



Bundesministerium
für Arbeit und Soziales

CSR
Made in
Germany



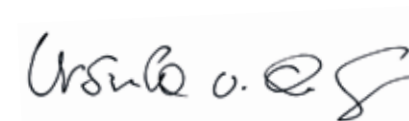
CSR
Made in Germany

Grußwort

„CSR – Made in Germany“ steht für die vielen Unternehmen in Deutschland, die sich Corporate Social Responsibility, also gesellschaftliche Verantwortung, auf ihre Fahnen geschrieben haben. Es ist DAS Qualitätsmerkmal für nachhaltiges Wirtschaften. Verantwortungsbewusste Unternehmen reduzieren den so genannten „ökologischen Fußabdruck“, achten auf faire Arbeits- und Sozialstandards und engagieren sich gesellschaftlich an ihren Standorten.

CSR bedeutet freiwilligen Einsatz, der weit über das gesetzlich Geforderte hinausgeht. Das hilft nicht nur Umwelt und Gesellschaft, sondern auch den Unternehmen selbst: Denn Konzerne handeln in ihrem ureigensten Interesse, wenn sie etwa Energie einsparen und damit ihre Produktionskosten senken, oder auch durch soziales Engagement ihren Mitarbeitern das gute Gefühl geben, für ein besonders aktives und verantwortungsbewusstes Unternehmen zu arbeiten.

Wirtschaftlicher Erfolg und Nachhaltigkeit gehören zusammen, heute mehr als je zuvor. Anhand vieler konkreter Praxisbeispiele zeigt diese Publikation, wie Unternehmen, Politik, Zivilgesellschaft und Forschung gemeinsam „CSR – Made in Germany“ ausgestalten. Ich wünsche Ihnen interessante Einblicke und neue Anregungen!




*Dr. Ursula von der Leyen,
Bundesministerin für Arbeit und Soziales*

Inhalt

Grußwort
3 Dr. Ursula von der Leyen

Deutsche Perspektive

- 6 Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung
- 8 Der Aktionsplan „CSR in Deutschland“
- 9 CSR als Querschnittsthema herkömmlicher Politikstrukturen
- 10 Rio 1992 – 2012: Blick zurück in die Zukunft
- 14 CSR in Deutschland – Tradition, Aktualität und Herausforderungen
- 20 Warum der Ehrbare Kaufmann am Ende gewinnt

Klimawandel

- 24 Weltmeister in Ressourceneffizienz
- 26 EnBW: Offshore-Technologie im Kontext der Energiewende
- 28 Bayer: Intelligente Technologien für den Klimaschutz
- 29 Evonik: Anpassung an den Klimawandel
- 30 „Die deutsche Klimapolitik muss kohärent und transparent werden“
- 32 Fraunhofer Institute: Lösungen für nachhaltige Mobilität

Gute Arbeit

- 36 Verantwortungsvolle Marktteilnehmer profitieren von fairer Arbeit
- 38 Bosch – ein Jahrhundert sozialverantwortlicher Arbeitgeber
- 40 Deutsche Telekom: Frauenkarrieren fördern
- 41 IG BCE: Globalisierung der gesellschaftlichen Verantwortung
- 42 Volkswagen als Corporate Citizen in einer globalen Welt

Globale Standards

- 46 Verantwortliches Unternehmertum im globalen Kontext
- 48 Der Baumwolle ein menschliches Gesicht geben
- 50 Der Runde Tisch Verhaltenskodizes
- 52 TÜV Rheinland: FIT⁵ – Programm zur Verbesserung der Abläufe in chinesischen Fabriken
- 53 Korruption in Unternehmen

Nachhaltiger Konsum

- 56 CSR und Verbraucher – eine neue Kultur des Zusammenwirkens
- 58 Ideenwettbewerb durch Konkurrenz
- 60 Der nachhaltige Warenkorb
- 61 Bionade – Für die Region und für die Umwelt
- 62 Erfolg durch Tradition und Überzeugung

Gesellschaftliche Verantwortung

- 66 Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung, um Gerechtigkeit in der Globalisierung zu erreichen
- 68 „Es gibt viele Unternehmer, die mit ihrem Namen für gesellschaftliche Verantwortung stehen“
- 70 „Living Responsibility“ bei Deutsche Post DHL
- 72 BASF: Erträge durch Nachhaltigkeit sichern
- 74 Wasser für Megacities
- 76 Mercedes-Benz: Siyakhana-Projekt



Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung

Von Johannes Geismann

Die Bundesregierung hat sich im CSR-Aktionsplan zum Ziel gesetzt, dass mehr Unternehmen ihre gesellschaftliche Verantwortung erkennen und nutzen, um ihre Geschäftsstrategie nachhaltig zu gestalten. Damit steht CSR in engem Zusammenhang mit der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie.

Die Nachhaltigkeitsstrategie wurde 2002 anlässlich des Weltgipfels der Vereinten Nationen in Johannesburg beschlossen und seitdem regelmäßig weiterentwickelt, zuletzt in einem Fortschrittsbericht Anfang 2012. Sie zielt auf die Verankerung von Nachhaltigkeit als einem politischen Leitprinzip in den verschiedensten Bereichen. Da die vielfältigen politischen Herausforderungen nicht von einer Strategie allein abgedeckt werden können, muss Nachhaltigkeit bei anderen Strategien und Entscheidungen jeweils mitbedacht werden.

Die Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf einer klaren Prämisse: Was wir heute tun, darf nachfolgenden Generationen nicht die Chancen auf ein Leben in Wohlstand und in einer intakten Umwelt nehmen. Um die Lebensgrundlagen zu erhalten, müssen Entscheidungen unter den drei Gesichtspunkten Wirtschaft, Umwelt und Soziales gleichermaßen dauerhaft tragfähig sein.

Die Federführung für Nachhaltigkeit liegt innerhalb der Bundesregierung direkt beim Bundeskanzleramt. Dies ist nicht nur Folge des Querschnittscharakters der Strategie, die alle Politikbereiche gleichermaßen betrifft; vor allem ist es Ausdruck der politischen Bedeutung, die Nachhaltigkeit zugemessen wird.

Zentrale Steuerungsinstanz zur Strategie ist ein vom Chef des Bundeskanzleramtes geleiteter Staatssekretärsausschuss, in dem alle Ressorts vertreten sind. Auf der Basis von langfristigen Arbeitsprogrammen werden in diesem Rahmen einzelne Nachhaltigkeitsthemen unter Einbezug externen Sachverständs behandelt. Alle Ressorts wirken dabei mit, die Strategie umzusetzen und weiterzuentwickeln.

Dies gilt insbesondere für den Anfang 2012 beschlossenen neuen Fortschrittsbericht zur Nachhaltigkeitsstrategie. Schwerpunkte des Berichts sind nachhaltiges Wirtschaften, Klima und Energie sowie nachhaltige Wasserpolitik. Damit befasst sich die Nachhaltigkeitsstrategie mit Themen, die im Juni 2012 bei der Konferenz der Vereinten Nationen in Rio de Janeiro im Rahmen des Schwerpunktthemas „Green Economy im Kontext nachhaltiger Entwicklung und Armutsreduzierung“ vorangebracht werden sollen.



Im Fortschrittsbericht 2012 zeigt die Bundesregierung die Bedeutung von Nachhaltigkeit in den einzelnen Politikbereichen. Der Fortschritt der Strategie wird anhand von Indikatoren für 21 Themenbereiche nachvollzogen, die insgesamt 38 Ziele umfassen. Die aktuelle unabhängige Analyse des Statistischen Bundesamtes zeigt positive Entwicklungen etwa im Klimaschutz, bei der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit oder bei der Erwerbstätigkeitsquote Älterer.

Ein wertvolles Instrument zur Verknüpfung der Strategie mit der Rechsetzung ist die Nachhaltigkeitsprüfung. Seit 2009 wird bei jedem Gesetz und bei jeder Rechtsverordnung im Rahmen der sogenannten Gesetzesfolgenabschätzung danach gefragt, welche Auswirkungen das Vorhaben auf Aspekte nachhaltiger Entwicklung hat. Die Ergebnisse werden dann von einem beim Bundestag eingerichteten Parlamentarischen Beirat für nachhaltige Entwicklung kontrolliert.

Die Bundesregierung beteiligt die Öffentlichkeit intensiv bei der Weiterentwicklung der Strategie und engagiert sich

auf allen Ebenen für die Stärkung der Zusammenarbeit zu Nachhaltigkeit. Denn letztlich kann Nachhaltigkeit von der Bundesregierung nicht verordnet werden. Erforderlich ist eine gemeinschaftliche Anstrengung von Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Hier liegt auch der besondere Wert der Aktivitäten von Unternehmen im Rahmen von CSR. Sie übernehmen über gesetzliche Vorgaben hinaus freiwillig gesellschaftliche Verantwortung und leisten so einen wichtigen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.



Johannes Geismann ist Leiter der Abteilung 3 (Sozial-, Gesundheits-, Arbeitsmarkt-, Infrastruktur- und Gesellschaftspolitik) im Bundeskanzleramt

Der Aktionsplan „CSR in Deutschland“

Mit der Entwicklung einer Nationalen Strategie zur Förderung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) in Deutschland soll ein Beitrag zur Bewältigung der zentralen Herausforderungen in einer globalisierten Welt des 21. Jahrhunderts geleistet werden. Dazu zählen etwa Antworten auf den Klimawandel, gute und faire Arbeitsverhältnisse, global verbindliche Arbeits- und Sozialstandards, die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch bürgerschaftliches Engagement und Corporate Citizenship sowie vor allem nachhaltiger Konsum.

Die Bundesregierung hat daher am 6. Oktober 2010 einen Aktionsplan „CSR in Deutschland“ beschlossen. Dieser soll CSR-Aktivitäten der Unternehmen fördern und besser sichtbar machen. Er beruht auf den Empfehlungen des Nationalen CSR-Forums, eines Beratergremiums des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS). Federführendes Ressort für den Prozess der Entwicklung und Umsetzung des Aktionsplans CSR innerhalb der Bundesregierung ist das Bundesministerium für Arbeit und Soziales.

Mit dem Aktionsplan will die Bundesregierung die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland festigen und ausbauen. Dabei gilt es, verantwortungsbewusst handelnde Unternehmen in ihrer Vorbildrolle zu stärken, weitere Anreize zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zu schaffen sowie Hilfestellungen zur Übersetzung des CSR-Begriffs in das unternehmerische Alltagshandeln zu bieten.

Der Aktionsplan baut auf bestehenden CSR-Initiativen und Netzwerken von Bundesregierung, Wirtschaft und Zivilge-

sellschaft auf. Denn zum Erfolg von CSR braucht es engagierte Unternehmen, die CSR in ihre Unternehmensstrategie integriert haben; eine lebendige Zivilgesellschaft, die CSR einfordert und belohnt sowie eine aktive Politik, die gesellschaftliche Ziele formuliert und ein positives Umfeld für CSR schafft. CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig. Wenn alle gesellschaftlichen Gruppen ihrer Verantwortung gerecht werden, dann lassen sich die globalen Herausforderungen gemeinsam meistern – zum gegenseitigen Vorteil ökonomischer, sozialer und ökologischer Ziele. Dieser Dreiklang ist die Grundidee, die hinter CSR steht.

Mit dem Aktionsplan „CSR in Deutschland“ verfolgt die Bundesregierung die strategische Intention,

- CSR in Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung besser zu verankern,
- verstärkt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) für CSR zu gewinnen,
- die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR zu erhöhen,
- politische Rahmenbedingungen für CSR zu optimieren und
- einen Beitrag zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung zu leisten.

Für die Umsetzung des CSR-Aktionsplans ist der Bundesregierung wichtig, bestehende Strukturen zu nutzen, den Aufbau von Parallelstrukturen zu vermeiden und Synergien herzustellen. Der Multistakeholder-Ansatz hat sich bei der Förderung von gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung als außerordentlich lohnend erwiesen und bürgt für den kontinuierlichen Dialog mit allen beteiligten Akteurinnen und Akteuren sowie gesellschaftlichen Gruppen. Das Nationale CSR-Forum wird vor diesem Hintergrund auch nach Übergabe des Empfehlungsberichts an die Bundesregierung fortgeführt werden. Eine vorrangige Aufgabe des Forums wird darin bestehen, die Bundesregierung bei der Umsetzung des vorliegenden Aktionsplans mit Rat und Tat zu unterstützen. Denn der Aktionsplan „CSR in Deutschland“ wird umso stärkere Schubkraft für ein nachhaltiges Wirtschaften entfalten, je geschlossener die unterschiedlichen gesellschaftlichen Kräfte an dessen Umsetzung mitwirken und als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren eine unverzichtbare Rolle einnehmen.

CSR als Querschnittsthema herkömmlicher Politikstrukturen

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) hat das Nationale CSR-Forum gegründet, um zur Entwicklung der Nationalen CSR-Strategie beizutragen. Es unterstützt die Einbeziehung der maßgeblichen Akteurinnen und Akteure aus der Wirtschaft im Diskurs über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Ferner soll es eine Dialogplattform schaffen. Wir sprachen mit Forumsmitglied Birgit Riess von der Bertelsmann Stiftung über ihre Erfahrungen und Einschätzungen.

» *Worin bestand das Ziel des CSR-Forums? Und worin der Beitrag der Arbeitsgruppe zur nationalen CSR-Strategie?*

Birgit Riess: Das erste Ziel war, ein gemeinsames Verständnis von CSR zu entwickeln. Es soll als Grundlage der weiteren Zusammenarbeit im Forum dienen.

Die heterogene Zusammensetzung des Forums war zwar eine Herausforderung, aber auch eine Chance – der Austausch war sehr konstruktiv. In den folgenden Sitzungen des CSR-Forums einigten sich die Teilnehmer auf sechs politische Handlungsbereiche. Die Forumsmitglieder und weitere Fachleute erarbeiteten genaue und konkrete Ziele, Themen sowie weitere Instrumente und Maßnahmen für bestimmte Tätigkeitsfelder auf der Grundlage von Anhörungen, wissenschaftlicher Expertise und Diskussionen. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen bilden die Grundlage des Empfehlungsberichts des CSR-Forums an die Bundesministerin für

Arbeit und Soziales, Ursula von der Leyen, der ihr am 1. Juli 2010 übermittelt wurde.

» *Die deutsche CSR-Strategie führt zahlreiche Handlungsfelder zusammen. Liegt darin eine Chance, politische Rahmenbedingungen für Unternehmensverantwortung zu schaffen?*

Mit der nationalen CSR-Strategie wurden bislang zusammenhanglose Initiativen auf unterschiedlichen politischen Feldern zusammengeführt. Des Weiteren setzt die Strategie einen Schwerpunkt auf die zentralen Handlungsfelder der verschiedenen Initiativen. Mit der klaren Definition der politischen Rahmenbedingungen für das Engagement von Unternehmen trägt sie dazu bei, das Potenzial der CSR wirksamer auszuschöpfen. Die Bundesregierung muss anhand des Ausmaßes der Abstimmung zwischen den zuständigen Stellen in Bezug auf die Umsetzung der nationalen CSR-Strategie beurteilt werden. Wie Aristoteles sagt, „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“ – der Abstimmungsbedarf in diesem Kontext verlangt mehr als eine kompakte Darstellung von Einzelaktivitäten unterschiedlicher Ministerien. Die Koordinierung muss Einigkeit hinsichtlich des Umfangs erzielen, in dem einzelne Maßnahmen Synergien entfalten können. Des Weiteren würde sich eine Übereinstimmung zwischen Bundes- und Länderebene empfehlen. Um diese Entwicklung zu unterstützen, ist es notwendig, CSR als Querschnittsthema in den herkömmlichen politischen Strukturen (die zuweilen ihrer eigenen Logik folgen) zu verankern.



Birgit Riess

Birgit Riess ist Direktorin der Bertelsmann Stiftung und Mitglied im CSR Forum.

» *Das Forum will die Bundesregierung bei künftigen CSR-Themen beraten. Was genau haben Sie vor? Wie kann das CSR-Forum dazu beitragen, Fortschritte zu messen und zu vermitteln?*

Das CSR-Forum unterstützt die Umsetzung der CSR-Strategie als unabhängiges Beratungsgremium der Bundesregierung. Es gewährleistet den fortgesetzten Dialog über CSR zwischen den Akteuren in Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft sowie die Prüfung neuer Fragen zu aktuellen Themen, beispielsweise des deutschen Beitrags zu Rio+20.

Ferner werden die Mitglieder des CSR-Forums in die Umsetzung der CSR-Strategien einbezogen. Ein Beispiel ist das Programm des Europäischen Sozialfonds – es betrifft die Unterstützung und gesellschaftliche Verantwortung kleinerer und mittlerer Unternehmen. Auf diese Weise können bestehende Initiativen und Netzwerke ihre spezifischen Kompetenzen einbringen, lassen sich vorhandene Strukturen nutzen und Synergien schaffen.

Rio 1992–2012: Blick zurück in die Zukunft.



Von Hans-Peter Repnik

Das Konzept der nachhaltigen Entwicklung erlangte zum ersten Mal in den Achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts internationale Aufmerksamkeit, als die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen sie zur zentralen Idee ihrer Überlegungen machte, indem sie sie als Entwicklung definierte, die den Bedürfnissen der Gegenwart gerecht wird, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen aufs Spiel zu setzen. Das Konzept verbindet die Sorgen um die Tragfähigkeit der Ökosysteme mit den sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen, denen sich die Menschheit stellen muss – wie z.B. Gleichheit und Gerechtigkeit innerhalb einer Generation und zwischen den Generationen.

