

Corporate Social Responsibility

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen

Position
Stand: Juli 2020

vbw

Die bayerische Wirtschaft



Hinweis

Zitate aus dieser Publikation sind unter Angabe der Quelle zulässig.

Vorwort

Bayerische Unternehmen engagieren sich für Umwelt und Gesellschaft

Die zentrale Verantwortung von Unternehmen besteht darin, ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit aufrecht zu erhalten und sich mit innovativen Produkten und Dienstleistungen am Markt zu behaupten. Damit leisten sie einen großen Beitrag zum gesellschaftlichen Wohlstand, denn so werden Arbeitsplätze gesichert und technischer sowie sozialer Fortschritt möglich.

Zahlreiche Unternehmen engagieren sich aber darüber hinaus schon seit langem auf freiwilliger Basis für die Gesellschaft. Dieses Engagement ist in der Tradition der Betriebe fest verankert und gestaltet das soziale und ökologische Umfeld vor Ort wesentlich. Leider ist in letzter Zeit ein starker Trend zu beobachten, die bewährte Freiwilligkeit dieser Corporate Social Responsibility (CSR) massiv zu beschneiden. Das gilt besonders für den Bereich menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten entlang der Lieferketten, wo gesetzliche Vorgaben zum Risikomanagement drohen.

Diesen Trend sehen wir äußerst kritisch, da es zu Belastungen und Unsicherheiten für die Unternehmen kommt, die sich letztlich negativ auf das Engagement auswirken werden. In unserem Positionspapier zeigen wir auf, wie und in welchem Umfang sich Unternehmen schon heute für die Gemeinschaft einsetzen und wie Unternehmen gezielt darin unterstützt werden können, dieses Engagement weiter auszubauen.

Bertram Brossardt
Juli 2020

Inhalt

Position auf einen Blick	1
1 CSR – Bedeutung für die Unternehmen	3
1.1 Die Entwicklung von CSR	3
1.2 CSR im Unternehmen	3
1.2.1 CSR Verständnis	4
1.2.2 Voraussetzungen und Grenzen für CSR im Unternehmen	4
2 Aktuelle CSR-Initiativen	6
2.1 Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte	6
2.1.1 Eckpunkte und Aufbau des Nationalen Aktionsplans	6
2.1.2 Umsetzung des Nationalen Aktionsplans	8
2.1.3 Bewertung der Umsetzung des Nationaler Aktionsplan	8
2.2 Überprüfung der Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung	9
2.3 Bewertung der aktuellen CSR-Initiativen	10
Ansprechpartner / Impressum	12

Position auf einen Blick

CSR muss freiwillig bleiben

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR) muss auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruhen. Es darf keine Verpflichtung entstehen, sich über bestehende gesetzliche Vorschriften hinweg für das Gemeinwesen zu engagieren. CSR ist definiert durch die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung jenseits gesetzlicher Bestimmungen, dieser Grundsatz muss erhalten bleiben.

Nur wenn Unternehmen aus eigenem Antrieb heraus entscheiden können, ob und wie sie sich gesellschaftlich engagieren wollen, kann CSR zum Erfolg werden. Durch den Charakter der Freiwilligkeit von CSR wird sichergestellt, dass sich Unternehmen mit ihren CSR-Aktivitäten identifizieren und CSR im Unternehmen gelebt wird.

Basis für jedes freiwillige gesellschaftliche Engagement der Unternehmen ist der Erfolg im Kerngeschäft. Primäres Ziel jedes Unternehmen muss es sein, wirtschaftlich erfolgreich zu agieren und die eigene Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft aufrechtzuerhalten.

In der öffentlichen Diskussion darf nicht die Erwartungshaltung entstehen, dass Unternehmen neben ihrem Kerngeschäft ein Nebengeschäft „Verantwortung“ betreiben müssen. Vielmehr muss klar herausgestellt werden, dass der unternehmerische Erfolg im Kerngeschäft die Grundvoraussetzung für gesellschaftliches Engagement ist und maßgeblich zu Wohlstand und sozialem Fortschritt beiträgt.

