



FAIRantwortlich handeln

PRAXIS-RATGEBER ZUR
GESELLSCHAFTLICHEN
VERANTWORTUNG
MITTELSTÄNDISCHER
UNTERNEHMEN



Impressum



Herausgeber: EarthLink e.V. – The People & Nature Network
Frohschammerstr. 14, 80807 München

fairantwortlich-handeln@earthlink.de
www.earthlink.de
www.fairantwortlich-handeln.de

Autorinnen: Carmen Schnaidt, Vivien Führ

Wir danken folgenden Organisationen und deren MitarbeiterInnen für ihre Unterstützung bei der Erstellung und Diskussion der Inhalte (in alphabetischer Reihenfolge):

Sylvia Bahringer, Referat für Gesundheit und Umwelt, Stadt München, **Dr. Jürgen Bergmann**, Mission EineWelt; **Daniela Christen**, Transparency International Schweiz; **Lukas Dorsch**, earthlink e.V.; **Dorothea Droste**, Evang.-Luth. Kirche in Bayern; **Dr. Alexander Fonari**, Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.; **Martin Glöckle**, Pro Regenwald e.V.; **Bernhard Henselmann**, earthlink e.V., **Doris Laer**, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH; **Elke Proell**, Engagement Global gGmbH; **Kai Schäfer**, Nord-Süd-Forum München e.V.; **Dr. Monika Streck**, Flughafen München GmbH, **Sylvia Stützer**, Transparency International Deutschland e.V.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und Optik wird in diesem Leitfaden manchmal nur die weibliche oder nur die männliche Form eines Begriffs benutzt. Selbstverständlich beziehen sich diese Begriffe sowohl auf weibliche wie auch auf männliche Personen.

Satz & Layout: Nicole Sillner, www.almagrafica.de
Druck: dieUmweltDruckerei, www.dieUmweltDruckerei.de
Stand: September 2012



Diese Veröffentlichung wird gefördert aus Mitteln des BMZ sowie über Mission EineWelt aus Mitteln der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern. Ihr Inhalt spiegelt nicht notwendigerweise den Standpunkt der Fördermittelgeber wider.

Inhalt

1. Über diesen Leitfaden.....	4
2. Herausforderungen und Chancen.....	4
2.1 Arbeitsbedingungen.....	8
2.2 Menschenrechte.....	8
2.3 Gesellschaft & Umfeld.....	9
2.4 Umweltschutz & Ressourcenverbrauch.....	10
2.5 Transparente Handels- und Geschäftspraktiken.....	10
3. FAIRantwörtlich handeln in der Praxis – Bestimmung des Handlungsbedarfs.....	11
3.1 Vorgehensweise zur Bestimmung des Handlungsbedarfs.....	11
3.2 Checkliste zur Selbstbewertung.....	16
4. FAIRantwörtlich handeln in der Praxis – Umsetzungsvorschläge.....	20
4.1 Verhaltenskodex für das eigene Unternehmen entwickeln.....	20
4.2 Nachhaltige Beschaffung / Einkauf.....	22
4.3 Anti-Korruptionscheck im Bereich Einkauf.....	26
4.4 Überprüfung durch interne und externe Audits.....	27
4.5 Einbindung von Anspruchsgruppen.....	28
5. Orientierung für Unternehmen – Grundlagen und Handlungshilfen.....	30
5.1 Internationale Grundsätze.....	30
5.2 Internationale Leitlinien.....	33
5.3 Verhaltenskodizes und Branchenstandards.....	37
5.4 Managementstandards und Zertifizierungen.....	39
6. Überblick über die gängigsten Branchenkodizes.....	46
7. Quellennachweise.....	47

1 | Über diesen Leitfaden

„Die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility - CSR) betrifft uns, weil sie die zentralen Werte der Gesellschaft widerspiegelt, in der wir leben wollen. Sie betrifft die Unternehmen – große ebenso wie kleine –, weil sie es ihnen ermöglicht, ihre Leistungsfähigkeit auf ökonomischem, ökologischem und sozialem Gebiet [...] kurz- und langfristig zu verbessern. Sie betrifft diejenigen, die in und für Unternehmen arbeiten, weil sie dazu beiträgt, dass deren Arbeitsumfeld attraktiver und bereichernder wird. (...) Und CSR betrifft auch unsere Kinder und die künftigen Generationen, die in einer Welt leben wollen, in der der Mensch und die Natur geachtet werden.“ (Europäische Kommission 2006:11)

Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, „sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische und ethische Belange sowie Menschenrechtsfragen in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden (Europäische Kommission 2011(681)).“

Für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen finden im internationalen Sprachgebrauch unterschiedliche Begriffe, wie z. B. „Corporate Social Responsibility“ (CSR), „Corporate Responsibility“ (CR), „Social Responsibility“ (SR), „Corporate Citizenship“ (CC) oder auch „Nachhaltigkeit“ synonym Verwendung.

Im diesem Leitfaden wird unter CSR der Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung durch Übernahme sozialer und ökologischer Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette über die gesetzlichen Vorgaben hinaus verstanden.

Der vorliegende Leitfaden wendet sich insbesondere an Mitarbeitende mittelständischer Unternehmen, die einen Einstieg in die Thematik gesellschaftliche Unternehmensverantwortung suchen.

Er beschreibt Ansätze und Instrumente die Unternehmen dabei unterstützen, die eigenen Handlungsfelder und -themen zu identifizieren und gezielt Maßnahmen zur Verbesserung oder Vermeidung negativer Umwelt- und Sozialauswirkungen umzusetzen.

Handlungsfelder, Themen und Einstiegsmöglichkeiten sind je nach Unternehmen und Produkt unterschiedlich und individuell zu bestimmen und zu priorisieren. Jedoch stellen die in diesem Leitfaden aufgezeigten Ansätze in Teilen oder als Ganzes für nahezu jedes Unternehmen eine Hilfestellung zum Einstieg und Orientierung zur Umsetzung von Verantwortlichem Handeln dar. Mit konkreten Umsetzungsvorschlägen wird aufgezeigt wie Unternehmen den Einstieg in das Thema finden können.

2 | Herausforderungen und Chancen

In Deutschland und in Europa sind viele soziale und ökologische Anforderungen an das unternehmerische Handeln durch Gesetze reguliert. Doch die Globalisierung bringt es mit sich: Viele Unternehmen sind weltweit aktiv und lassen in Schwellen- oder Entwicklungsländern produzieren oder kaufen dort einzelnen Komponenten ein, aus denen das finale Produkt entsteht. So sind Arbeitskraft, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie Dienstleistungen zur Erstellung eines Produktes zunehmend global verteilt, nicht selten über mehrere Kontinente. Diese globalisierten Prozesse führen zu ökonomischer Optimierung, werfen aber zugleich soziale und ökologische Probleme entlang der Wertschöpfungskette auf, die häufig aus unterschiedlich vorherrschenden gesetzlichen Rahmenbedingungen bzw. ökologischen und sozialen Mindeststandards resultieren.

Die meisten Arbeitsrechtsverletzungen sowie Umweltschutzverstöße treten in der Lieferkette auf. Eine stärkere Übernahme von Verantwortung auch für die Lieferanten ist demnach ein wesentlicher Teil gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen. Dabei reicht es nicht, nur die direkten Lieferanten in den Blick zu nehmen. Die Verantwortung beginnt bei der Rohstoffgewinnung, die in Schwellen- und Entwicklungsländern oftmals mit Problemen wie Zwangsumsiedlungen, Kinderarbeit, mangelnden Arbeits- und Gesundheitsschutzstandards und Umweltverschmutzung verbunden ist und reicht bis zur umwelt- und sozialverträglichen Entsorgung oder Verwertung des Produktes am Ende seiner Lebenszeit.

Den Ausgangspunkt für die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen bilden häufig externe Anforderungen, wie beispielsweise ein verändertes Konsumentenverhalten oder die Erwartungen unterschiedlicher Anspruchsgruppen („Stakeholder“) wie Kunden, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Mitarbeitende oder auch Investoren an Unternehmen.

Sie erwarten von Unternehmen die Einhaltung von arbeits- und sozialrechtlichen Regelungen, einen schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen oder die Formulierung und Einhaltung ökologischer, sozialer und ethischer Standards.

Kurzfristig können die Anforderungen, die an Unternehmen gestellt werden, vielleicht nicht immer und überall aufwandsneutral erreicht werden. Langfristig zahlt sich gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln jedoch auch für das Unternehmen aus, beispielsweise durch verbesserte MitarbeiterInnenzufriedenheit, durch geringere Reputationsrisiken, durch verbesserten Marktzugang und durch ein intaktes Umfeld. So entsteht durch gesellschaftlich verantwortliches Handeln von Unternehmen nicht nur ein Nutzen für die Gesellschaft von heute und morgen, sondern auch für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen selbst.

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen hat viele unterschiedliche Einflussgrößen und Ausprägungen. Sie variiert ähnlich wie auch Branche, Größe und Marktumfeld von Unternehmen.

Noch in den 90er Jahren bezog sich die unternehmerische Verantwortung primär auf das eigene Unternehmen und sein lokales Umfeld. Um ökologischen und sozialen Themen zu begegnen, wurden beispielsweise Verbesserungsmaßnahmen im Bereich des betrieblichen Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutzes initiiert oder durch Spendentätigkeit das lokale Umfeld gefördert.

Im Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Globalisierung und den gleichzeitig abnehmenden Einflussmöglichkeiten von Nationalstaaten hat sich die Perspektive der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen mittlerweile auf die gesamte betriebliche Wertschöpfungskette und darüber hinaus auf das gesellschaftliche Umfeld ausgeweitet.

Als Lieferkette wird die vorgelagerte Wertschöpfungskette, also die Lieferantenseite (supply) bezeichnet. Häufig erstreckt sich der Einflussbereich von mittelständischen Unternehmen lediglich auf die direkten Lieferanten.

Unter Anspruchsgruppen werden die Einzelpersonen oder auch Gruppen verstanden, die unterschiedliche Ansprüche (englisch: stake) und Zielsetzungen an ein Unternehmen stellen.

Eine Wertschöpfungskette (englisch: Supply Chain) umfasst alle Entwicklungsstufen eines Produktes – z. B. Rohstoffgewinnung, Produktion, Transport, Gebrauchsphase bis hin zur Entsorgung am Ende seiner Lebenszeit.



Abbildung 1: Exemplarische Darstellung einer Wertschöpfungskette

Auch mittelständische Unternehmen sind zunehmend gefordert, Sozial- und Umweltstandards entlang ihrer Lieferkette zu berücksichtigen – und zwar aus unterschiedlichen Gründen, beispielsweise:

- **Verpflichtung als Lieferant:** Viele mittelständische Unternehmen agieren innerhalb einer Wertschöpfungskette als Lieferanten und verkaufen ihre Produkte an größere Industrie-, Handels- und Konsumgüterunternehmen, die als Markenhersteller auf dem Markt auftreten. Diese haben sich gegenüber ihren Anspruchsgruppen, z. B. Kunden oder Investoren verpflichtet, Sozial- und Umweltstandards einzuhalten. Diese Verpflichtung übertragen sie immer häufiger an ihre Lieferanten und erwarten, dass diese die Respektierung sozialer und ökologischer Standards nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern auch entlang ihrer Lieferketten garantieren und nachweisen können.
- **Geschäftsbeziehungen in Schwellen- und Entwicklungsländern:** Die Globalisierung ermöglicht immer mehr mittelständischen Unternehmen auch selbst im Ausland tätig zu werden, beispielsweise durch den Direktimport von Rohstoffen oder die Produktion in Schwellen- und Entwicklungsländern. Dadurch werden Unternehmen mit anderen Realitäten konfrontiert: fremde kulturelle Normen, Rechtsunsicherheit, instabile politische Verhältnisse, verantwortungsloser Umgang mit der Umwelt, gefährliche Arbeitsbedingungen und Verletzung von Menschenrechten.
Die Respektierung international anerkannter Standards gibt Unternehmen Sicherheit, sich verantwortungsbewusst zu verhalten.
- **Bestandteil des Risiko-Managements:** Aus der Perspektive eines Unternehmens kann die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung auch als eine spezifische Form des Risiko-Managements (engl. „Risk Management“) interpretiert werden: Beispielsweise können unternehmerische Maßnahmen zur Vermeidung ausbeuterischer Kinderarbeit in der Wertschöpfungskette als Risikovermeidungsstrategie betrachtet werden. Unternehmen, die wegen des Einsatzes von Kinderarbeit in Kritik geraten, müssen gewaltige Umsatzeinbrüche, beispielsweise durch Kaufboykotte von Konsumenten oder der Auflösung von Lieferverträgen fürchten.
- **Erwartungen der Gesellschaft:** Die Gesellschaft erwartet heute, dass sich Unternehmen verantwortungsbewusst verhalten und auch in ihren Beschaffungs-, Produktions- und Exportländern mit weniger regulatorischen Rahmenbedingungen soziale und ökologische Standards einhalten. Die Erwartungen, denen Unternehmen heute gegenüberstehen, beziehen sich dabei längst nicht mehr nur auf reine Einhaltung von Mindeststandards wie etwa die Vermeidung von Kinder- oder Zwangsarbeit. Auch geht es nicht um ein rein philanthropisches Engagement außerhalb des Kerngeschäftes in Form von

gelegentlichen Spenden oder Sponsoring. Von Unternehmen wird erwartet, tragfähige und vorsorgende Lösungen, beispielsweise zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen oder des Umweltschutzes zu entwickeln und umzusetzen.

In welchen Bereichen Unternehmen generell, unabhängig von der Branche und des Umfeldes, Verantwortung übernehmen sollten, ist in Abbildung 2: Handlungsfelder gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung dargestellt.



Abbildung 2: Handlungsfelder gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Im Zusammenhang mit der Verantwortung von Unternehmen kommen Fragen zu Arbeitsbedingungen, Menschenrechten, Korruption sowie Ressourcennutzung eine besondere Bedeutung zu. Nachfolgend werden die Handlungsfelder kurz erläutert.

2.1 Arbeitsbedingungen

Sicherheit und Gesundheit der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer werden auf nationaler und internationaler Ebene wie auch auf Unternehmensebene thematisiert. Schätzungen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO zufolge kommen jedes Jahr rund 2,2 Millionen Menschen durch Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten ums Leben. Weltweit gibt es jährlich rund 270 Millionen Arbeitsunfälle und 160 Millionen Opfer von Berufskrankheiten. Die ILO schätzt darüber hinaus, dass sich die Gesamtkosten solcher Unfälle und Erkrankungen auf rund 4 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts belaufen. Die tatsächlichen Zahlen sind vermutlich noch wesentlich höher, da in einer ganzen Reihe von Ländern Berufskrankheiten und Arbeitsunfälle weder festgestellt noch gemeldet werden. Die konkreten Herausforderungen in Bezug auf Menschenrechte und Arbeitsbedingungen sowie die Möglichkeiten positiven Einfluss zu nehmen sind sehr breit gefächert und unterscheiden sich je nach Sektor und Land in dem das jeweilige Unternehmen agiert.

Die primäre Anforderung an Unternehmen besteht darin, die Einhaltung und Durchsetzung sozialer Mindeststandards auf Grundlage der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (vgl. Kapitel 51), der ILO-Kernarbeitsnormen (vgl. Kapitel 5.1) sowie weiterer UN Konventionen entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette zu gewährleisten. Gibt es in den jeweiligen Ländern nationale Bestimmungen die den gleichen Gegenstand betreffen, gilt es für Unternehmen, die jeweils strengere Regelung durchzusetzen. Darüber hinaus sollten Unternehmen sich für sichere Arbeitsbedingungen und Gesundheitsschutz und die Zahlung von existenzsichernden Löhnen entlang der Wertschöpfungskette einsetzen.

2.2 Menschenrechte

Menschenrechte stehen allen Menschen ohne Unterscheidung nach Rasse, Hautfarbe, Geschlecht, sexueller Orientierung, Sprache, Religion, politischer und sonstiger Überzeugung, nationaler oder sozialer Herkunft, Geburt oder sonstigen Merkmalen gleichermaßen zu. Die Menschenrechte sind unteilbar, d. h. sie müssen in ihrer Gesamtheit verwirklicht werden.

In erster Linie sind die Staaten zur Einhaltung der Menschenrechte und zur Gewährung eines wirksamen Rechtsschutzes bei Verstößen verpflichtet. Doch auch Unternehmen können und sollen ihren Beitrag zur Wahrung und Einhaltung dieser Rechte leisten.

