

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Corporate Social Responsibility (CSR) beschreibt das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, das diese freiwillig über das gesetzliche Maß hinaus in den Bereichen Umwelt, Soziales und Wirtschaft weltweit in ihrem Umfeld für eine zukunftsfähige Gesellschaft leisten. CSR ist keine neue Entwicklung. Unternehmen engagieren sich für die Gesellschaft, in der sie geschäftstätig sind, seitdem es Unternehmen gibt. Gesellschaftliches Engagement ist fester Bestandteil der gewachsenen deutschen Unternehmenskultur. Deutsche Unternehmen engagieren sich alleine im sozialen Bereich jährlich mit 11,2 Mrd. € (Bundesfamilienministerium, 2012). Auch die Anzahl derjenigen Unternehmen, die CSR- und Nachhaltigkeitsstrategien in ihr Kerngeschäft integrieren, wächst ständig ebenso wie die Anzahl derjenigen, die eigene Nachhaltigkeitsstrategien entwickeln oder bestehenden Initiativen beitreten. So arbeiten – insbesondere bei großen Unternehmen – immer mehr Mitarbeiter direkt im Bereich CSR oder Nachhaltigkeit. Die Anerkennung dieses Engagements muss Grundlage der politischen Debatte zu CSR sein.

## Vielfältigkeit von CSR wahren

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist komplex und differenziert: So muss sich ein multinationales Unternehmen in Bangladesch ganz anderen Anforderungen stellen als ein Handwerker in Europa. Die Herausforderungen, denen eine IT-Firma im Bereich CSR gegenübersteht, unterscheiden sich von denen eines Unternehmens der Erdölindustrie. Art und Ausprägung des gesellschaftlichen Engagements eines Unternehmens sind abhängig von der Unternehmensgröße sowie den Branchen und Märkten, in denen es agiert. Die von einem Unternehmen gesetzten Schwerpunkte an ökologischen und sozialen Aktivitäten rich-

ten sich nach den Bedürfnissen der jeweiligen Stakeholder. Einheitliche Regulierungsvorgaben für CSR sind daher nicht sinnvoll.

## Freiwilligkeit von CSR ist wesentliche Grundlage

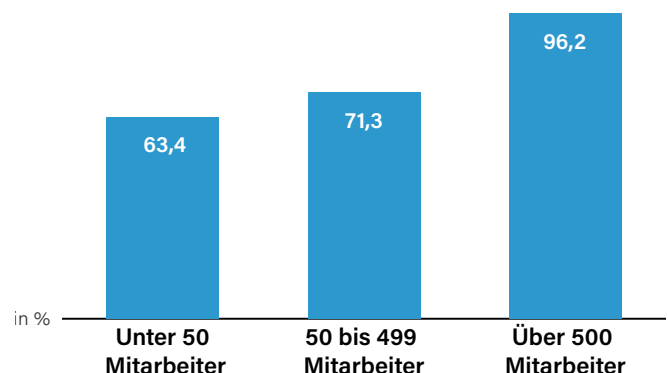
Tragendes Prinzip für alle CSR-Maßnahmen ist die Freiwilligkeit. Unternehmen müssen uneingeschränkte Handlungsmöglichkeiten haben, damit sie die jeweils besten CSR-Ansätze entwickeln und umsetzen können. Starre Referenzrahmen, Zertifizierung und regulierende Eingriffe führen hingegen zu unnötigen bürokratischen Belastungen und drohen Innovation und Dynamik im Bereich CSR zu bremsen. Vor diesem Hin-

## CSR weltweit herausragendes Thema

Unternehmen werden mit dem Thema CSR von verschiedenen Seiten konfrontiert: In den Medien nimmt unternehmerische Verantwortung immer mehr Raum ein. Verbraucherverbände verlangen zunehmend Informationen über Produktionsbedingungen und Marktwege. Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften treten an Unternehmen mit Anfragen und Forderungen in Bezug auf ihr CSR-Engagement heran. Die Bundesregierung hatte bereits im Jahr 2010 eine nationale CSR-Strategie verabschiedet, die darauf abzielte, Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement zu unterstützen. Durch den im Dezember 2016 verabschiedeten „Nationalen Aktionsplan – Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte“ setzt sie weitere Akzente.