Das gilt gerade auch im Kontext der internationalen Geschäftstätigkeit von Unternehmen. Investitionen und Produktionsstandorte in Schwellen- und Entwicklungsländern leisten einen wichtigen entwicklungspolitischen Beitrag. Überzogenen Anforderungen zur Einhaltung von Sorgfaltspflichten entlang der globalen Lieferketten führen dazu, dass sich Unternehmen aus Risikogebieten zurückziehen und Lieferketten verkürzen werden. Entwicklungspolitische Ziele werden so konterkariert.

Wir setzen uns dafür ein, dass die CSR-Aktivitäten der Unternehmen weiterhin durch Vielfalt und Kreativität gekennzeichnet sind. Leitlinien, Standards und Kodizes können Unternehmen Orientierung geben bei der Ausgestaltung ihres gesellschaftlichen Engagements, jedes Unternehmen muss aber in Abhängigkeit von seiner Geschäftstätigkeit, dem Standort und der Position im Wettbewerb entscheiden, welche CSR-Aktivitäten verfolgt werden sollen.

Wir lehnen immer weitergehende Berichtserstattungsvorgaben ab. CSR wird so auf die Erfüllung von Checklisten verkürzt und nicht mehr als freiwilliges Engagement wahrgenommen. Zudem erlauben standardisierte Vorgaben es nicht, Unternehmen ihre CSR-Aktivitäten in Abhängigkeit von der eigenen Geschäftstätigkeit auszugestalten und entsprechende Schwerpunkte zu setzen.

Die Entscheidung ob und in welchem Umfang über CSR-Aktivitäten berichtet wird, muss bei den Unternehmen verbleiben. Für einige Unternehmen kann eine Offenlegung nichtfinanzieller Informationen sinnvoll sein, um Transparenz und Glaubwürdigkeit im Geschäftsumfeld herzustellen. Für andere übersteigt der Aufwand einer Berichterstattung den Nutzen. Zudem muss auch respektiert werden, dass viele Unternehmen ihr gesellschaftliches Engagement für selbstverständlich halten und aus tiefer Überzeugung so handeln. Durch eine breite Kommunikation könnte aber der Eindruck entstehen, es handelt sich hierbei lediglich um eine Marketingmaßnahmen.

1 CSR – Bedeutung für die Unternehmen

Der Begriff CSR – Corporate Social Responsibility, also die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen, ist mittlerweile in vielen Branchen und Unternehmen ein fester Bestandteil der Geschäftspolitik. Zahlreiche Unternehmen engagieren sich freiwillig, über bestehende Gesetze und Vorgaben hinaus, für ihr Umfeld.

Auch seitens der Politik wird das Thema aufgegriffen, zuletzt vor allem im Zusammenhang mit der Frage, wie Sozial- und Umweltstandards innerhalb globaler Wertschöpfungsketten etabliert werden können.

1.1 Die Entwicklung von CSR

Für die viele Unternehmen ist es selbstverständlich, sich für das gesellschaftliche Umfeld zu engagieren. Dieses Engagement ist tief in der Tradition der Unternehmen verankert und trägt zum nachhaltigen Geschäftserfolg bei. CSR an sich ist deshalb auch kein neues Phänomen, sondern vielmehr eine Methodik, gesellschaftliche Verantwortung strategisch im Unternehmen zu verankern.

Die Entwicklung von CSR zu einem Bestandteil des strategischen Managements geht auf vielfältige Einflüsse zurück. Zentral ist die gestiegene Sensibilisierung der Öffentlichkeit für Fragen der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit und die Erwartungshaltung, dass Unternehmen ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten sollen.

Herausforderungen wie der Klimawandel, die Bekämpfung der globalen Armut und die tiefgreifenden Veränderungsprozess durch die Digitalisierung lassen sich auf politischer Ebene immer schwerer adressieren. Durch die gestiegenen Komplexität der Wirkungsmechanismen und die Notwendigkeit von grenzüberschreitenden Lösungsansätzen, nimmt der Einfluss der Nationalstaaten auf die Gestaltung der Rahmenbedingungen kontinuierlich ab. In der Folge wird Unternehmen mittlerweile eine weit größere Verantwortung zugeschrieben, da sie über die Grenzen des Nationalstaates hinaus agieren.

