

CSR-Frühstück am 15. Januar 2010 in Frankfurt während der Heimtextil

„...Da sind wir dabei – das ist prima“ – Ein kurzer Überblick zur CSR-Diskussion in der politischen und verbandlichen Welt“

Beitrag Dr. Christoph Schäfer

„Da sind wir dabei, das ist prima“ Warum dieser Titel? Beginnen wir mit „das ist prima“ – CSR – die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist ein positiv besetzter Begriff. Kernelement ist, dass Unternehmen freiwillig mehr Gutes tun, als sie müssen. Ziel von CSR sind moralische Ideale wie die weltweite Verwirklichung von Menschenrechten, soziale Gerechtigkeit, Schutz der natürlichen Ressourcen, Abschaffung von Hunger, Armut, Kindersterblichkeit. Das ist erstrebenswert – jeder redliche Akteur wird zustimmen. Weniger global betrachtet, kann ein Unternehmen sich auch regional oder lokal engagieren und etwas für die Allgemeinheit tun. Auch das ist erstrebenswert. Das Streben findet seine Grenzen dann in der Wirklichkeit, den empirischen Bedingungen – oder weniger abstrakt ausgedrückt - im Wettbewerb und den Preisen, die sich am Markt erzielen lassen. Die Ziele als solche sind aber prima.

„Das sind wir dabei“ – so vielfältig das Thema CSR ist, so vielfältig ist auch das Spektrum der Gruppen, die sich damit auseinandersetzen - die dabei sind, weil dazu beitragen wollen, die moralischen Ideale voranzubringen – wobei das gleichzeitige Vorliegen anderer Motivationen häufig nicht auszuschließen ist – das ist aber legitim. Niemand – sofern man die soziale Marktwirtschaft nicht in Frage stellt – wird einem Wirtschaftsunternehmen das Recht abzusprechen wollen, bei seinen Aktivitäten das Ziel „Geld verdienen“ zu verfolgen.

Da sind wir dabei – das ist prima

Als Vertreter des Gesamtverbandes fange ich einfach mal bei uns an. Der Themenkomplex CSR spielte bis Ende 2007 eher eine Nebenrolle – es gab Berührungängste. Nicht unerwähnt bleiben soll aber – das ist fast schon historisch – die „Magna Charta für den Welttextilhandel“ von 1993, die Gesamttextil erarbeitet hatte. Darin ging es um die Bedingungen, unter denen der Welttextilhandel liberalisiert werden soll. Eine Forderung war das Bekenntnis aller Länder zur Einführung und Verteidigung sozialer Rechte sowie die weltweite Förderung von Umweltschutz. Hier zeigten sich die ersten Ansätze von CSR. Aber: Hier waren die Adressaten noch die anderen – und eher Regierungen als Unternehmen. Der nächste Schritt war ein Code of Conduct von Euratex, dem europäischen Branchenverband, erarbeitet im Jahre 1997. Diesen haben die damaligen Verbände Gesamttextil und BBI, Bundesverband der Bekleidungsindustrie, ein Jahr später übernommen.

Inhaltlich bezog er sich auf die Förderung und Verbreitung der ILO-Kernarbeitsnormen. ILO steht für die International labour organization – eine Organisation der Uno, die sich für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen einsetzt. „Vertragspartner“ des deutschen und des europäischen CoCs waren die europäische bzw. die deutsche Gewerkschaft. Vergangenes Jahr haben wir uns schließlich mit unseren Mitgliedsverbänden zusammengesetzt und das gemeinsame Verständnis von CSR in der deutschen Textil- und Modeindustrie erarbeitet.

Andere Branchenverbände haben einen Code of Conduct für ihre Unternehmen entwickelt. Zu nennen sind z. B. der Zentralverband der Elektrotechnik und Elektroindustrie (ZVEI) und der Markenverband. Große Beachtung hat auch der Code of Conduct des BME gefunden. BME ist der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e. V. Er bietet zwei Möglichkeiten der Nutzung an – entweder einfach so oder durch die Erklärung des Beitritts. Inhaltlich zeigen alle Codes of Conduct weitgehende Übereinstimmung. Angesprochen werden Themen wie die Einhaltung von Recht und Gesetz, Wahrung von Verbraucherinteressen und – als zentraler Bestandteil – die Förderung der Menschenrechte und die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen. Außerdem findet sich ein Bekenntnis zum Schutz der Umwelt.

