten Anforderungen anpassen müssen. Hierbei müssen sie aber auch Bedingungen vorfinden, die ihnen erlauben, Berufs- und Privatleben miteinander zu vereinbaren. Unternehmen müssen die Altersstruktur ihrer Belegschaften antizipieren und nachhaltig entsprechend planen.

Was können Unternehmen, ihre Beschäftigten und die Gesellschaft über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus dafür tun, dass die Arbeitswelt von morgen den demographischen Herausforderungen gerecht wird?

CSR-Aktivitäten für eine demographiesensible Arbeitswelt und zur Begleitung des demographischen Wandels

Um den Auswirkungen des demographischen Wandels zu begegnen und den zukünftigen Fachkräftebedarf zu sichern, engagieren sich Unternehmen bereits in vielfältigster Weise. Hier sollen einige der Möglichkeiten aufgezeigt werden.

- **Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**

Gute Arbeitsbedingungen und Gesundheit sind Voraussetzungen für Kreativität, Leistungsfähigkeit und Motivation. Damit eine älter werdende Belegschaft auch die für Unternehmen wichtigen Herausforderungen annehmen kann, müssen die Arbeitsplätze alters- und altersgerecht gestaltet werden. Darüber hinaus tragen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit ihrem Verhalten Verantwortung für ein gesundes Altern. Es ist wichtig, Unternehmen und Beschäftigte in der Wahrnehmung dieser Verantwortung zu unterstützen und sie für das Thema demographischer Wandel zu sensibilisieren.

Was kann konkret unterstützt werden?:

- Aufbau einer Anerkennungskultur insbesondere gegenüber älteren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern,
- betriebliche Gesundheitsförderung,
- alters- und altersgerechte Arbeitsplatz- und Arbeitszeitgestaltung,
- Reduktion von psychischen und physischen Fehlbelastungen,
- Stärkung des gesundheitsbewussten Verhaltens der Beschäftigten.

- **Nachhaltiges Personalmanagement**

Um die demografischen Herausforderungen bewältigen zu können, müssen Unternehmen ihren künftigen Fachkräftebedarf systematisch einschätzen und im Rahmen ihrer Bedürfnisse und Möglichkeiten bedarfsgerecht aus- und weiterbilden. Neben der Einschätzung des Personalbedarfes benötigen Unternehmen Informationen dazu, wie sich das Arbeitskräfteangebot entwickeln wird. Vor diesem Hintergrund kann es für Unternehmen notwendig sein, qualifiziertes Personal langfristig an sich zu binden. Dies gelingt nur, wenn die Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Berücksichtigung finden. In der Personalpolitik vieler Unternehmen spiegeln sich die

Ansprüche der Beschäftigten hinsichtlich der Vereinbarkeit von Beruf und Familie noch nicht ausreichend wieder. Notwendig ist eine familienbewusste Personalpolitik. Dabei sind individuelle berufliche und familiäre Verpflichtungen in Einklang zu bringen und die Beschäftigungsfähigkeit nachhaltig zu sichern. Beitrag der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ist es, sich lebensbegleitend weiterzubilden und den sich ändernden Anforderungen anzupassen. Nachhaltiges Personalmanagement zeichnet sich neben der Einhaltung arbeitsrechtlicher Bedingungen und geltender Arbeitsnormen u.a. aus durch:

- Investitionen der Unternehmen in Ausbildung und Qualifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
- Förderung des lebensbegleitenden Lernens und der eigenverantwortlichen Fort- und Weiterbildung,
- Stärkere Verzahnung von Schule, Ausbildung und Arbeitswelt und Ausbau arbeitsintegrierter Strategien des betrieblichen Lernens,
- langfristig ausgerichtete und demographiefeste Personalpolitik und Personalbindung⁴,
- Unterstützung der Vereinbarkeit von beruflicher und nicht-beruflicher Lebenswelt, sprich einer an Lebensphasen orientierten Personalpolitik (aktive Gleichstellungspolitik),

Bei all diesen Maßnahmen müssen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) Unterstützung erfahren.