Die gestiegen Erwartungshaltung an Unternehmen und die breite mediale Öffentlichkeit tragen maßgeblich dazu bei, dass die Transparenzerwartungen an unternehmerisches Handeln über die rein ökonomische Tätigkeit hinaus steigen und Angaben zum sozialen und ökologischen Engagement erwartet werden.

1.2 CSR im Unternehmen

Zwar hat sich der Begriff CSR im Sprachgebrauch etabliert, dennoch bleibt häufig offen, was genau darunter zu verstehen ist. Da es keine einheitliche Definition zu CSR gibt, wird der Begriff hier über die folgenden Fragen eingegrenzt:

- Was bedeutet CSR genau?

- Welche Voraussetzungen müssen dafür im Unternehmen geschaffen werden?
- Wo liegen die Grenzen eines gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen?

1.2.1 CSR Verständnis

CSR lässt sich nicht über einen fixen Kriterienkatalog definieren. Allerdings ist aus Perspektive der Unternehmen folgender Kerngedanke maßgeblich für CSR:

CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln im Kerngeschäft und umfasst das freiwillige Engagement der Unternehmen über bestehende Gesetze und Pflichten hinaus.

Das zentrale Charakteristikum von CSR ist daher, dass das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen jenseits gesetzlicher Anforderungen stattfindet. Unternehmen entschließen sich freiwillig zu CSR. Dieser Kontext muss unbedingt beibehalten bleiben.

Ein weiteres Merkmal von CSR ist die Vielfältigkeit und Komplexität der einzelnen Maßnahmen. In Abhängigkeit von dem Unternehmensumfeld, der Unternehmenskultur und den Bedürfnissen der Stakeholder unterscheiden sich die CSR Strategien einzelner Unternehmen zum Teil deutlich. Ziel von CSR-Aktivitäten sollte es sein, ein Unternehmen als guten Nachbarn im gesellschaftlichen Umfeld zu etablieren und die berechtigten Ansprüche von relevanten Anspruchsgruppen zu beachten.

Jedes Unternehmen, so es sich zu einem Engagement im Bereich CSR entschließt, muss eine zur jeweiligen Unternehmenskultur passende Strategie finden. Nur so ist eine Identifikation seitens des Unternehmens, der Stakeholder und der Bevölkerung mit dem gesellschaftlichen Engagement möglich. Diese ist wiederum Grundvoraussetzung für den unternehmerischen und gesellschaftlichen Erfolg von CSR.

Eine gesetzliche Regelung von CSR kann diesen Anforderungen nicht gerecht werden. Vielmehr würde so die Vielfältigkeit von CSR untergraben und anstelle von kreativen Ansätzen zur Wahrung der gesellschaftlichen Interessen würden oftmals unpassende Standardmaßnahmen gefördert.

1.2.2 Voraussetzungen und Grenzen für CSR im Unternehmen

Die primäre Verantwortung von Unternehmen auch und gerade zum Wohl für die

Gesellschaft ist es, wirtschaftlich erfolgreich zu sein und die eigene Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten. Dieser unternehmerische Erfolg ist eine Grundvoraussetzung dafür, dass Unternehmen überhaupt gesellschaftliche Verantwortung übernehmen können.

Unternehmen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit im Blick behalten, bemühen sich um Innovationen und sind maßgeblich für gesellschaftlichen und technischen Fortschritt verantwortlich. Zudem antizipieren sie die Bedürfnisse der Bevölkerung und zukünftige Marktentwicklungen in ihrer Geschäftsstrategie und passen ihre Produktpalette veränderten Wertvorstellungen und Rahmenbedingungen an.

Unternehmerische und gesellschaftliche Ziele sind durchaus miteinander vereinbar. In welchem Umfang sich Unternehmen jenseits ihres Unternehmenszwecks für die Gesellschaft einsetzen, ist dabei abhängig von zahlreichen ökonomischen und gesellschaftlichen Faktoren. Festzuhalten bleibt, dass sich wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftliches Engagement nicht ausschließen, sondern bedingen.