Um ihre Kosten zu reduzieren und Marktanteile auszubauen, verlagern Unternehmen in lohn- und arbeitsintensiven Branchen ihre Produktion häufig in Länder mit geringeren Lohnkosten und niedrigen Sozialstandards bzw. lagern ihre Produktion in Unternehmen aus, die in solchen Ländern ansässig sind. In Niedriglohnländern wird Arbeitsschutz und Gesundheitsprävention von Unternehmen allzu häufig nur als reiner Kostenfaktor begriffen. Internationale Arbeitsstandards oder Menschenrechte, etwa die Grundprinzipien der ILO, werden nicht oder nur teilweise eingehalten.

Eine umfassende Anleitung für Unternehmen, Menschenrechtsfragen anzugehen, bietet der „Guide for Integrating Human Rights into Business Management“ der von der Business Leader’s Initiative for Human Rights (BLIHR), dem Global Compact und dem Hochkommissariat für Menschenrechte erarbeitet wurde. Siehe www.integrating-humanrights.org/home

In Bezug auf Unternehmen sind Menschenrechte sehr eng mit Arbeitsbedingungen verknüpft, da Menschenrechtsverletzungen in der betrieblichen Wertschöpfungskette häufig auf der Verletzung von Arbeitsrechten beruhen. Jedoch geht die Verantwortung von Unternehmen für die Einhaltung der Menschenrechte teilweise auch über die Wertschöpfungskette hinaus, beispielsweise im Hinblick auf Zugang zu Land und sauberem Wasser.

Wichtige Fragestellungen für Unternehmen im Hinblick auf Menschenrechtsaspekte sind hierbei, was genau die Einhaltung von Menschenrechten für die unternehmerische Tätigkeit bedeuten und wie die Umsetzung der Einhaltung im Unternehmensbereich gestaltet werden kann.

In den vergangenen Jahren wurden mehrfach Fälle von Menschenrechtsverletzungen und unzumutbaren Arbeitsbedingungen bei Foxconn, einem der weltweit größten Auftragsfertiger für elektronische Produkte, öffentlich. Seit Jahresbeginn 2010 haben mehrere Arbeiter in verschiedenen chinesischen Werken des Elektronikherstellers Selbstmord begangen. Arbeitsrechtsorganisationen sehen die Ursache für die Suizide unter den Foxconn-Beschäftigten in den schlechten Arbeitsbedingungen bei niedrigen Löhnen (vgl. WEED 2010). Ähnliche ausbeuterische Arbeitsbedingungen in den Fabriken sogenannter Niedriglohnländer finden sich in verschiedensten Branchen.

Informationen speziell zum Thema ausbeuterische Kinderarbeit finden sich im EarthLink-Leitfaden für Unternehmen gegen ausbeuterische Kinderarbeit sowie unter www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de

2.3 Gesellschaft & Umfeld

Unternehmen haben die Möglichkeit, ihr Umfeld mitzugestalten, tragen aber zugleich gesellschaftliche Mitverantwortung. Von einem Unternehmen wird erwartet, dass es sich mit seinen Ressourcen und Kompetenzen im Rahmen der unternehmerischen Tätigkeit, gemeinwohlorientiert als „aktiver Bürger“ für die lokale Zivilgesellschaft oder für ökologische, soziale oder kulturelle Belange (Zeit, Know-how, Logistik, etc.) engagiert. Dieses Engagement wird auch als „Corporate Citizenship“ bezeichnet. Der Ansatz des Corporate Citizenship bezieht sich überwiegend auf das direkte Umfeld von Unternehmen, wirkt jedoch teilweise auch auf die betriebliche Wertschöpfungskette. Für global tätige Unternehmen besteht dabei zudem die Herausforderung, sich auf neue, landesspezifische Maßstäbe einzulassen. An deutschen Standorten bewegen sich die zentralen Themen um die Schaffung von Ausbildungsplätzen, Spenden, Sponsoring und ehrenamtliches Engagement von Mitarbeitenden. In Entwicklungs- oder Schwellenländern kann dagegen das Engagement im Bereich der medizinischen Versorgung oder der Reduzierung des Analphabetentums an erster Stelle stehen. Im Sinne der globalen Verantwortung stehen Unternehmen zudem vor der Herausforderung, ihren Beitrag zu einer gerechten Verteilung der Wertschöpfung zu leisten, denn häufig verbleibt nur ein geringer Teil der Wertschöpfung in den ärmeren Ländern. Der wesentliche Teil der Wertschöpfung, der auf wissensintensiveren Verarbeitungsprozessen, wie Innovationen oder symbolischen Werten, wie Markenname oder geografischen Herkunftsbezeichnungen beruht, findet in reichen Ländern statt (vgl. Wuppertal-Institut für Klima et al. 2009, 490).

Unter Corporate Citizenship wird das Engagement eines Unternehmens verstanden, sich über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinaus als „aktiver Bürger“ für ökologische, soziale oder kulturelle Belange, beispielsweise in Form von Sach- und Geldspenden, Zeit, Know-how, Logistik etc. zu engagieren.

2.4 Umweltschutz & Ressourcenverbrauch

Eine zentrale Herausforderung globaler Wertschöpfungsketten ist der stetig wachsende Ressourcenverbrauch und die daraus resultierende Umweltbelastung. In den letzten Jahren ist die Ressourcenentnahme in Deutschland rückläufig. Gleichzeitig stieg jedoch die Menge der vor allem aus Entwicklungs- und Schwellenländern nach Deutschland importierten Rohstoffe und Halbwaren von 68,5 Tonnen pro Person im Jahr 1995 auf etwa 74 Tonnen im Jahr 2004 (Irrek & Kristof 2008). Rohstoffabbau ist mit ökologischen und sozialen Folgewirkungen verbunden, welche zunehmend in andere Länder verlagert werden. Die Verantwortung dafür tragen jedoch die industrialisierten Länder.

Die Hochrechnung für das Jahr 2050 bei einer erwarteten Gesamtbevölkerung von neun Milliarden Menschen führt zu der Einschätzung, dass die verfügbaren Ressourcen auf dieser Erde nicht reichen werden (vgl. Kopytziok 2009, 59). Die Ursachen für diese prognostizierte Entwicklung sind in dem komplexen Zusammenspiel von globalem Bevölkerungswachstum und steigendem globalem Ressourcenverbrauch. Vor diesem Hintergrund spielt für Unternehmen als gesellschaftliche Instanz der sparsame Umgang mit Ressourcen, die Vermeidung von Umweltbelastungen, der Erhalt und Schutz natürlicher Lebensräume, Biodiversität, Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel eine zunehmend wichtige Rolle. Die umwelt- und ressourcenrelevanten Aspekte haben je nach Branche eine unterschiedliche Relevanz. Beispielsweise stellen für produzierende Unternehmen die effiziente Nutzung von Ressourcen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung, den Transport über die Produktnutzung bis hin zu Entsorgung bzw. Recycling des Produktes am Ende seiner Nutzungszeit wesentliche ökologische Herausforderungen dar. Ein verringerter Material- und Ressourcenverbrauch oder niedrigere Energiekosten führen häufig zu Kosteneinsparungen.

2.5 Transparente Handels- und Geschäftspraktiken

Verantwortungsvolle Handels- und Geschäftspraktiken sind ein probates Mittel zur Förderung der Werte demokratischer Gesellschaften. Diese umfassen Themen wie Rechenschaftspflicht, Transparenz, Korruptionsbekämpfung, Respektieren ethischer Standards und internationaler Vereinbarungen, Fairness im Wettbewerb sowie Verantwortungsbewusstsein gegenüber Anspruchsgruppen.

Die Themen verantwortungsvoller Handels- und Geschäftspraktiken wurden in den letzten Jahren insbesondere aufgrund der Finanzmarktkrise mit dem Zusammenbruch renommierter Banken, dem Bekanntwerden von Korruptionsskandalen wie bei VW, Daimler oder Siemens, der Zahlung überhöhter Managergehälter oder Massenentlassungen bei gleichzeitig hohen Gewinnen weit nach oben auf die Agenda der Unternehmen und ihrer Vorstände gebracht.

Auch beim Verstoß gegen Regeln oder Gesetze, beispielsweise von Umwelt- und Menschenrecht oder Wettbewerb, kann Korruption im Spiel sein. Beispielsweise, wenn Trinkwasser in Folge von Korruption ausschließlich zu

Der jährlich durch Korruption verursachte wirtschaftliche Schaden wird von Transparency International Deutschland auf ein bis vier Prozent der weltweiten jährlichen Bruttowirtschaftsleistung geschätzt. Weiterführende Informationen unter: www.transparency.de

überhöhten Preisen verfügbar ist und somit nicht mehr allen Bevölkerungsschichten zur Verfügung steht. Durch die Bestechung von Amtsträgern oder durch das Erkaufen von Sonderbehandlungen wird die Rechtssicherheit außer Kraft gesetzt.

Eine weitere Anforderung an eine verantwortliche Unternehmensführung stellt die transparente und lückenlose Berichterstattung dar. Informationen über Produkte und Produktionsverfahren sowie deren Auswirkung auf die Gesellschaft sollten regelmäßig und in angemessenem Umfang veröffentlicht werden.

3 | FAIRantwörtlich handeln in der Praxis – Bestimmung des Handlungsbedarfs

Das nachfolgende Kapitel soll eine Hilfestellung bei der Bestimmung des wichtigsten Handlungsbedarfs entlang der Wertschöpfungskette bieten.

So werden die Mitarbeitenden des Unternehmens in die Lage versetzt, potenzielle oder aktuelle Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit zu identifizieren, die Relevanz der Themen zu bewerten und den Handlungsbedarf des Unternehmens zu bestimmen.



Abbildung 3: Vorschlag zur Vorgehensweise bei der Bestimmung des Handlungsbedarfs

3.1 Vorgehensweise zur Bestimmung des Handlungsbedarfs

a) Team zusammenstellen

Beschreibung: Um eine möglichst objektive und umfassende Bewertung zu erhalten, ist es von Vorteil, möglichst viele Mitarbeitende verschiedener operativer Geschäftseinheiten des Unternehmens einzubeziehen. Zudem kann es je nach Thema hilfreich sein, zusätzlich externe Experten (z. B. Geschäftspartner, Interessensgruppen-Vertretungen, Kunden) heranzuziehen.

Vorgehensweise: Bei kleineren Unternehmen kann diese Aufgabe von einer einzelnen Person mit gutem Überblick über das Unternehmen übernommen werden. In großen Unternehmen empfiehlt es sich, interdisziplinäre Teams mit Vertretern aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen (z. B. Einkauf, Verkauf, Qualität, Umwelt, Personal) zu bilden. Wichtig dabei ist, dass diese neben ihrem Engagement und ihrer Motivation auch die Bereitschaft, mit kritischem Auge Handlungsfelder aufzudecken, einbringen. Die Projektorganisation sollte in schriftlicher Form dokumentiert werden.

Ergebnis: Benennung der Mitglieder des Projektteams.

b) Stufen der Wertschöpfungskette identifizieren

Beschreibung: Die allgemeine Definition der Wertschöpfungskette beinhaltet alle Aktivitäten, von der Gewinnung der Rohmaterialien über die Produktion bis zur Lieferung des Produktes an die Kunden, also beispielsweise:

- Einkauf (Rohstoffe, Halbfertigprodukte, Endprodukte, Energie, Dienstleistungen)
- Produktentwicklung (Patente, Konzepte, Design)
- Produktionsprozesse
- Transport (Rohstoffe, Halbfertigprodukte, Endprodukte)
- Handel und Vertrieb
- Gebrauch bzw. Verbrauchsphase bei dem Endkunden
- Wiederverwertung oder Entsorgung des Produktes am Ende seiner Lebenszeit

Häufig reicht jedoch der Einflussbereich von mittelständischen Unternehmen nur in die vorgelagerte Lieferkette, also zu Lieferanten und Sublieferanten, nicht aber zu nachgelagerten Abnehmern, wie beispielsweise Markenherstellern oder Handel.

Vorgehensweise: Überlegen Sie, welche Stufen Ihr Produkt durchläuft und auf welcher Stufe der Wertschöpfungskette Sie stehen. Wissen Sie, woher die von Ihnen beschafften und verwendeten Materialien (Rohstoffe, Halbfertigprodukte, Endprodukte, Energie, Dienstleistungen) kommen? Wissen Sie, unter welchen Bedingungen die Materialien hergestellt wurden? In welche Glieder der Kette reicht ihr Einflussbereich? Konzentrieren Sie sich auf die Bereiche, auf die Sie tatsächlich Einfluss nehmen können.

Ergebnis: Identifikation des eigenen Einflussbereichs innerhalb der Wertschöpfungskette.

c) Anspruchsgruppen identifizieren

Beschreibung: Unternehmen existieren nicht isoliert, sondern interagieren in einem komplexen Umfeld, das geprägt ist von den Beziehungen zu unterschiedlichen Anspruchsgruppen und deren Interessenslagen. Typische Anspruchsgruppen sind Mitarbeitende, Kunden, Aktionäre (= Shareholder), die lokale Bevölkerung (ggf. Bürgerinitiativen), Behörden, Medien und NGOs.

Gesellschaftliche Verantwortung erfordert von Unternehmen die Kenntnis über Bedürfnisse und Anforderungen und den regelmäßigen Dialog mit ihren Anspruchsgruppen. Zudem sind Unternehmen bestrebt, die Interessen verschiedener Anspruchsgruppen zu erfüllen, um erfolgreich zu sein und zu bleiben. Auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette sind unterschiedliche Anspruchsgruppen involviert. Sie können die Prozesse der Wertschöpfungskette positiv wie auch negativ beeinflussen. Daher ist es von großer Wichtigkeit, die einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette nicht isoliert, sondern in ihren

gesellschaftlichen Verflechtungen zu betrachten um ein möglichst umfassendes Bild zu gewinnen.

Vorgehensweise: Der Schritt Identifizierung der Anspruchsgruppen soll die wichtigsten Anspruchsgruppen für das Unternehmen ermitteln, unterschiedliche Bedeutungen und Einflussgrade der Anspruchsgruppen klären und mögliche Erwartungen feststellen. Betrachten Sie das Umfeld des Unternehmens und seinen Kontakt mit den Anspruchsgruppen. Dabei können folgende Fragen hilfreich sein (in Anlehnung an ISO 2011, 34):

- Wem gegenüber bestehen (gesetzliche) Verpflichtungen?
- Wer könnte durch die Entscheidungen oder Tätigkeiten des Unternehmens positiv oder negativ betroffen sein?
- Wer ist innerhalb der Wertschöpfungskette betroffen?
- Wer war in der Vergangenheit beteiligt, als ähnliche Fragen angesprochen wurden?
- Wer kann das Unternehmen dabei unterstützen, sich der spezifischen Auswirkungen anzunehmen?
- Wer wäre durch eine Nichteinbeziehung benachteiligt?
- Welche Anspruchsgruppe repräsentiert ein Kernthema oder Handlungsfeld am besten?

Ergebnis: Übersicht über die wichtigsten Anspruchsgruppen des Unternehmens.

Sind die relevanten Anspruchsgruppen identifiziert, sollte ihre Perspektive in die weiteren Schritte zur Ermittlung des Handlungsbedarfs einbezogen werden, um eine umfassende Beurteilung der Sozialexponiertheit der einzelnen Themen zu bekommen. Die Einbeziehung kann beispielsweise durch standardisierte Befragungen, Multistakeholder-Workshops oder persönliche Gespräche erfolgen. Darauf aufbauend kann auch eine Ausgleichsstrategie bei unterschiedlichen Interessenslagen bzw. Interessenskonflikten vorbereitet werden (vgl. hierzu auch Kapitel 4.5 Einbindung von Anspruchsgruppen).

d) Schwachpunkte erkennen und Handlungsbedarf bestimmen

Beschreibung: Die Checkliste auf den Seiten 16 bis 19 dient der ersten Ermittlung des Handlungsbedarfs. Sie kann keine ausführliche Analyse ersetzen. Vielmehr soll sie dazu dienen, eine erste Bestandsaufnahme zu erhalten und vorhandene Stärken und Potenziale zu ermitteln. Die Checkliste basiert auf internationalen und nationalen Konventionen, Standards und Leitlinien zu Themen der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung.

Sie bietet den Vorteil, die Mitarbeitenden aktiv zu beteiligen und sie zu Diskussionen anzuregen. Mithilfe der Fragen in der Checkliste kann das Team identifizieren, welchen ökologischen, sozialen oder ethischen Themen das Unternehmen ausgesetzt ist, um diese ggf. eingehender zu betrachten. Der Handlungsbedarf ergibt sich unter anderem auch aus der Relevanz, den die

einzelnen Themen auf der jeweiligen Stufe der Wertschöpfungskette haben.