Auf dem Weltgipfel in Rio de Janeiro 1992 wurde dieses Konzept weiter entwickelt zu einer Reihe von Prinzipien (den Rio-Prinzipien) und einem Aktionsprogramm (Agenda 21). Es löste wichtige internationale Prozesse aus, sei es im Bereich Klima und Artenvielfalt, sei es bei der lokalen Umsetzung der Agenda 21. Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion wurden als übergreifendes Thema für die Verbindung von umwelt- und entwicklungspolitischen Herausforderungen und als entscheidende Voraussetzung für die Verwirklichung der Nachhaltigkeit erkannt. „Die Hauptursache für die allmähliche Verschlechterung der globalen Umwelt liegt in den nicht nachhaltigen Verbrauchs- und Produktionsmustern, insbesondere in den Industrieländern; dies gibt Anlass zu großer Sorge und verschlimmert Armut und Ungleichgewichte in der Welt.“

1992 waren sich die politischen Führer in Rio einig, dass die Nachhaltigkeit auch die Wirtschaft mit einschließt. Aber Prozesse wie die weltweiten Bemühungen für nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion konnten den durch die Globalisierung der Wirtschaft verursachten schweren Rückschlägen, die die Grenzen des Planeten ignorierten, nichts entgegensetzen. Die Auswirkungen sind weltweit spürbar und machen es schwerer, eine nachhaltige Entwicklung und die Millenniumsentwicklungsziele zu erreichen, beispielsweise auch durch die Störung des Klimasystems, die Erschöpfung natürlicher Ressourcen und die Versagung der Menschenrechte (z.B. auf Bildung und menschenwürdige Arbeit). Als Reaktion auf die neuen Heraus-

forderungen, die sich durch das Auftauchen von vielfältigen in einem inneren Zusammenhang stehenden Weltkrisen stellen – u.a. in den Bereichen Umwelt, Klima, Nahrungsmittel, Wasser, Finanzen und Wirtschaft – wurde das Konzept einer „grünen Wirtschaft“ entwickelt.

Die Erklärung von Johannesburg über nachhaltige Entwicklung (2002) fordert die Erarbeitung eines 10-Jahres-Rahmens von Programmen, um den Übergang zu nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Produktion zu beschleunigen. 2003 wurde der globale und informelle Multistakeholder-Marrakesch-Prozess (zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsmuster) ins Leben gerufen. Er soll die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen, Programmen und Projekten zu nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Produktion fördern sowie zur Entwicklung des Zehnjahresrahmens beitragen. Deutschland hat in vielfältiger Art und Weise am Marrakesch-Prozess mitgewirkt. Es ist Partnerschaften mit einer Reihe internationaler Institutionen eingegangen, um einen afrikanischen Öko-Label-Ansatz zu entwickeln, der angemessene Umwelt- und Sozialstandards im Produktionsprozess fördert und bei der Sicherstellung eines besseren Marktzugangs für nachhaltige Produkte auf regionalen und globalen Märkten hilft. Als Mitglied der Arbeitsgruppen für nachhaltige Lebensformen und nachhaltige Produkte ist Deutschland beteiligt an der Bereitstellung und dem Austausch von Sachverstand und Erfahrungen, um so zu einer umfassenderen internationalen Kooperation zu gelangen.

Abstimmung für eine Agenda Rio +20

Der Gipfel von Rio überbrückte 1992 zum ersten Mal den Graben zwischen Umwelt und Entwicklung. Jetzt, 20 Jahre später, soll sich die VN-Konferenz über Nachhaltige Entwicklung in Rio 2012 auf die Wirtschaft konzentrieren. Grüne inklusive Volkswirtschaften vor dem Hintergrund von nachhaltiger Entwicklung und Armutsbekämpfung zu entwickeln, ist eines der Hauptthemen der Konferenz. Sie wird zur Zeit als Rio+20 bezeichnet, eine Formulierung, die Kontinuität und den zwanzigsten Jahrestag hervorheben soll. Natürlich wird Rio+20 die Fortschritte der letzten 20 Jahre bewerten und Umsetzungsversäumnisse und

-probleme analysieren müssen. Aber es steht viel mehr auf dem Spiel, wenn man in unserer interdependenten Welt Wahlmöglichkeiten anbietet, um eine klare Vision für die nächsten 20 Jahre zu erhalten. Es müssen neue Mittel und Wege für eine nachhaltige Entwicklung gefunden werden.

Ich vermute, dass wir so kurz vor Rio+20 mit dieser Zukunftsorientierung die Offenheit bei der allgemeineren Betrachtung der Agenda für nachhaltige Entwicklung unterstreichen. Die betroffenen Akteure müssen sich in „gemeinsamer, aber differenzierter Verantwortung“ in der Regierung und der Region engagieren und als Protagonisten innerhalb ihrer Einflussbereiche agieren. Rio+20 wird einen Prozess einläuten, mit dem allmählich immer mehr in natürliches und gesellschaftliches Kapital investiert und der Schutz dieses Kapitals gefördert wird. Die Herausforderung besteht darin, Wirtschaftswachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen inklusiv und in Übereinstimmung mit den Ökosystemdienstleistungen zu gestalten.

Es gibt nicht nur den einen Weg in die Zukunft, den alle Länder gleichermaßen einschlagen können. Der Begriff der gemeinsamen, aber differenzierten Verantwortung, der zuerst auf dem Weltgipfel in Rio 1992 verkündet wurde, ermutigt alle Nationen, den ihnen angemessenen Weg zu finden, um die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung zu erfüllen.

Gewonnene Erkenntnis: Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex

Die Wirtschaft muss einbezogen werden. Die heutige Wirtschaft ist charakterisiert durch Globalisierung und Megatrends, von denen nur einige antizipiert werden können. Die Gesellschaft wird durch Investmenttrends und -strategien verletzt. Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat uns allen die Risiken vor Augen geführt. Die Paradigmen, die in den vergangenen Jahrzehnten kritiklos akzeptiert wurden – Freiheit, Freiwilligkeit und unbegrenztes Vertrauen in die unsichtbaren Marktkräfte – sind ins Wanken geraten. Die Wirtschaft braucht heute mehr denn je

einen modernen Rahmen für ihr unternehmerisches Handeln. Wenn dieser Rahmen nicht klar definiert ist, wird die Investitionslücke kaum geschlossen werden können. Ein Akteur, der hierdurch einen möglichen Nutzen hätte, ist der Kapitalmarkt.

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung hat den Deutschen Nachhaltigkeitskodex in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit Vertretern der Wirtschaft und der Kapitalmärkte erarbeitet. Hierbei handelt es sich um einen spezifischen Beitrag zu einer nachhaltigen Wirtschaft. Der Kodex stellt 20 Kriterien vor, und dieser Transparenzstandard beschreibt die Kernthemen eines nachhaltigen Managements und liefert die wesentlichen Leistungsindikatoren für umwelt-, gesellschafts- und regierungspolitische Aspekte mithilfe von 20 Indikatoren der Europäischen Vereinigung der Finanzanalysten-Gesellschaften und 27 Indikatoren der Globalen Berichterstattungsinitiative. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex hilft Anlegern und sonstigen Akteuren, nachhaltiges, auf Langfristigkeit angelegtes, unternehmerisches Handeln sowie Anlagerisiken und -chancen besser zu beurteilen.

Rio+20 wird ein Erfolg, wenn das Konzept einer grünen Wirtschaft mit konkreten Visionen, Wegen und Plänen zur Erreichung einer nachhaltigen Entwicklung angefüllt wird. Unternehmen und Anleger brauchen Planungssicherheit für ihre Investitionen. Vor diesem Hintergrund kann der Deutsche Nachhaltigkeitskodex dazu beitragen, mehr Freiheit für unternehmerisches Handeln zu erreichen. So soll ein Markt entstehen, der nachhaltiges unternehmerisches Handeln honoriert.

Nachhaltigkeitsmanagementverfahren in Politik und Wirtschaft

Führende Politiker, Unternehmer und die Zivilgesellschaft müssen mehr tun, um den globalen Herausforderungen des Klimawandels, des Raubbaus an den natürlichen Ressourcen und dem wachsenden Abstand zwischen Arm und Reich zu begegnen. Eine inklusive und nachhaltige Wirtschaft zu schaffen, ist gleichermaßen eine Zielvorgabe und ein Prozess. Der Fokus muss auf neue Formen technischer Innovation, auf Wege zur Förderung größerer Energieeffizienz und auf die Stärkung sozialer

Maßnahmen zur Sicherstellung sozialer und fiskaler Stabilität und Kohäsion gerichtet werden. Was benötigt wird, sind Investitionen in visionäre Kompetenzen, in neue und sinnvolle Anstrengungen im Bereich Kooperation und Kommunikation zwischen Politik, Geschäftsunternehmen, Wissenschaft und Gesellschaft.

Ansätze für eine grünere Wirtschaft sollten auf kollektiver Verantwortung und Rechenschaftspflicht aufbauen. Dies muss ein hervorstechendes Merkmal unserer Kultur werden. Man muss bei denjenigen, die heute unsere Wirtschaft lenken, anfangen. Dieser Ansatz ist auch eine Voraussetzung für moderne, partnerschaftliche Politikgestaltung.

Die wohlbekannte Definition von Nachhaltigkeit, die die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung verfasste, enthält auch einige nicht so bekannte Aspekte: „Im Wesentlichen ist nachhaltige Entwicklung ein Prozess ständigen Wandels, dessen Ziel darin besteht, die Ausbeutung der Ressourcen, den Investitionsfluss, die Ausrichtung der technologischen Entwicklung und die institutionellen Veränderungen mit künftigen und gegenwärtigen Bedürfnissen in Einklang zu bringen.“ Die Forderung, die Entwicklung „nachhaltig“ zu gestalten, gilt für alle Menschen und Länder. Diese 1987 schriftlich niedergelegten Ziele gelten auch heute noch. Sollte dies 20 Jahre nach dem Gipfel in Rio 2012 immer noch die Realität sein, wird die Vision von 1987 endlich wahr geworden sein. Wir müssen Fortschritte machen – um unserer Unternehmen willen, um unserer Gesellschaft und um unseres Planeten willen.



Hans-Peter Repnik war bis 2011 Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung (RNE).



Die United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), auch bekannt als Rio-Gipfel, war 1992 eine große UN-Konferenz in Rio de Janeiro.

CSR in Deutschland – Tradition, Aktualität und Herausforderungen



Von Prof. Dr. Josef Wieland

Jede Gesellschaft beruht auf einem moralischen Konsens ihrer Mitglieder. Er ist von gemeinsamen Werten und der Einsicht geprägt, dass moralische Anarchie Gesellschaft und Wirtschaft zerstören. Gerechtigkeit, Fairness, Ehrlichkeit, Integrität und Verantwortlichkeit, das sind Werte, die das Rückgrat sozialer Gemeinschaft bilden. Individuen und auch Organisationen sind aufgerufen, sich in ihrem Handeln und Entscheiden an ihnen zu orientieren und damit einen Beitrag zu deren Stabilität zu leisten. Das gilt auch für die Akteure der Wirtschaft, und es gilt vor allem auch in der Wirtschaftskrise. Die gelegentlich kursierende Idee, mit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise habe sich das Thema „Corporate Social Responsibility“ (CSR) erledigt, ist trügerisch. Eine produktive Bewältigung der Krise kann nur gelingen, wenn der moralische „common sense“ und der Wille und die Fähigkeit zur Kooperation zum wechselseitigen Vorteil erhalten bleiben.

Dass Unternehmen in diesem Sinne gesellschaftliche Verantwortung tragen, definiert geradezu das Grundverständnis dieses Konsenses in Deutschland. Es prägt bis auf den heutigen Tag die tägliche Praxis in den Unternehmen, die als Sozialpartnerschaft verstanden und gelebt wird und die auf den Erhalt und die Entwicklung von Arbeits-, Qualifizierungs- und Sozialstandards gerichtet ist. Eine deutsche Besonderheit liegt dabei im stark institutionalisierten und kooperativen Charakter des Managements dieser Form gesellschaftlicher Verantwortung, die man genauer als soziale Verantwortung bezeichnen sollte. Arbeitgeber, Arbeitnehmer, Verbände und Gewerkschaften gestalten auf Unternehmens- und Gesellschaftsebene, idealerweise im Konsens, die Arbeits- und Lebenswelt in der Sozialen Marktwirtschaft durch rechtlich bindende Vereinbarungen. Politik und Staat fördern diese Kooperation aktiv durch eine entsprechende gesetzliche sozialpolitische Rahmenordnung. Für dieses Modell hat sich in der angelsächsischen Literatur die Bezeichnung „Rheinischer Kapitalismus“ eingebürgert. Seine moralischen Hauptprinzipien waren und sind die Beteiligungs- und Verteilungsgerechtigkeit, also Mitbestimmung und Mitwirkung für alle am Unternehmen beteiligte Gruppen und Schutz gegen Lebensrisiken. In den vergangenen Jahren wurde oft betont, dass der Erhalt des sozialen Friedens der öko-

nomische Vorteil dieses korporativen Modells sei. Aber es hat sich in der Bewältigung der Wirtschaftskrisen der Gegenwart gezeigt, dass es auch eine ökonomisch effiziente und effektive Form der Corporate Governance sein kann. Dies also – Soziale Marktwirtschaft und Sozialpartnerschaft – ist die tradierte erste Welt der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch die Unternehmen in Deutschland. CSR Made in Germany lässt sich nicht verstehen ohne die Tradition der Integration von ökonomischer Wohlfahrt, unternehmerischem Erfolg und Verantwortung für die Gesellschaft.

Globale, nationale und regionale Herausforderungen

Der soeben skizzierte moralische Konsens und seine gesellschaftliche Institutionalisierung, die den Rheinischen Kapitalismus tragen, sind in den letzten Jahren durch die Fakten eines globalen Wettbewerbs um wirtschaftlichen Erfolg und den damit einhergehenden Krisen zwar unter Reformdruck geraten, aber nicht zerbrochen. Es ist jedoch unbestreitbar, dass sich die Bedingungen und Aufgabenfelder für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen in der Globalisierung grundlegend weiter entwickelt haben.

In der Gesellschaft haben neue Akteure die öffentliche Arena betreten und betreiben als Nichtregierungsorganisationen (NGO's) eine Vielzahl von Themen, die sich nicht auf Beteiligungs- und Verteilungsgerechtigkeit innerhalb deutscher Unternehmen reduzieren lassen. Die Herausforderungen der Wissensgesellschaft und einer nachhaltigen Wirtschaftsweise, der demografischen und der sozialen Entwicklung können auch in Deutschland nur bewältigt werden, wenn es gelingt, das Engagement aller sozialen Akteure zu vernetzen.

Hinzu kommt, dass menschenwürdige Arbeitsbedingungen und angemessene Löhne, Sozialstandards und Menschenrechte, Umweltbedingungen und Wasserversorgung Herausforderungen sind, mit denen sich heute deutsche Unternehmen beim Aufbau weltweiter Wertschöpfungsketten konfrontiert sehen. Der Diskurs und Dialog mit allen involvierten und relevanten gesellschaftlichen, nicht nur wirtschaftlichen, Interessen-

gruppen, ist die Governancestruktur für die Wahrnehmung gesellschaftlicher, also nicht nur sozialer, Verantwortung durch die Unternehmen.

Begriffe wie „Multi Stakeholder Dialog“, „CSR-Standards“ und „ISO 26000 SR“ sind heute in Deutschland fest etabliert und zeigen an, dass viele Unternehmen Bestandteil regionaler, nationaler und internationaler Netzwerk sind, die sich den Herausforderungen des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandels widmen. Multinationale und große Unternehmen sind häufig Vorreiter auf diesem Gebiet. Die Wahrnehmung lokaler und regionaler Verantwortung, nicht zuletzt durch kleine und mittlere Unternehmen, ist dabei ein weiteres Charakteristikum von CSR Made in Germany. Die überwältigende Mehrzahl der KMU engagiert sich in diesem Bereich gesellschaftlicher Verantwortung und folgt dabei ihrer Tradition. Durch Interaktion und Vernetzung aller CSR-Stakeholder starke Regionen zu schaffen, das scheint

ein erfolgversprechender Weg, um Antworten auf die soeben beschriebenen Herausforderungen des strukturellen Wandels zu finden. „Verantwortungspartnerschaften als Investition in die Region“ ist eine der vielen wichtigen Initiativen, die auf die Erhaltung eines funktionierenden Gemeinwesens als unabdingbare Voraussetzung für wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und gesellschaftliche Stabilität zielen.

Es sind daher die globalen, nationalen und regionalen Herausforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft, die heute charakteristisch für CSR Made in Germany sind.

Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen

Corporate Social Responsibility darf also nicht als ein Synonym für Soziale Verantwortung verwendet oder auf diese reduziert



werden. Soziale Verantwortung hat, wie gezeigt, eine lange und positive Tradition in Deutschland, und diese ist unbestreitbar ein fruchtbarer Boden und Treiber für die gegenwärtige CSR-Diskussion, aber ist nicht mit dieser identisch. Es geht vielmehr um die freiwillige Übernahme von Verantwortung der Unternehmen für die Stabilität und Entwicklung aller gesellschaftlichen Bereiche im Rahmen der Kompetenzen und Ressourcen ihres Kerngeschäfts. Letztlich sind Unternehmen Mitglieder der Gesellschaft und haben von dieser ihre license to operate and grow. Es ist daher in ihrem eigenen Interesse als wirtschaftliche und gesellschaftliche Akteure zu realisieren, dass nicht nur die Gesellschaft Stakeholder der Unternehmen ist, sondern die Unternehmen auch Stakeholder der Gesellschaft sind. In dieser Einsicht liegt die Bedeutung von strategischen Partnerschaften zwischen gesellschaftlichen Interessengruppen und Netzwerkbildung begründet, die CSR Made in Germany auszeichnet.

Meilensteine deutscher Sozial- und Umweltgesetze

1869

Der Norddeutsche Bund verbietet Kinderarbeit



1882

Die erste Kläranlage auf dem europäischen Festland wird in Frankfurt am Main in Betrieb genommen

1889

Einführung der Rentenversicherung



1918

Anerkennung der Gewerkschaften und Versammlungsfreiheit

1927

Einführung der Arbeitslosenversicherung auf Solidarbasis



1883

Einführung einer verpflichtenden Krankenkasse für Arbeiter

1906

Erste Umweltbehörde: „Staatliche Stelle für Naturdenkmalpflege in Preußen“

Nicht zuletzt der am 6. Oktober 2010 beschlossene „Aktionsplan CSR“ der Bundesregierung zielt darauf, die Kooperation und Interaktion von Politik, Wirtschaft, Gewerkschaften und Zivilgesellschaft für die Gestaltung einer an Nachhaltigkeit orientierten Wirtschaft in Zeiten rapiden und tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandels zu fördern. Dies fördert nicht nur den „common sense“ und die praktische Identifikation Aller mit dem Gemeinwesen, sondern ist der Schlüssel zur Lösung der anstehenden Aufgaben.