CSR kann für Unternehmen zum Innovationstreiber werden, insbesondere wenn neue Verfahren und Techniken entwickelt werden, die die Umwelt und natürliche Ressourcen schonen. Diese Entwicklungen kommen nicht nur Umwelt und Gesellschaft zu Gute, sondern stellen für die Unternehmen gleichzeitig Wettbewerbsvorteile dar und eröffnen die Chance neue Marktanteile zu erobern.

Damit CSR zum Erfolg für Gesellschaft und Wirtschaft wird, muss die Politik dafür sorgen, dass durch entsprechende Rahmenbedingungen ein CSR-freundliches Umfeld geschaffen wird. Zudem gilt es, etwaigen Ressentiments in der Zivilgesellschaft gegenüber dem gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen entgegenzuwirken.

Auch wenn die Unternehmen vielfältige gesellschaftliche Aufgaben übernehmen und sich je nach Region weitreichend im öffentlichen Bereich engagieren, können Unternehmen nicht in die Rolle von Regierungen schlüpfen und originär staatliche Aufgaben wahrnehmen. Hier stößt die Konzeption von CSR klar an ihre Grenzen. Unternehmen können nur innerhalb ihres Wirkungskreises und zusammen mit anderen Akteuren gesellschaftliche Verantwortung übernehmen und auf soziales, bzw. umweltschonendes Verhalten hinwirken.

In diesem Zusammenhang gilt es auch zu betonen, dass Art und Umfang eines CSR-Engagements maßgeblich von der Größe und dem Betätigungsfeld eines Unternehmens beeinflusst wird. Ein international agierender Konzern, mit einer Vielzahl an kritischen Stakeholdern, wird sein gesellschaftliches Engagement anders ausrichten als ein Mittelständler mit regionaler Verwurzelung. Während für Konzerne die angemessene Beachtung der Stakeholderinteressen für das Image und damit den Fortbestand der Unternehmung im globalen Wettbewerb essentiell ist, sind kleine und mittelständische Unternehmen oftmals als Teil der Wertschöpfungskette dazu aufgefordert, bestimmte Standards und Anforderungen im Bereich CSR zu erfüllen.

2 Aktuelle CSR-Initiativen

Aktuelle Aktivitäten auf nationaler und europäischer Ebene

Die CSR-Strategie der Bundesregierung wurde maßgeblich in Zusammenarbeit mit dem Nationalen CSR-Forum aufgesetzt. Dieses Forum wurde im Jahr 2009 erstmals einberufen, um ein gemeinsames Verständnis von CSR in Deutschland zu erarbeiten und zentrale Aktionsfelder festzulegen. Das Nationale CSR-Forum ist besetzt mit Vertretern aus Wirtschaft, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und Politik. Startpunkt der Aktivitäten des Forums war ein Empfehlungsbericht, aus dem der vom Bundeskabinett im Oktober 2010 verabschiedete „Aktionsplan CSR“ hervorgegangen ist.

Der „Aktionsplan CSR“ hat über die letzten Jahre die CSR-Strategie der Bundesregierung maßgeblich geprägt. Mittlerweile sind wesentlichen Maßnahmen dieses Aktionsplans umgesetzt und der Fokus ist nun darauf gerichtet, die nationale CSR-Strategie weiterzuentwickeln.

Das CSR-Verständnis hat sich zuletzt sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene deutlich gewandelt. Zentrales Thema sind nun Sorgfaltspflichten zur Einhaltung von Menschenrechten, Sozial- und Arbeitsstandards sowie zur Beachtung von Umweltbelangen in den globalen Liefer- und Wertschöpfungsketten. Die CSR-Aktivitäten auf nationaler und europäischer Ebene fokussieren sich auf diesen Themenschwerpunkt.

2.1 Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte

Unter Federführung des Auswärtigen Amts hat die Bundesregierung einen „Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte“ (NAP) erarbeitet. Der Aktionsplan wurde im Dezember 2016 vom Bundeskabinett verabschiedet.