Die Relevanz eines bestimmten Themas unterscheidet sich je nach Branche, Standort oder Unternehmensbereich. Beispielsweise stellt für Multinationale Unternehmen (MNU) die Achtung internationaler Verhaltensstandards ein bedeutendes Thema auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette dar, wohingegen es für die Unternehmenspraxis von kleinen und mittleren, auf nationaler Ebene tätigen Unternehmen, eher geringe Relevanz besitzt.

Vorgehensweise: Um den verschiedenen Perspektiven und Fragestellungen gerecht zu werden, sollte die Checkliste idealerweise gemeinsam im Team (siehe auch Punkt a)) bearbeitet werden. Berücksichtigen Sie bei der Bearbeitung der Fragen nicht nur das eigene Unternehmen, sondern betrachten Sie die unter Punkt b) identifizierten Stufen der Wertschöpfungskette und die jeweils zum Einsatz kommenden Materialien.

Fragen, die mit „nein“, „teilweise“ oder „nicht bekannt“ beantwortet wurden, bedürfen einer eingehenderen Betrachtung. Was fehlt noch, was ist entwicklungsfähig, welche Handlungsziele wollen wir uns setzen?

Da nicht alle Themen gleich relevant sind und auch nicht alle zeitgleich bearbeitet werden können, sollte entschieden werden, welche Handlungsfelder prioritär behandelt werden sollen.

Die Entscheidung ist unter anderem davon abhängig, wie viele Ressourcen das Unternehmen zur Verfügung stellen kann und welche Dringlichkeit bei den jeweiligen Handlungsfeldern vorherrscht.

Hinsichtlich der Relevanz bietet sich eine Aufteilung in vier Klassen an:

- Das Thema ist sehr wichtig
- Das Thema ist relativ wichtig
- Das Thema ist weniger wichtig
- Das Thema ist unwichtig

Versuchen Sie bei der Bearbeitung der Checkliste unter „Beschreibung / weiterführende Antwort“ außerdem, für jedes Thema auch nachfolgende Fragen zu beantworten:

- Wissensquelle: Woher wissen wir das?
- Aktuelle Situation: Worauf können wir in unserem Unternehmen bei diesem Handlungsfeld/Thema schon aufbauen? Was wird bereits getan? Auf welche Erfahrungen und Ergebnisse können wir zurückgreifen?

Aus den als sehr wichtig und relativ wichtig bewerteten Themen ergibt sich im ersten Schritt der Handlungsbedarf. Die Vorgehensweise und die Ergebnisse der Bewertung sollten in nachvollziehbarer Form festgehalten werden.

Ergebnis: Ausgefüllte Checkliste mit ermitteltem Handlungsbedarf.

e) Ziele und Maßnahmen ableiten

Beschreibung: Der ermittelte Handlungsbedarf stellt die Basis für die Definition von Zielen und Maßnahmen dar. Für den jeweiligen Handlungsbedarf wird mit Hilfe der Zielformulierung eine Anleitung zum Handeln geschaffen und klare Aussagen getroffen, welche Ergebnisse am Ende des Prozesses bzw. Projektes erreicht werden sollen. Die Maßnahmen dienen der Zielerreichung.

Vorgehen: Bei der Formulierung der Ziele sollten bereits vorhandene Ziele des Unternehmens berücksichtigt werden. Vielleicht gibt es ja bereits Leitbilder oder strategische Ziele, an denen Sie sich orientieren können? Die Ziele und Maßnahmen sind möglichst präzise zu erstellen (Beschreibung der Ausgangslage und des Problems, Maßnahmenbeschreibung, Zeitplan, Budget etc.). Bei der Formulierung von Zielen hilft die Orientierung an den S.M.A.R.T-Kriterien:

S = spezifisch: Die Ziele sollten eindeutig formuliert sein.

M = messbar: Der Grad der Erfüllung der Ziele sollte messbar sein.

A = akzeptiert: Alle Beteiligten unterstützen die Ziele.

R = realistisch: Rahmenbedingungen und Ressourcen lassen die Umsetzung möglich erscheinen.

T = terminiert: Die Zielerreichung ist durch einen Zeitplan festgelegt.

Idealerweise werden die Ergebnisse in einem Bericht für die Geschäftsführung oder weitere Entscheidungsträger festgehalten. So erhalten sie eine kompakte Übersicht über den aktuellen Stand, den notwendigen Handlungsbedarf sowie geeigneten Maßnahmenvorschlägen.

Ergebnis: Dokumentation mit Zielen, Maßnahmen und Umsetzungsplan.

f) Maßnahmen umsetzen

Die Umsetzung der Maßnahmen liegt nun in den Händen der festgelegten Verantwortlichen. Je nach Unternehmen und Vorhaben wird sie sehr unterschiedlich vonstattengehen. Deshalb wird an dieser Stelle auf eine Beschreibung des Vorgehens verzichtet.

Ganz wichtig ist jedoch, dass nach Ablauf der vereinbarten Frist, z.B. nach einem Jahr, eine Erfolgsmessung stattfindet um überprüfen zu können, ob die jeweiligen Maßnahme den gewünschten Erfolg gebracht haben und die gesetzten Ziele erreicht wurden.

HANDLUNGSFELD / THEMA		FRAGE
ALLGEMEINE ORGANISATIONSFÜHRUNG		
1.1	Verankerung im Unternehmen	Gibt es im Unternehmen ein/en offiziellen Strategie / Verhaltenskodex / Code of Conduct / Leitbild / Unternehmenspolitik oder ähnliches, in dem Grundsätze und Verpflichtungen hinsichtlich einer ethischen, ökologischen bzw. sozialen Verantwortungsübernahme verankert sind?
1.2	Schlüsselkennzahlen / Indikatoren	Werden Schlüsselkennzahlen bzw. Indikatoren genutzt, um die Umsetzung bzw. Einhaltung des Verhaltenskodex zu verfolgen?
1.3	Verantwortlichkeiten	Sind im Unternehmen ein/e oder mehrere Ansprechpartner für Sozial- und Umweltfragen definiert?
1.4	Konformität mit Gesetzen	Ist sichergestellt, dass in Ihrem Unternehmen alle gültigen Gesetze und Verordnungen, eingehalten werden?
1.5	Dokumentation	Gibt es im Unternehmen schriftlich dokumentierte Anweisungen, Verfahren, Prozesse, Handbücher etc. (digital oder in Papierform) mit sozialen und umweltrelevanten Themen? Falls ja: Welche?
1.6	Zertifizierungen	Bestehen im Unternehmen (zertifizierte) Managementsysteme? Z. B. Sozialmanagementsystem SA 8000, Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001, Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 oder EMAS, OHSAS 18001 für Arbeitssicherheit oder gleichwertige Systeme?
1.7	Leitlinien und Verhaltenskodizes	Hat das Unternehmen freiwillige internationale Leitlinien oder Verhaltenskodizes unterzeichnet bzw. anerkannt (z. B. UN Global Compact, BSCI etc.)
1.8	Kommunikation entlang der Wertschöpfungskette/Lieferkette	Werden Informationen über das soziale, gesellschaftliche und ökologische Engagement gegenüber Lieferanten und sonstigen Geschäftspartnern kommuniziert?
1.9	Kommunikation nach außen	Werden im Unternehmen Informationen über das soziale, gesellschaftliche und ökologische Engagement öffentlich bereitgestellt (z.B. Nachhaltigkeitsbericht, Umwelterklärung, Website etc.)?
1.10	Weiterbildung und Sensibilisierung der Mitarbeiter	Führt das Unternehmen regelmäßige Mitarbeiterschulungen und Informationsveranstaltungen zu Umwelt- und Sozialaspekten durch, die dann in der täglichen Arbeit Anwendung finden?
1.11	Anspruchsgruppen	Hat das Unternehmen die wichtigsten Anspruchsgruppen ermittelt und findet ein regelmäßiger Austausch mit diesen statt?
WERTSCHÖPFUNGSKETTE		
2.1	Lieferanten-Code of Conduct	Gibt es Verhaltensstandards (Code of Conduct) bzw. Leitlinien für den Umgang mit Ihren Lieferanten / Geschäftspartnern?
2.2	Zufriedenheit der Lieferanten	Werden in regelmäßigen Abständen Umfragen zur Zufriedenheit von Lieferanten durchgeführt?
2.3	Auswahlverfahren Lieferanten	Werden bei der Auswahl neuer Lieferanten und Dienstleister auch ökologische und soziale Kriterien in Betracht gezogen?
2.4	Transparenz im Auswahlverfahren	Achtet das Unternehmen bewusst auf Transparenz hinsichtlich der Auswahl seiner Lieferanten (z. B. Nennung der Auswahlkriterien, Nennung der sozialen und umweltbezogenen Anforderungen)? Werden die Namen der Lieferanten veröffentlicht?
2.5	Lieferantenvereinbarungen	Werden ökologische und soziale Anforderungen in Verträgen bzw. Vereinbarungen mit Lieferanten explizit schriftlich festgehalten? Z. B. Verpflichtung zur Einhaltung der ILO Kernarbeitsnormen
2.6	Faire Preise für Lieferanten	Zahlt das Unternehmen an seine Lieferanten faire Preise, die ihre Qualitätsarbeit honorieren und langfristigen, wirtschaftlichen Erfolg ermöglichen?
2.7	Kontinuierliche Verbesserung	Gibt es gemeinsame Initiativen zur kontinuierlichen Verbesserung der Sozial- und Umweltleistung in der Wertschöpfungskette?
2.8	Überprüfung und Auditierung	Findet eine regelmäßige (etwa einmal im Jahr) unabhängige Überprüfung der Einhaltung sozialer, ökologischer und ethischer Mindeststandards bei Ihren Lieferanten statt?
2.9	Sanktionsmöglichkeiten	Haben Sie bei Nichteinhaltung von ökologischen und/oder sozialen Vorgaben in Ihren Lieferantenvereinbarungen Sanktionsmöglichkeiten vereinbart?
2.10	Langfristige Lieferbeziehungen	Geht das Unternehmen langfristige (mind. 3 Jahre) Lieferbeziehungen ein?
MENSCHENRECHTE		
3.1	Verbot von Kinderarbeit	Ist sichergestellt, dass die Herstellung bzw. Bearbeitung Ihrer Produkte ohne ausbeuterische Kinderarbeit erfolgt?
3.2	Verbot von Zwangs- und Pflichtarbeit und Disziplinarmaßnahmen	Ist sichergestellt, dass im Unternehmen und bei Lieferanten keine Zwangsarbeit stattfindet?
3.3	Gewährleistung der Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	Ist sichergestellt, dass im Unternehmen und bei Lieferanten alle Beschäftigten das Recht haben, Gewerkschaften ihrer Wahl zu bilden, ihnen beizutreten und sie zu organisieren und in ihrem Namen kollektiv mit dem Unternehmen zu verhandeln?
3.4	Verbot der Diskriminierung	Ist sichergestellt, dass im Unternehmen und bei Lieferanten keine Diskriminierung aufgrund der ethnischen Zugehörigkeit, der Abstammung, der Religion, aufgrund von Behinderung, des Geschlechts, der sexuellen Orientierung, der Zugehörigkeit zu einer gewerkschaftlichen oder politischen Vereinigung, des Alters stattfindet?

HANDLUNGSFELD / THEMA		FRAGE
3.5	Disziplinarverfahren	Ist sichergestellt, dass im Unternehmen und bei Lieferanten kein physischer oder psychischer Zwang auf Mitarbeiter ausgeübt wird?
ARBEITSBEDINGUNGEN		
4.1	Einhaltung von Gesetzen und Industriestandards	Ist sichergestellt, dass gültige nationale Gesetze und Industriestandards zu Grundrechten bei der Arbeit (u. a. ILO Kernarbeitsnormen) eingehalten werden?
4.2	Arbeitszeiten	Ist sichergestellt, dass die maximal zulässigen Wochenarbeitsstunden entsprechend der nationalen Gesetzgebung eingehalten werden bzw. maximal 48 Stunden nicht regelmäßig überschritten werden?
4.3	Arbeitszeitmodelle	Gibt es im Unternehmen Angebote zu flexiblen Arbeitszeitmodellen? Z. B. Gleitzeit, Teilzeitarbeit, Job Sharing, Sabbat-Jahr etc.
4.4	Überstunden	Ist sichergestellt, dass Überstunden freiwillig geleistet werden (wenn tarifvertraglich vereinbart auch verpflichtend), und 12 Überstunden pro Woche nicht überschritten werden?
4.5	Arbeits- und Gesundheitsschutz	Ist sichergestellt, dass international anerkannte Gesundheits- und Sicherheitsstandards eingehalten werden? Wird kostenlos angemessene Schutzkleidung und -ausrüstung bereitgestellt?
4.6	Unfallvermeidung	Werden Maßnahmen ergriffen, um Unfälle zu verhindern? Beispielsweise die Identifizierung von Gefährdungssituationen?
4.7	Aus- und Weiterbildung	Gibt es Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten für alle Mitarbeitenden?
4.8	Existenzsichernde Löhne	Ist sichergestellt, dass die Löhne in Übereinstimmung mit gängigen rechtlichen und industriellen Standards stehen und ausreichen, um die grundlegenden Bedürfnisse der Arbeitnehmer und ihrer Familien zu befriedigen?
GESELLSCHAFT & UMFELD		
5.1	Förderung von Bildung und Kultur	Fördert das Unternehmen als „aktiver Bürger“ die lokale Zivilgesellschaft indem es sich für ökologische, soziale oder kulturelle Belange (Geld- und Sachspenden, Zeit, Know-how, Logistik, etc.) engagiert?
5.2	Schaffung von Arbeitsplätzen	Schafft Ihr Unternehmen Ausbildungsplätze und Arbeitsplätze?
5.3	Schaffung von Wohlstand und Einkommen in der Region	Bezieht das Unternehmen Waren und Dienstleistungen von regionalen Firmen, vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmen?
5.4	Produktsicherheit	Stellt das Unternehmen seinen Geschäftspartnern und Kunden Informationen über die Umweltauswirkungen seiner Produkte zur Verfügung?
UMWELTSCHUTZ & RESSOURCENVERBRAUCH		
6.1	Einhaltung Umweltgesetze	Werden im Unternehmen die relevanten Vorgaben und Umweltgesetze eingehalten und die Einhaltung regelmäßig überprüft und dokumentiert?
6.2	Ökologische Mindeststandards	Gibt es verbindliche ökologische Mindeststandards, die für alle Standorte gültig sind?
6.3	Umweltziele	Gibt es verbindlich definierte quantitative Umweltziele?
6.4	Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel	Gibt es Maßnahmen, um die Emission von Treibhausgasen zu reduzieren?
6.5	Umgang mit Gefahrstoffen	Sind alle Gefahrstoffe, die in Ihrem Unternehmen verwendet werden bekannt (Ausgangsstoffe, Produktion, Entsorgung)?
6.6	Gefahrstoffmanagement	Besteht ein Gefahrstoffmanagement, welches den sicheren Gebrauch und Transport sowie die sichere Lagerung, Wiederaufbereitung, Wiederverwendung und Entsorgung sicher stellt.
6.7	Produktionsintegrierter Umweltschutz	Gibt es im Unternehmen Maßnahmen bei der Produktentwicklung, die den Umweltschutz in allen Stufen berücksichtigt?
6.8	Umweltengagement der Mitarbeitenden	Gibt es im Unternehmen Maßnahmen, um das Umweltengagement der Mitarbeitenden zu stärken? Z. B. Fortbildungsmaßnahmen, Prämien für umweltbezogene Verbesserungsvorschläge etc.
6.9	Einsatz erneuerbarer Energien	Kommen in Ihrem Unternehmen erneuerbare Energien zum Einsatz?
6.10	Berücksichtigung von Umweltaspekten	Gibt es im Unternehmen Verfahren zur Berücksichtigung von Umweltaspekten bei Einführung oder Änderung von Prozessen, Produkten oder Organisationsstrukturen?
6.11	Artenvielfalt	Gibt es im Unternehmen Bemühungen, einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt zu leisten?
6.12	Nachhaltiger Transport und Verkehr	Wurden im Unternehmen Maßnahmen zur Verminderung der transportbedingten Energieverbräuche und Umweltbelastungen ergriffen?
TRANSPARENTHEIT HANDELS- UND GESCHÄFTSPRAKTIKEN (Zur ausführlichen Betrachtung des Themas Korruption empfiehlt sich die von Transparency International entwickelte		
7.1	Politische Prozesse	Handelt Ihre Organisation transparent bei der Unterstützung öffentlicher politischer Prozesse hinsichtlich einer möglichen Einflussnahme?
7.2	Antikorruption	Gibt es im Unternehmen Verhaltensregeln, die allen Mitarbeitenden Korruption und Bestechung untersagt? Z. B. Code of Conduct oder Antikorruptionsrichtlinien?
7.3	Fairer Wettbewerb	Fördert Ihr Unternehmen einen fairen und breiten Wettbewerb?
7.4	Eigentumsrechte	Achtet Ihr Unternehmen auf materielles sowie intellektuelles Eigentum Dritter und vergütet die Nutzung dieser Eigentumsrechte angemessen?