Mit dieser „Nationalen Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen“ hat die Bundesregierung eine Reihe wohldefinierter Ziele und konkreter Maßnahmen beschlossen, die von der Förderung der Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit des Themas über die Integration in Wissenschaft, Forschung, Entwicklungs- und Demografiepolitik bis hin zu öffentlichen Haushalten und der Regulierung der Finanzmärkte reichen.

Bei ihrer Beschlussfassung hat sich die Bundesregierung auf eine Empfehlung des „Nationalen CSR-Forums“ vom 22. Juni 2010 gestützt, in dem Experten aus nahezu 45 gesellschaftlichen Organisationen und Institutionen aus Politik, Wirtschaft, Gewerkschaft und Zivilgesellschaft vertreten waren. Organisiert in Arbeitsgruppen haben diese die Empfehlung gemeinsam erarbeitet und einstimmig verabschiedet.

Der „Aktionsplan CSR“ setzt einen Rahmen, der die vielfältigen Themenstellungen in diesem Bereich fokussiert und der durch seine Maßnahmen die Handelnden vor Ort fördert und stärkt. Die Bundesregierung kommt damit auch, wie viele andere europäische Staaten, der Aufforderung der EU nach, nationale Umsetzungspläne für eine globale und europäische CSR zu verabschieden. Mit der globalen und europäischen Einordnung ist ein weiterer Aspekt der CSR Made in Germany benannt.

CSR in Deutschland – Herausforderungen

Die Realisierung der „Nationalen Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen“ wird für die nächste Zeit der CSR-Bewegung in Deutschland eine Richtung geben, deren Erfolg oder Misserfolg regelmäßig überprüft, berichtet und kritisch diskutiert werden sollte. Dies ist der Weg, auf dem sich die kontinuierliche Weiterentwicklung des Themas vollziehen wird.

Deutschlands Wirtschaft ist eingebettet in die globale Arbeitsteilung, und deren Dynamik erklärt zu einem erheblichen Anteil den in diesem Artikel nur beschriebenen Prozess von Kontinuität und Wandel des Themenspektrums der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen. Wir finden darin heute regionale, nationale, europäische und internationale Herausforderungen, Projekte und Akteure verschiedenster Bereiche vernetzt. Die Stärkung der regionalen und

nationalen Aspekte von CSR ist eine grundlegende Aufgabe. Der europäischen und internationalen Perspektive kommt ebenfalls eine besondere Bedeutung zu. Die Förderung der europäischen Integration war von allem Anfang an das strategische Ziel der Initiative „CSR Europe“. Das war zugleich als ein Beitrag zu der weltweit geführten Diskussion über globally accepted norms of good corporate behavior gedacht. Beide Aufgaben stellen sich heute mehr denn je.



Dr. Josef Wieland ist Wirtschaftsprofessor mit Schwerpunkt auf Wirtschaftsethik an der Fachhochschule Konstanz.

Meilensteine deutscher Sozial- und Umweltgesetze

1952

Deutschland ratifiziert „Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms“



1974

Erste Gesetze zum Umweltschutz

1986

Gründung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

1994

Umweltschutz wird zum Staatsziel

2002

Deutschland ratifiziert das Kyoto-Protokoll



2011

Energiewende: Ausstieg aus der Atomkraft

Warum der Ehrbare Kaufmann am Ende gewinnt

Von Prof. Dr. Joachim Schwalbach

Die Missachtung des Leitbildes des Ehrbaren Kaufmanns zählt zu den wesentlichen Ursachen der Finanzmarktkrise. So könnte man zum Beispiel den Wertpapierhändler und ehemaligen Verwaltungsratsvorsitzenden der Börse Nasdaq, Bernard Madoff, als Prototypen eines unehrenhaften Kaufmanns bezeichnen („Es ist alles eine große Lüge“). Allerdings muss man einräumen, dass ihm laxe Kontrollen seitens der Wirtschaftsprüfer und der Aufsichtsbehörden sowie die Gier von Klein- und Großanlegern nach höheren Renditen unter Vernachlässigung des Risikos sein Fehlverhalten erst ermöglicht haben. Denn obwohl die Finanzmarktkrise zahlreiche Ursachen hat, ist das Fehlverhalten der Akteure primär individueller und nicht institutioneller Natur. Insofern scheint eine Rückbesinnung auf das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns dringend geboten.

Das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns definiert charakterliche und kulturspezifische Kriterien, deren Einhaltung das Handeln von Unternehmen und Gesellschaft in Einklang bringt. Es lässt sich bis ins mittelalterliche Italien zurückverfolgen, denn bereits um 1340 findet man in italienischen Kaufmannbüchern den Begriff des „wahren und ehrlichen Kaufmanns“. In Deutschland ist der Aufstieg der Hanse untrennbar mit dem Bild des Ehrbaren Kaufmanns verbunden. Der lockere hansische Städtebund konnte nur durch gegenseitige Toleranz und tugendhaftes Verhalten seiner Mitglieder zu seiner geschichtsbestimmenden Größe heranwachsen. In diesem Sinne bezeichnet das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns eine Lebensphilosophie, deren Verwirklichung Geschäftsleute zu ausgereiften, verantwortungsvollen und vor allem wirtschaftlich erfolgreichen Persönlichkeiten werden lässt. Geschäftserfolg und Moral sind für den Ehrbaren Kaufmann keine Gegensätze. Im Gegenteil: Moral im Sinne von Verantwortungsbewusstsein gilt als Bedingung für wirtschaftlichen Erfolg, der nicht nur als Eigennutz sondern auch als nachhaltiges Schaffen von Werten verstanden wird. Dabei unterscheiden wir in der aktuellen Finanzmarktkrise zwei Dimensionen von Ehrbarkeit: Die Ehrbarkeit der Protagonisten im täglichen Geschäftsverkehr sowie in der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung.

1 | Die Bedeutung der Ehrbarkeit im Geschäftsverkehr in Form des Vertrauens gegenüber dem Geschäftspartner verdeut-

licht die aktuelle Finanzmarktkrise in eindrucksvoller Weise durch die Handlungsunfähigkeit der Banken aufgrund des Fehlverhaltens einzelner Finanzmarktmanager. Der durch die Missachtung der Tugend der Ehrlichkeit bewirkte Vertrauensverlust führte zum Verlust des Geschäfts und letztlich im großen, globalen Beziehungsgeflecht zum Stillstand des Systems. Der notwendige Vertrauensvorschuss in einem Weltfinanzmarkt mit hohen Transaktionsgeschwindigkeiten existierte nicht mehr. Transaktionen zwischen Banken fanden nicht mehr statt. Ohne den koordinierten Staatseingriff, der das Vertrauen in den Markt wieder herstellen sollte, wäre das System vermutlich zum Erliegen gekommen – mit katastrophalen Auswirkungen auf die Weltwirtschaft und -gesellschaft. In einer Welt, in der sich auch Finanzmanager an dem Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns orientieren, hätte die Situation gar nicht erst derart eskalieren können.

2 | Die zweite Dimension des Leitbildes des Ehrbaren Kaufmanns bezieht sich auf die gesellschaftliche Aufgabe der Finanzwirtschaft. Der Ehrbare Finanzkaufmann muss dem kurzfristigen Renditedruck mit Charakterfestigkeit begegnen und seine unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Finanzhasardeuren und Glücksrittern verteidigen. Vorhandene interne Kontrollmechanismen greifen offensichtlich ohne staatliche Einmischung nur ungenügend. Insofern sind globale Institutionen notwendig und wünschenswert, um die Einhaltung der Ehrbarkeit im Geschäftsleben zu überprüfen und Verstöße zu sanktionieren. Ein vollständiger Ersatz für die Eigenverantwortung Ehrbarer Kaufleute werden sie aber nicht sein können.

Die Finanzmarktkrise offenbart sowohl gesellschaftliche als auch unternehmensinterne Defizite im Grundverständnis verantwortungsvoller, nachhaltiger und ehrbarer und damit erfolgreicher Unternehmensführung. Infolgedessen ist das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns für die Gegenwart und die Zukunft von außerordentlicher Wichtigkeit. Es sollte Unternehmen und Managern bewusst machen, dass verantwortungsvolles Verhalten die Grundlage für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg und für den sozialen Frieden in der Gesellschaft darstellt. Eine intensive Beschäftigung



Heinrich Sudermann (* 1520; † 1591), deutscher Jurist und erster Syndicus des Hanseatischen Bundes. Der Begriff des Ehrbaren Kaufmanns stammt aus dem 12. Jahrhundert und wurde vom Hanseatischen Bund und in Italien geprägt.

mit den eigenen geschichtlichen Wurzeln und der gegenwärtigen Situation kann zu einem modernen Ehrbarkeitsbewusstsein unter Unternehmern und Managern führen, das eine kulturelle Entwicklungsfähigkeit ausdrückt. Ein moderner Ehrbarer Kaufmann hat ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstsein auf der Unternehmens- und Gesellschaftsebene. Dazu gehört das faire Verhalten gegenüber Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern, die er weiterhin nach tugendhaften Grundsätzen behandelt, mit dem Ziel, langfristige Beziehungen aufzubauen und zu erhalten. Die gesellschaftliche Verantwortung drückt sich durch Befriedigung von Kundenwünschen, innovative Produkte und Dienstleistungen, Engagement am Standort des Unternehmens, Aufklärung von Öffentlichkeit und Politik, Verteidigung der Sozialen Marktwirtschaft und Beachtung des Umweltschutzes bei allen Entscheidungen aus.

Das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns wird zumeist auf eigentümergeführte Unternehmen und Familienunternehmen, kurz: auf den Mittelstand bezogen. Jedoch kommunizieren gerade mittelständische Unternehmen ihre Prinzipien einer verantwortungsvollen Unternehmensführung in noch zu geringem Maße und leisten damit dem in der Öffentlichkeit verbreiteten Eindruck Vorschub, das Fehlverhalten einiger weniger Manager sei auch auf sämtliche Unternehmerinnen und Unternehmer übertragbar. Um das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit unseres Wirtschaftssystems zu stabilisieren, ist es im Gegenteil notwendig, dass insbesondere die mittelständischen Unternehmen über ihren

Beitrag für Wirtschaft und Gesellschaft informieren. Darüberhinaus sollte die derzeitige Wirtschaftskrise zum Anlass genommen werden, einen gesellschaftlichen Diskurs zum Verhältnis von Gesellschaft und Wirtschaft zu beginnen. Fände dieser Diskurs nicht statt, bestünde die Gefahr, dass diejenigen die Oberhand gewinnen, die das marktwirtschaftliche Gesellschaftsmodell grundsätzlich in Frage stellen. Ausgangspunkt des Diskurses sollte die Maxime sein, dass Wirtschaft und Gesellschaft sich wechselseitig bedingen und somit aufeinander angewiesen sind. Einerseits können Unternehmen vornehmlich in modernen Gesellschaften prosperieren, die sich beispielsweise durch hohen Bildungsstand, funktionierende Märkte und ausgeprägte Rechtssicherheit auszeichnen. Andererseits sind moderne Gesellschaften auf erfolgreiche Unternehmen angewiesen, denn nur sie können über Markterfolge den Wohlstand der Gesellschaft mehren. Unternehmen und Gesellschaft sind folglich voneinander abhängig, das heißt auch, dass Handlungen der einen Seite selten erfolgreich sind, wenn sie auf Kosten der anderen Seite veranlasst werden. Der angestrebte Diskurs zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft sollte sich jedoch nicht in erster Linie auf die abstrakte Unternehmensebene sondern vielmehr auf die individuelle Ebene der Unternehmer und Manager sowie ihrer Kontrollorgane konzentrieren. Gerade auf der individuellen Ebene besteht die Chance, über das Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns den Zugang zum Thema der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen nachvollziehbar aufzuzeigen. In diesem Zusammenhang kann der Beweis geführt werden, dass die große Mehrheit unserer Führungskräfte verantwortungsvoll handelt, und der Ehrbare Kaufmann im Sinne von Nachhaltigkeit und Verantwortungsbewusstsein letztlich der Gewinner sowohl im Sinne des Unternehmens als auch im Sinne der Gesellschaft ist.



Professor Dr. Joachim Schwalbach ist Dekan des wirtschaftswissenschaftlichen Instituts der Humboldt Universität Berlin.

Die Klimapolitik der Bundesregierung

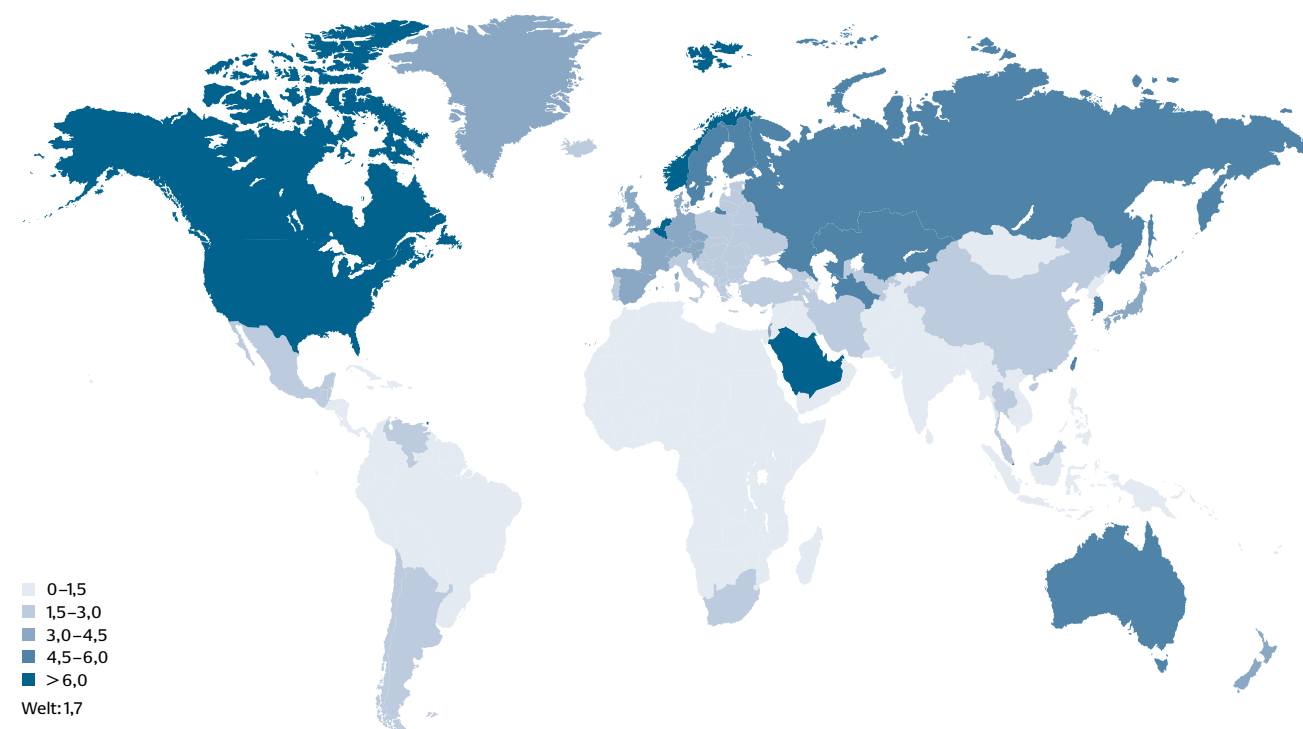
„Schon im Jahr 1990 stellte die Bundesregierung ein CO₂-Minderungsprogramm auf und definierte darin ein erstes Minderungsziel. Seitdem ist der Klimaschutz ein wichtiger Bestandteil der deutschen Politik. Er umfasst umwelt-, wirtschafts-, forschungs- und baupolitische Rahmensetzungen.