2.1.1 Eckpunkte und Aufbau des Nationalen Aktionsplans

Der NAP enthält keine neuen gesetzlichen Vorgaben, die Unternehmen im Rahmen der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht einhalten müssen. Allerdings legt der Aktionsplan sehr detailliert die Erwartungshaltung der Bundesregierung an die Unternehmen zur Achtung der Menschenrechte dar. Die Fortschritte der Unternehmen in diesem Bereich sollten über ein Monitoring nachverfolgt werden, dieser Prozess ist mittlerweile abgeschlossen. Mit dem Aktionsplan wurde das Thema Wirtschaft und Menschenrechte politisch weiterentwickelt, bis hin zur Option konkreter gesetzlicher Vorgaben.

Inhaltlich hat der Nationale Aktionsplan zunächst die Erwartungshaltung der Bundesregierung an die unternehmerische Sorgfalt bei der Achtung der Menschenrechte dargelegt.

Hierzu wurden Kernelemente der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht definiert. Diese umfassen die folgenden fünf Punkte:

- Grundsaterklärung zur Achtung der Menschenrechte: die Unternehmen sollen mit Hilfe einer Grundsaterklärung öffentlich zum Ausdruck bringen, dass sie ihrer Verantwortung zur Achtung der Menschenrechte nachkommen.
- Verfahren zur Ermittlung tatsächlicher und potenzieller nachteiliger Auswirkungen auf die Menschenrechte: die Unternehmen sind aufgefordert, Verfahren einzurichten, über die potenzielle nachteilige Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf die Menschenrechte ermittelt, verhütet oder gemindert werden können. Diese Verfahren sollen dabei nicht nur Risiken in Blick nehmen, die sich für die eigene Geschäftstätigkeit ergeben, sondern gezielt menschenrechtliche Risiken für Betroffene des unternehmerischen Handelns (bsp. Beschäftigte im eigenen Betrieb / in der Lieferkette, Kunden, Anwohner, etc.). Der Umfang dieser Risikoprüfung ist im Zusammenhang mit der Größe des Unternehmens, der Branchenzugehörigkeit und der Art der Geschäftstätigkeit zu sehen.
- Maßnahmen zur Abwendung potenziell negativer Auswirkungen und Überprüfung der Wirksamkeit dieser Maßnahmen: auf Basis der oben skizzierten Analyse sollen dann Maßnahmen identifiziert und in die Geschäftspolitik integriert werden, die dazu beitragen, negative Auswirkungen der Geschäftstätigkeit zu verhindern. Als mögliche Maßnahmen werden folgende genannt: Schulungen der Mitarbeiter und Lieferanten, Anpassung von Managementprozessen, Änderungen in der Lieferkette und der Beitritt zu Brancheninitiativen.
- Berichterstattung: die Unternehmen sollen Informationen dazu bereithalten (und diese ggf. extern kommunizieren), wie sie den tatsächlichen und potentiellen Auswirkungen ihrer unternehmerischen Tätigkeit auf die Menschenrechte begegnen. Insbesondere Unternehmen, deren Geschäftstätigkeit mit besonders hohen Risiken einhergeht, sind dazu aufgefordert, regelmäßig gegenüber der Öffentlichkeit zu berichten. Allerdings sollen diese Berichtspflichten nicht zu unverhältnismäßigem Aufwand für KMU in Lieferketten führen.
- Beschwerdemechanismus: die Unternehmen sollen entweder selbst Beschwerdeverfahren einrichten, oder sich an externen Verfahren beteiligen.