4 | FAIRantwörtlich handeln in der Praxis – Umsetzungsvorschläge

Dieses Kapitel stellt exemplarisch einige Maßnahmen und die ersten Schritte für eine praktische Umsetzung globaler Verantwortung im Unternehmen dar. Welche Maßnahme zur Umsetzung im Unternehmen geeignet und hilfreich ist, muss individuell entschieden werden. Die Entscheidung ist unterschiedlich von Unternehmen zu Unternehmen und abhängig von seiner Tätigkeit, seiner Größe, seiner Struktur und seinem Umfeld.

Nachfolgende Maßnahmenbeispiele zeigen ein allgemeines Vorgehen, das in verschiedenen Situationen angepasst angewendet werden kann.



HANDLUNGSFELDER:

Arbeitsbedingungen, Menschenrechte,
Umweltschutz und Ressourcenverbrauch,
Transparente Handels- und
Geschäftspraktiken

4.1 Verhaltenskodex für das eigene Unternehmen entwickeln

Wenn ein Unternehmen seine Lieferanten und Geschäftspartner in der Wertschöpfungskette zur Einhaltung bestimmter Standards verpflichtet, zeigt es, dass es im eigenen Einflussbereich Verantwortung übernimmt und definiert damit einen Teil seiner Einflussphäre.

Unternehmen, die einen Verhaltenskodex zu Sozialstandards einführen möchten, können in der Regel auf eine Vielzahl von Erfahrungen anderer zurückgreifen. Ein Verhaltenskodex („Code of Conduct“) soll nicht isoliert, sondern aus dem Unternehmen heraus entwickelt werden und internationalen Standards ebenso entsprechen, wie den Anforderungen von Anspruchsgruppen.

Unternehmen, die einen Verhaltenskodex kommunizieren und umsetzen wollen, brauchen eine gute Balance zwischen eindeutigen Regeln und der Orientierung an Prinzipien als grundlegende Handlungsmaßstäbe. Ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Umsetzung von Verhaltenskodizes ist die Einbettung der Kodizes in die Firmenkultur.

Die Herausforderung liegt insgesamt darin, die jeweils vorherrschende Kultur – sowohl innerhalb des Unternehmens als auch entlang der Wertschöpfungskette – entsprechend zu berücksichtigen und wirkungsvolle Überwachungsmechanismen und Sanktionen bei Verletzung vorzusehen. Unternehmen, die einen Verhaltenskodex einführen möchten, können sich an folgendem groben Ablaufschema orientieren¹:



Abbildung 4: Ablaufschema zur Einführung freiwilliger Verhaltenskodizes
(ähnlich coc-runder-tisch (2004), S. 8f.)

¹ In Anlehnung an coc-runder-tisch (2004), S. 8f.

1. Schritt » ORIENTIERUNGSPHASE: Die Entscheidung über die Art des Verhaltenskodex: Wollen Sie auf eine bereits existierende Branchenlösung zurückgreifen oder einen eigenen Verhaltenskodex formulieren? (Vgl. hierzu auch Kap. 5.3.)

Die Definition des Geltungsbereichs. „Mitarbeitende aller Unternehmensbereiche...[...] national und international [...], Mitarbeitende von Beteiligungsgesellschaften [...], Mitarbeitende von Zulieferunternehmen und Dienstleistern [...]“.

2. Schritt 2 » VERHALTENSKODEX FORMULIEREN: Die Formulierung der Inhalte des Kodex: Ein Verhaltenskodex kann wirtschaftliche, ökologische und soziale Themen beinhalten. Wird ein eigener Verhaltenskodex erarbeitet, sollte sich dieser auf bestehende internationale Normen beziehen. Im sozialen Bereich sollten zumindest die ILO Kernarbeitsnormen und die UN Menschenrechtsklärung beinhaltet sein. Wo nationale Gesetze höhere Standards setzen als internationale Normen, sollte deren Einhaltung gefordert werden. Da die Themen je nach Branche stark variieren können empfiehlt es sich, Erwartungen von Stakeholdern bei der Identifikation von relevanten Themen zu berücksichtigen.

Viele Unternehmen erarbeiten keinen eigenen Verhaltenskodex sondern schließen sich einer existierenden Initiative wie beispielsweise der Fair Wear Foundation (Textilunternehmen) oder der Business Social Compliance Initiative an (siehe auch Punkt 5.3). Dies verringert den Aufwand sowohl bei der Erstellung des Kodex als auch bei der Überprüfung der Einhaltung und reduziert zudem die Anzahl an einzuhaltender Standards für die Zulieferbetriebe.

3. Schritt » UMSETZUNG: Dazu gehört die Festlegung der Verantwortungsgebiete im Management in Deutschland und im Lieferland. Alle Beteiligten müssen verstehen, was mit dem Verhaltenskodex erreicht werden soll. Der Kodex sollte daher in die jeweilige Landessprache übersetzt werden. Alle Mitarbeitenden, auch die der Zulieferbetriebe, müssen über ihn informiert und alle Hierarchie-Ebenen geschult werden.

Die Einführung der Verhaltenskodizes in einer Unternehmung ist jedoch nur der erste Schritt.

Durch die Integration in betriebliche Regelungen, beispielsweise die Formulierung von Arbeitsanweisungen und Betriebsvereinbarungen oder Vereinbarungen in Lieferantenverträgen wird unmissverständlich klargestellt, dass die betrieblichen Werte und Regeln des Unternehmens einzuhalten sind, und dass abweichendes Verhalten nicht geduldet wird.

Allerdings kann erst eine regelmäßige Überprüfung und Zusammenarbeit aller Beteiligten Unternehmen die Einhaltung der Richtlinien sicherstellen.

4. Schritt » ÜBERPRÜFUNG (Monitoring): Es muss regelmäßig überprüft werden, ob die im Verhaltenskodex formulierten Standards eingehalten werden. Dazu gehören Audits auf Grundlage der Kodex-Kriterien ebenso wie die physische Inspektion der Produktionsstätten und vertrauliche Interviews mit Mitarbeitenden. Die ArbeitnehmerInnenvertretung bzw. die Beschäftigten werden

idealerweise in das kontinuierliche Monitoring sowie die Audits einbezogen. Zum Thema Überprüfung und Audits siehe auch Kap. 4.4.

5. Schritt » KORREKTURPHASE: Bei Nichterfüllung der Kriterien sollte der Kodex für diesen Fall eine Korrekturphase auf Grundlage eines corrective-action-plans vorsehen, um dem Produktionsbetrieb ausreichend Zeit für notwendige Veränderungen zu geben. Oft beruhen Probleme auf Unwissenheit und Managementfehlern. Deshalb verpflichten sich manche Unternehmen in ihrem Kodex auch dazu, den auditierten Betrieben während der Korrekturphase mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Auch Sanktionsmechanismen müssen eindeutig benannt werden – allerdings nur als letztes Mittel. Sie sollten nur und erst dann greifen, wenn nach einer vorab definierten Zeitspanne kein maßgeblicher Verbesserungsprozess zu erkennen ist. In letzter Konsequenz kann dies zur Auflösung des Geschäftsverhältnisses führen.

6. Schritt » ERGEBNISSE BERICHTEN: Im Kodex muss geregelt werden, ob Ergebnisse nur im Unternehmen oder auch extern veröffentlicht werden. Die öffentliche Berichterstattung (Reporting) dient der Transparenz und trägt entscheidend zum Dialog der Mitarbeitenden über die Anwendung eines Kodex sowie zur Glaubwürdigkeit gegenüber Externen bei.

4.2 Nachhaltige Beschaffung / Einkauf

Die nachhaltige Beschaffung ist ein zielführendes Instrument zur konkreten Umsetzung von Nachhaltigkeit auf Organisationsebene. Neben den öffentlichen Auftraggebern entscheiden sich auch zunehmend Unternehmen, Nachhaltigkeitsaspekte in ihr Beschaffungsmanagement zu integrieren und soziale und ökologische Kriterien über die ganze Lieferkette beim Einkauf zu berücksichtigen. Dies gilt insbesondere für Unternehmen, deren Beschaffungsmärkte in Entwicklungs- und Schwellenländern liegen.

Die Integration von sozialen und ökologischen Aspekten in das Beschaffungsmanagement erfordert eine systematische Herangehensweise, die sich in fünf verschiedene Schritte unterteilen lässt:

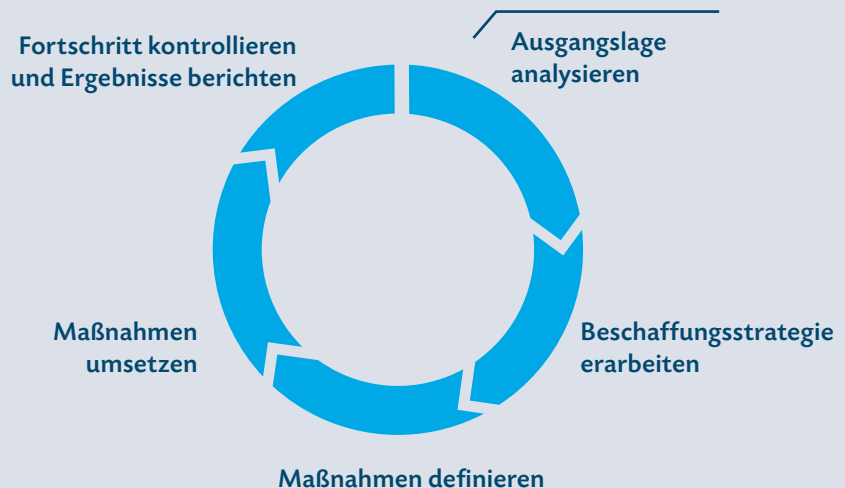


Abbildung 5: Systematisches Vorgehen bei der Einführung einer nachhaltigen Beschaffung



HANDLUNGSFELDER:
Arbeitsbedingungen, Menschenrechte,
Umweltschutz und
Ressourcenverbrauch

Diese Schritte orientieren sich im Wesentlichen an den Prozessphasen des Kompass Nachhaltigkeit. www.kompass-nachhaltigkeit.de vermittelt Beschaffenden einen Überblick zu relevanten Themen der nachhaltigen Beschaffung und listet Links zu weiterführenden Informationen auf

1. Schritt » AUSGANGSLAGE ANALYSIEREN: Hauptziel der Analyse und Vorbereitungsphase ist es, sich einen Überblick über den eigenen Beschaffungsprozess sowie über die Struktur der Lieferkette zu verschaffen. Ökologische und soziale Risiken entlang der Lieferkette werden analysiert und existierende Standards identifiziert. Folgende Schritte werden dabei empfohlen:

- Eine **Analyse des Beschaffungsmanagements** gibt Aufschluss darüber, inwieweit bereits soziale und ökologische Anforderungen bei der Beschaffung berücksichtigt werden, welche strategischen Vorgaben im Unternehmen vorhanden sind und welche Erwartungen in dieser Hinsicht an das Unternehmen gestellt werden.
- Ein **Überblick über die Akteure** entlang der Lieferkette ist notwendig für eine spätere Risikobeurteilung der Zulieferer.
- Eine **Länder- und Branchenrisikoanalyse** gibt Aufschluss darüber, welche Zulieferer in Ländern und Branchen mit besonders hohen sozialen und ökologischen Risiken tätig sind.
- Eine **Analyse der Inhalte und Anforderungen relevanter Nachhaltigkeitsstandards** gibt Aufschluss darüber, welche sozialen und ökologischen Themen für eine nachhaltige Beschaffung von Bedeutung sind. Sie können insbesondere für die Formulierung der Beschaffungsstrategie (siehe zweiter Schritt) wertvolle Informationen liefern.

2. Schritt » BESCHAFFUNGSSTRATEGIE ERARBEITEN: Die Beschaffungsstrategie enthält Leitlinien für Einkaufsverantwortliche und beschreibt Ziele und zukünftige soziale und ökologische Anforderungen an die Zulieferer. Sie sollte den ausdrücklichen Willen der Führungsebene zur nachhaltigen Beschaffung beinhalten, Verantwortlichkeiten zuteilen und auflisten, auf welche Produktgruppen und welche Akteure in der Lieferkette sich die Anforderungen erstrecken. Idealerweise gibt sie bereits Hinweise zur Wertung der unterschiedlichen Kriterien (Preis, Qualität, soziale und ökologische Kriterien).

Zur praktischen Umsetzung der Beschaffungsstrategie werden wirtschaftliche, soziale und ökologische Anforderungen an die Zulieferer zumeist in Form eines Verhaltenskodex (vgl. hierzu Kapitel 4.1) konkretisiert. Dabei kann auf internationale Normen zurückgegriffen werden, wie beispielsweise die ILO Kernarbeitsnormen oder die UN Menschenrechtserklärung (vgl. hierzu Kapitel 5.1 Internationale Grundsätze).

3. Schritt » MASSNAHMEN DEFINIEREN: Durch die Definition von konkreten Maßnahmen wird die Umsetzung der Beschaffungsstrategie sicher gestellt. Es wird empfohlen, zunächst eine Bewertung des Produktrisikos sowie eine Bewertung des Zulieferers durchzuführen.

Das **Produktrisiko** lässt sich im Wesentlichen daran bewerten, ob das entsprechende Produkt in einem Land mit hohen ökologischen und sozialen Risiken hergestellt wird und ob die produktspezifische Branche dafür bekannt ist,

Probleme mit der Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards zu haben (siehe auch Länder- und Branchenrisikoanalyse unter Schritt 1).

Ziel einer **Bewertung der Zulieferer** ist es, die Bedeutung der einzelnen Zulieferer für Ihr Unternehmen zu definieren. Dabei spielen Kriterien wie das Beschaffungsvolumen bei diesem Lieferanten und Anteil am Gesamtbeschaffungsvolumen des Unternehmens, Bedeutung der gelieferten Produkte für das Unternehmen sowie potentielle Alternativzulieferer oder Substitutionsmöglichkeiten eine Rolle.

Auf der Grundlage der Bewertungen können nun **risikobasierte** Maßnahmen für einzelne Zulieferer definiert werden, die sich je nach Produktrisiko und nach Bedeutung des Zulieferers unterscheiden können. Folgende Maßnahmen sind denkbar:

- Verpflichtung des Zulieferers zur Einhaltung des Verhaltenskodex
- Selbstbeurteilung des Zulieferers
- Schulung der Zulieferer
- Unterstützung des Zulieferers bei Korrekturmaßnahmen
- Externes Audit des Zulieferers

Um sicher zu stellen, dass die Maßnahmen auch effektiv durchgeführt werden, sollte die Beschaffungsstrategie **innerhalb des Unternehmens verankert** werden. Dazu gehört die Zuordnung von Verantwortlichkeiten, die Bereitstellung von Informationen über die Leistungen der Zulieferer, die Schulung der Mitarbeitenden sowie deren Einbeziehung bei der Planung der Beschaffungsprozesse und die Verankerung der nachhaltigen Beschaffungsziele in der Zielvereinbarung der mit dem Einkauf betreuten Mitarbeitenden.

4. Schritt » MASSNAHMEN UMSETZEN: Um die definierten Maßnahmen effektiv umsetzen zu können, werden die Zulieferer zur Einhaltung des Verhaltenskodex verpflichtet. Diese sollten regelmäßig kontrolliert und gegebenenfalls bei der Umsetzung von sozialen oder ökologischen Standards unterstützt werden. Resultate einzelner Maßnahmen können zu einer Neubeurteilung der Zulieferbetriebe führen und als Konsequenz zusätzliche Maßnahmen oder eine Anpassung von Einkaufsentscheidungen nach sich ziehen. Der Verhaltenskodex kann direkt in den Liefervertrag integriert werden oder aus einem separaten Dokument bestehen, das von den Zulieferern unterschrieben wird. Wichtig ist, den Verhaltenskodex und insbesondere dessen Inhalte sowohl der Managementebene wie auch den Mitarbeitenden der Zulieferbetriebe zu kommunizieren und in ihrer Sprache zugänglich zu machen.

Zur Kontrolle der Einhaltung von gesetzten Standards und zur Einschätzung inwieweit der Zulieferbetrieb den Anforderungen gerecht wird, kann zunächst eine **schriftliche Selbstbeurteilung** durch den Lieferanten erfolgen. Abgefragt werden sollte hier u.a. Informationen zu existierenden Managementsystemen, durchgeführten Audits, Arbeitnehmerorganisation und Arbeitsbedingungen.