So hat Deutschland im Kyoto-Protokoll zugesagt, die Treibhausgase um 21 Prozent für den Zeitraum von 2008 bis 2012 gegenüber 1990 zu reduzieren und wird dieses Ziel auch erreichen. Der G-8-Gipfel unter deutschem Vorsitz im Juni 2007 hat zudem erstmals unter allen Industriestaaten der Welt Einigkeit erzielt, dass die Erderwärmung nicht mehr als maximal 1,5-2,5 Grad Celsius betragen darf. Um dies zu erreichen, sollen die Treibhausgas-Emissionen bis 2050 weltweit halbiert werden. Bis zu diesem Zeitpunkt will Deutschland kaum noch Kohlendioxid emittieren. Dafür sollen die erneuerbaren Energien weiter ausgebaut werden.“

Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

Primär-Energieverbrauch pro Kopf

in Ölequivalenten / Tonne*



**Zahlen basieren ausschließlich auf Öl, Kohle, Erdgas, Wasserkraft und Kernkraft.
Quelle: BP Statistical Review of World Energy, Juni 2011*

Weltmeister in Ressourceneffizienz

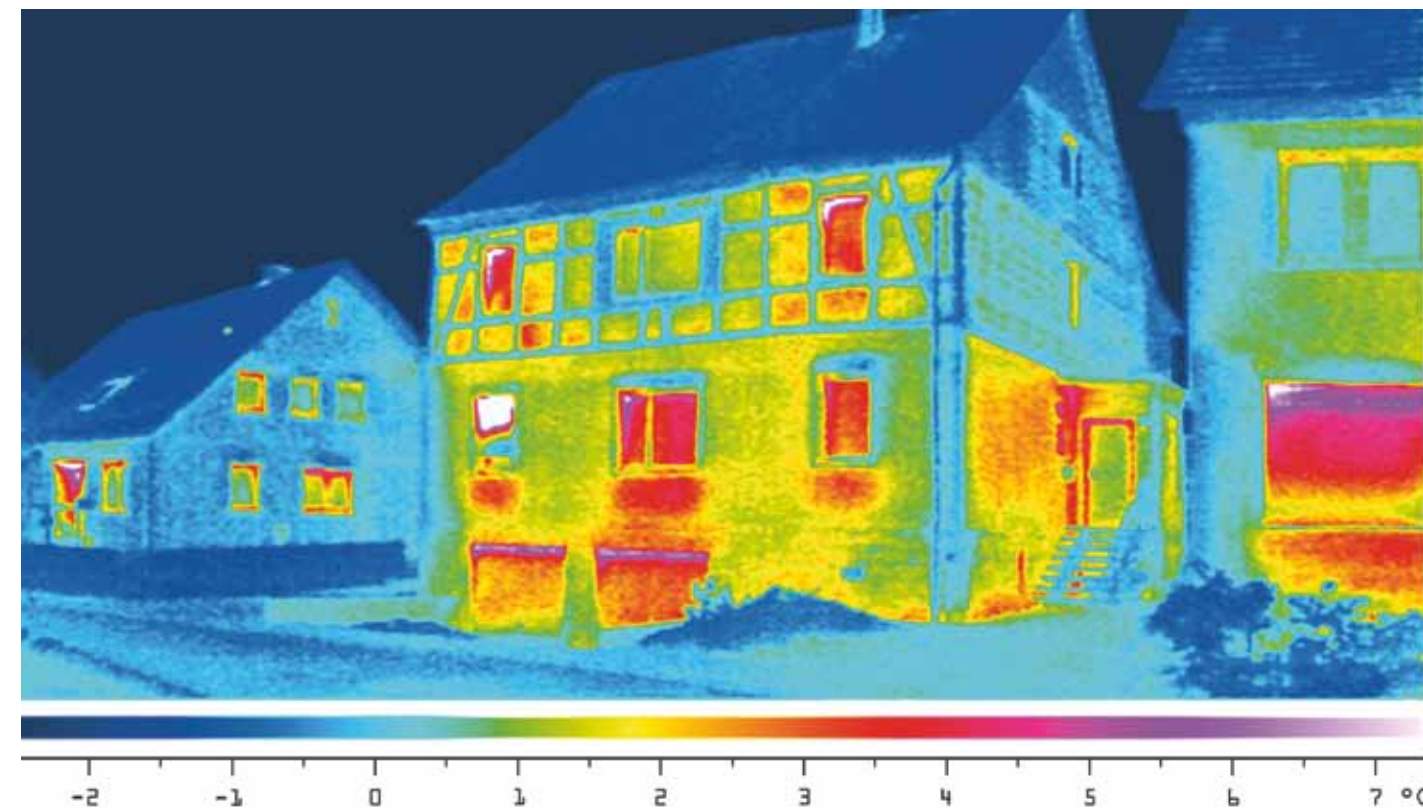
Der galoppierende Verbrauch von Rohstoffen weltweit ist ein Megatrend unserer Zeit. Er stellt alle Wirtschaftsakteure, insbesondere Unternehmen, vor enorme Herausforderungen. Der globale Ressourcenverbrauch stieg von ungefähr 40 Milliarden Tonnen im Jahre 1980 bis 2005 auf ca. 60 Milliarden an. Prognosen deuten darauf hin, dass sich diese Zahl bis 2020 verdoppeln und bis 2050 sogar verfünffachen wird. Das Streben nach immer größerem Wohlstand und die steigende Nachfrage nach Verbrauchsgütern wird nicht nur in den Industriestaaten weiter zunehmen, sondern auch vom starken Wirtschaftswachstum in Schwellenländern wie China, Brasilien und Indien angeheizt.

» Ich halte Ressourceneffizienz für eine Schlüsselkompetenz zukunftsfähiger Gesellschaften. «

Jürgen Becker

Steigende und stark volatile Rohstoffpreise – oft noch durch Spekulationen auf den Märkten verschlimmert – stellen eine Belastung für die deutsche Industrie dar und machen es manchen Unternehmen fast unmöglich, für die Zukunft zu planen. Hinzu kommt die Ungewissheit über die weitere Verfügbarkeit von Rohstoffen, da Deutschland z.B. bezogen auf verschiedene Metallarten fast vollständig von Importen abhängig ist. Bei einem Anteil der Materialkosten von 45 Prozent an den Herstellungskosten in Deutschland, können diese Probleme schnell zu einer ernsthaften Bedrohung der Überlebensfähigkeit der ganzen Branche werden.

Auch aus ökologischer Sicht geht es hier um eine große Herausforderung. Jede Stufe des Rohstoffmanagements – von der Gewinnung und Aufbereitung bis zu Verarbeitung, Verbrauch und Entsorgung – belastet die Umwelt aufgrund von Treibhausgasemissionen, Verschmutzung von Boden, Luft und Wasser sowie durch die Schädigung der Ökosysteme. Außerdem sind viele Rohstoffe endlich und werden zukünftigen Generationen nicht mehr zur Verfügung stehen. Glücklicherweise müssen wir diesen Herausforderungen nicht tatenlos zuschauen. Im Gegenteil: Deutschland hat die Kreativität und innovative Stärke, die Rahmenbedingungen vorzusehen, die wir für eine effizientere Kontrolle und somit für eine geringere Belastung der Umwelt benötigen. Ich halte Ressourceneffizienz für eine Schlüsselkompetenz zukunftsfähiger Gesellschaften. Wer in Ressourceneffizienz investiert, schützt nicht nur die natürli-



chen Ressourcen, er verschafft sich auch einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Deutschlands technologischer Vorprung in der Kreislaufwirtschaft und in der effizienten Verwendung von Ressourcen können zu Recht als die Rohstoffquelle des Landes bezeichnet werden. „Made in Germany“ steht daher auch für Ressourceneffizienz.

Der Weg zu einer ressourceneffizienten Wirtschaft verlangt von Unternehmen, Politikern und Verbrauchern gleichermaßen, dass sie sich engagieren. Viele Unternehmen in Deutschland leisten bereits einen wichtigen Beitrag, indem sie sich bemühen, nachhaltige Managementstrategien zu verfolgen und ihre gesellschaftliche Verantwortung zu akzeptieren. Beispiele hierfür sind die Verwendung von ressourceneffizienten, abfallarmen Prozessen und die Entwicklung von ressourcenfreundlichen Produkten, die langlebig, leicht zu reparieren, wieder verwendbar und wieder verwertbar sind. Deutsche Verbraucher verhalten sich umweltbewusst und verlangen immer häufiger Informationen über die Ökobilanz von Produkten und Dienstleistungen. Neue ressourcenfreundliche Geschäftsmodelle – von Fahrgemeinschaften bis zu Mietmaschinen und Chemical Leasing – sind auch Chancen für innovative Unternehmen. Gleichzeitig wird nachhaltiges Management in Bildung und Ausbildung immer wichtiger. Politiker werden alles in ihrer Macht stehende tun, um diese positiven Entwicklungen zu fördern. Die Bundesregierung hat im Rahmen ihrer Rohstoffstrategie beschlossen,

ein nationales Ressourceneffizienzprogramm zu entwickeln. Dieses Programm soll die deutsche Industrie unabhängiger von neuen Rohstoffen machen und die Umweltverschmutzung, die durch den Verbrauch von Rohstoffen ausgelöst wird, verringern. Das Programm wird konkrete Maßnahmen benennen, um die Ressourceneffizienz für jeden Schritt in der Wertschöpfungskette zu verbessern – von der nachhaltigen Rohstoffgewinnung über langlebige, ressourcenschonende Produktdesign und effiziente Produktionsverfahren bis hin zur Schaffung eines Ressourcenbewusstseins bei den Verbrauchern und zur Vollendung von Materialkreisläufen durch Rückgewinnung und Wiederverwertung von Rohstoffen.

Deutschland hat das Potenzial, die ressourceneffizienteste Volkswirtschaft der Welt zu werden. Ich bin überzeugt, dass sowohl Industrie als auch Umwelt davon profitieren werden.



Jürgen Becker ist Staatssekretär im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.

EnBW: Offshore-Technologie im Kontext der Energiewende

An der Ostsee kann man neue Energie tanken. Das will auch EnBW mit Baltic 1, dem ersten kommerziellen Offshore-Windpark in Deutschland, der seit dem Frühjahr 2011 den Ostseewind in elektrischen Strom umwandelt. Welchen Platz jedoch kann die Offshore-Technologie im Energiemix einnehmen?

Die Energiewende bedeutet bislang vor allem eines: Die Abkehr von der Kernkraft. Die ebenso spannende Frage aber ist, wohin wendet man sich?

Das Jahr 2011 war für die Energiewirtschaft sehr ereignisreich. Nach der Novellierung des Atomgesetzes haben sich die energiewirtschaftlichen Rahmenbedingungen grundlegend verändert. Die Energiewende bringt neue zusätzliche Herausforderungen mit sich. Einen Schwerpunkt bilden dabei der Ausbau und die Nutzung erneuerbarer Energien. Wie wohl kein anderes deutsches Energieunternehmen investierte die EnBW seit 2005 rund 2,2 Mrd. Euro in erneuerbare Projekte. Neben dem traditionell hohen Engagement in der Wasserkraft setzt EnBW auch gezielt auf die Windkraft.

Mit der Inbetriebnahme des Offshore-Windparks EnBW Baltic 1 setzt man im Mai 2011 nach drei Jahren Bauzeit ein deutliches Zeichen. Die EnBW denkt aber weiter, denn für das zweite, noch deutlich ehrgeizigere Projekt EnBW Baltic 2 sind bereits alle Großaufträge im Wert von 1 Mrd. Euro vergeben. Der Baubeginn der 80 Windkraftanlagen ist in 2012 geplant. Gerade die Onshore-Windenergie hat sich bislang als zuverlässig und kosteneffizient erwiesen, so dass man auch dieses Potential

weiter erschließen möchte. So wurden die Kapazitäten der Windparks an Land in den letzten zwei Jahren versechsfacht. Offshore-Energiegewinnung ist jedoch mehr als nur Onshore-Technik auf dem Meer. Windstärken von über 120 km/h und Wellenhöhen von bis zu 5,5 Metern sind selbst in der Ostsee nicht auszuschließen. Der Bau stellt höchste Anforderungen an Mensch und Technik: Kirchturmhohe Windenergieanlagen mussten im sandigen, tiefen Meeresgrund verankert, ein eigens konstruiertes Umspannwerk auf See gegen Strömung und Gezeiten gesichert, sowie kilometerlange Kabelstränge im Meer verlegt werden.

Generell sind die deutschen Küsten für die Stromgewinnung aus Windenergie gleich gut geeignet. Aufgrund der durchschnittlich hohen Windgeschwindigkeit ergibt sich ein Ausnutzungsgrad von etwa 40 bis 50 Prozent, der viel höher ist als auf dem Land. Stets entscheidend ist, dass man mit der Technik im gesellschaftspolitischen Sinne verantwortlich umgeht. Umfangreiche Studien im Vorfeld sowie ein Monitoring während und nach der Errichtung sorgen dafür, dass die Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich gehalten werden.

Die Windenergie wird eine zentrale Säule im zukünftigen deutschen Energiemix sein. Der Trend zur Dekarbonisierung

Umsatz mit Umwelttechnik erreicht 27,3 Milliarden Euro

Die Betriebe des Produzierenden Gewerbes und des Dienstleistungsbereiches in Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2009 einen Umsatz von rund 44,6 Milliarden Euro mit Gütern für den Umweltschutz. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, entfielen mit 27,3 Milliarden Euro mehr als 60 Prozent dieser Umsätze auf Waren, Bauleistungen und Dienstleistungen für den Klimaschutz.

wird aufgrund des notwendigen Klimaschutzes weiter anhalten. Bis 2050 soll das deutsche Energiesystem weitgehend CO₂-frei sein. EnBW's Ziel ist es, seine Position als CO₂-armer Energieerzeuger zu sichern und sich zudem verstärkt als Anbieter dezentraler Energielösungen am Markt zu etablieren. Gerade jetzt kommt es darauf an, die Weichen für den Ausbau der erneuerbaren Energien so zu stellen, dass man im internationalen Standortwettbewerb bestehen und das für den Ausbau notwendige Kapital mobilisieren kann. Bis 2020 will EnBW die installierte Leistung im regenerativen Segment auf rund 6.000 Megawatt verdoppeln. Für diese immensen Ausbauschritte wären nach jetzigem Stand rund 8 Mrd. Euro notwendig; ein ambitioniertes Ziel.

Die deutsche Energiewende ist bislang vor allem eine politische Entscheidung. Trotzdem ist man bei EnBW überzeugt, dass sie gemeinsam realisierbar ist. EnBW will diese Anstrengungen unternehmen und sich der Herausforderung weiterhin stellen. Denn mit Energie schafft EnBW die entscheidende Voraussetzung dafür, dass unsere Gesellschaft verlässlich funktioniert. Das gilt im Großen für eine Volkswirtschaft wie im Kleinen ganz privat. Als Energieunternehmen ist EnBW mitverantwortlich für die Lebensbedingungen heutiger, aber auch künftiger Generationen.



Bayer: Intelligente Technologien für den Klimaschutz

Das Treibhausgas CO₂ gilt als größter Verursacher der globalen Erwärmung. Zahlreiche Methoden sollen den weltweiten CO₂-Ausstoß senken beziehungsweise vermeiden. Auf ganz anderem Wege nähert sich Bayer der Problematik: Das Projekt „Dream Production“ beschäftigt sich mit der Nutzung des Treibhausgases CO₂ als Rohstoff für die Kunststoffherstellung.

Rohstoff CO₂? Das Thema fasziniert die Chemiker weltweit schon seit vielen Jahrzehnten. Lange Zeit galt dies als technisch nicht möglich. Doch jetzt ist deutschen Ingenieuren der Durchbruch gelungen: Gemeinsam mit dem Energieversorger RWE, der RWTH Aachen sowie der Forschungseinrichtung „CAT Catalytic Center“ als Partner hat der Chemiekonzern Bayer es erreicht, dass man aus dem Abgas CO₂ einen Rohstoff machen kann. Dieser wird für die Herstellung eines Vorprodukts hochwertiger Polyurethane genutzt. Der vielseitig verwendbare Werkstoff findet sich in zahlreichen Gegenständen des täglichen Lebens – in Sitzmöbeln, Matratzen und Leichtbauteilen ebenso wie in Lacken, Klebstoffen oder hocheffizienten Dämmstoffen.

Um das klimaschädliche Kohlendioxid als Rohstoff für hochwertige Materialien nutzbar zu machen, war zunächst ein technologischer Innovationssprung nötig. Bisher war es nämlich extrem energieaufwändig, CO₂ für die Polymer-Synthese zu nutzen. Bayer-Forschern fanden jedoch im Rahmen des Vorläuferprojekts „Dream Reaction“ einen Katalysator, der die Verwendung von CO₂ in Kunststoffprodukten möglich macht. Das war die Voraussetzung für die Initiative „Dream Production“.

Die Partner des Projekts bilden die gesamte Wertschöpfungskette ab – vom Rohstoff hin zum fertigen Produkt. Unter der Projektleitung von Bayer können Synergien in Bereichen wie Rohstoffverfügbarkeit und Katalyse so ideal genutzt werden. Der Teilkonzern Bayer MaterialScience betreibt seit Februar 2011 im Chempark Leverkusen eine Pilotanlage, in der CO₂ mithilfe des Katalysators in ein chemisches Vorprodukt für Polyurethane eingebaut wird. Das Kohlendioxid stammt aus dem Abgas eines Kohlekraftwerks des Projektpartners RWE Power AG. Dort wird das CO₂ aus dem Rauchgasstrom



abgetrennt, in einer Verflüssigungs- und Abfüllanlage verfügbar gemacht und als Rohstoff für Polyurethan-Produkte bereit gestellt.

So könnte das in großen Mengen zur Verfügung stehende Kohlendioxid auch einen Teil des knappen Erdöls ersetzen. Etwa fünf Prozent der jährlichen Ölfördermenge werden bisher für die Kunststoffherstellung verwendet. CO₂ könnte hier statt des Öls verwendet werden, da es wie Öl den für die chemische Industrie wichtigen Baustein Kohlenstoff enthält. Ein echter Beitrag zur Ressourcenschonung. Bis 2016 sollen erste Produkte die Marktreife erreicht haben.

Evonik: Anpassung an den Klimawandel

Klimawandel, Bevölkerungswachstum und steigende Lebensstandards tragen dazu bei, dass der Druck auf die vorhandenen und ohnehin schon knappen Wasserressourcen weiter zunimmt. Vor allem die Ernährungssicherung ist ohne Anpassung an den Klimawandel nicht mehr möglich. Evonik kann mithilfe von „Stokosorb“ einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung der Bodenerosion leisten. Der Bodenhilfsstoff kann ein Vielfaches seiner eigenen Masse an Wasser aufnehmen und soll die Wiederaufforstung erleichtern. Für diese Entwicklung wurde Evonik jüngst mit dem Responsible Care Award des europäischen Chemieverbands ausgezeichnet. Zwar ist Marokko mit seinem teilweise mediterranen Klima kein klassischer Wüstenstaat, doch auch hier zerstören lang anhaltende Dürreperioden ehemals fruchtbare Regionen. In Marokko ist auch der Arganbaum in einem etwa 800.000 Hektar großen Gebiet beheimatet. Seine vielseitige Verwendbarkeit und hohe Robustheit macht den Argan zu einer idealen Nutzpflanze. Das harte Baumholz dient als Baustoff, Blattwerk und jungen Triebe ernähren die Nutztiere der Region, und aus der Mandel der Frucht wird ein hochwertiges Öl gewonnen. Durch seine Hitzebeständigkeit und seinen geringen Wasserbedarf wächst der Baum in Gebieten, in denen sonst nur Wüste wäre. Trotzdem ist seine Population in den vergangenen Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Vor allem wurde der Bestand durch Klimawandel, Rodungen und Überweidungen stark reduziert. Um den Rückgang aufzuhalten, erklärte die UNESCO den verbliebenen Arganwald 1998 zum Biosphärenreservat.

Dennoch ist in der Region der Grundwasserspiegel in den letzten Jahren erheblich gesunken. Schuld ist unter anderem die Nutzung des Wassers in der industriellen Landwirtschaft. Gerade in der Souss-Ebene im Atlasgebirge merken die Bewohner die Auswirkungen dieser Politik. „Es gibt viele Bauern, die durch das Abpumpen des Grundwassers ihre Existenzgrundlage verloren haben, weil dadurch der Grundwasserspiegel so tief gesunken ist, dass sie mit ihren herkömmlichen Brunnen nicht mehr drankommen,“ erzählt Jürgen Gräbener von der deutschen Beratungsfirma Eco Consult. Mittlerweile sinkt der Grundwasserspiegel um bis zu drei Meter im Jahr. Auch für die Arganbäume wird das Überleben unter solchen Bedingungen zunehmend schwieriger.