## Engagierte Unternehmen

Anteil Unternehmen mit CSR-Engagement



Quelle: Bundesfamilienministerium, Engagementbericht 2012

tergrund sind insbesondere weitere Berichterstattungspflichten zu CSR, wie sie durch die EU-Richtlinie zur Offenlegung nichtfinanzieller Informationen eingeführt wurden, kritisch zu bewerten. Die Richtlinie sieht in vielen Bereichen des freiwilligen Tuns konkrete Berichtspflichten vor, was dazu führt, dass mehr Bürokratie und Kosten auf die Unternehmen zukommen. Das fördert das freiwillige Engagement nicht, sondern erschwert es. Deshalb ist es notwendig, dass zumindest bei der Umsetzung in das deutsche Recht die Bundesregierung die bestehenden Freiräume nutzt und den Unternehmen die dringend notwendige Flexibilität bei der Berichterstattung über ihre soziale Verantwortung einräumt.

### Aufgaben von Regierungen und Unternehmen klar herausstellen

Viele Unternehmen engagieren sich aktiv im Rahmen der Lösung schwerwiegender gesellschaftlicher Probleme, insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern. Die Rolle, die Unternehmen bei der Lösung dieser Probleme spielen können, muss aber klar abgegrenzt werden von den Aufgaben der Regierungen. Unternehmen können mit ihrem Engagement die Bemühungen der Politik für gesellschaftliche Entwicklung und sozialen Fortschritt ergänzen, nicht aber deren Verantwortung ersetzen. Es sind die Regierungen, die

### Unternehmen können mit ihrem Engagement die Bemühungen der Politik ergänzen, aber keinesfalls deren Verantwortung ersetzen.

die grundlegenden Umwelt- und Sozialstandards um- und durchsetzen müssen. Diese Aufgabe kann nicht an Unternehmen delegiert werden.

Die im Jahr 2011 verabschiedeten UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte konkretisieren die richtige Rollenverteilung durch das Drei-Säulen-Konzept „Protect – Respect – Remedy“. Danach ist es die Aufgabe des Staats, die Menschen auf seinem Territorium vor Menschenrechtsverletzungen durch nicht-staatliche Akteure zu schützen, und ist es die Pflicht der Unternehmen, die Menschenrechte zu achten. Die Bundesregierung hat durch den am 21. Dezember 2016 verabschiedeten „Nationalen Aktionsplan – Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte“ (NAP) diese Prinzipien in Deutschland umgesetzt. Derzeit führt sie Maßnahmen zur Umsetzung des NAP durch, beispielsweise untersucht sie, ob 50 % der Unternehmen bis zum Jahr 2020 einen Prozess der angemessenen Sorgfalt eingeführt haben.

### CSR von überzogenen Erwartungen befreien

Die Unternehmen sind sich ihrer Verantwortung bewusst, jedoch ist CSR kein Allheilmittel. Dies wird z. B. an der Diskussion um die Verantwortung in der Lieferkette deutlich. Immer mehr Unternehmen halten ihre Zulieferer zu der Einhaltung von Menschenrechten an oder unterstützen sie bei der Er-

füllung von Umwelt- und Sozialstandards. Es gibt zahlreiche Initiativen, Bündnisse und Maßnahmen, mit denen Unternehmen sich ihrer Verantwortung in der Zulieferkette stellen. Die tatsächlichen Möglichkeiten der Einflussnahme der Unternehmen auf die Zulieferkette sind dabei sehr unterschiedlich und hängen ganz besonders von der Anzahl der Zulieferer, der Struktur und Komplexität der Zulieferkette sowie der Größe und Marktposition des Unternehmens ab. Darüber hinaus haben große Unternehmen sehr viele – oftmals mehrere tausend – Zulieferer. Wichtig sind die Schulung und die Unterstützung der Betriebe in der Zulieferkette, damit sie in die Lage versetzt werden, Umwelt-, Sozial- und Menschenrechtsstandards adäquat umzusetzen. Hiesige Unternehmen sollten durch die Bereitstellung von Informationen zur Menschenrechtslage und zur Rechtssituation in den Zielländern, z. B. durch die deutschen Botschaften, unterstützt werden.

### Initiativen der BDA

- „CSR-Germany“: Gemeinsames Internetportal [www.csrgermany.de](http://www.csrgermany.de) von BDA, BDI, DIHK und ZDH mit vielen CSR-Praxisbeispielen

## PUBLIKATIONEN

### CSR and Human Rights? – What does it mean for companies in supply chains?

Gemeinsamer Leitfaden von BDA, ITC/ILO (International Training Centre of the ILO), Confindustria, MEDEF, BUSINESSEUROPE und IOE, Oktober 2015

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

Gemeinsame Positionierung von BDA, BDI, DIHK und ZDH, August 2014

### Link:

[www.csrgermany.de](http://www.csrgermany.de)

### BDA | DIE ARBEITGEBER

Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände

### Europäische Union und Internationale Sozialpolitik

T +49 30 2033-1900

[europa@arbeitgeber.de](mailto:europa@arbeitgeber.de)