Ein weiterer Schwerpunkt des NAP widmet sich der Frage, wie die Bundesregierung dazu beitragen kann, den Schutz der Menschenrechte voranzutreiben. Ansatzpunkte werden bei der öffentlichen Beschaffung, der Vergabe von Subventionen und der Außenwirtschaftsförderung gesehen. Folgende avisierten Maßnahmen im Rahmen des Nationalen Aktionsplans sind von besonderer Relevanz:

- Öffentliches Beschaffungswesen: die Bundesregierung wird prüfen, inwiefern bei einer zukünftigen Überarbeitung der Vergaberichtlinien verbindliche Mindestanforderungen im Bereich Menschenrechte im Vergaberecht festgeschrieben werden können. Es soll ein Stufenplan erarbeitet werden, der aufzeigt, wie dieses Ziel erreicht werden kann.
- Subventionen: die Bundesregierung wird prüfen, inwieweit die in den subventionspolitischen Leitlinien angelegte Nachhaltigkeitsprüfung mit den UN-Leitprinzipien

übereinstimmt und wie Unternehmen, die signifikante Subventionen erhalten, künftig dazu verpflichtet werden können, eine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht durchzuführen.

- Außenwirtschaftsförderung: künftig wird Menschenrechtsaspekten in den Prüfverfahren ein höherer Stellenwert eingeräumt. Zudem erfolgt ein Abgleich der Prüfverfahren mit den Anforderungen im NAP. Bei Projekten, bei denen mit hoher Wahrscheinlichkeit schwerwiegende menschenrechtliche Auswirkungen zu erwarten sind, ist die Einführung von Berichten zur menschenrechtlichen Sorgfaltsprüfung geplant. Unternehmen, die Instrumente der Außenwirtschaftsförderung nutzen, sollen ihre Sorgfaltspflichten erfüllen und an gegen sie gerichtete Beschwerdeverfahren vor den Nationalen Kontaktstellen der OECD-Leitsätze teilnehmen.

2.1.2 Umsetzung des Nationalen Aktionsplans

Der NAP enthält zwar keine verbindlichen Vorgaben, allerdings hat die Bundesregierung eine Zielmarke festgelegt, die bis zum Jahr 2020 erreicht werden soll. Demnach müssen mindestens 50 Prozent der in Deutschland ansässigen Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten bis zum Jahr 2020 eine wie im NAP skizzierte menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung in ihre Geschäftsprozesse integriert haben.

Um die Fortschritte beim Erreichte dieser Zielvorgabe zu überwachen, wurde ein Monitoring-Prozess aufgesetzt. Es wurden insgesamt zwei repräsentative Stichproben durchgeführt (in 2019 und in 2020), die untersucht haben, ob in den Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten entsprechende Verfahren zur Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten umgesetzt wurden. Der Koalitionsvertrag der amtierenden Großen Koalition hält zudem fest, dass die Einführung gesetzlicher Regelungen geprüft wird, wenn sich zeigt, dass die Zielvorgaben durch die Unternehmen nicht erfüllt werden.

2.1.3 Bewertung der Umsetzung des Nationaler Aktionsplan

Auch wenn der Nationalen Aktionsplan an sich keine gesetzlichen Vorgaben vorsieht, muss er letztlich als Wegbereiter für entsprechende Regulierungsansätze eingestuft werden. Ausschlaggebend hierfür ist die Ausgestaltung des Monitoring-Prozesses. Der entsprechende Fragebogen war so konzipiert, dass eine Erfüllung der Zielvorgaben durch die Wirtschaft faktisch nicht zu erreichen war.

So wurden Unternehmen nur dann als „Erfüller“ der Vorgabe des NAPs eingestuft, wenn bei der Beantwortung des Fragebogens alle Fragen mitsamt der entsprechenden Unterpunkte beantwortet und die skizzierten Anforderungen erfüllt wurden. Unternehmen, die zwar ein überdurchschnittliches Engagement zeigen, aber nicht alle Forderungen bis ins letzte Detail erfüllen, werden nicht der Kategorie „Erfüller“ zugeordnet. Durch diesen Vorgehen wird verkannt, dass die Einführung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten ein Prozess ist und nicht von Beginn an alle Voraussetzungen erfüllt werden können. Bereits bestehende Aktivitäten der Unternehmen werden so nicht anerkannt.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass zwar dem Grunde nach ein „comply-or-explain“ Mechanismus für den Fragebogen festgelegt wurde, dieser aber nicht richtig zur Anwendung kam. Anstelle einer Erklärung, bei nicht-Erfüllung von entsprechenden Anforderungen, mussten die Unternehmen die Durchführung äquivalenter Maßnahmen belegen.