- **Steigerung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen**

Menschen mit ihrem Wissen, ihren Fähigkeiten und Erfahrungen bilden ein wesentliches Potenzial für Unternehmen. Gut qualifizierte und motivierte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer steigern die Innovationsfähigkeit der Unternehmen. Besondere Chancen liegen in der Einbindung der Kompetenz, Erfahrungen und Innovationskraft aller Potenziale unserer Gesellschaft und der Beschäftigten. Hierbei ist der Fokus auf eine stärkere Einbeziehung älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Frauen und Menschen mit Migrationshintergrund zu richten. Bei der Gestaltung der Arbeit als Teil der betrieblichen Modernisierungsstrategien müssen Arbeitgeber/Arbeitgeberin und Beschäftigte Hand in Hand arbeiten. Dabei kommt der fairen Behandlung, Förderung und Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine bedeutende Rolle zu. Was kann konkret unterstützt werden?:

⁴ Wie z.B. flexible Arbeitszeitmodelle, öffentliche oder betriebliche Kinderbetreuung, mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

- Ausbau eines Systems kontinuierlicher Qualifikation und Weiterbildung
 - Mentoring- und Patenmodelle für gegenseitiges Lernen zwischen Jung und Alt
 - Gesellschaftliche Vielfalt (Diversität⁵) auch in der Belegschaft von Unternehmen abbilden.
 - Erreichung von Geschlechtergerechtigkeit insbesondere in Führungspositionen.
 - Schaffung eines motivierenden Arbeitsumfeldes, das Kreativität, Leistungsfähigkeit und Offenheit für neue Lösungsansätze fördert. Eine aktive Beteiligungskultur am Arbeitsplatz ist dabei unterstützend.
- **Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte Gruppen**

Die Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für Menschen mit geringeren Chancen am Arbeitsmarkt ist für Unternehmen eine Möglichkeit zur Erschließung neuen Arbeitskräftepotentials. Allianzen mit anderen Stakeholdern⁶ können dazu beitragen, Beschäftigungspotenzial zu erschließen bzw. Beschäftigungshürden abzubauen. Unternehmen können konkrete gesellschaftliche Herausforderungen angehen, in dem sie

 - zur Integration von Migrantinnen und Migranten, Menschen mit Behinderung, Geringqualifizierten beitragen,
 - überbetriebliche und gesamtgesellschaftliche Initiativen, Netzwerke und Aktivitäten initiieren.
 - Weitere Maßnahmen können die Stärkung von Initiativen und deren Austausch sein, um zur Sensibilisierung beizutragen.

II. Was macht ein verantwortlich handelndes Unternehmen aus?

In vielen deutschen Unternehmen besteht eine lange Tradition verantwortlichen Handelns und der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung. Mit den heute als CSR bezeichneten Aktivitäten kann diese Tradition weiter verstärkt und an die neuen Herausforderungen angepasst werden. Was ist heute unter verantwortlich handelnden Unternehmen zu verstehen?

Vor allem für große Unternehmen bestehen die Kernelemente von CSR in einem nachhaltigen Kerngeschäft, Verantwortlichkeit und Integrität, Transparenz und Rechenschaft, und in einem vorausschauenden Umgang mit Risiken sowie in der angemessenen Einbeziehung von

⁵ Der Begriff „Diversität“ meint dabei, dass die Nutzung der Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten eine der Ressourcen für innovative und kreative Lösungen ist

⁶ Unter Stakeholdern bzw. Anspruchsgruppen verstehen wir Menschen und Gruppen, die vom Handeln des Unternehmens auf welche Art auch immer betroffen sind, z. B.: andere Unternehmen, Mitarbeiter und deren Vertretungen, Kunden, Eigentümer und Aktionäre, die Gesellschaft, auf die ihre Aktivitäten Einfluss nehmen.

sogenannten Anspruchsgruppen (Stakeholdern). Im Vergleich dazu ähnelt das CSR in KMU in vielerlei Hinsicht eher der Wahrnehmung einer Rolle als „guter Bürger“ (Corporate Citizenship). Eine persönliche und ethische Motivation ist oft der Ausgangspunkt, weshalb eine strategische Einbindung in die Unternehmenskultur eher selten zu finden ist. Eine aktive Außendarstellung erfolgreicher CSR steht traditionell nicht im Vordergrund, ist aber regional meist gut sichtbar und glaubwürdig.