Der Hilfsstoff Stokosorb soll hier zur Lösung des Problems beitragen: „Das Bodengranulat, ein sogenannter Superabsorber, kann ein Vielfaches der eigenen Masse an Wasser aufnehmen und speichern und so die Wasserspeicherfähigkeit auch von schlechten Böden verbessern,“ berichtet Annette zur Mühlen, Evonik-Expertin für innovative Lösungen in der Landwirtschaft. Gerade wenn der Boden aufgrund lang anhaltender Dürre auszutrocknen droht, gibt das Granulat die gespeicherte Flüssigkeit langsam und gleichmäßig in den Boden ab und vermindert so den „Trockenstress“ von Pflanzen. Mit deutlichen Ernteerfolgen: Konkret konnte eine Steigerung zwischen 40 und 150 Prozent beobachtet werden.

„Die deutsche Klimapolitik muss kohärent und transparent werden“

Eine der größten Herausforderungen für die Menschheit im 21. Jahrhundert ist die Erderwärmung. Klaus Milke, dem Vorstandsvorsitzenden von Germanwatch zufolge, müssen Klimaschutz- und Anpassungsstrategien unter anderem ein klares Energieszenario mit dem Schwerpunkt auf erneuerbaren Energien und der frühzeitigen Einbindung der Öffentlichkeit umfassen. Die deutsche Industrie, fügt er hinzu, ist in der Umwelttechnologie bereits führend. Sie sollte ihr Know-how zur Unterstützung der Menschen nutzen, die unter dem Klimawandel leiden.

» Ist die Energiewende in Deutschland ein Modell für ein neues globales Energiekonzept? Wie kann es auf die unterschiedlichen Regionen der Welt übertragen und den jeweiligen Gegebenheiten angepasst werden?

Klaus Milke: Unseren Ausstieg aus der Kernenergie und die Energiewende könnte man als Versuchslabor für den umfassenden globalen Wandel hin zu einer Gesellschaft mit niedrigem CO₂-Ausstoß mit der Zielmarke 2050 betrachten, gerade angesichts der hochgesteckten Emissionsminderungsziele (also einer Senkung des Ausstoßes bis 2020 um 40 Prozent), die dem 2-Grad-Ziel Rechnung tragen. Dies hat sich beim Klimagipfel in Durban deutlich gezeigt, wo sich zahlreiche Veranstaltungen und Fragen damit befassen, wie die Deutschen das im Einzelnen erreichen wollen. Und viele Teilnehmer aus anderen Ländern erklärten dazu: Wenn es ein Land schaffen kann, dann ist es Deutschland.

» Eine Folge der Energiewende könnte sein, dass wir mehr Kohle- und Gaskraftwerke benötigen. Gefährdet das nicht die globalen Klimaziele?

Natürlich muss die deutsche Klimapolitik kohärent und transparent sein und sich an die eigenen Ziele halten. Also sind neue Kohlekraftwerke mit dem Szenario der Energiewende nicht vereinbar. Deshalb müssen wir uns auf eine rasche Umstellung auf erneuerbare Energien, auf Energieeffizienz und

Energieeinsparungen konzentrieren. Falls es Deckungslücken gibt, müssen wir neue Gaskraftwerke in Betracht ziehen, die klimaschonender als Kohlekraftwerke sind.

» Umweltverbände fordern eine stärker regionalisierte und dezentrale Energieerzeugung. Aber die Realität ist kompliziert: Es gibt viele Bürger und Akteure, die gegen erneuerbare Energien und neue Übertragungsnetze sind, wenn die Leitungen über ihr Grundstück verlaufen. Wie lassen sich also die erforderlichen Multistakeholder Dialoge optimieren?

Da die langen Auseinandersetzungen um die Kernkraft nun Geschichte sind, müssen wir neues Vertrauen herstellen, wenn es darum geht, die benötigte Infrastruktur für eine Versorgung zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien bis 2050 zu planen und zu realisieren. Beispielsweise ist die frühzeitige Einbindung der Akteure und die Möglichkeit der Identifikation mit Konzepten für neue kleinere und größere Energienetze und Speichersysteme absolut wichtig. Dass man überall in der Welt dem „Sankt-Florians-Prinzip“ folgt, ist zwar eine Tatsache, aber wir sollten diese Haltung auf intelligente und kreative Weise überwinden.

» Umweltfreundliche Technologien sind ein wichtiger Industriezweig. Welche Rolle kann und muss die Bundesrepublik dabei weltweit spielen?

Deutschland ist bei vielen Umwelttechnologien bereits führend: Bei den

» Was nötig ist, sind Geld und Unterstützung bei Anpassungsmaßnahmen und für den neuen Green Climate Fund, mehr technische Zusammenarbeit und weiterer Aufbau von Kapazitäten in den am stärksten bedrohten Regionen. «

Klaus Milke

erneuerbaren Energien ebenso wie bei Werkzeugen und Produkten für den Klimaschutz. Ein hochindustrialisiertes Land wie die Bundesrepublik hat noch zahlreiche weitere Chancen. Aber Deutschland trägt nicht nur Verantwortung für die eigene Wirtschaft. Es gibt zahlreiche Länder, die bereits unter den Folgen des Klimawandels leiden. Was nötig ist, sind Geld und Unterstützung bei Anpassungsmaßnahmen und für den neuen Green Climate Fund, mehr technische Zusammenarbeit und weiterer Aufbau von Kapazitäten in den am stärksten bedrohten Regionen.

» Die Bundesregierung fördert die nachhaltige Entwicklung mit verschiedenen Sonderprogrammen und einem kohärenten CSR-Aktionsplan. Was wäre aus Ihrer Sicht zu verbessern?

Die Vereinten Nationen, OECD und EU haben in 2011 neue Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung vorgelegt. Dazu gehören die Leitprinzipien des VN-Sonderbeauftragten für Unternehmen und Menschenrechte, John Ruggie, mit ihrem intelligenten Mix aus freiwilligen und obligatorischen Regelungen, ferner die Reform der OECD-Leitlinien

für multinationale Unternehmen und die neue Mitteilung der EU zu CSR. Sie bieten eine Grundlage, diese Themen in Deutschland weiter zu erörtern und zu prüfen, ob die bestehende CSR-Strategie ausreicht. Im Falle der Menschenrechte und ökologischen Grenzen beispielsweise ist es notwendig, dass die Länder nach klaren Antworten dafür suchen, wie sie diese Aspekte schützen, und dass Unternehmen die Frage beantworten, wie sie diese Aspekte respektieren; hinzu kommt, dass jenen Orientierung geboten werden muss, die als Betroffene Rechtsmittel suchen.



Klaus Milke

Klaus Milke ist Vorstandsvorsitzender der Nichtregierungsorganisation Germanwatch.

Fraunhofer Institute: Lösungen für nachhaltige Mobilität

Der Verkehr und die Energieerzeugung tragen entscheidend zum weltweiten CO₂-Ausstoß bei. Zwar konnten bereits alternative, umweltfreundliche Technologien entwickelt oder bestehende optimiert werden, jedoch ist die Marktfähigkeit in vielen Fällen noch nicht ausgereift. Mit diesen Schwachstellen beschäftigt sich die Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung. Deutsche Forscher entwickeln beispielsweise innovative Ansätze zur nachhaltigen Mobilität, energieeffizienten Flugzeugsystemen und der Energieerzeugung aus Wellenkraft.

Je leichter das Elektromobil, umso weniger Energie braucht es zur Beschleunigung, und umso länger kann es bis zum nächsten Ladevorgang fahren. Um das Gesamtgewicht der Elektroautos zu senken, arbeiten Ingenieure des Fraunhofer-Instituts für Chemische Technologie in Pfinztal an der Entwicklung von Fertigungskonzepten, mit denen nach und nach einzelne Elemente der Fahrzeuge durch Leichtbauteile ersetzt werden können. Die Herausforderung bezüglich der Leichtbauteile ist, dass die Stabilität der Teile und die Sicherheit des Fahrgastes gewährleistet sein müssen. Einen solchen Prototypen haben die Experten nun entwickelt: Ein elektrobetriebener Sportwagen namens Artega GT, dessen Motor sich im Heck befindet. Dafür wurde ein großserienfähiges, crashsicheres Batteriegehäuse entwickelt, das den 340 Kilogramm schweren Akku umschließt und selbst nur 35 Kilogramm wiegt. Bisher bestanden diese Kästen aus Stahlbauteilen, die bis zu 25 Prozent mehr wiegen als das neue Batteriegehäuse. Es übersteht einen Unfall unter Annahme des Zehnfachen der Erdbeschleunigung, schützt

den hochempfindlichen Akku bei Stößen von Außen sowie vor Feuchtigkeit und bewirkt durch eine halbdurchlässige Membran zum Druckausgleich, dass die Batteriezellen „atmen“ können. All das ermöglichen die Faserverbundwerkstoffe, aus denen das Gehäuse besteht. Diese gab es bisher zwar für den Flugzeugbau, aber nicht in einer Großserienproduktion, wie sie für die Autoherstellung nötig wäre. Da die Großserienproduktion spezielle Anforderungen an die Materialien stellt, haben die Fraunhofer-Experten hierfür eine entsprechende Prozesskette entwickelt. In dieser können viele Schritte gleichzeitig ablaufen, so dass dann in deinem „One-Shot-Prozess“ die Einzelkomponenten zusammengefügt und gepresst werden können.

Energieeffiziente Flugzeugsysteme

Zur umweltverträglicheren und nachhaltigen Gestaltung des Flugverkehrs engagiert sich die Fraunhofer-Gesellschaft in dem Projekt „Clean Sky“. Hier untersuchen Wissenschaftler das Zusammenspiel thermischer und elektrischer Systeme in Flugzeugen. Ziel ist ein effizienteres Energiemanagement an Bord. Dazu erforschen die Experten das thermische Verhalten von Flugzeugen bei extremen Temperaturunterschieden, denen die Maschinen durch Flüge bei verschiedenen Witterungen, Zeiten und Klimaregionen ausgesetzt sind. Mittel zum Zweck ist hier ein neuer Prüfstand namens „Thermal Best Bench“, der in das Fluglabor des Instituts für Bauphysik integriert werden soll. Damit können verschiedene Klimata erzeugt und das Zusammenspiel von neuen elektrischen Systemen und Flugzeugteilen unter wechselnden Bedingungen geprüft werden. So wird veranschaulicht, wie zum Beispiel die Abwärme der Beleuchtung oder der Leistungselektronik auf die Umgebung im Flugzeuginneren wirkt und umgekehrt. Daraus erhalten die Forscher Informationen, wie die Anordnung der Systeme sein soll, und wie sich die Wärme sinnvoll abführen oder nutzen lässt.

Schiffe als Wellenkraftwerke

Ebenfalls im Sinne des Klimaschutzes engagiert sich das Fraunhofer Center for Manufacturing Innovation (CMI) mit seiner Forschung zur Energiegewinnung aus Wellenkraft. Hier

entdeckten die Experten viel Potential zur Verbesserung, um die Kosten dieser Form der Stromerzeugung zu senken und ihre Marktfähigkeit zu verbessern. So entwickelten die Forscher ein Konzept, das Schiffe als kostengünstige Wellenkraftwerke vorsieht. Sie haben den Vorteil, dass sie zum Transport des Stroms aufs Land keine Unterseekabel benötigen. Die Schiffe speichern den Strom zwischen, bis sie in den nächsten Hafen einlaufen. Allein das senkt die Kosten enorm, denn der Preis für einen Kilometer Unterseekabel liegt bei über 500.000 Dollar. Zudem können die Ausfahrten der Schiffe zur Energiegewinnung so geplant werden, dass sie zu den Verbrauchsspitzen wieder im Hafen sind. Dann kann der Strom ins Netz eingespeist werden, wenn er wirklich gebraucht wird. Ein großer infrastruktureller

Aufwand an den Häfen sei nicht nötig, denn als Anlegestelle würden Yachthäfen ausreichen. Weiterer Vorteil der mobilen Schiffe ist, dass sie zur Stromerzeugung immer Meeresregionen mit passendem Seegang ansteuern können. Außerdem müssen sie nicht die gleiche Robustheit wie herkömmliche Wellenkraftwerke erreichen, sondern können bei Unwetter den nächsten Hafen ansteuern. Die Kombination dieser Vorteile führt zu einer deutlichen Verringerung der Kosten dieser Art von Energiegewinnung. Nach Berechnungen der CMI-Forscher kostet mit diesem Konzept eine Kilowattstunde 15 US-Cent. Verglichen mit bisherigen Wellenkraftlösungen ist das die Hälfte. Bei diesem Preis wäre die Technik außerdem konkurrenzfähig zu anderen Energiequellen wie der Offshore-Windkraft.



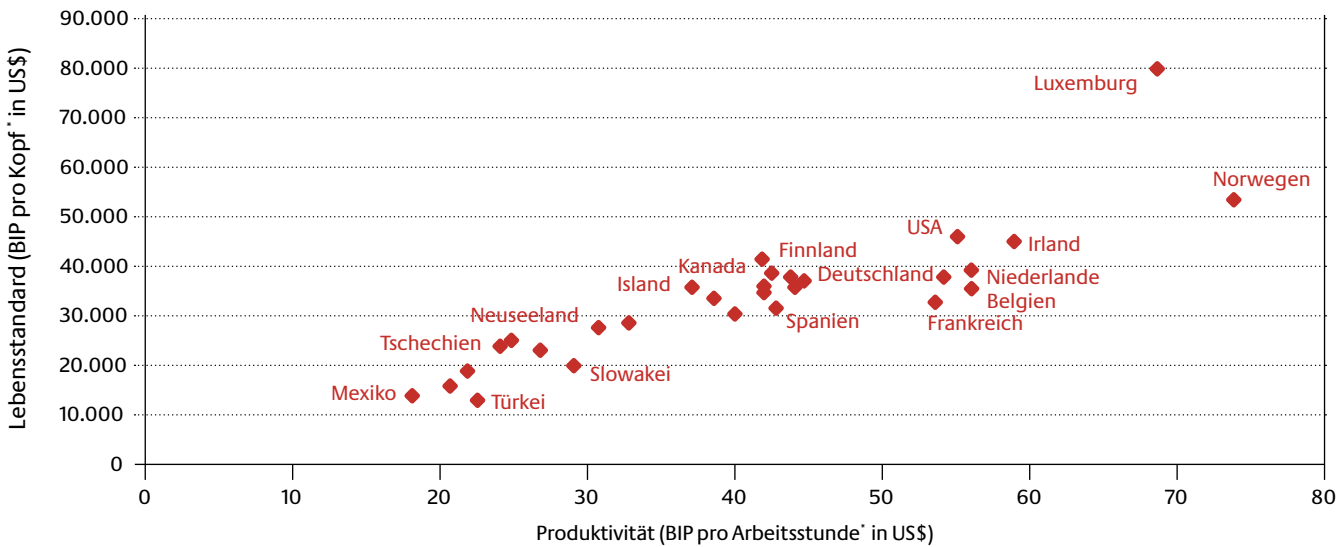
Gute Arbeit

„Die globale Marktwirtschaft verfügt nachweislich über eine große produktive Kapazität. Richtig gelenkt kann sie einen beispiellosen materiellen Fortschritt bewirken, produktivere und bessere Arbeitsplätze für Alle schaffen und einen wichtigen Beitrag zur Verringerung der Armut in der Welt leisten. Andererseits ist uns klar, wie weit wir noch von der Verwirklichung dieses Potenzials entfernt sind. Der derzeitige Prozess der Globalisierung führt zu unausgewogenen Ergebnissen, innerhalb von Ländern ebenso wie zwischen ihnen. Diese globalen Ungleichgewichte sind moralisch unannehmbar und politisch unhaltbar. Wir glauben, dass sich die herrschende Betrachtungsweise der Globalisierung von der engstirnigen Ausrichtung auf die Märkte hin zu einer umfassenderen Sorge für die Menschen verlagern muss. Die Globalisierung muss von ihrem hohen Sockel der Vorstandszimmer und Kabinettsäle heruntergeholt und statt dessen den Bedürfnissen der Menschen in den Gemeinden, in denen sie leben, gerecht werden. Bei der sozialen Dimension der Globalisierung geht es um Arbeitsplätze, Gesundheit und Bildung – doch es geht noch um weit mehr. Sie ist nämlich die Dimension der Globalisierung, die die Menschen in ihrem täglichen Leben und bei ihrer Arbeit wahrnehmen: die Gesamtheit ihrer auf demokratische Mitwirkung und materiellen Wohlstand gerichteten Bestrebungen. Eine bessere Globalisierung ist der Schlüssel zu einem besseren und sicheren Leben aller Menschen im 21. Jahrhundert.“

Internationale Arbeitsorganisation (IAO), Weltkommission für die soziale Dimension der Globalisierung: „Eine faire Globalisierung – Chancen für alle schaffen“



Lebensstandard und Produktivität im OECD-Raum



*bei Kaufkraftparität
Quelle: OECD, National Accounts of OECD Countries, Main Aggregates, Volumes 1 and 2, 2009.

Verantwortungsvolle Marktteilnehmer profitieren von fairer Arbeit

Der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen und damit auch der Erhalt unserer gesellschaftlichen Errungenschaften ist eine vordringliche Aufgabe, die Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gemeinsam angehen müssen. Neben dem Klimawandel erfordern auch die demografische Entwicklung und die Globalisierung der Wirtschafts- und Arbeitswelt tiefgreifende Veränderungsprozesse, die vorausschauendes und verantwortungsvolles Handeln von allen Beteiligten verlangen.

Verantwortungsvolles Handeln der Unternehmen besteht auch darin, die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair zu behandeln, ihnen Beschäftigungsperspektiven zu bieten und sie zu fördern. Dieses deckt sich zugleich mit den Zielen und Aufgaben des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS):

- die zukunftssichere und soziale Gestaltung Deutschlands und Europas,
- der Einsatz für gerechte Teilhabe aller Menschen am gesellschaftlichen Wohlstand,
- die Verwirklichung sicherer und gesunder Arbeitsbedingungen,
- das Bestreben, Menschen in Arbeit zu bringen und ihnen zu helfen, ihre Chancen zu nutzen,
- das Engagement für einen gerechten Ausgleich sozialer Interessen, wirtschaftlicher Belange und ökologischer Anliegen.