Zudem ging der Fragebogen an vielen Punkten über die Anforderungen des NAP hinaus. So wurden Soll-Formulierungen aus dem NAP als Pflichten interpretiert und im Rahmen des Fragebogens entsprechend als zwingend notwendig zur Erfüllung der Vorgaben abgefragt.

Auch die Belange von mittelständischen Unternehmen wurden nicht beachtet, da der Fragebogen nicht nach Unternehmensgrößen differenziert hat. Der NAP hält jedoch fest, dass die zu ergreifenden Maßnahmen im Verhältnis zur Unternehmensgröße stehen sollen.

Durch das Vorgehen beim Monitoring-Prozess war keine faire und ergebnisoffene Überprüfung des bestehenden Engagements der deutschen Unternehmen zur Erfüllung der Sorgfaltspflichten entlang der Lieferketten möglich. Das ist sehr kritisch zu sehen und beschädigt an diesem Punkt nachhaltig das Vertrauen der Unternehmen in die Verlässlichkeit der Politik.

2.2 Überprüfung der Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung

Die EU-Kommission hat eine öffentliche Konsultation zur (möglichen) Überarbeitung der Richtlinie 2014/95/EU zu nichtfinanziellen Berichtspflichten und Diversität durchgeführt.

Hintergrund für die Überprüfung ist die Auffassung der EU-Kommission, wonach die bestehende Richtlinie keine ausreichende Vergleichbarkeit der Unternehmensberichte zu nichtfinanziellen Informationen gewährleistet und Investoren, die in nachhaltige Unternehmen investieren wollen, zu wenige Informationen zur Verfügung stehen.

Die Kommission skizziert in ihrem Gesetzgebungsfahrplan entsprechend drei mögliche Handlungsoptionen:

- Keine Änderung der Richtlinie, nur Überarbeitung der (unverbindlichen) Leitlinien zu den Berichtspflichten bzw. Erarbeitung weiterer Leitlinien
- Stärkerer Fokus auf Standardisierung - die EU könnte im Bereich der nicht-finanziellen Berichtspflichten einen neuen Standard vorantreiben
- Überarbeitung (und Verschärfung) der Richtlinie im Hinblick auf die Berichtspflichten, den aktuell auf große börsennotierte Unternehmen beschränkten Anwendungsbereich, größere Standardisierung, Überprüfung der Angaben

Favorisiert wird seitens der Kommission offenbar eine umfangreiche Revision der Richtlinie, wobei zugleich ein neuer europäischer Standard für nichtfinanzielle Berichtspflichten in den Bereichen Umwelt/Klima und Soziales/Menschenrechte erarbeitet werden soll.

Diese Zielsetzung ist kritisch zu sehen. Eine Ausweitung des Anwendungsbereichs auf weitere Unternehmen ist abzulehnen, da dann zwangsläufig kleine und mittlere Unternehmen von den Berichtspflichten erfasst werden würden. Gerade für diese Unternehmen hat ein entsprechender Bericht aber oftmals keinen Mehrwert und verursacht lediglich einen unverhältnismäßigen administrativen Aufwand mit einer entsprechenden Kostenbelastung.

Des Weiteren besteht keine Notwendigkeit dafür, auf europäischer Ebene neue Berichterstattungsstandards zu entwickeln. Schon heute existieren entsprechende Rahmenwerke und international anerkannte Standards, so dass diesbezüglich kein Handlungsbedarf besteht.

Zudem wird das Informationsbedürfnis auf Kapitalmarktseite auch nicht zwangsläufig durch standardisierte Berichte erfüllt werden können. Vielmehr sind hierfür unternehmensspezifische Angaben nötig, die eng mit der jeweiligen Geschäftstätigkeit verbunden sind.