Folgende Verhaltensweisen kennzeichnen verantwortlich handelnde Unternehmen. Sie sollen aber weder als erschöpfend oder zwingend betrachtet werden:

- halten Gesetze und Richtlinien sowie freiwillig angewandte Kodizes ein,
- erbringen einen gesellschaftlichen Mehrwert, indem sie freiwillig über die gesetzlichen oder vereinbarten Mindestanforderungen hinausgehen, um die gesellschaftlichen Lebensverhältnisse zu verbessern,
- stehen für ihre Geschäftstätigkeit ein und generieren so Vertrauen bei den Anspruchsgruppen (Stakeholdern),
- gestalten ihre Geschäfts- und Mitarbeiterbeziehungen fair. Gleiches gilt für die Einbeziehung weiterer Anspruchsgruppen,
- haben für die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung eine Strategie, die eng mit dem Kerngeschäft verbunden ist und haben den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg zum Ziel,
- berücksichtigen ökologische und soziale Megatrends und handeln glaubwürdig mit geeigneten Instrumenten, um pro-aktiv daraus Geschäftschancen zu entwickeln,
- bemühen sich darum, die aus ihrer Geschäftstätigkeit resultierenden Risiken für Umwelt und Gesellschaft zu minimieren,
- integrieren über die Einbeziehung der Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kundinnen und Kunden sowie Lieferantinnen und Lieferanten hinaus auch die Interessen von Anspruchsgruppen wie Bürgerinnen und Bürger, Investorinnen und Investoren, Anwohnerinnen und Anwohner usw. in ihre Entscheidungen,
- identifizieren sich über die eigentlichen Geschäftsfelder hinaus als Teil der Zivilgesellschaft („Gute Bürger“) und erhöhen damit die gesellschaftliche Akzeptanz des Handelns,
- informieren die Öffentlichkeit durch eine glaubwürdige und nachvollziehbare Berichterstattung,
- haben einen integrierenden Ansatz, der das CSR-Konzept letztlich bis zur einzelnen Mitarbeiterin/zum einzelnen Mitarbeiter herunterbricht.

III. Was kann die Bundesregierung tun, um die Unternehmen darin zu unterstützen, einen Beitrag bei der Bewältigung dieser gesamt-gesellschaftlichen Herausforderungen im Sinne von CSR zu leisten?

Um den Megatrends positiv zu begegnen und den gesellschaftlichen Lösungsbeitrag von Unternehmen zu mobilisieren, sollten Anreize geschaffen werden, die von der Bundesregierung unterstützt werden.

Die Arbeitsgruppe hat sich auf folgende **Ziele** verständigt und dazu Maßnahmen und Instrumente formuliert:

- I. Beitrag von CSR zur Lösung der global wirkenden Megatrends aufzeigen
- II. Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- III. Aufbau eines Nachhaltigen Personalmanagements
- IV. Steigerung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen
- V. Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte Gruppen

Zur Erreichung von **Ziel I „Beitrag von CSR zur Lösung der global wirkenden Megatrends aufzeigen“** wird die Bundesregierung gebeten, wirksam nach außen darzustellen, welchen Beitrag unternehmerisches Engagement sowie die nachhaltige Gestaltung der Geschäftstätigkeit (inklusive der Produkte und Dienstleistungen) zur Lösung der global wirkenden Megatrends leisten kann. Es muss noch deutlicher werden, dass Unternehmen über ihre reine Geschäftstätigkeit hinaus einen Mehrwert für die Gesellschaft erbringen – bei uns und weltweit. Auf diese Weise sollen mehr Unternehmen motiviert werden, nachhaltig zu wirtschaften und sich zu engagieren. Zugleich wird so indirekt die Akzeptanz für die soziale Marktwirtschaft wiederhergestellt.