Ganz im Geiste gesellschaftlicher Verantwortung sind viele dieser Aspekte bereits in Tarifvereinbarungen geregelt. Zusätzlich setzt sich das BMAS im Dialog mit allen maßgeblichen

» Neben dem Klimawandel erfordern auch die demografische Entwicklung und die Globalisierung der Wirtschafts- und Arbeitswelt tiefgreifende Veränderungsprozesse, die vorausschauendes und verantwortungsvolles Handeln von allen Beteiligten verlangen. «

Gerd Hoofe



Beteiligten für umfassende gesetzliche Mindeststandards für „faire Arbeit“ ein. Dies dient unmittelbar den Interessen der Beschäftigten, schützt aber auch den Großteil der Unternehmen, die sich für faire Arbeitsbedingungen einsetzen, vor Wettbewerbsnachteilen und Sozialdumping.

Verantwortungsbewusste Unternehmen profitieren wirtschaftlich unmittelbar von fairer Arbeit: Nicht nur die Beschäftigten haben Interesse an fairen Arbeitsbedingungen. Auch Kunden, Verbraucher und Investoren hinterfragen zunehmend die Produktionsbedingungen.

Die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen, die unter fairen Bedingungen erzeugt werden, steigt stetig. Investoren suchen – nicht zuletzt wegen des sich ändernden Verbraucherverhaltens – neue Ansätze, um die sozialen und ökologischen Risiken zu minimieren, die sie bei ihren

Investitionen eingehen. Unternehmen sichern sich durch vorbildliches Engagement und gute Referenzen den Zugang zu Talenten, Kunden und Kapital.

Um faire Arbeitsbedingungen in Unternehmen umzusetzen, unterstützt die vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales vor 10 Jahren gegründete Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ (INQA) die CSR-Aktivitäten der Bundesregierung.



Gerd Hoofe ist Staatssekretär im Bundesministerium für Arbeit und Soziales.

Bosch – ein Jahrhundert sozialverantwortlicher Arbeitgeber

Große Unternehmerpersönlichkeiten haben die Wirtschaft in Deutschland geprägt. Eine der Bedeutendsten ist Robert Bosch. Der 1861 in Albeck bei Ulm geborene Sohn eines Gastwirtes gründete die Robert Bosch Gruppe und war eine der einflussreichsten Personen seiner Zeit. Heute ist das Unternehmen in über 60 Ländern aktiv und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von über 47 Milliarden Euro. Der Erfolg der Robert Bosch GmbH und ihrer mehr als 350 Tochtergesellschaften beruht dabei seit jeher auf dem unternehmerischen Testament des Gründers und einem klaren Bekenntnis zu Mitarbeitern und Standorten.

Als elftes von zwölf Kindern zur Welt gekommen, besuchte Robert Bosch bis 1876 die Ulmer Realschule und absolvierte anschließend eine Mechanikerlehre. Arbeitsaufenthalte in den USA und England nutzte er zur Vertiefung der eigenen Kenntnisse, bevor er 1886 die „Werkstätte für Feinmechanik & Elektrotechnik“ in Stuttgart eröffnete. Nach anfänglichen Erfolgen mit der Bosch-Niederspannungs-Magnetzündung im Auto war es eine Erfindung seines Mitarbeiters Gottlob Honold, die dem Unternehmen den endgültigen Durchbruch bescherte. Die 1902 entwickelte Hochspannungsmagnetzündung für Kraftfahrzeugmotoren wurde innerhalb kurzer Zeit zum weltweiten Standard. Die Folge war eine Ausweitung der Geschäfte in andere europäische Länder und die USA. Mithilfe einer auf Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und Respekt vor den Mitarbeitern basierenden Strategie überstand das noch junge Firmenimperium anschließend die großen Krisen des 20. Jahrhunderts und entwickelte sich zum weltweit wichtigsten Zulieferer der Automobil- und Elektroindustrie.

Für Robert Bosch war das Wohl des Unternehmens dabei immer mit dem Wohl der Mitarbeiter verbunden. Das bedeutete auch, dass er seinen Angestellten, wie im Falle Honold, bei der Umsetzung ihrer Aufgaben größtmögliche Freiheit gewährte. Darüber hinaus entlohnte er seine Beschäftigten gemäß seines eigenen Leitsatzes: „Ich zahle nicht gute Löhne, weil ich viel Geld habe, sondern ich habe viel Geld, weil ich gute Löhne bezahle“. Lag der durchschnittliche Jahreslohn eines Arbeiters 1911 etwa bei 1341 Mark, zahlte Bosch seinen Mitarbeitern im Schnitt bereits 2000 Mark.



In Deutschland ist sein Name darüber hinaus eng mit der Einführung einer arbeitgeberbezahlten Alten- und Invalidenversorgung und einer Begrenzung der Arbeitszeit verbunden. Dass Bosch durch die Durchsetzung des Achtstundentages anlässlich des 100.000. Magnetzünders 1906 im Zweischichtbetrieb auch die Maschinen besser auslasten konnte, verdeutlicht dabei eindrücklich die Denkweise des Firmengründers: „Eine anständige Art der Geschäftsführung ist auf die Dauer das Einträglichste.“

Um die Fortführung dieser Politik auch nach seinem Tod sicherzustellen, gründete Robert Bosch bereits 1921 die Vermögensverwaltung Bosch GmbH. Diese sollte nach seinem Ableben die Durchsetzung seiner sozialen und unternehmerischen Grundsätze

» Eine anständige Art der Geschäftsführung ist auf die Dauer das Einträglichste. «

Robert Bosch



Seminare im Jahr. Ein wichtiges Instrument ist die gezielte Vorbereitung von Fach- und Führungspersonal auf zukünftige Herausforderungen. Eigene Trainingszentren in Brasilien, den USA, in Deutschland, Indien, China und Japan bilden dabei die Basis des konzernweiten Kompetenzmanagementsystems.

In den Industrienationen gewinnt die Vereinbarkeit von Beruf und Familie darüber hinaus immer mehr an Bedeutung. Um Mitarbeiter zu binden und größtmögliche Freiheit bei der Gestaltung ihres Berufsalltags zu gewährleisten, bietet Bosch über 100 Teilzeitvarianten, Telearbeit und Hilfe bei der Kinderbetreuung an. Dazu gehört eine standortübergreifende Kooperation mit einer firmenunabhängigen Beratungs- und Vermittlungsagentur von Tagesmüttern, Kinderfrauen oder Au-pairs, und eine Kinderbetreuungsborse im konzerneigenen Intranet. Maßnahmen wie Feriencamps für Mitarbeiterkinder und gemeinsam mit benachbarten Firmen betriebene Betreuungseinrichtungen runden das Angebot ab.

Neben den Mitarbeitern sind das gesellschaftliche Umfeld und hier vor allem die eigenen Produktionsstandorte eine wichtige Säule der Firmenpolitik. In vielen Regionen ist die Bosch Gruppe der größte Arbeits- und Auftraggeber. Mit lokalen Benefizveranstaltungen, wie etwa dem Nashik-Run in Indien, bei dem etwa 100.000 Euro für die Finanzierung von Bildungseinrichtungen und der medizinischen Grundversorgung armer Bevölkerungsgruppen gespendet wurden, unterstützt der Konzern die wirtschaftliche Entwicklung von Regionen. Neben, schon von Robert Bosch gepflegten, philanthropischen Aspekten spielt hier auch die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens eine wichtige Rolle. Benötigt die Robert Bosch Gruppe doch langfristig gesundes und qualifiziertes Personal, um nachhaltigen Erfolg sicherzustellen.

Auch die eigenen Mitarbeiter werden daher zu ehrenamtlichem Engagement motiviert. Das hauseigene Volunteeringprogramm ist dabei ein wichtiges Werkzeug. So arbeiten die Auszubildenden von Bosch Rexroth in Lohr (Deutschland) eine Woche lang in Einrichtungen für Behinderte. Das steigert die soziale Kompetenz der Mitarbeiter, stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Belegschaft und stiftet gleichzeitig gesellschaftlichen Nutzen.

sicherstellen. Bis heute beeinflusst sie, mittlerweile unter dem Namen Robert Bosch Stiftung bekannt, die Firmenpolitik und sichert den nachhaltigen Anspruch ihres Gründers.

Global Player – globale Verantwortung

Bosch beschäftigt heute weltweit rund 270.000 Mitarbeiter. Der eigenen Tradition folgend sind sie das wichtigste Kapital. Die Robert Bosch Gruppe investiert daher nicht nur in Anstellung und Bezahlung, sondern betreibt auch ein konsequentes Fort- und Weiterbildungsmanagement. Alleine 2009 gab der Konzern rund 200 Millionen Euro für die Qualifikation der Mitarbeiter aus. Statistisch gesehen besuchte dabei jeder Mitarbeiter zwei

Deutsche Telekom: Frauenkarrieren fördern

In Deutschland werden die allermeisten Führungspositionen in Unternehmen immer noch von Männern besetzt. Deshalb hat die Deutsche Telekom eine verbindliche Frauenquote für Führungskräfte eingeführt. So ist sie das erste Dax-30-Unternehmen mit konzernweiter Frauenquote. Bis Ende 2015 sollen 30 Prozent der oberen und mittleren Führungspositionen im Unternehmen mit Frauen besetzt sein. Damit konnte die Telekom dazu beitragen, dass eine breite Diskussion um die Karrierechancen von Frauen angestoßen wurde, die in Politik und Wirtschaft an Dynamik gewonnen hat. Angesichts des tatsächlichen Frauenanteils auf den Führungsetagen von weltweit 19 Prozent (bei Einführung der Quote 2010), ist die 30-Prozent-Vorgabe ein ehrgeiziges Ziel – um es zu erreichen, sind gemeinsame Anstrengungen im gesamten Konzern erforderlich. Nach jahrelangen Maßnahmen zur Frauenförderung, die ohne Erfolg blieben, war die Einführung einer Frauenquote für die Deutsche Telekom die ultima ratio. Die Verpflichtung auf einen höheren Anteil von Frauen in Führungspositionen war keineswegs ausschließlich durch Gerechtigkeitsempfinden motiviert.

Für ein Unternehmen in einem hochdynamischen, von Innovationen geprägten Umfeld wäre die Erhöhung des Frauenanteils im Management ein positiver Schritt, da sie eng mit dem Geschäftserfolg verbunden ist. Europas größtes Telekommunikationsunternehmen will das kreative Potenzial gemischter Teams in Führungsebenen ausschöpfen – es hat sich allgemein gezeigt,

dass Unternehmen mit hohem Frauenanteil im Management produktiver und innovativer sind. Außerdem muss einem klaren Trend in den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch die Frauenquote entgegen gewirkt werden: dem demographischen Wandel. In Deutschland ist die Talenteinknappung eine Herausforderung für alle Unternehmen, nicht nur für die Deutsche Telekom. Da immer mehr Frauen einen Studiengang an deutschen Hochschulen erfolgreich absolvieren, wäre es fahrlässig, dieses qualifizierte Potential nicht zu nutzen, und das können sich die Unternehmen nicht leisten.

Im Hinblick auf ihre Einstellungspraxis hat die Deutsche Telekom daher nicht nur die obersten Führungspositionen im Auge; der Talentpool soll auf allen Etagen erweitert werden. Die Umsetzung der 30 Prozent-Quote wird durchgängig auf allen Ebenen verfolgt – beginnend mit der Einstellung von AbsolventInnen von Hochschulen und dualen Studiengängen über interne Talentpools und Führungskräfte-Entwicklungsprogramme bis hin zu Kandidatenvorschlägen für das Topmanagement. So müssen in Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen künftig mindestens 30 Prozent Frauen angemeldet sein, erst bei Erfüllung dieser verbindlichen Vorgabe können die Programme anlaufen. Weiblichen Führungskräften den Weg zu ebnen bedeutet auch, für die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu sorgen. Daher strebt der Konzern mit der Gestaltung einer vielfältigen und offenen Unternehmenskultur an, das auf Anwesenheitspflicht basierende Arbeitszeitmodell abzulösen. Besonders Frauen, die in Arbeit und Familie Verantwortung tragen, soll die Wiederaufnahme ihrer Beschäftigung etwa nach einem Erziehungsurlaub oder einem Sabbatjahr erleichtert werden. Gleichzeitig betreibt die Telekom den massiven Ausbau ihrer betrieblichen Kinderbetreuungseinrichtungen in Deutschland und bietet den Beschäftigten mit Schulkindern regelmäßige Betreuungsangebote in den Sommerferien an. Mit ihrem Programm zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben respektiert die Deutsche Telekom das Privat- und Familienleben ihrer Mitarbeiter und ermöglicht ihnen mehr Flexibilität und Entscheidungsfreiheit. Die Förderung von flexiblen Arbeitszeitmodellen für alle Beschäftigten, E-Mail-freie Wochenenden und die Kontaktpflege während der Elternzeit werden in der Unternehmenskultur der Telekom fest verankert.



Globalisierung der gesellschaftlichen Verantwortung

Die Globalisierung eröffnet neue wirtschaftliche Möglichkeiten für exportgetriebene Industriebranchen und Geschäftsunternehmen. Wirtschaftlicher Erfolg kann jedoch nicht heißen, den Gesichtspunkt der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen außer Acht zu lassen.

CSR muss im Zeitalter der Globalisierung immer auch als internationale Verantwortung verstanden werden. Die Teilnahme am Global Compact der Vereinten Nationen, die Errichtung eines unternehmensübergreifenden Gewerkschaftsnetzwerks und der Abschluss internationaler Rahmenvereinbarungen durch erfolgreiche deutsche Unternehmen belegen, dass CSR nicht gleichbedeutend mit Wettbewerbsnachteilen ist.

Milton Friedmans Diktum – „Die soziale Verantwortung der Wirtschaft ist es, ihre Gewinne zu vergrößern.“ – hat keine Gültigkeit mehr. Insbesondere in der Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise des Jahres 2008 spielen moralisch korrekte Aktionspläne für die Öffentlichkeit eine immer wichtigere Rolle. Gewinne werden nicht mehr als einziger Bewertungsmaßstab in der Wirtschaft akzeptiert, da dies dem Konzept der Nachhaltigkeit diametral entgegengesetzt wäre.

Seit einigen Jahren verwenden viele Unternehmen daher den Ausdruck „Corporate Social Responsibility“ (CSR) als Aushängeschild für ihr soziales Engagement. Die IG BCE fordert, dass dieser Begriff mehr umfassen muss als eine reine Marketingstrategie. Die Gewerkschaften und Betriebsräte müssen in die Gestaltung der Unternehmensverantwortung und die Überprüfung ihrer Auswirkungen einbezogen werden. Referenzstandards für die internationale Verantwortung von Unternehmen gibt es bereits seit Jahren; zu den wichtigsten zählen globale Standards wie die Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen, die Arbeitsnormen der IAO und die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. CSR-Aktivitäten sind für die Unternehmen freiwillig – aber freiwillig darf nicht mit unverbindlich verwechselt werden. Nach Ansicht der deutschen Gewerkschaften kann CSR nur als Ergänzung von gesetzlichen Mindeststandards – wie z.B. Mitarbeitervertretung, Mitbestimmung und Tarifverhandlungen – verstanden werden.



Michael Vassiliadis

Michael Vassiliadis,
Vorsitzender der
Industriegewerkschaft
Bergbau, Chemie, Energie

Dementsprechend müssen Unternehmen gewährleisten, dass ihre CSR-Aktivitäten transparent sind, und es wäre auch anzuraten, diesen Punkt von den gesetzlich vorgeschriebenen Wirtschaftsausschüssen und Aufsichtsräten gemeinsam mit den Arbeitnehmervertretungen prüfen zu lassen. Nachhaltigkeitsberichte, die auf der Grundlage von internationalen Normen erstellt werden, können auch für die erforderliche Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit sorgen. Die IG BCE ist der Auffassung, dass das einzige plausible CSR-Konzept auf dem Grundsatz der Sozialpartnerschaft beruhen muss. Auf der Ebene der Verbände haben die IG BCE und der Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) dieses Ideal im sogenannten Wittenberg-Prozess umgesetzt, dessen Ergebnisse u.a. zu einem gemeinsamen Ethik-Kodex für verantwortungsvolles Handeln in einer sozialen Marktwirtschaft führten.

Es liegen bereits viele positive Beispiele aus der unternehmerischen Praxis vor, wie z.B. das BASF Südamerika-Netzwerk, das im Laufe der Jahre im Dialog der Sozialpartner zur Lösung von Problemen an den südamerikanischen Standorten geführt hat. Dieses Beispiel steht stellvertretend für ein großes Ideal – die Globalisierung von Unternehmensverantwortung. Dann, und nur dann, kann globale Gerechtigkeit Wirklichkeit werden.

Volkswagen als Corporate Citizen in einer globalen Welt

Schon lange vor der aufkommenden CSR-Diskussion wurde bei Volkswagen eine Unternehmenskultur der Nachhaltigkeit und Mitbestimmung aufgebaut. Dazu gehörte insbesondere die gleichwertige Verfolgung wirtschaftlicher Ziele mit der Beschäftigungssicherung. Gesellschaftliche Verantwortung wird bei Volkswagen als die Fähigkeit verstanden, das eigene Geschäft mit den langfristigen Zielen der Gesellschaft in Einklang zu bringen. Die drei Kernelemente des Nachhaltigkeitskonzepts sind dabei:

- nachhaltige Produkte, also die forcierte Verbesserung konventioneller Antriebstechnologien, innovative Fahrzeugkonzepte, BlueMotion Technologien und EcoFuel, Hybridmodelle und Elektromobilität sowie Mobilitätsdienstleistungen als Beiträge zur Perspektive einer CO₂-neutralen Mobilität;
- nachhaltige Produktion, d.h. Energie- und Ressourcenmanagement, der Einsatz erneuerbarer Energien, Logistik und Green IT;
- nachhaltige Strukturentwicklung, d.h. die Vernetzung der Standorte mit der ökonomischen und sozialen Entwicklung ihrer Umgebung aus Eigeninteresse und Verantwortung.

In dieser dritten Säule der Nachhaltigkeit trifft sich das Engagement zur Bewältigung gesellschaftlicher Probleme mit dem ureigenen Interesse des Unternehmens an qualifizierten und motivierten Mitarbeitern, an Gesundheitsprävention und einem seiner langfristigen Entwicklung förderlichen Umfeld.