Es ist kein Geheimnis, dass Codes of Conduct mittlerweile in Mode sind, und sie nicht nur von Verbänden produziert werden, sondern auch zunehmend von Unternehmen. Dabei ist die Tendenz zu erkennen, dass Unternehmen ihre Vertragspartner auf die Einhaltung ihres Kodex verpflichten. Was ist die Folge? Wer viele Vertragspartner hat, unterschreibt einfach, was ihm vorgelegt wird (nicht zielführend), oder prüft den Code des anderen und ergreift ggf. Umsetzungsmaßnahmen (praktisch sehr aufwändig) oder verzichtet aufs Geschäft (auch nicht zielführend). Wie kommt man raus aus dieser Schwierigkeit? Wechselseitige Anerkennung von Verhaltenskodizes ist die Lösung, d. h. der Verzicht, den anderen auf seinen eigenen Kodex zu verpflichten.

Für Unternehmen, die keinen eigenen Kodex haben, kann ergänzend hierzu eine Referenzliste mit Verbandkodizes erstellt werden. Vertragspartner könnten akzeptieren, dass es ausreichend ist, wenn ein Unternehmen sich auf einen gelisteten Branchenkodex verpflichtet. Der Bundesverband der Industrie (BDI) arbeitet an einem solchen Projekt – t+m macht dabei mit.

Weg von der Wirtschaft: Nicht vertiefen, aber erwähnen möchte ich die unzähligen Gruppen und Initiativen, die im Bereich Soziales, Entwicklungshilfe und Umweltschutz aktiv sind. Sie tragen zur öffentlichen Meinungsbildung bei und haben – das dürfte unstrittig sein – politischen Einfluss. Gruppen dieser Art gibt es seit langer Zeit und es wird sie auch immer geben. Aktuelle Entwicklungen in der Arbeit dieser Gruppen sehe ich aber nicht – ob und wie sie die Meinung der Konsumenten beeinflussen, werden wir später noch von Herrn Dr. Schönheit hören.

Als Akteur werden Normungsorganisationen immer wichtiger. Und die kümmern sich nicht mehr nur um die Normung von Schrauben. Die internationale Normungsorganisation ISO und ihr deutsches Pendant DIN arbeitet seit 2004 an der ISO-Norm „Guidance on Social Responsibility“.

Diese Norm trägt die Nummer ISO 26000 und wird nicht nur für Unternehmen anwendbar sein, sondern für alle Arten von Organisationen, d. h. auch für Gewerkschaften, NGOs und die öffentliche Hand. Mit ihrer Verabschiedung ist Ende 2010 zu rechnen. Die Norm soll lediglich ein Leitfaden sein und keine neues Managementsystem beschreiben. Eine Zertifizierung ist nicht vorgesehen. Dennoch muss damit gerechnet werden, dass die Zertifizierungsunternehmen die ISO 26000 als neue Einnahmequelle nutzen und Zertifizierungen auf Grundlage der ISO 26000 anbieten werden. Zertifizierungsunternehmen sind die Gewinner der ganzen CSR-Debatte.

Eine weitere sehr aktive Gruppe sind die Verbraucherschützer. Der Verbraucherschutz entwickelt sich zunehmend weg vom Verbraucherschutz im klassischen Sinne. Die Abwehr von Gefahren v. a. für die Gesundheit oder das Vermögen ist nicht mehr das alleinige Ziel. Der umfassend informierte Verbraucher rückt zunehmend in den Mittelpunkt der Arbeit der Verbraucherverbände. Die Verbraucherzentrale Bundesverband sieht als ihre Aufgabe die „umfassende Information und die echte Wahlfreiheit“ an und streitet für einen nachhaltigen Konsum. Die Stiftung Warentest beschränkt sich nicht mehr auf das Testen von Produkten, sondern führt seit einiger Zeit CSR-Tests durch. Bei den Verbraucherschützern nimmt CSR mittlerweile eine wichtige Rolle ein.

Auch die Gewerkschaften haben CSR für sich entdeckt – aber ob sie es verstanden haben, wage ich zu bezweifeln. CSR ist freiwillig. Nun hat der DGB im Frühjahr 2009 ein 10-Punkte-CSR-Papier mit dem Titel „Verbindliche Regeln, die für alle gelten!“ herausgebracht. Darin findet sich die Warnung, dass freiwillige Selbstverpflichtungen als Argument gegen betriebliche Mitbestimmung herangezogen werden könnte – arbeitgeberseitig kann und sollte man das eher als Chance sehen. Und natürlich wird ein stärkerer Einfluss der Arbeitnehmervertreter auf die CSR-Strategie eines Unternehmens gefordert. Selbstverpflichtungen sollen einer verpflichtenden externen Kontrolle unterliegen, die alle relevanten Stakeholder – Gewerkschaften – einbezieht. Publizitätsvorschriften sollen ausgedehnt werden – Unternehmen sollen zu Umwelt, Sozialem und Menschenrechten berichten. Besonders gefährlich ist hingegen die Forderung nach Haftungsregelungen für internationale Unternehmensverstöße. Betroffene Staaten – das wäre OK - und Parteien – gemeint sind die Gewerkschaften – sollen die Möglichkeit haben Unternehmen für die sozialen, ökologischen und humanitären Auswirkungen ihres Tuns zu belangen. Wie ist aus Sicht der Wirtschaft hiermit umzugehen? Für die Forderungen der Gewerkschaften gilt letztlich das gleiche wie für Forderungen nach gesetzlichen Regelungen anderer Akteure auch in anderen Bereichen: Die Wirtschaft muss selbst etwas unternehmen und Resultate vorweisen, ignorieren hilft nicht – denn sonst kommen die Regelungen irgendwann – Politiker werden gerne Maßnahmen ergreifen, die moralische Ideale befördern, weil der Wähler das prima findet.