Zur Umsetzung dieses Ziels sollte die in Aktionsfeld 1 empfohlene Kampagne für mehr Sichtbarkeit von CSR auch auf die global wirkenden Megatrends Bezug nehmen und beispielhaft den Lösungsbeitrag von Unternehmen aufzeigen. Wichtig erscheint es auch, dass die Geschäftsberichte von Unternehmen unter Berücksichtigung und mit Blick auf diese Megatrends ausgeführt werden. In den öffentlichkeitswirksamen Darstellungen gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und ökologischer Megatrends sollte zudem verstärkt auch der Lösungsbeitrag der Unternehmen aufgezeigt werden.

Im Hinblick auf das **Ziel II "Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter"** werden die Betriebliche Gesundheitsförderung, die Reduktion von Fehlbelastungen und die Stärkung des gesundheitsbewussten Verhaltens als wichtige

Maßnahmen angesehen. Zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz soll ein Aufklärungs- und Beratungsprogramm in den Unternehmen selbst mit den Rentenversicherungen, Krankenversicherungen, der Arbeitsgemeinschaft der obersten Landesgesundheitsbehörden (AOLG) sowie der aufsichtführenden Bundes- und Länderministerien für Renten-, Kranken- und Unfallversicherungen aufgelegt werden. Zudem sollen die laufenden Programme zur Förderung des Arbeitsschutzes gemeinsam mit den Berufsgenossenschaften, Arbeitsschutzbehörden der Länder und dem Länderausschuss für Arbeitssicherheit (LASI) gestärkt werden.

Angebotsreihen zu Entspannung, Stressbewältigung und Motivation zur Aufrechterhaltung der Arbeitskraft, die gemeinsam mit Unternehmerinnen und Unternehmern, der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer und den Rentenversicherungen angeboten werden, sollen die Maßnahmen unterstützen.

Kantinen und Unternehmensverpflegungen könnten durch eine gezielte Zusammenstellung von best-practice-Beispielen bei der Bereitstellung einer gesunden Ernährung unterstützt werden.

Partner wären hier die Gesundheitsämter, die Arbeitsgemeinschaft der obersten Landesgesundheitsbehörden sowie das Bundesministerium für Gesundheit (BMG).

Die Förderung des Sports in Unternehmen oder auch durch Unternehmerinnen und Unternehmer außerhalb des Unternehmens gemeinsam mit den Landessportbünden, Unternehmensverbänden und Kammern könnte einen Anreiz für die Beschäftigten darstellen, sich sportlich zu betätigen und damit zum Erhalt ihrer Gesundheit beizutragen.

Weitere wichtige Maßnahmen zum Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die alters- und altersgerechte Arbeitsplatz- und Arbeitszeitgestaltung und der Aufbau eines Konzeptes der lebensphasenorientierten Unternehmenspolitik.

Das **Ziel III "Aufbau eines nachhaltigen Personalmanagements"** soll folgendermaßen erreicht werden:

Durch den Ausbau arbeitsintegrierter Strategien des betrieblichen Lernens soll lebenslanges Lernen sowie die eigenverantwortliche Fort- und Weiterbildung gefördert werden. Dazu müssen Konzepte und Qualifizierungselemente insbesondere für KMU mit Volkshochschulen und der Kultusministerkonferenz (KMK) erarbeitet werden.

Eine langfristig ausgerichtete und demographiesensible Personalpolitik und Personalbindung soll durch den Aufbau einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur, die Sicherung von Wissens- und Ideenmanagement, die Förderung des Mitarbeiter- und Mitarbeiterinnendialogs, die Vermeidung einseitiger Spezialisierungen und stattdessen die Förderung von Kompetenzentwicklung und Flexibilität in der Laufbahngestaltung sowie einer Beteiligung der

Beschäftigten an den betrieblichen Entscheidungen (Vermögensbeteiligung, Altersvorsorge) erreicht werden.

Die Unterstützung der Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und Familienarbeit durch betriebliche Kinderbetreuung und flexible Arbeitszeitmodelle ist ein weiterer Aspekt des nachhaltigen Personalmanagements.

Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen sollen im Bereich des nachhaltigen Personalmanagements gestärkt werden. Dazu soll ein Leitbild zur nachhaltigen Personalpolitik erarbeitet und durch entsprechende Kampagnen sowie praxisnahe Gestaltungstipps verbreitet werden.

Das **Ziel IV "Steigerung der Innovationsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen"** soll durch folgende Maßnahmen erreicht werden:

Die Bereiche Qualifikation und Weiterbildung sollen kontinuierlich in den Unternehmen ausgebaut werden. Mentoring- und Patenmodelle für gegenseitiges Lernen zwischen Jung und Alt sollen z. B. durch die Auflage einer Broschüre mit den bereits gemachten Erfahrungen (best-practice-Beispielen) sichtbar gemacht werden. Die gesellschaftliche Vielfalt soll sich in der Belegschaft von Unternehmen widerspiegeln. Auf die Erreichung von Geschlechtergerechtigkeit insbesondere in Führungspositionen ist zu achten. Es soll auf ein motivierendes Arbeitsumfeld hingearbeitet werden, das positiv auf Kreativität wirkt und Leistungsfähigkeit sowie Offenheit für neue Lösungsansätze (z. B. durch eine aktive Beteiligungskultur am Arbeitsplatz) fördert. Schließlich soll an einer konsequenten Weiterentwicklung familienbewusster Strukturen gearbeitet werden.

Die „**Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte Gruppen,**“ (**Ziel IV**) bezieht sich u. a. auf die Integration von arbeitssuchenden Geringqualifizierten. Diese ist durch Qualifizierungsmaßnahmen in den Betrieben zu unterstützen.

Darüber hinaus geht es auch um die bewusste Integration von Migrant/innen in die Belegschaft durch die Nutzung von Vielfalt und damit einhergehend die Sicherung von Chancengleichheit. Dazu bietet sich ein verstärkter Dialog zwischen Kammern und Verbänden sowie mit den Ausländer-/Integrationsbeauftragten der Länder an. Eine gezielte öffentliche Kampagne könnte die wichtige und förderliche Mitwirkung von Migrantinnen und Migranten in den Unternehmen unterstreichen. Dazu könnten Beispiele gelungener Integration – in Abstimmung mit der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration – aufgezeigt werden.

Bei der Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten für benachteiligte Gruppen geht es auch um die Integration von Menschen mit Behinderung. Dafür ist die Kooperation mit Behindertenorganisationen und die Schaffung spezifischer Arbeitsbedingungen unabdinglich. Ein verstärkter Dialog zwischen Kammern und Verbänden sowie mit den Behindertenbeauftragten der Länder erscheint in diesem Zusammenhang sinnvoll.

Auch überbetriebliche und gesamtgesellschaftliche Bündnisse (runde Tische, regionale Allianzen, Sektordialoge, Sozialpartnerdialoge, Branchenstrukturen) können geeignete Instrumente sein.

Nationales CSR-Forum

Empfehlungen der Arbeitsgruppe im

Aktionsfeld 6: Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds

Vorsitz: Herr Prof. Dr. habil. Josef Wieland, Wissenschaftlicher Direktor des Konstanz Instituts für WerteManagement

Die Herausforderungen der nachhaltigen Gestaltung einer globalen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Ordnung können nur gelöst werden durch die Kooperation aller relevanten gesellschaftlichen Akteure. In diesem Zusammenhang ist die Schaffung von aktivierenden Rahmenbedingungen für ein freiwilliges gesellschaftliches Engagement der Wirtschaft eine wichtige politische Aufgabe.

Die Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds zielt auf

- die Stärkung ihrer Rolle als Botschafter gesellschaftlicher Verantwortung im In- und Ausland;
- die Förderung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen;
- die Schaffung einer transparenten CSR-Informationen- und Kommunikationskultur.

Die folgenden Ziele und Maßnahmen sind geeignet, dieser Aufgabenstellung kurz- und mittelfristig erfolgreich gerecht zu werden.