Organisationen wie die Norwegische Ethical Trading Initiative oder die Global Social Compliance Initiative haben entsprechende Fragebögen entwickelt².

Zur Unterstützung von Zulieferbetrieben die nicht über das notwendige Wissen verfügen, um die Anforderungen der Abnehmer zu erfüllen, können verschiedene Maßnahmen getroffen werden. Hierzu gehören Schulungen, die Durchführung vom sogenannten Pre Audit Supports zur Vorbereitung der Audits sowie Unterstützung bei eventuell notwendigen Korrekturmaßnahmen.

Kontrolliert wird die Einhaltung der im Verhaltenskodex geforderten Standards mit Hilfe eines **Audits** beim Zulieferer (siehe auch Punkt 4.4). Diese sollten aus Gründen der Glaubwürdigkeit möglichst durch eine unabhängige, spezialisierte Organisation mit Kenntnissen der örtlichen Begebenheiten und der lokalen Sprache durchgeführt werden. Da Audits immer nur eine Momentaufnahme sein können, empfiehlt es sich, diese regelmäßig und unangekündigt durchführen zu lassen.

Sollten im Rahmen von Audits Verstöße gegen den Verhaltenskodex festgestellt werden, müssen Korrekturmaßnahmen ergriffen werden, um den Verstoß innerhalb einer gesetzten Frist zu beheben.

5. Schritt » FORTSCHRITT KONTROLLIEREN UND ERGEBNISSE BERICHTEN: Die Überprüfung der Fortschritte hilft dabei festzustellen, ob die gesetzten Ziele erreicht wurden. Für die Überprüfung der Zielerreichung können Indikatoren herangezogen werden, die auch die Identifizierung möglicher Probleme und die Entwicklung von Lösungsansätzen ermöglichen, wie:

- Prozentsatz der Zulieferbetriebe der ersten Zulieferstufe, bei denen die Produktionsstätte/n bekannt ist/sind
- Prozentsatz der Zulieferer, die den Verhaltenskodex unterzeichneten
- Prozentsatz der Zulieferer, die die Selbstbeurteilung ausgefüllt haben
- Summe der Stunden für die Schulung der eigenen Mitarbeitenden zur nachhaltigen Beschaffung
- Anzahl durchgeführter Audits
- Anzahl der Beendigung der Zusammenarbeit mit Zulieferern aufgrund von Verstößen gegen den Verhaltenskodex
- Umsatz der Waren, die nach dem Verhaltenskodex hergestellt worden sind
- Zusammenarbeit mit externen Partnern, z.B. Multistakeholderinitiativen (MSI)

Die Kommunikation der Fortschritte und Herausforderungen bei der Implementierung eines verantwortlichen Beschaffungsmanagements nach außen schafft Transparenz über die Unternehmensleistung und dadurch Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei den Anspruchsgruppen.

² Self-assessment questionnaires for suppliers and agents/importers, ETI: www.etiskhandel.no/Artikler/5191.html

HANDLUNGSFELDER:
Transparente Handels- und
Geschäftspraktiken

SELBSTEVALUATION:
Treffen zwei oder mehr der
angegebenen Aussagen *nicht zu* oder
fünf oder mehr *teilweise nicht zu*,
besteht im Bereich Einkauf eine
erhöhte Korruptionsgefahr.

In dieser Situation ist es empfehlens-
wert, sich bei einer externen Stelle über
Anti-Korruptionsmaßnahmen
beraten zu lassen.

4.3 Anti-Korruptionscheck im Bereich Einkauf

Der Einkauf gehört zu den exponiertesten Bereichen für Korruption. Ziel des Anti-Korruptionschecks für den Bereich Einkauf ist es, korruptionsgefährdete Vorgänge innerhalb des Einkaufs zu identifizieren und Schwachstellen im internen Kontrollsystem aufzudecken. Die Selbstbewertung auf Basis dieser Checkliste versteht sich in erster Linie als ein Sensibilisierungsinstrument zur Lokalisierung korruptionsrelevanter Risikozonen im Einkauf und bildet den ersten Baustein bei der Entwicklung von Maßnahmen zur Vermeidung von Korruption in der Beschaffung³.

ANTI-KORRUPTIONSCHECK IM BEREICH EINKAUF		TRIFFT VOLL ZU	TRIFFT TEILWEISE ZU	TRIFFT NICHT ZU	NICHT ANWENDBAR
1	Sie praktizieren klare, einheitliche Regeln zur Gewährung und Annahme von Geschenken, Bewirtungen und sonstigen Einladungen für alle Mitarbeitenden im In- und Ausland.				
2	Führungskräfte und Mitarbeitende ohne ausdrückliche Einkaufsbefugnis (Fachabteilungen) dürfen keine rechtlich bindenden Aufträge erteilen (weder schriftlich noch mündlich).				
3	Geschäfte auf Gegenseitigkeit sind in Ihrem Haus grundsätzlich untersagt.				
4	Sie haben Ihre Beschaffungsprozesse (mit Erstellung von Leistungsverzeichnissen, Ausschreibungen, Vergaben, Reklamationen und Zahlungsabwicklung) transparent und jederzeit nachvollziehbar geregelt.				
5	Sie stellen bei neuen Ausschreibungen durch eine angemessene Anzahl von Anbietern sicher, dass der Wettbewerb funktioniert.				
6	Vor Auftragsvergabe findet eine juristische Vertragsprüfung statt (insbesondere bei längerfristigen Liefer- und Leistungsverträgen, Verträgen mit Generalunternehmern, Verträgen mit Vermittlern).				
7	Sie kontrollieren Notwendigkeit und Angemessenheit von Anschlussaufträgen (insbesondere sogenannte „Nachträge“).				
8	Sie praktizieren regelmäßig Vertragsprüfungen in allen Einkaufsbereichen, auch nachträglich (Contract Management).				
9	Alle Lieferanten und sonstige für Sie tätige externe Geschäftspartner müssen eine Integritätsverpflichtung unterschreiben.				
10	Sie wenden in allen Einkaufsbereichen systematisch das Vier-Augen-Prinzip an (insbesondere bei Ausschreibungen und Vergaben in Großprojekten sowie in Rechnungsprüfung und Zahlungsabwicklung).				
11	Sie stellen sicher, dass die Vergabe von Großaufträgen auf der Basis einheitlicher Ausschreibungen und gleichzeitiger Offerteingaben erfolgt.				

³ Der Anti-Korruptionscheck im Einkauf beruht auf der von Transparency International Deutschland entwickelten Checkliste für „Self-Audits“ zur Korruptionsprävention in Unternehmen. Sie richtet sich insbesondere an KMU, die einem hohen Korruptionsrisiko ausgesetzt sind, beispielsweise weil sie in korruptionsgefährdeten Ländern tätig sind. Die gesamte Checkliste für KMU ist kostenlos abrufbar unter: www.transparency.ch/de/PDF_files/Divers/2010_Checkliste_KMU_D.pdf

4.4 Überprüfung durch interne und externe Audits

Unternehmen die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, sind nicht nur für die interne Einhaltung der entsprechenden Standards und Richtlinien verantwortlich, sondern auch für die Wertschöpfungskette und insbesondere für ihre Lieferanten. Dabei wird die Einhaltung der unternehmenseigenen Richtlinien und Kodizes und vertraglicher Vereinbarungen überprüft, um Informationsasymmetrien abzubauen und die Einhaltung der Anforderungen zu gewährleisten. Eine häufig angewendete Möglichkeit stellt die Selbstbewertung durch Lieferanten dar. Das bedeutet, dass die Lieferanten sich selbst beurteilen und die Einhaltung der Anforderungen gegenüber dem zu beliefernden Unternehmen versichern. Mittlerweile haben sich zahlreiche Initiativen entwickelt, die die Verbesserung des Informationsflusses und der Koordination innerhalb der Wertschöpfungskette zum Ziel haben. Beispielsweise kommen inzwischen auch webbasierte Anwendungen zum Einsatz, in denen Unternehmen Informationen zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung hinterlegen können und so gegenüber Auftraggebern den Nachweis erbringen können, deren Anforderungen einzuhalten. Der Vorteil liegt bei den vergleichsweise geringen Kosten und der Möglichkeit für Zulieferbetriebe Informationen und Ergebnisse für verschiedenste Auftraggeber zu hinterlegen. Nachteilig erweist sich die Selbstauskunft aufgrund der fehlenden Unabhängigkeit der Auditoren und der mangelnden Objektivität der Informationen und Ergebnisse.

Verlässlichere Informationen liefern regelmäßige Vor-Ort Audits bei Lieferanten und Partnern. Diese werden von firmeneigenen oder externen Auditoren durchgeführt. Dabei wird der Ist-Zustand ermittelt und mit dem formulierten Soll-Zustand verglichen.

Vorteile dieses Verfahrens sind die Überprüfung durch unabhängige Institutionen, die mit lokalen Akteuren, wie Gewerkschaften und NGOs zusammenarbeiten sowie die Möglichkeit im Rahmen der Audits Verbesserungsmaßnahmen zu formulieren, die Auditoren in darauf folgenden Kontrollen auf ihre Umsetzung hin überprüfen können. Als nachteilig erweisen sich häufig der hohe Aufwand und die damit verbundenen Kosten, alle Lieferanten in regelmäßigen Abständen zu überprüfen. Ein gemeinsames Vorgehen, beispielsweise durch gemeinsame Audits mehrerer Unternehmen aus einem Sektor und die Aufteilung der Kosten kann hier sinnvoll sein. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen können von industrieweiten Kooperationsansätzen profitieren, da sie oft nicht die Möglichkeit haben, auf kostenintensive Einzelmaßnahmen zurückzugreifen.

Bei festgestellten Verstößen im Rahmen von Lieferantenaudits werden die Lieferanten zu Verbesserungen aufgefordert. Dabei sollten sie durch konkrete Maßnahmen, wie Gespräche, Workshops oder Trainings bei der Verbesserung unterstützt werden. Bei schweren sowie wiederholten Missachtungen werden Sanktionen verhängt, die bis hin zum Abbruch der Zusammenarbeit führen können.



HANDLUNGSFELDER:

Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch, Transparente Handels- und Geschäftspraktiken

4.5 Einbindung von Anspruchsgruppen

Unternehmen existieren nicht isoliert, sondern interagieren in einem komplexen Umfeld, das geprägt ist von den Beziehungen zu seinen Anspruchsgruppen und deren Interessenslagen. Unter Anspruchsgruppen werden Einzelpersonen oder Gruppen verstanden, die unterschiedliche Ansprüche (englisch: stake) und Zielsetzungen an ein Unternehmen stellen. Die Identifizierung und Einbindung der Anspruchsgruppen stellt eines der wesentlichen Prinzipien gesellschaftlicher Verantwortung dar.

Eine Analyse der Anspruchsgruppen ist in der Regel der erste Schritt zur systematischen Einbindung der Anspruchsgruppen. Diese Analyse soll die wichtigsten Anspruchsgruppen für das Unternehmen ermitteln, unterschiedliche Bedeutungen und Einflussgrade der Anspruchsgruppen klären und mögliche Erwartungen feststellen. Bei der Ermittlung der Anspruchsgruppen des Unternehmens können folgende Fragestellungen hilfreich sein (in Anlehnung an ISO 2011, 34):

- Wem gegenüber bestehen gesetzliche Verpflichtungen?
- Wer könnte durch die Entscheidungen oder Tätigkeiten des Unternehmens positiv oder negativ betroffen sein?
- Wer ist innerhalb der Wertschöpfungskette betroffen?
- Wer wäre durch eine Nichteinbeziehung benachteiligt?
- Welche Anspruchsgruppe repräsentiert ein Kernthema oder Handlungsfeld am besten?

Theorie und Unternehmenspraxis bieten unterschiedliche Ansätze, die Beziehungen zu den Anspruchsgruppen zu kategorisieren und die Erwartungen dieser Gruppen sowie Risiken und Chancen seitens des Unternehmens systematisch darzustellen.

Häufig stehen in der Praxis externe Anspruchsgruppen im Fokus. Beispiele hierfür sind Interessensverbände, Wettbewerber, Zulieferbetriebe, Kunden und staatliche Stellen wie Umwelt- oder Kartellbehörden.

Interne Anspruchsgruppen sind beispielsweise Führungskräfte, Mitarbeitende oder deren Vertretungen. Eine Umfrage kann hier zu aufschlussreichen Erkenntnissen führen, ob Interessenskonflikte auch innerhalb des eigenen Unternehmens bestehen.

Sind die relevanten Anspruchsgruppen identifiziert und kategorisiert, kann ihre Perspektive in verschiedene Prozesse eingebunden werden. Beispielsweise:

- Einbindung in den Bewertungsprozess der Handlungsfelder und Themen, um eine umfassende Beurteilung der Sozialexponiertheit zu bekommen.
- Einbindung bei der Beurteilung der aktuellen Leistung des Unternehmens im Hinblick auf gesellschaftliche Verantwortung (aktive Befragung, Workshops usw.).
- Einbindung in die Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsberichterstattung (Definition von Themen, Grenzen und Umfang der Berichterstattung, Statements von Anspruchsgruppen in den Bericht integrieren, Prüfung der Inhalte (Assurance)).

	ANSPRUCHSGRUPPEN	MÖGLICHE INTERESSEN/THEMEN
INTERN	Eigentümer	Erhaltung, Verzinsung, Wertsteigerung, Einflussmöglichkeiten
	Führungskräfte	Einkommen, Einflussnahme, Entscheidungsautonomie, sinnvolle Betätigung, Entwicklungsmöglichkeiten
	Mitarbeitende	Einkommen, soziale Absicherung, sinnvolle Betätigung, Entwicklungsmöglichkeiten
	Arbeitnehmervertretung	Information, Mitwirkung, Mitbestimmung
EXTERN	Kunden	Service, gute Qualität der Produkte, günstige Konditionen, umweltfreundliche Produkte, sozialverantwortliche Produktionsbedingungen
	Lieferanten	Stabile Lieferbeziehungen, faire Konditionen
	Interessensverbände	Lobbying, Teilnahme an der politischen Willensbildung
	Wettbewerber	Faires Wettbewerbsverhalten, Kooperationen auf verschiedenen Ebenen
	Behörden und staatl. Stelle	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen, Steuern, positive Beiträge zum Sozialsystem, sichere Arbeitsplätze
	Nichtregierungsorganisationen	Übernahme der unternehmerischen Verantwortung, Verbraucherschutz, umweltfreundliche Produkte, sozialverantwortliche Produktionsbedingungen

Abbildung 6: Exemplarische Anspruchsgruppen und mögliche Interessen/Themen

5 | Orientierung für Unternehmen – Grundlagen und Handlungshilfen

Zur Unterstützung ihres verantwortlichen Handelns stehen Unternehmen eine Vielzahl von Instrumenten, Konzepten und Handlungshilfen zur Verfügung. Das nachfolgende Kapitel soll einen Überblick über die wichtigsten internationalen Grundsätze, Leitlinien, Selbstverpflichtungen, Standards und Label zur Begegnung der Anforderungen an gesellschaftlich verantwortliche Unternehmen geben. Die Instrumente sind kurz beschrieben und hinsichtlich ihrer Stärken und Schwächen charakterisiert. Der Überblick wird durch Links auf weiterführende Informationen ergänzt.

5.1 Internationale Grundsätze

Wesentliche internationale Grundsätze zu Menschenrechten sind die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie die Europäische Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten.

Wenn es um die Anerkennung der Menschenrechte und der daraus resultierenden sozialen Verantwortung für Unternehmen im Hinblick auf menschenwürdige Arbeitsbedingungen und Beschäftigung geht, haben die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), weltweit in vielen Ländern Akzeptanz und Gültigkeit erlangt.

Internationale Grundsätze sind dann verbindlich für Unternehmen, wenn die Standards in einem völkerrechtlichen Vertrag niedergelegt sind, den die jeweiligen Länder unterzeichnen, ratifizieren und gegebenenfalls in nationales Recht umsetzen.

Internationale Menschenrechtscharta

Kurzbeschreibung: Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, auch als Deklaration der Menschenrechte oder UN-Menschenrechtscharta bekannt, ist das ausdrückliche Bekenntnis der Vereinten Nationen zu den allgemeinen Grundsätzen der Menschenrechte. Sie wurde am 10. Dezember 1948 von der Generalversammlung der Vereinten Nationen in Paris genehmigt und verkündet.

Zusammen mit den beiden internationalen Pakten über bürgerliche und politische Rechte und über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte bildet die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte die sogenannte „International Bill of Human Rights“ (Internationale Menschenrechtscharta).