Die Politik ist auf dem Gebiet CSR schon sehr aktiv, wobei ich jetzt wieder auf den Bereich zu sprechen komme, wo es um Freiwilligkeit geht. Da sich CSR um unternehmerische Verantwortung dreht, könnte man meinen, die Federführung liegt beim Bundeswirtschaftsministerium – aber das ist – leider – nicht der Fall. Aktiv sind vorwiegend andere. Eine CSR-Politik aus einem Guss fehlt leider – was aber auch mit der Komplexität der Materie zusammenhängt.

Besonders aktiv zeigt sich das Bundesarbeitsministerium, das vor recht genau einem Jahr ein CSR-Forum eingesetzt hat: Unter dem damaligen Minister Scholz hat sich das Arbeitsministerium sich für in der Bundesregierung federführend erklärt. Rund 40 Teilnehmer aus allen Bereichen der Gesellschaft sind in diesem Forum zusammengekommen, wobei die Auswahl nicht unbedingt transparent gewesen ist. Ziel ist es, eine nationale CSR-Strategie zu entwickeln. Im Juli gab es einen Zwischenbericht, für Anfang 2010 ist ein Aktionsplan vorgesehen, für den sechs Aktionsfelder definiert wurden.

Aktionsfeld 1: Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR (*Maßnahme: Internetplattform*)

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 (*Verankerung von CSR im Öffentlichen Auftragswesen*)

Nachdem die Regierung einmal und der Minister zweimal gewechselt hat, ist in den letzten Monaten wenig geschehen. Im Forum wird nun überlegt, wie die Aktionsfelder mit Leben gefüllt werden können. Unter Ministerin von der Leyen ist damit zu rechnen, dass die Bedeutung von CSR im BMAS sicherlich nicht abnehmen wird.

Sie hatte in ihrem alten Ministerium das „Nationale Forum für Engagement und Partizipation“ aufgesetzt, das die „Nationale Engagementstrategie“ entwickeln soll. Die Organisation erfolgt durch das Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement.

Ein ganz wichtiger Player ist natürlich auch das Entwicklungshilfeministerium. Von dort ging z. B. die Initiative für den runden Tisch für Verhaltenskodizes aus, der von der Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) gemanagt wird. Er möchte die Sozialstandards in Entwicklungsländern durch die Einführung von freiwilligen Verhaltenskodizes fördern. Last but not least ist das Umweltministerium zu nennen. Das jüngste Projekt ist die Ausweitung des blauen Engels auf Schuhe und Textilien. Dabei soll es – soweit die gute Nachricht - bei der Freiwilligkeit des blauen Engels bleiben. Das Umweltministerium, handelnd durch das Umweltbundesamt erhofft sich, die große Bekanntheit des blauen Engels im Bereich des produktbezogenen Umweltschutzes für weitere Aktionsfelder nutzen zu können. Die Produktgruppen werden ausgeweitet – und die Kriterien. Zukünftig geht es nicht nur um das Endprodukt, sondern auch um die textile Herstellungskette – und die dabei eingehaltenen Sozialstandards.

Damit bin ich am Ende meines Überblickes.

Ich glaube, es ist deutlich geworden, wie immer mehr Akteure in allen Bereichen der Gesellschaft - das Feld beackern. Wir als Wirtschaft – Verbände und Unternehmen - sind aufgerufen, uns in die Diskussionen einzubringen. Und vielfach geschieht dies auch schon. Ziel muss es sein, wirtschaftlich Erfolg zu haben und dabei ein ehrbarer Kaufmann/eine ehrbare Kauffrau zu bleiben. Wir alle wollen verpflichtende Regelungen verhindern – Regelungen haben wir genug – reines Blockieren ist aber nur vordergründig und kurzfristig das Mittel der Wahl. Langfristig müssen wir dabei sein – denn die Ziele sind prima – und wenn sich das auch noch finanziell lohnt, gilt das erst recht.

- Es gilt das gesprochene Wort -