I. Ziel: Die Aufmerksamkeit für die Relevanz des CSR-Engagements in Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig sicherstellen und erhöhen

Der Grad und das Niveau der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen und andere Stakeholder der Wirtschaft hängen direkt und entscheidend von der Aufmerksamkeit für die Relevanz dieser Aktivitäten ab. Es ist daher eine Aufgabe der Politik,

die öffentliche Sichtbarkeit und Bedeutung von CSR als Charaktermerkmal unternehmerischen Handelns zu fördern.

Maßnahmen:

1. Nationales CSR-Forum weiterführen

Das „Nationale CSR–Forum“ verleiht dem Thema gesellschaftlicher Verantwortung nationale und internationale öffentliche Bedeutung und ist ein Medium der Vernetzung und Konzentrierung der vielfältigen Aktivitäten auf der Ebene des Bundes, der Länder und der Kommunen. Es dient ebenfalls einer Vereinheitlichung des Verständnisses von CSR der verschiedenen Stakeholder. Es sollte deshalb fortgeführt und mit dem Rat für Nachhaltige Entwicklung thematisch vernetzt werden.

2. Kompetenzaufbau durch Vernetzung

Die Vernetzung der in Deutschland schon bestehenden Informations- und Kommunikationsplattformen sollte angestrebt und aktiv betrieben werden. Der Kompetenzaufbau für CSR-Management in den Unternehmen wird über den Zugang zu Informationen und den Austausch über praktische Erfahrung bei der Umsetzung von CSR in den Geschäftsalltag gefördert.

3. Ehrungen und Preise auf CSR–Bezug prüfen

Zahlreiche wirtschaftsbezogene Preise durch Bund, Länder, Kommunen, Verbände, und Stiftungen zielen bereits heute auf die Stärkung des gesellschaftlichen Engagements und der Nachhaltigkeit. Preisstifter und Verleiher sollten aufgerufen werden zu prüfen, inwieweit ein CSR–Bezug ausdrücklich in die jeweiligen Ausschreibungen integriert werden kann.

4. Transparenz und Zugänglichkeit durch CSR-Berichterstattung

Die Transparenz und Zugänglichkeit der CSR–Aktivitäten in der Wirtschaft kann durch eine Berichterstattung der Bundesregierung gefördert werden. Diese Berichterstattung könnte eine Übersicht über die CSR–Aktivitäten in Deutschland geben, Ziele und Praxisbeispiele dokumentieren und damit die Orientierung und Glaubwürdigkeit des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen unterstützen.

II. Ziel: Das Kriterium der Nachhaltigkeit in der öffentlichen Beschaffung festigen und weiter entwickeln

Die jährlichen Ausgaben staatlicher Stellen für die Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen bilden ein erhebliches Marktpotenzial für die Förderung von Nachhaltigkeit bei Auftraggebern und Auftragnehmern. Die Beschaffung durch den öffentlichen Sektor ist für die Förderung von CSR in der Wirtschaft von erheblicher Bedeutung. Die Freiwilligkeit und die Umsetzung belastbarer Ziele in diesem Bereich widersprechen sich nicht.

Maßnahmen:

1. Strategische Zielsetzung entwickeln

In Deutschland sollte ein übergreifender strategischer Ansatz für die weitere systematische Entwicklung einer nachhaltigen öffentlichen Beschaffung erarbeitet werden. Damit wird ein klares politisches Bekenntnis zu dieser Aufgabe mit der Formulierung einer strategischen Zielsetzung und der nächsten Schritte zu deren Realisierung verbunden.

2. Kompetenzaufbau in der Vergabe

Die weitere Förderung der Kompetenzen in den unabhängigen und dezentralen Stellen der öffentlichen Auftragsvergabe in Deutschland ist eine entscheidende Voraussetzung zur Realisierung einer von Nachhaltigkeit geprägten Beschaffung. Weiterbildungsangebote wie Kurse, Trainings und Seminare zu den wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Aspekten öffentlicher Vergabe sind in diesem Zusammenhang wichtige Mittel zur Schaffung der Qualifikationen, die eine Vergabe nach Wirtschaftlichkeitskriterien in einem umfassenden Sinne (§97 GWB) voraussetzt.