Darüber hinaus existiert eine Vielzahl von Konventionen, die den Schutz einzelner Menschenrechte eingehend regeln. In Bezug auf Menschenrechte und Unternehmen zählen zu den wichtigsten Konventionen:

HANDLUNGSFELDER:
Menschenrechte

HERAUSGEBER:
Vereinte Nationen (UN)

QUELLE:
www.un.org/Depts/german/grunddok/ar217a3.html

- Übereinkommen über die Rechte des Kindes (kurz: UN-Kinderrechtskonvention)
- die Konvention zur Beseitigung der Diskriminierung von Frauen
- die Konvention zur Beseitigung aller Formen von Rassendiskriminierung (kurz: UN-Rassendiskriminierungskonvention)
- die Konvention zum Schutz der Rechte aller Wanderarbeitnehmer und ihrer Familienangehörigen

Häufig sind Menschenrechte auch als „Grundrechte“ in den Verfassungen der Nationalstaaten verankert. Das deutsche Grundgesetz beinhaltet beispielsweise eine Reihe bürgerlicher und politischer Menschenrechte.

Das Handbuch der Menschenrechtsarbeit führt in die Menschenrechte und die Menschenrechtsarbeit von NGOs, staatlichen Institutionen und internationalen Organisationen ein. Online Edition 2010/11

<http://library.fes.de/pdf-files/iez/07633.pdf>

Allgemeine Erklärung der Menschenrechte			
Internationaler Pakt über die bürgerlichen und politischen Rechte		Internationaler Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte	
Kinderrechtskonvention	Konvention zur Beseitigung der Diskriminierung von Frauen	Rassendiskriminierungskonvention	Konvention zum Schutz der Rechte aller Wanderarbeitnehmer und ihrer Familienangehörigen

Abbildung 7: Internationale Menschenrechtscharta

HANDLUNGSFELDER:*Menschenrechte, Arbeitsbedingungen***HERAUSGEBER:***International Labor Organisation
(ILO)***QUELLE:***Internationale Arbeitsorganisation
Vertretung in Deutschland:*[www.ilo.org/public/german/region/
eurpro/bonn/kernarbeitsnormen/
index.htm](http://www.ilo.org/public/german/region/eurpro/bonn/kernarbeitsnormen/index.htm)

ILO Kernarbeitsnormen

Kurzbeschreibung: Die Grundprinzipien Vereinigungsfreiheit, Verbot der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit und Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf sind in acht Übereinkommen, die auch als ILO-Kernarbeitsnormen bezeichnet werden, ausgestaltet. Sie beinhalten grundlegende Rechte von Arbeitnehmern, die die Mitgliedsstaaten der Organisation nach Ratifikation umzusetzen verpflichtet sind. Zu den Kernarbeitsnormen gehören folgende Übereinkommen:

- Übereinkommen 87 über die Vereinigungsfreiheit und den Schutz des Vereinigungsrechtes
- Übereinkommen 98 über die Anwendung der Grundsätze des Vereinigungsrechtes und des Rechtes zu Kollektivverhandlungen
- Übereinkommen 29 über Zwangs- oder Pflichtarbeit
- Übereinkommen 105 über die Abschaffung der Zwangsarbeit
- Übereinkommen 100 über die Gleichheit des Entgelts männlicher und weiblicher Arbeitskräfte für gleichwertige Arbeit
- Übereinkommen 111 über die Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf
- Übereinkommen 138 über das Mindestalter für die Zulassung zur Beschäftigung
- Übereinkommen 182 über das Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit

Bislang haben über 120 ILO-Mitgliedsstaaten alle Kernübereinkommen ratifiziert (Stand September 2012). Zu ihnen gehört auch Deutschland.

Einen Anhaltspunkt dafür, in welchen Staaten Probleme bezüglich der Umsetzung der ILO-Konventionen bestehen, bieten die Berichte des ILO Committee on Freedom of Association und des ILO Committee on the Application of Standards. Die Berichte sind im Internet abrufbar:

www.ilo.org/global/standards/applying-and-promoting-international-labour-standards/conference-committee-on-the-application-of-standards/lang-en/index.htm

Ansätze, die sich mit ökologischen, sozialen bzw. ethischen Themen beschäftigen, wie beispielsweise der UN Global Compact, die OECD-Leitsätze, der SA 8000 Standard und der ISO 26000 Leitfaden haben die ILO-Kernarbeitsnormen als normative Grundlage.

5.2 Internationale Leitlinien

Leitlinien oder auch Leitsätze genannt, stellen Prinzipien, Werte und Grundsätze dar und bieten Unternehmen eine (grundlegende) Handlungsorientierung. Charakteristisch dabei ist die Freiwilligkeit ihrer Anwendung. Zu den bekanntesten, branchenunabhängigen Leitlinien zählen die OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen (MNU), die GRI Reporting Guidelines, der UN Global Compact und der neu entwickelte ISO 26000 Leitfaden.

OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen

Kurzbeschreibung: Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen ist ein von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (engl. Organisation for Economic Cooperation and Development, kurz OECD) verabschiedeter Verhaltenskodex für verantwortungsvolles Verhalten von Unternehmen. In zehn Kapiteln geben die Leitsätze Empfehlungen für verantwortliches unternehmerisches Verhalten in Bezug auf Transparenz, Arbeitsbeziehungen, Umwelt, Korruption, Verbraucherschutz, Technologietransfer, Wettbewerb und Steuern. Dabei beziehen sie sich auf internationale Vereinbarungen wie die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte und die ILO-Kernarbeitsnormen und betonen das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung sowie das Vorsorgeprinzip.

Bislang wurden diese Richtlinien von den 34 OECD-Mitgliedern sowie Ägypten, Argentinien, Brasilien, Lettland, Litauen, Marokko, Rumänien und Peru unterzeichnet (Stand Juli 2012), die sich damit dazu verpflichtet haben, alle auf ihrem Gebiet tätigen Unternehmen zur Einhaltung der Leitsätze anzuhalten. Diese Verpflichtung gilt auch für Aktivitäten in Drittstaaten. Zudem sind diese Staaten verpflichtet, nationale Kontaktstellen einzurichten, bei denen im Fall potenzieller Verstöße gegen die Leitsätze Beschwerden gegen ein im Land ansässiges oder tätiges Unternehmen eingelegt werden können.

Wird die Beschwerde angenommen, leitet die Kontaktstelle ein Vermittlungsverfahren zur Klärung ein. Dieses Verfahren zielt auf eine dialogorientierte, einvernehmliche Konfliktlösung zwischen den Parteien.

Beurteilung: Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind ein wichtiges internationales Instrument, Unternehmensverantwortung über nationale Grenzen hinweg durchzusetzen.

Aufgrund ihres Charakters als Leitsätze sind sie rechtlich nicht verbindlich, sondern für die Unternehmen freiwillig. Bei festgestellten Verstößen sind keine Sanktionen vorgesehen. Die öffentliche Erklärung auf der Website der Kontaktstelle kann jedoch zu einem sogenannten „Naming and Shaming“, also einem öffentlichen Bloßstellen und dem damit verbundenen Reputationsverlust führen.

HANDLUNGSFELDER:
Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch, Transparente Handels- und Geschäftspraktiken

HERAUSGEBER:
OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development)
(deutsch: Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)

QUELLE:
www.oecd.org/berlin/themen/oecd-leitsatzefurmultinationaleunternehmenivbeschäftigungundbeziehungenzwischensozialpartnern.htm

Im Vergleich zu anderen freiwilligen Instrumenten sind die OECD-Leitsätze recht umfassend und beziehen sich auf eine Reihe von internationalen Abkommen. Zudem wird die Verantwortung für Zulieferbetriebe explizit erwähnt. Durch den Beschwerdemechanismus kann Fehlverhalten von Unternehmen an die Öffentlichkeit gebracht und Druck auf die Unternehmen ausgeübt werden. Allerdings richten sie sich an multinationale Konzerne und sind nicht auf die Bedürfnisse und Anforderungen von mittelständischen Unternehmen ausgerichtet.

Global Compact der Vereinten Nationen

HANDLUNGSFELDER:
Arbeitsbedingungen, Menschenrechte,
Umweltschutz und Ressourcenver-
brauch, Transparente Handels- und
Geschäftspraktiken

HERAUSGEBER:
Vereinte Nationen (UN)

QUELLE:
www.unglobalcompact.org

Kurzbeschreibung: Der damalige Generalsekretär der Vereinten Nationen, Kofi Annan, hat auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos im Januar 1999 eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft ins Leben gerufen, den so genannten UN Global Compact (deutsch: Globaler Pakt der Vereinten Nationen).

Der UN Global Compact beruht auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, der Erklärung der ILO über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit, den Grundsätzen der Erklärung von Rio zu Umwelt und Entwicklung sowie dem Übereinkommen der UN gegen Korruption. Er beschreibt in zehn Prinzipien verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln in den vier Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Rund 7000 Unternehmen sowie über 3000 Arbeitnehmer-, Menschenrechts-, Umwelt- und Entwicklungsorganisationen haben sich der Initiative bislang angeschlossen (Stand Juli 2012). Teilnahmebedingung für Unternehmen ist die Anerkennung und Umsetzung der zehn Prinzipien in ihren Kernprozessen sowie eine jährlich zu veröffentlichende Fortschrittsmitteilung.

Die Inhalte der jährlichen Fortschrittsmitteilung werden jedoch nicht überprüft und stellen somit nur eine freiwillige Selbstauskunft dar. Unternehmen, die ihre Fortschrittsmitteilung nicht veröffentlichen, werden auf der Website der Organisation als „non-communicating“ markiert. Bei zweimaligem Versäumnis wird die Teilnahme als beendet angesehen und der Teilnehmer aus der Datenbank gelöscht.

Beurteilung: Der UN Global Compact ist in der Teilnahme freiwillig und beinhaltet ähnlich wie die OECD-Leitsätze und der ISO 26000 Leitfadens keine Überwachung, Kontrolle oder Sanktionen von Unternehmen im Falle des nicht Einhaltens der Prinzipien.

Genereller Kritikpunkt des Global Compact bildet die Tatsache, dass die beteiligten Unternehmen mit dem Beitritt zum Global Compact keine Verpflichtung eingehen, sondern die Mitgliedschaft im Global Compact aufgrund des seriösen Rufes der UN lediglich als Werbeinstrument verwenden. In Anspielung auf die blaue Farbe der UN Organisation wird dieses Verhalten von Kritikern auch als „Blue washing“ (blauwaschen) bezeichnet.

Das Deutsche Global Compact Netzwerk hat die Publikation des Global Compact Office „A Guide for Business. How to Develop a Human Rights Policy“ übersetzt und für Deutsche Teilnehmer aufbereitet. Die Publikation enthält die wichtigsten Schritte und Informationen zur Formulierung einer Menschenrechtsstrategie in Unternehmen. Mehr Infos: www.globalcompact.de

GRI-Leitfaden

Kurzbeschreibung: Die Global Reporting Initiative (GRI), ein unabhängiges Multistakeholder-Netzwerk hat es sich zur Aufgabe gemacht, weltweit anwendbare Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung für Unternehmen, Regierungen und NGOs unabhängig von Größe, Branche oder Standort zu entwickeln. Der GRI-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (englisch: Sustainability Reporting Guidelines) bietet einen umfassenden Rahmen anhand dessen transparente und vergleichbare Nachhaltigkeitsberichte erstellt werden können. Als Kommunikationsinstrument können diese zur aktiven Einbeziehung von Anspruchsgruppen und dem Dialog mit ihnen dienen. Der GRI-Leitfaden definiert Prinzipien der Berichterstattung, wie beispielsweise Transparenz, Einbeziehung von Anspruchsgruppen, Vollständigkeit, Relevanz, Neutralität und Klarheit und enthält eine Anleitung zu Aufbau und Inhalten von Nachhaltigkeitsberichten. Neben allgemeinen Angaben zum Unternehmen, seinen Strategien und Managementansätzen soll anhand eines Kataloges von rund 120 quantitativen und qualitativen Indikatoren über die Nachhaltigkeitsleistung in den Kategorien Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft und Soziales berichtet werden. Gesellschaftliche und soziale Indikatoren sind weiter untergliedert in Arbeitspraktiken, Menschenrechte, Gesellschaft und Produktverantwortung. Sogenannte „Sector Supplements“ ergänzen den GRI-Leitfaden um Branchenempfehlungen zur Anwendung des Leitfadens in bestimmten Branchen und Sektoren. Nach der letzten Überarbeitung des GRI-Leitfadens im März 2011 (G3.1) arbeitet die Global Reporting Initiative derzeit an der nächsten Generation der Nachhaltigkeitsberichterstattung, dem G4-Leitfaden, dessen Veröffentlichung im Mai 2013 geplant ist.

Die Anwendung und Orientierung am GRI-Leitfaden erfolgt auf freiwilliger Basis. Die Berichte können einer Selbsteinstufung unterzogen werden. Diese kann zusätzlich durch externe Dritte oder die GRI bestätigt werden. Die Bestätigung gibt Aufschluss darüber, in welchem Umfang (Anzahl der beantworteten Indikatoren, Beachtung der Prinzipien) berichtet wurde, stellt jedoch keine qualitative Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens dar.

Beurteilung: Die GRI ist um eine kontinuierliche Verbesserung und einer zunehmenden Verbreitung und Nutzung des Leitfadens bemüht. Er findet mittlerweile weltweit Anwendung und ist frei verfügbar. Während sich die Nachhaltigkeitsberichterstattung für große Unternehmen mittlerweile zum Standard entwickelt haben, scheuen viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nach wie vor den Aufwand.

Bei den berichterstattenden Unternehmen hinkt die Wirklichkeit bei der Umsetzung und dem Monitoring oftmals der in den Berichten kommunizierten Nachhaltigkeitsleistung hinterher. Aufgrund der Freiwilligkeit der Berichterstattung bleibt es den Unternehmen überlassen, ob sie sich einer externen Überprüfung der Inhalte unterziehen.

HANDLUNGSFELDER:

Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Gesellschaft und Umfeld, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch, Transparente Handels- und Geschäftspraktiken

HERAUSGEBER:

Global Reporting Initiative

QUELLE:

www.globalreporting.org

ISO 26000

Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung

HANDLUNGSFELDER:

Arbeitsbedingungen, Menschenrechte,
Gesellschaft und Umfeld, Umweltschutz
und Ressourcenverbrauch,
Transparente Handels- und Geschäftspraktiken

HERAUSGEBER:

ISO International Organisation for
Standardization, in Deutschland DIN
Deutsches Institut für Normung e.V.

Bezug über:

www.beuth.de/sc/iso26000

QUELLE:

www.iso.org/iso/iso26000

Kurzbeschreibung: Mit dem Leitfaden ISO 26000 entwickelte die ISO eine umfassende internationale Norm, die sich den Anspruch stellt, gesellschaftlich verantwortliches Handeln für alle Arten von Organisationen zu definieren. Der Leitfaden orientiert sich an allgemein anerkannten Grundsätzen, wie beispielsweise der Deklaration über grundsätzliche Prinzipien und Arbeitsrechte der ILO, dem Global Compact der Vereinten Nationen und der Rio Deklaration über Umwelt und nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Als wesentliche Praktiken zur Verankerung gesellschaftlicher Verantwortung macht die ISO 26000 zwei Punkte aus: Anerkennung der gesellschaftlichen Verantwortung und Identifizierung und Einbindung von Anspruchsgruppen. Weiter beschreibt sie innerhalb von sieben Kernthemen diverse Handlungsfelder und gibt entsprechende Empfehlungen. Die ISO 26000 Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung lauten: Organisationsführung, Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umwelt, anständige Handlungsweisen, Konsumentenfragen sowie regionale Einbindung und Entwicklung.

Zu jedem Kernthema führt die ISO 26000 Handlungsfelder an und stellt dazu entsprechende Empfehlungen an gesellschaftlich verantwortliche Organisationen auf. Die Anwendung der ISO 26000 ist freiwillig, beinhaltet keine obligatorischen Auflagen an die Teilnehmenden und ist nicht zertifizierbar.

Beurteilung: Der Leitfaden ist nicht, wie andere Leitlinien frei verfügbar, sondern nur käuflich zu erwerben. Er enthält keine konkreten Mindestanforderungen, sondern lediglich Empfehlungen ohne messbare Kriterien. Konkrete Methoden und Maßnahmen, die bereits einer guten Praxis entsprechen, wie eine unabhängige Prüfung der Zulieferbetriebe in Produktionsländern oder Schulungsmaßnahmen sind nicht enthalten. Im Gegensatz zu bekannten ISO-Normen, wie beispielsweise der ISO 14001 für Umweltmanagement oder der ISO 9001 für Qualitätsmanagement ist die ISO 26000 per Definition keine Managementsystem-Norm und somit auch nicht zertifizierbar. Insgesamt stellt der ISO 26000 Leitfaden eine Hülle dar, die, wenn sie nicht unternehmensspezifisch ausgestaltet und damit operationalisiert wird, Gefahr läuft, zur Leerformel ohne Verbindlichkeit zu werden.