In Wolfsburg, dem Stammsitz des Konzerns, hat Volkswagen gezeigt, wie sich die Wirtschaftskraft einer Region stärken und strukturelle Schwächen überwinden lassen. Die dafür gegründete Gemeinschaftsunternehmung mit der Stadt Wolfsburg, die Wolfsburg AG, hat seit 1999 insgesamt 13.500 Arbeitsplätze geschaffen sowie mehr als 640 Neugründungen und Ansiedlungen initiiert. Gemeinsam mit der Entwicklungsagentur Projektregion Braunschweig, in der Volkswagen ebenfalls Gesellschafter ist, wird nun ein Zukunftsmodell als „Allianz für die Region“ geschaffen. Nach diesem Vorbild hat Volkswagen auch in Brasilien und Südafrika PPP-Gesellschaften gegründet, die durch Industrieansiedlung und Starthilfeprogramme für ökonomische Impulse und Beschäftigung sorgen.



Um die Innovationsfähigkeit des Unternehmens wie der Standorte zu stärken, sucht das Unternehmen zudem Kooperationen mit Einrichtungen der Wissenschaft und Forschung. In Ingolstadt und München ist zwischen der Konzerntochter Audi und technischen Hochschulen ein besonders dichtes Netz an Kooperationsbeziehungen entstanden, das sich Zukunftstechnologien vom Automobilbau bis zur urbanen Entwicklung widmet.

Gerade dort, wo Volkswagen schon viele Jahrzehnte produziert, sind enge Beziehungen auch mit zivilgesellschaftlichen Organisationen gewachsen und Netzwerke der Hilfe zur Selbsthilfe geknüpft worden. In Brasilien oder Südafrika hat das Unternehmen dazu eigens Stiftungen gegründet.

So hat Volkswagen of South Africa (VWSA) in der besonders strukturschwachen Ostkap-Provinz nicht nur über 5.000 Arbeitsplätze direkt und weitere 20.000 indirekt bei Lieferanten geschaffen und damit für Einkommen gesorgt. Das Unternehmen engagiert sich über den Volkswagen Community Trust auch im Kampf gegen Aids, beim Bau von Schulen, in Alphabetisierungskampagnen, bei der Förderung von Sport und Fußball. Jedes Investment ist ein Bekenntnis zur Region und den Menschen, die dort leben.

Das Engagement des Unternehmens wird unterstützt durch eine eigene „Kultur des Helfens“ durch die Mitarbeiter. Die „Belegschaftsspende“ kommt Jahr für Jahr einer Vielzahl von Vereinen und Initiativen zugute, die sich um soziale Projekte in der regionalen Umgebung kümmern.

Seit der Jahrtausendwende fördert die Belegschaft über den Weltkonzernbetriebsrat überdies Straßenkinder in aller Welt, sorgt für Obdach, Nahrung, Bildung. Das Projekt „Eine Stunde für die Zukunft“ wird gemeinsam mit dem renommierten Kinderhilfswerk terre des hommes umgesetzt. Zur Fußball-WM 2010 setzte die Arbeitnehmer-Vertretung mit ihrer Initiative „A Chance to Play“ in Südafrika ein besonderes Zeichen der Hoffnung.

An den deutschen Unternehmensstandorten fördert die Volkswagen-Initiative Pro Ehrenamt als Freiwilligenagen-

tur die Bereitschaft von Mitarbeitern oder Ehemaligen zum bürgerschaftlichen Engagement in sozialen und ökologischen Projekten vor Ort. Im argentinischen Cordoba helfen Volkswagen-Mitarbeiter in eigener Initiative in ihrer Freizeit in den Armenvierteln.

Durch aktiven Naturschutz werden die Volkswagenstandorte gleichfalls aufgewertet. So sorgt das Unternehmen – zumeist in enger Zusammenarbeit mit Umweltverbänden – für die Renaturierung von Mooren und Gewässern (in Deutschland), die Aufforstung von Wäldern (in Spanien, den USA und Brasilien) oder den Schutz bedrohter Tiere wie Panda (in China) und Andenkondor (in Brasilien).

Unweit des Werkes Puebla organisiert Volkswagen de Mexico zudem mit der großflächigen Aufforstung des Vulkanmassivs um den Popocatepetl ein ökologisches Projekt, in das Schritt für Schritt auch Lieferanten eingebunden werden. Das Ziel: Stopp der Bodenerosion und Verbesserung der regionalen Wasserversorgung – zum beiderseitigen Nutzen der Anwohner und des Werkes.

Über neunzig Produktionsstandorte zählt der Volkswagen Konzern weltweit. Und überall pflegt das Unternehmen sein Umfeld, abgestimmt mit lokalen Akteuren, orientiert an den Bedürfnissen der Region.



Globale Standards

„Die gegenwärtige Globalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft ist mit dem zweifachen Problem institutioneller und organisatorischer Defizite konfrontiert. Anders als internationale Standards – die von einzelnen Staaten oder zwischenstaatlichen Organisationen beschlossen und anschließend weltweit umgesetzt werden – stehen Entwicklung und Festlegung globaler Standards und Regeln noch ganz am Anfang. Das liegt darin begründet, dass international anerkannte und engagierte Organisationen fehlen, die in der Lage wären, die Erarbeitung weltweit anerkannter Normen für gerechte Verhaltensregeln (für den Einzelnen wie für Unternehmen) zu fördern. Hier wären der Global Compact der Vereinten Nationen und die ISO-Norm 26000 als vorbildliche und wertvolle Ausnahmen zu nennen. Des Weiteren müssen neue Akteure in die Entwicklung geeigneter Normen einbezogen und neue Methoden für diese Prozesse geschaffen werden, damit Verhaltensregeln von den gesellschaftlichen Akteuren weltweit als legitim anerkannt werden. Multistakeholder-Dialoge sind ein Beispiel für solche Methoden.“

Global Compact der Vereinten Nationen, Internationales Jahrbuch 2011

Wichtige Akteure im Welthandel 2010

Importe (in Mrd. US\$)

2.300

USA

1.900

China

1.500

Deutschland

1.100

Japan

700

Frankreich

Niederlande

300

-100

-20

480

980

1.480

1.980

Exporte (in Mrd. US\$)

Quelle: World Trade Organization – International Trade Statistics 2011

Verantwortliches Unternehmertum im globalen Kontext

Die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation, der Global Compact der Vereinten Nationen und die OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen sind ein sehr wichtiger Beitrag zur globalen gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Sind sind die wichtigsten anerkannten Instrumente und Initiativen, die auf der Ebene der Regierungen entwickelt wurden.

Die OECD-Leitlinien sind Empfehlungen von 42 Staaten für Unternehmen, die international tätig sind. Die Leitlinien fordern moralisch einwandfreies Verhalten in einer Vielzahl einschlägiger Bereiche – wie z.B. bei den Menschenrechten, im Umweltschutz, bei der Korruptionsbekämpfung und den Arbeitnehmerrechten. Ausgehend von der Zahl der teilnehmenden Länder decken die Leitlinien einen beträchtlichen Anteil der ausländischen Investitionen ab. Die Umsetzung wird durch die Möglichkeit eines Einspruchsverfahrens mit der Hilfe der Nationalen Kontaktstellen unterstützt, die von den Regierungen der beteiligten Länder eingerichtet werden.

Die OECD-Leitlinien wurden 1976 verfasst und 2000 umfassend revidiert. Zwischen Juni 2010 und Mai 2011 kam es zu



» Die Leitlinien ermutigen die Unternehmer, die verschiedenen Aspekte ihres geschäftlichen Umfelds verantwortungsbewusst zu prüfen und sich gleichzeitig der Grenzen ihrer Kontrolle bewusst zu sein. «

Hans-Joachim Otto

einer weiteren Revision der Leitlinien, um die Entwicklungen und Trends der letzten Jahre einzubeziehen. Die revidierten Leitlinien wurden von den teilnehmenden Regierungen am 25. Mai 2011 angenommen – dem 50. Jahrestag der Gründung der OECD. Am 30. September 2011 wurde die offizielle Version der revidierten Leitlinien in englischer, französischer und deutscher Sprache veröffentlicht.

Während der Revision der Leitlinien wurde ein neues Kapitel zum Schutz der Menschenrechte hinzugefügt. Darüber hinaus wurden die Leitlinien erweitert, so dass sie sich nicht nur mit Geldanlagen, sondern auch mit Wertschöpfungsketten und sonstigen Geschäftsbeziehungen befassen, und der Begriff der Sorgfaltspflicht (due diligence) wurde als Benchmark für das unternehmerische Verhalten in fast allen Bereichen eingeführt. Die Leitlinien ermutigen die Unternehmer, die verschiedenen Aspekte ihres geschäftlichen Umfelds verantwortungsbewusst zu prüfen und sich gleichzeitig der Grenzen ihrer Kontrolle bewusst zu sein.

Aufgrund dieser und weiterer Innovationen in den OECD-Leitlinien betrachte ich die Revisionen des letzten Jahres – auf der Grundlage eines breiten Konsens zwischen den Regierungen, Unternehmen, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen – als wesentliche Errungenschaft für die internationale CSR-Arbeit. Sie gewährleisten die zukünftige Effektivität und

führende Rolle der OECD-Leitlinien. Die aktualisierte Version der OECD-Leitlinien unterstreicht so die ungebrochene Bedeutung des „Ehrbaren Kaufmanns“ auch im 21. Jahrhundert. Genauso wie vor fast eintausend Jahren kann ein respektabler Geschäftsmann die Herausforderungen freiwillig akzeptierter Leitlinien erfolgreich meistern und dabei effektiv und dauerhaft einmalige Gelegenheiten nutzen. Dieser Grundsatz ist sozusagen zeitunabhängig gültig. Wenn Deutschland dieser Tradition treu bleibt, wird die deutsche Wirtschaft auch in Zukunft im Bereich guter Unternehmensführung an der Spitze stehen – getreu dem Motto Robert Boschs: „Eine anständige Art der Geschäftsführung ist auf die Dauer das Einträglichste, und die Geschäftswelt schätzt eine solche viel höher ein, als man glauben sollte.“



Hans-Joachim Otto ist Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Der Baumwolle ein menschliches Gesicht geben

Die Aid by Trade-Stiftung wurde 2005 von Dr. Michael Otto gegründet. „Cotton made in Africa“ (CmiA) ist die zentrale Initiative der Stiftung und bisher auch ihre einzige. Die CmiA-Initiative wird von Organisationen aus dem privaten und öffentlichen Sektor unterstützt und finanziert. Zu diesen Organisationen zählen NROs wie die Welthungerhilfe, der WWF, der NABU (Naturschutzbund Deutschland e.V.), die Bill & Melinda Gates-Stiftung sowie Organisationen aus dem öffentlichen Bereich, wie das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und Privatunternehmen aus den Bereichen Mode, Textilien und Baumwollverarbeitung.

„Cotton made in Africa“ handelt nach dem Grundsatz, dass Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung tragen. Das heißt, dass die Initiative auf der Grundlage von soliden Geschäftsmodellen

arbeitet, mit der Ausnahme, dass sie nicht die Gewinne für Einzelpersonen maximieren, sondern vielmehr die Lebensbedingungen einer großen Zahl afrikanischer Baumwollbauern verbessern will. Zu diesem Zweck wird ein Verbund internationaler Vertriebsfirmen aufgebaut, die auf dem Weltmarkt eine zielgerichtete Nachfrage nach nachhaltig produzierter Baumwolle feststellen und diesen Rohstoff in ihren Produkten verwenden wollen. CmiA handelt in Übereinstimmung mit den Regeln des Marktes, vermeidet also Subventionen oder Interventionen bei den Weltmarktpreisen, die – ebenso wie die Preise praktisch aller Rohstoffe – durch Angebot und Nachfrage bestimmt werden.

Es werden Schulungsprogramme durchgeführt, um Baumwollkleinbauern effiziente Anbaumethoden und die umweltfreundliche Verwendung von Pestiziden auf der Grundlage der

Vermeidung von Schädlichkeitsschwellen zu vermitteln. Das bedeutet, dass bestimmte Pestizide nicht verwendet werden, bis ein bestimmter Grad der Schädigung erreicht ist. Dieser Grad wird festgelegt, nachdem die Felder systematisch nach Schädlingen abgesucht wurden. Hierfür wurde ein simples und leicht bedienbares Instrument entwickelt. So wird nicht nur die Verwendung von Pestiziden reduziert, sondern auch den Landwirten beigebracht, wie man Schädlinge von Nützlingen unterscheidet, und wie man sich diese Informationen für den Anbau zunutze macht. Weitere wichtige Inhalte der Schulung sind die effiziente Nutzung des Regenwassers und die moderate und umsichtige Verwendung von Düngemitteln, insbesondere die Herstellung und Verwendung von biologischen Düngemitteln. Dieses Wissen hilft den Bauern, die Qualität ihrer Baumwolle zu verbessern, die Fruchtbarkeit des Bodens zu bewahren und größere Ernteerträge zu erzielen. Je nach Region wird die Organisation des Schulungsprogramms durch die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) oder von den Baumwollfirmen vor Ort in die Hand genommen, da sie selbst ein großes Interesse daran haben, die Produktivität der Kleinbauern, die ihre Zulieferer sind, zu steigern.

In Europa und Nordamerika hat CmiA die sogenannte Nachfrageallianz gegründet – ein Bündnis internationaler Bekleidungsunternehmen und Modemarken, die ganz gezielt nachhaltige afrikanische Baumwolle für ihre globale Textilherstellung und den weltweiten Vertrieb der Textilien verlangen. CmiA arbeitet gegenwärtig mit mehr als 20 Textilunternehmen zusammen – u.a. auch mit der weltweit bekannten Sportbekleidungsfirma PUMA, die der CmiA-Initiative 2009 beitrug. Aufgrund seiner starken Präsenz auf dem afrikanischen Kontinent und dem großen Sortiment an Baumwolltextilien ist es offensichtlich, warum PUMA 2011 zu den größten Abnehmern von CmiA-Baumwolle gehörte. Im Gegenzug für das Recht, das CmiA-Label auf ihren Produkten verwenden zu dürfen, zahlen die Mitglieder der Nachfrageallianz der Stiftung eine Lizenzgebühr. Die Einnahmen aus dieser Gebühr werden in Übereinstimmung mit den Grundsätzen der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen an die Partner weiter geleitet, die das Label durch ihre Arbeit ermöglicht haben, d.h. an die Kleinbauern in Afrika. Dieser



Die afrikanische Baumwolle wird überwiegend von kleinen landwirtschaftlichen Betrieben mit nachhaltigen Methoden angebaut.

ganzheitliche Ansatz ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten: Die Partner der Nachfrageallianz erhalten Baumwolle, die in Übereinstimmung mit den sozialen und ökologischen Normen hergestellt wurde, ohne dafür einen signifikant höheren Preis zu zahlen; die afrikanischen Kleinbauern und ihre Familien haben mehrere Vorteile – sie lernen effizientere Anbaumethoden kennen, so dass sie ihre Einkünfte durch bessere Ernteerträge verbessern können, und sie sind die Nutznießer der sozialen Projekte wie z.B. besserer Schulen. Die geplante zukünftige Verteilung der Überschüsse wird das Einkommen der Baumwollanbaubetriebe weiter verbessern.

Die wichtigste Rolle der Initiative besteht darin, neue Entwicklungen anzustoßen und als Mittler aufzutreten. Die Initiative zeigt, wo die Notwendigkeit und die Möglichkeit der Unterstützung besteht und versammelt alle Beteiligten an einem Tisch, damit gemeinsame Projekte bestmöglich realisiert werden können. In der Praxis sind dies die „Cotton made in Africa“ Gemeinschaftsprojekte, die die Sozial- und Bildungsinfrastruktur in einer Projektregion verbessern sollen, z.B. durch die Einrichtung von Alphabetisierungskursen für Erwachsene oder durch Renovierung und Bau von Grundschulen in abgelegenen Baumwollanbauregionen. Diese Projekte sind das Ergebnis gemeinsamer Anstrengungen von Baumwollfirmen, Bauernverbänden und europäischen Textilunternehmen, die durch die „Cotton made in Africa“-Initiative miteinander verbunden sind.



Der Runde Tisch Verhaltenskodizes

Der Runde Tisch Verhaltenskodizes ist ein seit 2001 existierendes, deutschlandweites Multi-Stakeholderforum mit dem Ziel, die Umsetzung freiwilliger Sozialstandards durch Information und Dialog sowie gemeinsame Erfahrungen in Form von Pilotprojekten in Schwellen- und Entwicklungsländern zu fördern. An ihm beteiligen sich Unternehmen und Verbände der Privatwirtschaft, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen sowie verschiedene Bundesministerien und internationale Organisationen.

Der Runde Tisch (RT) sieht sich als geschützten Raum, in dem offen und kontrovers zu aktuellen Themen der internationalen Sozialstandards-Debatte diskutiert werden kann. Neben dem Fokus auf Sozialstandards werden auch Fragen zur „Corporate Social Responsibility“ (CSR) diskutiert. Themen, die der Runde Tisch regelmäßig in seinen Sitzungen verfolgt, beziehen beispielsweise auch den ISO 26000-Prozess, die öffentliche Beschaffung oder das Themenfeld Menschenrechte und Unternehmen mit ein.

Als der Runde Tisch vor zehn Jahren ins Leben gerufen wurde, übten Gewerkschaften, NGOs und Verbraucherorganisationen zunehmend Druck auf Unternehmen und ihre Lieferanten aus, indem sie öffentlich auf Missstände in internationalen Lieferketten hingewiesen haben.

Etliche Unternehmen in Deutschland haben sich daraufhin eigene Richtlinien für ihr Verhalten gegeben, so genannte Verhaltenskodizes. Ebenso wurden freiwillige Standardsysteme entwickelt, um die Verbesserung von sozialen Bedingungen in internationalen Lieferketten zu fördern, sowie Auditierungs- und Zertifizierungssysteme eingeführt. Best Practices und Lessons Learned wurden jedoch sehr selten zwischen den relevanten Akteuren ausgetauscht und diskutiert.