3. Lernplattform für Lieferanten

Eine Lernplattform für Lieferanten des öffentlichen Bedarfs, welche die Ziele, Kriterien und Verfahren nachhaltiger öffentlicher Beschaffung leicht zugänglich macht, kann ein wichtiges Mittel sein, mögliche bürokratische Hürden für die Unternehmen abzubauen und deren Aufwand für die Beteiligung an Auftragsvergabeverfahren zu reduzieren. Dies kann vor allem ein positiver Anreiz für KMU sein, verstärkt in den Nachhaltigkeitsaspekt ihrer Herstellungsprozesse und ihrer Produkte und Dienstleistungen zu investieren. Bei der Gestaltung der Lernplattform

sollen die Erfahrungen der Unternehmen auf dem Gebiet des Nachhaltigkeitsmanagements genutzt werden.

III. Ziel: Die Dynamik des wachsenden Marktes für Gesellschaftlich Verantwortliches Investment erkennen und nutzen

Der Bereich gesellschaftlich verantwortlichen Investments wächst international qualitativ und quantitativ. Die Förderung grüner und nachhaltiger Möglichkeiten der Geldanlage sowie neue Anreize und Finanzierungsformen für Soziales Unternehmertum durch kleine Unternehmen sind Elemente zur Lösung sozialer, ökologischer und gesellschaftlicher Aufgaben. Der Kapitalmarkt spielt eine Schlüsselrolle im Bereich nachhaltiger Entwicklung.

Maßnahmen:

1. Anreize für Investoren und Anleger prüfen

Die Bundesregierung sollte prüfen, ob und gegebenenfalls welche neuen Weichenstellungen in Deutschland der weiteren Entwicklung des Kapitalmarktes für nachhaltige Entwicklung und gesellschaftlich verantwortlichem Investment förderlich sein können und dabei insbesondere internationale Erfahrungen berücksichtigen.

2. Wissen, Vertrauen und Transparenz schaffen

Die Bereitschaft zum nachhaltigen Investment am Kapitalmarkt ist eng gebunden an das Wissen über und das Vertrauen in häufig sehr komplexe Finanzprodukte. Wissen und Vertrauen setzen die Transparenz der Produkte und Verfahren des Kapitalmarktes voraus. Gesellschaftlich verantwortliches Investment sollte daher als Thema in der Schul- und Hochschulausbildung sowie in der beruflichen Ausbildung und Qualifizierung im Bankwesen berücksichtigt werden. Die Förderung der Entwicklung entsprechender Lehr- und Lernmittel durch die Politik ist ein wichtiger Beitrag hierzu.

3. Soziales Unternehmertum

Die Aufnahme und Verarbeitung der neuen internationalen Entwicklungen im Bereich Sozialen Unternehmertums durch die Politik kann wichtige Impulse für die Generierung von wirtschaftlichem Wachstum und der Bekämpfung der sozialen Folgen der Krise liefern. Die

Bundesregierung soll prüfen, mit welchen effizienten Instrumenten, wie etwa Mikrokredite, die Entstehung und Entwicklung kleiner Unternehmen im Bereich gesellschaftlichen Engagements gefördert werden können.

Anhang

Mitglieder des CSR-Forums

A: Institutionen

ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH
Bäckerei und Konditorei Johann Mayer
BASF SE
Bertelsmann-Stiftung
Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ e.V.
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V.
Der Rat für Nachhaltige Entwicklung
Deutscher Gewerkschaftsbund
Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.
Deutscher Naturschutzring e.V.
Deutsches Global Compact Netzwerk
Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V.
Die Familienunternehmer - ASU e.V.
econsense | Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.
Germanwatch e.V.
Henkel AG & Co. KGaA
Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie und Energie
Industriegewerkschaft Metall
Internationale Arbeitsorganisation (ILO) Vertretung Deutschland
Konstanz Institut für WerteManagement
Max Früh GmbH & Co. KG
Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) Berlin Centre
Otto Group – Otto GmbH & Co. KG
Runder Tisch Verhaltenskodizes
Stiftung Warentest
Transparency International Deutschland e.V.
VENRO – Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V.
ver.di
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG
Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik
Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.