Trotzdem kann eine Orientierung am ISO 26000 Leitfaden als ein erster sinnvoller Schritt bei der Entwicklung hin zu mehr gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen gesehen werden. In einem zweiten Schritt gilt es allerdings, relevanten Handlungsfeldern und Empfehlungen mit entsprechenden Maßnahmen zu begegnen und das gesellschaftliche Engagement kontinuierlich auszubauen – und dies nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

5.3 Verhaltenskodizes und Branchenstandards

Kurzbeschreibung: Ein Verhaltenskodex (englisch: Code of Conduct) unterstützt Unternehmen dabei, ökologische und soziale Anforderungen sowie ethische Geschäftspraktiken systematisch zu verankern.

Grundsätzlich kann ein Unternehmen eigene Verhaltensgrundsätze entwickeln und umsetzen oder auf anerkannte Branchenstandards zurückgreifen, die einzuhalten sind (vgl. hierzu auch Kapitel 4.1).

Idealerweise berücksichtigen die Grundsätze die gesamte Wertschöpfungskette und beziehen Zulieferbetriebe auf allen Stufen mit ein. Sie erhalten eine rechtliche und betriebswirtschaftliche Verbindlichkeit, wenn diese Bestandteil der vertraglichen Vereinbarungen mit Lieferanten werden.

Im internationalen Kontext sind sie ein Instrument, mit dem Unternehmen die Einhaltung von ökologischen und sozialen Mindeststandards in ihrem Einflussbereich sicherstellen können. Verhaltensstandards werden unternehmensspezifisch oder innerhalb einer Branche entwickelt. Im Gegensatz zu Tarifverhandlungen, gesetzlichen Regelungen oder internationalen Normen sind Unternehmen nicht zwingend an die Einhaltung gebunden. Mechanismen und Instrumentarien für die Implementierung und Überprüfung sind zusätzlich zu definieren, um die Einhaltung sicher zu stellen. Im Rahmen der Umsetzung sind die Leitlinien in Bezug auf das jeweilige Unternehmen und dessen Prozesse zu interpretieren und zu konkretisieren.

Beurteilung: Nicht alle Kriterien oder Anforderungen sind in sämtlichen Kodizes enthalten. Reine Unternehmensansätze weisen häufig Mängel in Bezug auf Tarifverhandlungen, existenzsichernde Löhne („living wages“) oder unklare Regelungen zu Überstunden auf, wohingegen Multi-Stakeholder-Ansätze Arbeitnehmerbelange deutlich intensiver berücksichtigen.

Auch variieren die Kodizes stark, was die Anforderungen, die Ausführlichkeit der Beschreibungen und die Verbindlichkeit und Überprüfung angeht.

Generell lässt sich feststellen, dass Verhaltenskodizes – trotz zu beobachtender glaubhafter Bemühungen – mit dem Makel behaftet sind, nur als Mittel der Imagepflege zu dienen: nach außen gegenüber den Kunden, wie nach innen gegenüber den Beschäftigten. Das ist insbesondere dann der Fall, wenn ein Unternehmen zwar einen Verhaltenskodex verabschiedet und veröffentlicht hat, aber kein Instrumentarium für die Umsetzung vorhanden ist.

Die Einführung eines Verhaltenskodex kann jedoch als ein erster sinnvoller Schritt in der Entwicklung hin zu mehr gesellschaftlicher Verantwortlichkeit gesehen werden. Im zweiten Schritt gilt es allerdings, die formulierten Selbstverpflichtungen auch einzuhalten, auszubauen und dies nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern auch in der gesamten Wertschöpfungskette und dem unternehmerischen Umfeld.

Manche Kriterien – wie etwa das Verbot von Kinderarbeit und Zwangsarbeit – finden sich nahezu in jedem Kodex. Einige Kriterien sind speziell auf die Zielgruppe zugeschnitten, wie beispielsweise die Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit in der chemischen Industrie oder die Unterstützung von Kleinbauern bei Kodizes der Lebensmittelverarbeitung. Auf Seite 46 findet sich ein Überblick über die gängigsten Branchenkodizes.

Business Social Compliance Initiative (BSCI)



Die Business Social Compliance Initiative (BSCI) ist eine gemeinnützige Unternehmensvereinigung mit Sitz in Brüssel. Sie wurde mit dem Anspruch gegründet, auf Unternehmensebene eine gemeinsame Plattform für die unterschiedlichen europäischen Verhaltenskodizes und Überwachungssysteme sowie die Grundlage für ein gemeinsames Überprüfungssystem für Sozialstandards zu schaffen. Kern der BSCI ist die Einhaltung der ILO Kernarbeitsnormen.

Die Einhaltung des BSCI-Code of Conduct – auch auf der Ebene der Lieferanten – ist oberstes Ziel der BSCI. Mit weiteren unterstützenden Maßnahmen, beispielsweise im Rahmen von Runden Tischen oder Lieferantentrainings soll sichergestellt werden, dass in den Produktionsländern, insbesondere in den eigenen Zulieferunternehmen, nationalen und internationalen Gesetzesvorschriften hinsichtlich sozialer Aspekte und des Umweltschutzes entsprochen wird.

Die Überprüfung und Bestätigung der Einhaltung des Verhaltenskodex wird durch unabhängige, von der Social Accountability International akkreditierte und von der BSCI ausgewählte Unternehmen durchgeführt, wobei mit lokalen Nichtregierungsorganisationen und ArbeitnehmerInnenvertretern zusammengearbeitet werden soll.

Quelle: www.bsci-intl.org

FAIRwear Foundation



Die Fair Wear Foundation ist eine Multistakeholder-Initiative und wurde 1999 in Holland vom Verband des Einzelhandels, dem Verband der Bekleidungsfirmen, Gewerkschaften und Nicht-Regierungsorganisationen (u.a. Clean Clothes Campaign) gegründet. Ziel ist die Schaffung und Förderung von menschenwürdigen Arbeitsbedingungen entlang der textilen Wertschöpfungskette. Unternehmen können der FWF beitreten und akzeptieren damit, den FWF Verhaltenskodex im eigenen Unternehmen und bei ihren Lieferanten durchzusetzen. Der FWF Verhaltenskodex richtet sich nach den ILO Kernarbeitsnormen, weiteren ILO Standards und dem Verhaltenskodex der Clean Clothes Campaign. Die Umsetzung des Verhaltenskodex wird als gemeinsamer Prozess der FWF und der Unternehmen gesehen.

Quelle: www.fairwear.org

5.4 Managementstandards und Zertifizierungen

Mittlerweile existieren eine Reihe von Managementstandards, um ökologische, soziale und ethische Aspekte in Unternehmensprozesse zu integrieren. Mit einer Zertifizierung, die von unabhängigen Organisationen auf Grundlage transparenter Kriterien vergeben und kontrolliert wird, kann Geschäftspartnern, Lieferanten und Kunden die Leistung glaubwürdig und objektiv vermittelt werden. Für den Erfolg und die Reputation einer Zertifizierung ist es grundlegend, wer diese (mit)entwickelt hat und wie die konforme Anwendung und Kontrolle gewährleistet wird. Managementzertifizierungen beziehen sich in der Regel auf das Unternehmen oder bestimmte Unternehmensbereiche.

Sozialmanagementstandard SA 8000

Kurzbeschreibung: Social Accountability 8000 (SA 8000) ist ein zertifizierbarer Standard der von Social Accountability International (SAI), einer internationalen Nichtregierungsorganisation, ins Leben gerufen wurde. Er bezieht sich auf Arbeitnehmerrechte und Arbeitsplatzbedingungen und richtet sich an Unternehmen aller Größen und Branchen. Normative Grundlage bilden unter anderem die ILO Konventionen, die UN Menschenrechtskonventionen sowie die UN Konventionen über die Rechte von Kindern.

Der SA 8000 Standard beinhaltet die Verpflichtung für Unternehmen, soziale Verantwortung zu übernehmen und fordert die Einhaltung von nationalen Gesetzen bzw. der SA 8000 Anforderungen, wenn diese höher sind. Konkret umfasst er folgende Anforderungen: keine Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit, Mindeststandards bei Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit, Recht auf Kollektivverhandlungen, keine Diskriminierung, keine physischen oder psychischen Bestrafungen, maximale Wochenarbeitszeit und existenzsichernde Löhne.

SA 8000 fordert zudem die Implementierung eines Sozialmanagementsystems, das die Umsetzung der Anforderungen sicherstellt und dessen regelmäßige Überprüfung, Bewertung und Zertifizierung (sogenannte „Third Party Audits“) durch externe unabhängige Prüfer.

Beurteilung: Der SA 8000 Standard ist auf Kompatibilität mit den ISO-Normen ISO 9001 für Qualitätsmanagement und ISO 14001 für Umweltmanagement ausgerichtet und folgt deren Prinzip eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses. Dies vereinfacht die Implementierung insbesondere für große Unternehmen, während der Aufwand zur Einführung eines Sozialmanagementsystems nach SA 8000 für kleinere Unternehmen als relativ aufwändig gesehen wird.

HANDLUNGSFELDER:

Arbeitspraktiken, Menschenrechte

HERAUSGEBER:

Social Accountability International (SAI)

QUELLE:

www.sa-intl.org

Umweltmanagementnorm ISO 14001

HANDLUNGSFELDER:

Umweltschutz &
Ressourcenschonung

HERAUSGEBER:

International Organization for
Standardization

QUELLE:

[www.iso.org/
iso/iso_14000_essentials](http://www.iso.org/iso/iso_14000_essentials)

Kurzbeschreibung: Die ISO 14001 ist Teil der internationalen Normenserie ISO 14000 der International Organization for Standardization. Die Norm ISO 14001 legt weltweit anerkannte Anforderungen und Kernelemente für ein Umweltmanagementsystem fest. Hierzu gehören vor allem folgende Elemente:

- eine Umweltpolitik,
- die Bewertung wesentlicher Umweltaspekte,
- die Bewertung rechtlicher Verpflichtungen,
- ein Managementsystem,
- eine Serie regelmäßiger interner Audits und Berichte an das Management.

Die ISO 14001 setzt dabei auf einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess als Mittel zur Erreichung der jeweils definierten Zielsetzung in Bezug auf die Umweltleistung. Dieser beruht auf der Methode Planen-Ausführen-Kontrollieren-Optimieren (englisch: Plan-Do-Check-Act, kurz: PDCA):

- **Planen:** Festlegung der Zielsetzungen und Prozesse, um die Umweltpolitik der Organisation umzusetzen
- **Ausführen:** Umsetzung der Prozesse mit den dazu notwendigen Abläufen
- **Kontrollieren:** Überwachung der Prozesse hinsichtlich rechtlichen und anderen Anforderungen sowie Zielen der Umweltpolitik der Organisation
- **Optimieren:** Anpassung der Prozesse

Das Managementsystem nach ISO 14001 sieht eine externe Überprüfung und Zertifizierung vor. Dabei wird überprüft, ob das Umweltmanagementsystem geeignet ist, die selbstgesetzten Zielsetzungen zu erreichen und die Prozesse dazu geeignet sind, die Umweltleistung zu verbessern.

Bewertung: Der Nachweis eines Zertifikates nach ISO 14001 wird immer häufiger Bedingung für ein Kunden-Lieferanten-Verhältnis in der internationalen Wirtschaft. Durch die Zertifizierung kann ein Unternehmen die Einhaltung der Normenvorgaben gegenüber Kunden, der Öffentlichkeit und den Mitarbeitern belegen. Jedoch erlaubt eine Zertifizierung nach ISO 14001 keine Aussage über die absolute Umweltleistung eines Unternehmens. Da sie keine konkreten Zielvorgaben hinsichtlich der Umweltleistung enthält, kann das Unternehmen zwar ein exzellentes Umweltmanagementsystem betreiben, aber trotzdem wesentliche Umweltauswirkungen verursachen.

Siegel und Label

Siegel und Label informieren über Qualitäten und Eigenschaften von Produkten und auch Dienstleistungen im Hinblick auf beispielsweise soziale oder ökologische Eigenschaften. Sie bieten somit eine wichtige Hilfe beim verantwortungsbewussten Einkauf. Aufgrund der großen Anzahl der verschiedenen Labels – angefangen von selbst entwickelten Herstellerzeichen bis hin zu unabhängig vergebenen und streng kontrollierten Siegeln – fällt jedoch eine Orientierung und Bewertung oft schwer. Im Folgenden wird eine kleine Auswahl an für den Einkauf in Unternehmen wichtigen und vertrauenswürdigen Siegeln vorgestellt.

.....
 Weitere Siegel und Label:

www.label-online.de

Das Internetportal Label-online der Verbraucherinitiative e.V. informiert über und bewertet in Deutschland gängige Label und Siegel.

.....

Fairtrade Siegel



Kurzbeschreibung: Das Fairtrade-Siegel kennzeichnet Güter, die aus Fairem Handel stammen, welcher vor allem menschenwürdige Arbeits- und Lebensbedingungen der Produzierenden unterstützt. Grundlage für die Zertifizierung sind die Kriterien der internationalen Dachorganisation Fairtrade International (FLO). Diese umfassen Zahlung von festen Mindestpreisen, Vorfinanzierung, langfristige Lieferbeziehungen, Zahlung fairer Löhne, Verbot illegaler Kinderarbeit und Zwangsarbeit sowie Aspekte des Umwelt- und Naturschutzes.

Vergeben wird das Siegel von TransFair e.V., einem Mitglied von FLO. Um das Siegel nutzen zu können, verpflichten sich Händler und Importeure in einem Lizenzvertrag mit TransFair e.V. auf die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels. Diese werden nach einem standardisierten System der Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT GmbH geprüft und jährlich durch unabhängige Wirtschaftsprüfer kontrolliert. Zusätzlich finden stichprobenartige Kontrollen statt.

Beurteilung: Die breite Trägerschaft des TransFair e.V. gewährleistet eine hohe Glaubwürdigkeit. Die Entwicklung der dem Siegel zugrunde liegenden Kriterien sowie die Vergabe des Siegels und die Kontrolle der Einhaltung der Kriterien werden von externen, unabhängigen Stellen durchgeführt. Eventuelle Verstöße gegen die Kriterien werden verfolgt und sanktioniert.

.....
HANDLUNGSFELDER:

Menschenrechte, Arbeitsbedingungen

.....

HERAUSGEBER:

Fairtrade Labelling Organisations International (FLO)

.....

QUELLE:

www.fairtrade-deutschland.de

FSC Siegel



Kurzbeschreibung: Der Forest Stewardship Council (FSC) fördert die umweltfreundliche, sozialförderliche und ökonomisch tragfähige Bewirtschaftung von Wäldern weltweit und zertifiziert Holz und Holzprodukte aus nachhaltiger Waldwirtschaft.

Die hinter dem FSC Siegel stehenden Prinzipien sollen gleichermaßen Ökologie, soziale Belange und ökonomische Ansprüche berücksichtigen. Sie beinhalten u.a. die Berücksichtigung traditioneller Nutzungsrechte

.....
HANDLUNGSFELDER:

Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch

.....

HERAUSGEBER:

Forest Stewardship Council (FSC)

.....

QUELLE:

www.fsc-deutschland.de

und Rechte indigener Völker, die Erstellung eines angemessenen Bewirtschaftungsplans, Maßnahmen zur Erhaltung der ökologischen Funktionen der Wälder, den Erhalt von Wäldern mit hohem Schutzwert und arbeitsrechtliche Vorgaben.

Der FSC ist eine internationale Organisation die aus Vertretern von Umweltorganisationen, Sozialverbänden und Unternehmen besteht und Arbeitsgruppen in über 80 Ländern hat. Intern ist der FSC in Umwelt-, Sozial- und Wirtschaftskammer organisiert.

Die Zertifizierung der Produkte erfolgt durch internationale und unabhängige Zertifizierungsorganisationen. Einmal jährlich findet eine Kontrolle der Betriebe und der Einhaltung des FSC-Standards statt.

Beurteilung: Die dem Zertifikat zugrunde liegenden Kriterien erfüllen anspruchsvolle Anforderungen an eine nachhaltige Forstwirtschaft. Allerdings bezieht sich das Siegel lediglich auf die Herkunft des Holzes und nicht auf die ökologische Qualität des Endprodukts. Die Vergabekriterien sowie auch das Vergabeverfahren sind öffentlich zugänglich. Die Einhaltung der Kriterien wird regelmäßig durch unabhängige Organisationen kontrolliert und Verstöße sanktioniert.