2.3 Bewertung der aktuellen CSR-Initiativen

Die aktuellen Initiativen sind kritisch zu bewerten, denn der Grundsatz der Freiwilligkeit des gesellschaftlichen Engagements tritt immer stärker in den Hintergrund. Es dominieren die Anstrengungen, den Unternehmen möglichst genaue Vorgaben zu machen, wie ihr CSR-Engagement ausgestaltet werden soll. Durch eine Verschärfung der Berichtserstattungspflichten, würden weitere Freiräume verloren gehen.

Diese Entwicklung lässt sich mit der Vielfalt von CSR nicht in Einklang bringen, denn der unternehmerische Freiraum, zu entscheiden wie und auf welchen Gebieten man sich engagieren möchte, wird zusehends mehr beschnitten. Damit büßt CSR auch ein hohes Maß an Freiwilligkeit ein.

Zudem entfernt sich die Politik von der Realität der Unternehmenspraxis und engt die Diskussion zu CSR stark auf den Themenkomplex Wirtschaft und Menschenrechte ein. Dieser einseitige Fokus auf die Lieferketten und Auslandsaktivitäten von Unternehmen führt dazu, dass außer Acht gelassen wird, wie sich Unternehmen hier vor Ort für seit langem für die Gesellschaft einsetzen und CSR betreiben. Dieses Engagement muss anerkannt und gewürdigt werden.

Die Grenzen der Verantwortlichkeit von Unternehmen entlang der Liefer- und Wertschöpfungsketten muss klar gesehen und benannt werden. Unternehmen können nicht bis in letzte Glied der Wertschöpfung sicherstellen, dass alle Arbeits-, Sozial- und Umweltstandards eingehalten wurden. Die globalen Wertschöpfungsketten sind hierfür zu ausdifferenziert und verästelt. Mit Blick auf die Wertschöpfungskette muss außerdem beachtet werden, dass diese auch die finalen Produkte und Dienstleistungen umfassen und Unternehmen so auch eine sachgerechte Verwendung ihrer Endprodukte garantieren müssten,

[Aktuelle CSR-Initiativen](#)

diese Verantwortung kann Unternehmen aber nicht übertragen werden, da an dieser Stelle kein entsprechender Einfluss ausgeübt werden kann.

Für viele Unternehmen ist es auch aufgrund ihrer Stellung im Markt nicht möglich, entsprechende Auflagen und Vorgaben gegenüber Zulieferbetrieben durchzusetzen. Gerade für KMU sind die Einflussmöglichkeiten häufig begrenzt, da sie z. B. nur geringe Mengen von einem Produkt abnehmen und so kaum auf Zulieferer einwirken können.

Es ist auch nicht die Aufgabe von Unternehmen, für die Rechtssetzung und -durchsetzung in Schwellen- und Entwicklungsländern zu sorgen. Das ist eine originär staatliche Aufgabe, für die Unternehmen besteht lediglich die Verpflichtung, geltende Gesetze einzuhalten und bestehende Pflichten zu erfüllen.

Vielmehr sollten Unternehmen bei der Umsetzung von CSR-Maßnahmen unterstützt werden. Im internationalen Kontext gilt es, zielführend dazu beizutragen, dass Unternehmen ihr freiwilliges Engagement entlang der Liefer- und Wertschöpfungsketten weiter ausbauen können. Hilfreich sind hierbei zum Beispiel Informationen zu Arbeits-, Sozial-, Umwelt- und Governancethemen sowie zur menschenrechtlichen Situation in ausgewählten Ländern.

Ansprechpartner / Impressum

Beate Neubauer

Abteilung Sozial- und Gesellschaftspolitik

Telefon 089-551 78-534

Telefax 089-551 78-214

beate.neubauer@vbw-bayern.de

Impressum

Alle Angaben dieser Publikation beziehen sich grundsätzlich auf alle Geschlechter. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und ohne jede Diskriminierungsabsicht wurde an einigen Stellen auf eine Bezeichnung mit dem Genderstern * verzichtet.

Herausgeber

vbw

Vereinigung der Bayerischen
Wirtschaft e. V.

Max-Joseph-Straße 5
80333 München

www.vbw-bayern.de