B: Bundesressorts

Auswärtiges Amt
Bundeskanzleramt
Bundesministerium der Finanzen
Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Bundesministerium für Bildung und Forschung
Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Bundesministerium des Innern
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

NATIONALES CSR-FORUM

Zusammensetzung der Arbeitsgruppen in den Aktionsfeldern (Stand: Juni 2010)

Zusammensetzung Aktionsfeld	Vorsitz (Organisationsvorsitz: Bundesministerium für Arbeit und Soziales)	Mitglieder des Lenkungskreis	Mitglieder der Arbeitsgruppe aus dem CSR-Forum
1 – Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR	Herr Gerd Billen, Vorstand der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.	BASF SE BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Deutscher Gewerkschaftsbund Hauptverband des Deutschen Einzelhandels	Bertelsmann Stiftung Bundesministerium des Innern Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V. Deutsche Telekom AG econsense - Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Kommunale Wasserwerke Leipzig GmbH Otto Group – Otto GmbH & Co. KG Puma AG Stiftung Warentest Transparency International Deutschland e.V. Volkswagen AG Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.
2 - Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU	Herr Dr. Achim Dercks, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Deutschen Industrie- und Handelskammertages e.V.	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Deutscher Naturschutzring e.V. Industriegewerkschaft Metall Max Früh GmbH & Co. KG Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ e.V.	ASU e.V - Die Familienunternehmer Bäckerei und Konditorei Johann Mayer BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien BDI - Bundesverband der Deutschen Industrie Bertelsmann Stiftung Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Centrum for Corporate Citizenship Deutschland Deutscher Gewerkschaftsbund Deutscher Städtetag EDEKA-Gruppe

			<p>Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie OECD Berlin Centre Transparency International Deutschland e.V. ver.di Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG Wirtschaftsministerkonferenz der Länder Zentralverband des Deutschen Handwerks</p>
<p>3 - Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung</p>	<p>Frau Birgit Riess, Director - Programm Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen der Bertelsmann Stiftung</p>	<p>Bundesministerium für Bildung und Forschung Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V. Henkel AG & Co. KGaA ver.di Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik</p>	<p>ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesministerium des Innern Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie Industriegewerkschaft Metall</p>
<p>4 - Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen</p>	<p>Herr Jörg Hartmann, Focal Point des Deutschen Global Compact Netzwerkes, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit</p>	<p>BDI - Bundesverband der Deutschen Industrie Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung Industriegewerkschaft Metall Transparency International Deutschland e.V. VENRO – Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V.</p>	<p>Auswärtiges Amt BASF SE BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände Bertelsmann Stiftung Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Deutscher Gewerkschaftsbund Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. Germanwatch e.V. ILO Vertretung Deutschland ICC Deutschland – Internationale Handelskammer OECD Berlin Centre Otto Group – Otto GmbH & Co. KG Runder Tisch Verhaltenskodizes</p>
<p>5 - Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen</p>	<p>Herr Michael Vassiliadis, Vorsitzender der IG BCE - Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie</p>	<p>ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit econsense – Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Zentralverband des Deutschen Handwerks</p>	<p>Arbeits- und Sozialministerkonferenz der Länder BDA - Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung Centrum for Corporate Citizenship Deutschland Deutscher Caritasverband e.V. Deutscher Städtetag Industriegewerkschaft Metall Konstanz-Institut für WerteManagement</p>

			<p>Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern Sozialwissenschaftliches Institut der Evangelischen Kirche in Deutschland ver.di Wirtschaftsministerkonferenz der Länder</p>
<p>6 - Schaffung eines CSR- förderlichen Umfelds</p>	<p>Herr Prof. Dr. Josef Wieland, Wissenschaftlicher Direktor des Konstanz Instituts für WerteManagement</p>	<p>BDA - Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit ver.di</p>	<p>ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH BDI - Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. Deutscher Gewerkschaftsbund Deutscher Naturschutzring e.V. Deutscher Städte- und Gemeindebund econsense – Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Germanwatch e.V. Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern OECD Berlin Centre Transparency International Deutschland e.V. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. Wirtschaftsministerkonferenz der Länder</p>