Obwohl der FSC durch seine breite Trägerschaft eine hohe Glaubwürdigkeit erzielt, wurde in der Vergangenheit verstärkt Kritik von Seiten der Umweltverbände laut: das Zertifikat werde zu leichtfertig vergeben und die Zertifizierungsfirmen nur mangelhaft kontrolliert. Unter anderem wurde dem FSC vorgeworfen, das Recht zur Kennzeichnung von Produkten mit dem FSC-Siegel an Unternehmen zu vergeben, die in Einzelfällen in schwere Menschenrechtsverletzungen verstrickt waren.

Blauer Engel



Kurzbeschreibung: Der Blaue Engel ist das älteste Umweltzeichen der Welt und kennzeichnet Produkte aus zahlreichen Bereichen wie Bauen, Büro, Mobilität, Farben, Möbel, Computer, Elektro-Kleingeräte, Papier etc. Bei der Vergabe des Zeichens wird der gesamte Lebenszyklus des Produktes in Betracht gezogen. Die Produktgruppen

werden derzeit in vier verschiedene Schutzziele eingeordnet. Seit 2009 ist gesondert gekennzeichnet, ob das Produkt Klima, Gesundheit, Wasser oder Ressourcen schützt. Das produktbezogene Logo enthält einen detaillierten Hinweis zu den relevanten Eigenschaften des Produkts, wie z. B. „weil energieeffizient“.

Inhaber des Blauen Engel ist das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Für die Entwicklung der Kriterien ist das Umweltbundesamt zuständig, das diese in enger Abstimmung mit der Jury Umweltzeichen (ein unabhängiges Beschlussgremium mit Vertretern aus Umwelt- und Verbraucherverbänden, Gewerkschaften, Industrie, Handel, Handwerk, Kommunen,

HANDLUNGSFELDER:
Umweltschutz und
Ressourcenverbrauch

HERAUSGEBER:
Jury Umweltzeichen,
Bundesministerium für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit,
Umweltbundesamt, RAL gGmbH

QUELLE:
www.blauer-engel.de

Wissenschaft, Medien, Kirchen und Bundesländern) erarbeitet. Der Blaue Engel wird durch die RAL gGmbH auf Grundlage der von der Jury Umweltzeichen beschlossenen Vergabegrundlagen vergeben.

Heute tragen rund 11.700 Produkte und Dienstleistungen in ca. 120 Produktkategorien den Blauen Engel

Beurteilung: Die spezifischen Kennzeichnungen machen es dem Verbraucher leichter zu erkennen, warum das Produkt ausgezeichnet wurde. Auf der Internetseite werden alle Vergabegrundlagen als PDF zum Herunterladen bereitgestellt. Die Entwicklung der Kriterien, die Vergabe sowie die Überprüfung erfolgen mit Hilfe externer und unabhängiger Stellen. Die Zeichennutzung ist auf 3 bis 4 Jahre beschränkt, Verstöße werden sanktioniert. Der Verbraucher kann jedoch nicht auf eine absolute Umweltfreundlichkeit des Produktes schließen, da nur Produkte gekennzeichnet werden, die im Vergleich zu anderen gleichartigen Produkten über insgesamt günstigere Umwelteigenschaften verfügen.

Global Organic Textile Standard (GOTS) Siegel



Kurzbeschreibung: Das GOTS Siegel zertifiziert Textilartikel und garantiert die Einhaltung von umwelttechnischen Anforderungen auf hohem Niveau und von Sozialkriterien entlang der gesamten textilen Produktionskette.

Entwickelt wurde das Siegel vom Internationalen Verband der Naturtextilwirtschaft (Deutschland) zusammen mit

der Soil Association (England), der Organic Trade Association (USA) und der Japan Organic Cotton Association. Um das GOTS Siegel tragen zu können, muss das Produkt aus mindestens 90% Naturfasern bestehen, höchstens 10% dürfen synthetische Fasern oder Viskose sein. Eine Ausnahme besteht für Socken, Leggings und Sportbekleidung. Diese dürfen bis zu 25% speziell gelisteter regenerierter oder synthetischer Fasern enthalten. Unabhängig davon müssen insgesamt mindesten 70% der Fasern von Pflanzen oder Tieren aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft stammen. Gentechnisch veränderte Fasern sind verboten.

Auch soziale Mindeststandards sind Teil des GOTS-Standards und werden überprüft. Unternehmen sind dazu verpflichtet, festgelegte Sozialstandards einzuhalten. Diese bauen auf den Kernarbeitsnormen der ILO auf. Zwangs- und Kinderarbeit sind ausgeschlossen, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen werden respektiert, sichere und hygienische Arbeitsbedingungen werden garantiert, Löhne für reguläre Arbeitszeiten, Überstunden und Überstundenausgleich müssen mindestens den gesetzlichen Mindestlöhnen bzw. den Industriestandards entsprechen und Arbeitszeiten haben die gültigen nationalen Gesetze und Standards einzuhalten.

HANDLUNGSFELDER:

Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch

HERAUSGEBER:

Internationaler Verband der Naturtextilwirtschaft e. V.

QUELLE:

www.global-standard.org

Neben dem GOTS Siegel wird auch der IVN-Best Standard vom Internationalen Verband für Naturtextilwirtschaft vergeben. Dieser stellt zurzeit die strengsten Anforderungen an Textilien, ist jedoch weniger verbreitet als GOTS

www.naturtextil.de

HANDLUNGSFELDER:

Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Ressourcenverbrauch

HERAUSGEBER:

Naturland

QUELLE:

www.naturland.de

Neben dem Naturland Siegel gibt es noch eine Vielzahl weiterer Siegel und Label ökologischer Anbauverbände, wie beispielsweise Bioland, Demeter oder Gäa e. V.

Eine Übersicht und weiterführende Informationen finden Sie unter:

www.label-online.de oder

www.oekolandbau.de

Beurteilung: Die GOTS Kriterien reichen über gesetzliche Vorgaben hinaus und beziehen sich auf sämtliche Schritte im Produktionsprozess. Die Einhaltung der Kriterien wird durch unabhängige Stellen regelmäßig kontrolliert. Zusätzlich finden unangekündigte Kontrollen statt, insbesondere bei Auffälligkeiten. Die Vergabekriterien und -verfahren sind für jeden zugänglich und nachvollziehbar. Alle GOTS zertifizierte Betriebe sind in einer öffentlich zugänglichen Datenbank gelistet und über die pflichtgemäße Angabe der Betriebsnummer und des Zertifizierers am GOTS-Siegel leicht auffindbar.

Naturland



Kurzbeschreibung: Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V. fördert den ökologischen Landbau weltweit. Der Verband verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz mit detaillierten Richtlinien für Erzeugung und Verarbeitung der Produkte. Der Schwerpunkt bei Naturland liegt auf der Lebensmittelproduktion. Der Verein engagiert sich aber auch in weiteren Bereichen wie Textil- und Kosmetika-Herstellung und ökologische Waldnutzung.

Die Naturland Richtlinien schließen auch sozialen Umgang mit den Menschen, die auf den Betrieben leben und arbeiten, mit ein. Die Richtlinie „Soziale Verantwortung“ beinhaltet unter anderem Vorgaben hinsichtlich der Achtung der Menschenrechte, dem Ausschluss von Zwangs- und Kinderarbeit, der Gewährung von Versammlungsfreiheit, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz und der Zahlung von gesetzlichen Mindestlöhnen. Die „Naturland Fair Richtlinien“ beruhen auf den Kerngrundsätzen der Fair-Handels-Organisationen und stellen eine freiwillige Zusatzqualifizierung für Naturland zertifizierte Erzeuger, Verarbeiter und den Handel dar.

Erzeuger und Verarbeiter werden regelmäßig, mindestens einmal pro Jahr, durch von Naturland beauftragte Kontrollstellen überprüft.

Darüber hinaus finden auch unangemeldete Stichprobenkontrollen statt. Die Kontrollen werden durch externe, staatlich zugelassene Kontrollstellen durchgeführt.

Beurteilung: Das Naturland-Siegel garantiert hohe ökologische Standards. Eine breite Beteiligung verschiedener Interessensgruppen sowie unabhängige Kontrollen gewährleisten eine hohe Glaubwürdigkeit des Zeichens. Verstöße gegen die Richtlinien werden sanktioniert. Bei Nichteinhaltung der Kriterien kann es zum Entzug der Zeichennutzungserlaubnis kommen. Sowohl Kriterien als auch das Vergabeverfahren sind umfassend dokumentiert und transparent.

EU Biosiegel



Kurzbeschreibung: Das Bio-Siegel kennzeichnet Lebensmittel aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft auf Grundlage der EG-Öko-Basisverordnung über die ökologische/biologische Produktion und Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen. Ein Produkt erhält das europäische Bio-Siegel, wenn mindestens 95 Gewichtsprozent der Inhaltsstoffe aus ökologischer Landwirtschaft stammt.

Produzenten, Verarbeiter, Importeure, Futtermittelhersteller und Handelsbetriebe von ökologischen Produkten müssen sich bei einer zugelassenen Kontrollstelle anmelden und konkrete Maßnahmen für die Einhaltung der ökologischen/biologischen Produktionsvorschriften beschreiben. Mindestens ein Mal jährlich führen unabhängige und staatlich anerkannte Kontrollbehörden oder Kontrollstellen einen Inspektionsbesuch durch. Innerhalb Deutschlands sind private Unternehmen mit den Kontrollen betraut. Diese werden von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung zugelassen und von den Kontrollbehörden der Bundesländer überwacht.

Beurteilung: Die EG-Öko-Basisverordnung berücksichtigt breite ökologische und gesundheitliche Aspekte für den gesamten Lebenszyklus von Produktion und Verarbeitung sowie des Endprodukts. Die Unabhängigkeit des Zeichens ist hinsichtlich der Entwicklung der Kriterien, seiner Herausgabe sowie der Vergabe und Kontrolle der Einhaltung der Bestimmungen des Zeichens gewährleistet. Die Kriterien sind nachprüfbar, mit klarem Bezug und angemessen veröffentlicht. Die Einhaltung der Kriterien wird regelmäßig kontrolliert und Verstöße sanktioniert.

Allerdings wird kritisiert, dass das Bio-Siegel keine Regelungen betreffend Transport enthält und Kriterien wie Biodiversität, Wasserverbrauch oder Sozialstandards nicht oder nur teilweise abdeckt.

Das EG-Bio-Siegel garantiert die Einhaltung eines Mindeststandards. Jedoch sichern traditionelle Bio-Siegel (Demeter, Naturland etc.) weit höhere Standards wie beispielsweise eine Gesamtbetriebsumstellung auf ökologischen Landbau oder die Einhaltung von Sozialstandards.

HANDLUNGSFELDER:
Umweltschutz und Ressourcenverbrauch

HERAUSGEBER:
Europäische Kommission

QUELLE:
www.bio-siegel.de

6 | Überblick über die gängigsten Branchenkodizes

CHEMISCHE INDUSTRIE:

„Responsible Care“ des International Council of Chemical Associations (ICCA) zu Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz in der internationalen Chemischen Industrie seit 1985. www.responsiblecare.org

ELEKTROTECHNIK UND ELEKTRONIKINDUSTRIE:

„ZVEI Code of Conduct“ des Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V.

www.zvei.org/Themen/GesellschaftUndUmwelt/Seiten/ZVEI-Code-of-Conduct.aspx

Electronic Industry Code of Conduct – EICC
Verhaltenskodex der Elektronikindustrie

www.eicc.info/documents/EICCCodeofConductGerman.pdf

HOLZVERARBEITENDE INDUSTRIE:

Code of Conduct der European Confederation of Woodworking Industries (CEI-BOIS) und der European Federation of Building and Woodworkers (EFBWW) für die europäische Holzverarbeitende Industrie.

www.eesc.europa.eu/self-and-coregulation/documents/codes/private/011-private-act.pdf

KAFFEE-INDUSTRIE:

„Common Code for the Coffee Community“ der 4C Association for a better coffee world.

www.4c-coffeeassociation.org/document-library/documents.html

LEDERINDUSTRIE:

Code of Conduct des Europäischen Verbandes der Gerbervereinigungen (COTANCE) und des Europäischen Gewerkschaftsverbandes: Textil, Bekleidung, Leder (EGV:TBL) für die europäische Lederindustrie von 2000.

www.euroleather.com/ccgerman.htm

SCHUHINDUSTRIE:

Code of Conduct der European Confederation of the Footwear Industry (CEC) und der European Trade Union Federation of Textiles, Clothing and Leather (ETUF:TCL) für die europäische Schuhindustrie aus dem Jahr 2000.

www.cecshoe.be/cecshoe_unclass

SPIELZEUGINDUSTRIE:

Code of Business Practices des International Council of Toy Industries (ICTI) zu Arbeitsbedingungen und Umweltschutz in der internationalen Spielzeug-Industrie.

www.toy-icti.org/info/codeofbusinesspractices.html

TEXTIL- UND BEKLEIDUNGSINDUSTRIE:

Code of Conduct des Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V.

www.textil-mode.de/deutsch/Themen/Code-of-Conduct/-/CSR/Code-of-Conduct/K492.htm

ZUCKER-INDUSTRIE:

Code of Conduct des Comité Européen des Fabricants de Sucre (CEFS) und der European Federation of Trade Unions in the Food, Agriculture and Tourism sectors and allied branches (EFFAT) zu sozialen Mindeststandards in der europäischen Zucker-Industrie.

www.comitesucre.org/www/pdf/code_de.pdf

7 | Quellennachweise

COC-RUNDER-TISCH (2004): Ratgeber Verhaltenskodizes zu Sozialstandards. Im Internet abrufbar unter:
www.coc-runder-tisch.de/coc-runder-tisch/inhalte/publikationen_rt/Ratgeber_Sozialstandards_2004_dt.pdf

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT (GIZ) GMBH: Kompass Nachhaltigkeit kleine und mittelständische Unternehmen;
<http://kmu.kompass-nachhaltigkeit.de/>

DGCN DEUTSCHES GLOBAL COMPACT NETZWERK (2010): Schwerpunktthema Sustainability in the Supply Chain:
www.globalcompact.de/fileadmin/PDFs/DGCN_SP_10_SCM_/BRICS_/Hintergrundpapier.pdf

EUROPÄISCHE KOMMISSION (2006): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat und den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss. Umsetzung der Partnerschaft für Wachstum und Beschäftigung: Europa soll auf dem Gebiet der sozialen Verantwortung der Unternehmen führend werden. Brüssel, 22.03.2006. KOM (2006) 136 endgültig.

EUROPÄISCHE KOMMISSION (2011): Mitteilung „A renewed EU strategy 2011 - 14 for Corporate Social Responsibility“. Brüssel, 25.10.2011. KOM (2011) 681.

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG / UTZ, B. (HRSG.) (2010): Handbuch der Menschenrechtsarbeit Edition 2010 / 2011.
<http://library.fes.de/pdf-files/iez/07633.pdf>

ILO (2005): Decent work – Safe work. Einführungsbericht zum XVII. Weltkongress über Arbeitsschutz,
www.ilo.org/public/english/protection/safework/wdcongrs17/intrep.pdf

IRREK, W. & KRISTOF, K. (2008): Ressourceneffizienz: Warum sie verdient, viel schneller umgesetzt zu werden.,
www.wupperinst.org/uploads/tx_wibeitrag/WP176.pdf

ISO 26000: DIN ISO 26000:2011: Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung, Berlin: Beuth Verlag.

KOPYTZIOK, N. (2009): Ressourcenschutz als globale Aufgabe. Im Umgang mit den Rohstoffen unserer Erde müssen Gerechtigkeit und Verantwortung eingefordert werden, ReSource, Vol. 4, 58–61.

TRANSPARENCY INTERNATIONAL DEUTSCHLAND E.V., AG WIRTSCHAFT (2010): Checkliste für „Self Audits“ zur Korruptionsprävention in Unternehmen,
www.transparency.de/fileadmin/pdfs/Themen/Wirtschaft/Checkliste_Self-Audits_TID.pdf

WEED WELTWIRTSCHAFT, ÖKOLOGIE & ENTWICKLUNG (2010): Selbstmordserie bei Foxconn,
www.pcglobal.org/files/Pressemitteilung_Foxconn.pdf

WUPPERTAL-INSTITUT FÜR KLIMA, BUND FÜR UMWELT U. NATURSCHUTZ & ET AL. (HRSG.) (2009): Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt: Ein Anstoß zur gesellschaftlichen Debatte, Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag, 3. Auflage.