Der Ansatz, durch die Förderung des Dialogs zwischen Management und Beschäftigten zur Verbesserung von Arbeitsbedingungen beizutragen, wurde in einem Pilotprojekt des Runden Tisches von 2004 - 2006 in Rumänien und Bulgarien entwickelt und hat in der Debatte neue Trends und Maßstäbe gesetzt. Der innovative Ansatz ermöglicht es, betriebliche Probleme zu thematisieren, Defizite bei der Umsetzung von Sozialstandards festzustellen und unter aktiver Einbeziehung der Beschäftigten Lösungen auszuhandeln. Der im Pilotprojekt erprobte Ansatz der Dialogförderung hat sich als effektives Instrument zur Verbesserung der innerbetrieblichen Prozesse und der sozialen Performance bewährt und wurde – angepasst an verschiedene kulturelle und politische Kontexte – in weiteren Projekten und Kooperationen mit dem privaten Sektor aufgegriffen.

Dialog mit Partnerinstitutionen aus Entwicklungsländern

Der Runde Tisch hat außerdem stets den Dialog mit Südpartnern als wichtigen Aspekt eines gemeinsamen Lernens und erfolgreicher Umsetzung von Sozialstandards betont. Im Dezember 2009 hat der RT eine Veranstaltung zum Thema „Social Standards – learnings, opportunities and challenges from northern and southern perspectives“ ausgerichtet, bei der sich Mitglieder des Runden Tisches mit Partnerinstitutionen aus dem Süden trafen, um Erfahrungen bei der Umsetzung von Sozialstandards in Entwicklungs- und Schwellenländern auszutauschen, gute Beispiele zu teilen und noch bestehende Hürden zu identifizieren. In den letzten zwei Jahren beschäftigte sich der Runde Tisch intensiv mit der Frage „existenzsichernder Löhne“ im Kontext der Umsetzung von Sozialstandards in der

Lieferkette. Ein Aktionsprogramm, das den erlangten Konsens unter den Mitgliedern des Runden Tisches zur Thematik existenzsichernder Löhne widerspiegelt und als Basis für die Ausarbeitung gemeinsamer Handlungsfelder dient, wurde verabschiedet. Teil des Aktionsprogramms ist die Dialogveranstaltung des RT Verhaltenskodizes zu existenzsichernden Löhnen, die im März 2012 stattfinden wird. Die Dialogveranstaltung, an der die Mitglieder des RT sowie weitere Experten und Partner aus dem Süden teilnehmen werden, dient dem Austausch von Erfahrungen, Möglichkeiten und Grenzen und zielt auf die Erarbeitung von konkreten Lösungsansätzen zur Umsetzung von existenzsichernden Löhnen in der Lieferkette global agierender Unternehmen, welche im Anschluss an die Veranstaltung unter Umständen in gemeinsamen Pilotprojekten getestet werden sollen.



TÜV Rheinland: FIT⁵-Programm zur Verbesserung der Abläufe in chinesischen Fabriken

Die Produktion zu steigern und gleichzeitig ein Unternehmer zu sein, der soziale Verantwortung übernimmt, ist eine Herausforderung. Insbesondere die Beispiele aus der Sportbekleidungs- und Textilindustrie sind allgemein bekannt. Zulieferer für geschützte Handelsmarken zu sein, die weltweit verkauft werden, bedeutet oft, dass man die Normen des Markeninhabers akzeptieren muss. Die Ziele des FIT⁵-Programms sollen die Zulieferer in die Lage versetzen, ein Mitspracherecht bei diesem Prozess zu haben und zu entscheiden, welche Normen für sie wichtig sind. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Übertragung von Verantwortung und Teilhabe, so dass die erwünschte Veränderung von innen heraus erfolgt und nicht vom Kunden oder Einkäufer eingefordert werden muss. Die TÜV Rheinland Group in Shenzhen und CSR Asien haben – in Zusammenarbeit mit der deutschen gemeinnützigen

Organisation zum Kapazitätsaufbau Inwent gGmbH (seit dem 1. Januar 2011 Teil der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH) – ein Schulungsprogramm für verschiedene Zulieferer entwickelt, das Produktivität, Qualitätsmanagement, CSR und grundlegende Rechte in Bezug auf ausgewählte Normen der IAO, das chinesische Arbeitsrecht und die Arbeitsplatzbedingungen verbindet. Unternehmer lernen, die Leistung der Fabrik zu bewerten und Kapazitäten aufzubauen, um so Systeme für die ständige Verbesserung des Managementsystems einzurichten. FIT⁵ will nicht nur Fehler beseitigen, sondern auch Verhaltensweisen einführen, die dauerhaft beibehalten werden und nachhaltige Veränderungen bewirken. Die Umsetzung des Programms dauert in der Regel sechs Monate; in dieser Zeit unterstützen Fachleute die Geschäftsführung und

die Beschäftigten bei der Verbesserung der Abläufe in verschiedenen Bereichen. Anstatt sich überstürzt der Umsetzung von CSR zu widmen, begründet das Programm einen Prozess der ständigen und nachhaltigen Verbesserung. Fünf integrierte Module – Kommunikation, Personalmanagement, schlanke Produktion, Arbeitsschutz und soziale Verantwortung – machen den Kern des Programms aus (siehe Abb. 1). So konnten viele Flaschenhalsprobleme, wie z.B. dass viel zu viele Überstunden geleistet werden und eine enorme Ressourcenverschwendung stattfindet, bei Abschluss des Prozesses gelöst werden. Der Prozess der ständigen Bewertung und nachhaltigen Verbesserung im Rahmen des Programms hat zu zahlreichen Erfolgen in den beteiligten Fabriken geführt, wie z.B. zu einer höheren Produktivität, einer Reduzierung der Abfallmenge, niedrigeren Kosten, stärkerer Mitarbeiterbindung und Risikominimierung. Im Ergebnis sucht die Geschäftsführung nun Lösungen, indem sie zur Wurzel des Problems vordringt. Das nächste große Ziel ist dann die Verbesserung im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen. Somit wird eine nachhaltige Entwicklung durch ständige Verbesserung des hausinternen Managements gestärkt. Mehr als 30 Unternehmen aus den verschiedensten Branchen in ganz China haben das im März 2006 eingeführte FIT⁵-Projekt erfolgreich abgeschlossen. Wegen seines nachhaltigen Erfolgs ist das System erweitert worden zu FIT⁵ GREEN – es basiert auf fünf Modulen, wobei der Schwerpunkt eindeutig auf Umweltthemen liegt: Nachhaltigkeitsstrategie, kontrollierter Energieeinsatz, Ausführungskapazitäten, grüne Produktion und CO₂-Management. Der Personalchef eines Unternehmens fasste zusammen, was beide Programme so innovativ und nachhaltig macht: „FIT⁵ hat sich als äußerst inspirierend, aufschlussreich und informativ erwiesen. Uns wird nicht gesagt, was wir zu tun haben, sondern uns wird gezeigt, was wir tun können und aus welchem Grund. Wir werden dazu angeleitet, unsere Probleme mit anderen Augen zu betrachten und neue Lösungsmethoden zu suchen. Das Programm schreibt uns nicht vor, was wir tun müssen, um die Regeln unserer Kunden zu befolgen. Vielmehr zeigt es uns, wie wir uns besser aufstellen können, so dass die Einhaltung der Regeln zu einer Selbstverständlichkeit wird und keine bewusste Gehorsamsübung erfordert. Es wird auf einen proaktiven statt einen reaktiven Ansatz gesetzt.“

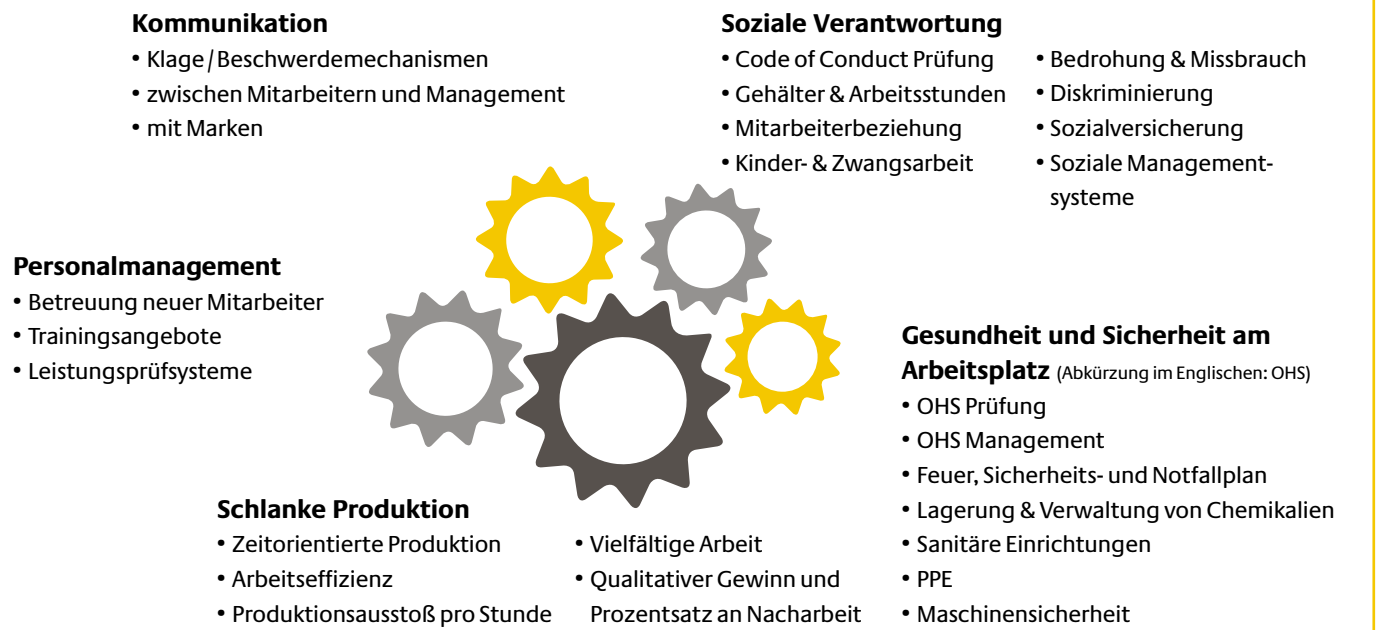
Korruption in Unternehmen

Das Thema Korruption in der Wirtschaft ist so aktuell wie nie zuvor. In der jüngeren Vergangenheit ist in den Medien über so viele Korruptionsfälle in Unternehmen berichtet worden wie nie zuvor. Daher stellt sich die Frage: Warum handeln Menschen in Unternehmen korrupt? Um diese Frage zu beantworten, haben Wissenschaftler der Universität Bayreuth eine empirische Studie durchgeführt, bei der sie ein Unternehmensplanspiel einsetzen, das einen Ausschnitt aus der echten Geschäftswelt simuliert und wo die Teilnehmer in die Rolle von Entscheidungsträgern in Unternehmen schlüpfen. Die Teilnehmer wurden in Versuchung geführt, andere zu bestechen oder Bestechungsgelder zu akzeptieren, die ihnen von dritten Personen zu unterschiedlichen Konditionen angeboten wurden. Obwohl man erwarten würde, dass Menschen eher geneigt sind, in Fällen korrupt zu handeln, in denen sie ein bestimmtes privates Ziel erreichen wollen (z.B. persönliche finanzielle Vorteile) oder ein bestimmtes organisatorisches Ziel (z.B. einen Geschäftsabschluss für das Unternehmen), zeigen die Ergebnisse, dass dies nicht der Fall ist. Situationen, in denen die Menschen stark motiviert sind, bestimmte Ziele zu erreichen, führen nicht automatisch zu korruptem Verhalten. Vielmehr verhält es sich so, dass immer dann, wenn Menschen die Gelegenheit zu korruptem Verhalten haben, drei Faktoren bestimmen, ob sie sich dafür entscheiden, der Versuchung nachzugeben:

- Die Einstellung des Handelnden zur Korruption: Wie beurteilt der Handelnde korruptes Verhalten?
- Die Normen wichtiger anderer Personen im Bereich Korruption: Wie wird Korruption im Umfeld des Handelnden und durch die ihm/ihr wichtigen Personen (z.B. Kollegen, Vorgesetzte, Familie) in seinem/ihrer Leben beurteilt?
- Die Kontrolle, die der Handelnde über sein korruptes Verhalten zu haben glaubt. Wie beurteilt der Handelnde die Wahrscheinlichkeit, die korrupte Handlung mit geringem Risiko ausführen zu können?

Ständige und nachhaltige Verbesserung

(Abbildung 1)



Nachhaltiger Konsum

„Der Weltunternehmensrat (WBSCD) schrieb in seinem Bericht Vision 2050 wie schon zuvor in Sustainable Consumption Facts and Trends, dass technische Innovationen allein der Herausforderung Nachhaltigkeit nicht mehr gerecht werden; es bedürfe darüber hinaus einer Umstellung der allgemeinen Lebens- und Konsumgewohnheiten. Untersuchungen zeigen seit einigen Jahren, dass sich die Menschen zunehmend Sorgen machen über ökologische und soziale Problemstellungen und deshalb bewusstere und nachhaltigere Entscheidungen treffen wollen; aber nur bei relativ wenigen folge auf die Bereitschaft auch eine Verhaltensänderung...

Um an nachhaltig produzierte Güter zu gelangen, ist der Verbraucher auf Unternehmen angewiesen, die sie anbieten. Und die Verbraucher verlassen sich auf Unternehmen, wenn sie Orientierung brauchen, für welche Produkte sie sich entscheiden sollen, wie sie diese vernünftig nutzen und dafür sorgen können, dass sie wiederverwendet oder wiederverwertet werden. Die Rahmenbedingungen für den Handel setzt die Politik; die Aufgabe der Unternehmen ist hier klar definiert: Politiker klug zu beraten und Kunden wie Mitarbeiter zu motivieren, für Veränderungen einzutreten. Das ist eine große Herausforderung, die von Unternehmen verlangt, miteinander sowie mit Verbrauchern und anderen zentralen Akteuren partnerschaftlich zu kooperieren.“

Weltunternehmensrat für Nachhaltige Entwicklung: „A vision for sustainable consumption“

Struktur der Exportgüter

Exporte nach den 10 wichtigsten Produktgruppen in absoluten Zahlen und in Prozent weltweit

	Exportierte Werte in 2008 / 2010 in Tausend US Dollar	Trend in %
Kraftstoffe, Öle und raffinierte Produkte u.a.	2.839.263.722 / 2.309.488.431	↘ 18,6
Elektrik und elektronische Produkte	1.917.724.685 / 1.972.203.427	↗ 2,8
Maschinenbau	1.947.738.456 / 1.802.004.156	↘ 7,5
Fahrzeuge (ohne Bahn / Straßenbahn)	1.239.668.462 / 1.084.195.856	↘ 12,5
Plastik und Produkte daraus	479.484.234 / 483.292.597	↗ 0,8
Foto- und optische Technik, Medizintechnik	439.516.928 / 476.494.103	↗ 7,8
Pharmazeutische Produkte	399.719.014 / 444.130.168	↗ 10,0
Perlen, Edelsteine, Metalle, Münzen u.a.	353.854.171 / 415.981.574	↗ 14,9
Eisen und Stahl	520.213.692 / 387.381.295	↘ 25,5
Organische Chemie	368.295.153 / 372.932.924	↗ 1,2

Quelle: ITC 2011 based on United Nations Commodity Trade Statistics Database

CSR und Verbraucher – eine neue Kultur des Zusammenwirkens

In der Sozialen Marktwirtschaft gehören Produktion und Konsumtion zusammen. Unternehmen und Verbraucher stehen sich im Grundsatz auf Augenhöhe gegenüber. Aber so wichtig Herstellung und Kauf von Gütern, wirtschaftlicher Wohlstand und Warenfülle sind: Gutes Leben ist mehr. Unabdingbar dazu gehört auch die Übernahme von Verantwortung im Marktgeschehen. Freiwilliges Engagement für andere und die ethische Verpflichtung für Welt und Umwelt ergänzen das rein wirtschaftliche Geschehen. Das hat in Deutschland Tradition.

Mit dem Ansatz der Corporate Social Responsibility (CSR) übernehmen Unternehmen freiwillig neue Verantwortung und engagieren sich in ihrem Geschäftsfeld dort, wo wirtschaftliche, ökologische oder soziale Probleme gelöst werden müssen. Dies sorgt auch für mehr unternehmerisches Ansehen und Reputation.

Aber auch Verbraucher übernehmen mit „Consumer Social Responsibility“ immer mehr Verantwortung für ihren Konsum und die Bedingungen, unter denen Waren und Dienstleistungen hergestellt werden. Deutlich informierter als früher stellen sich immer mehr Verbraucher der Herausforderung, über den reinen Konsum hinaus als Wirtschaftsbürger Unternehmen nach ihrem CSR-Engagement in den verschiedenen Sphären des Öffentlichen positiv zu bewerten oder entsprechend zu kritisieren. Das kann eine Kaufentscheidung durchaus beeinflussen.

Engagierte Verbraucherinnen und Verbraucher wollen heute wissen, ob Unternehmen am Produktionsstandort hierzulande oder auch fernen Regionen dieser Erde für angemessene Arbeitsbedingungen und Entlohnungen sorgen oder sich dafür gleichgültig zeigen. Sie wollen wissen, ob Kaffee, Tee, Kakao, Bananen, Blumen und andere Waren unter ökologisch und sozial akzeptablen Bedingungen hergestellt und fair gehandelt werden. Und sie wollen wissen, ob Unternehmen sich im eigenen Land bei gesellschaftlichen Problemlagen engagieren, beispielsweise für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, bessere (Aus-) Bildungsbedingungen, stärkere Integration, breitere Kultur vor Ort, mehr Gesundheit und richtige Ernährung. So nimmt die „Moralisierung der Märkte“ zu, und „strategischer Konsum“ findet immer mehr Anhänger. Damit sind erste Ansätze eines gesellschaftlichen Wandels zu einer Nachhaltigkeitskultur zu erkennen, bei der Verbraucher die Anstrengungen von Unternehmen honorieren, die umwelt-, tierschutz-, und sozial-gerecht produzieren.

Unterstützt werden die Verbraucherinnen und Verbraucher dabei einerseits von der Bundesregierung, den Verbraucherzentralen und zivilgesellschaftlichen Organisationen, andererseits von der rapiden technologischen Entwicklung.



» So nimmt die „Moralisierung der Märkte“ zu, und „strategischer Konsum“ findet immer mehr Anhänger. «

Dr. Robert Kloos

Neben den gewohnten Medien von Zeitung bis Fernsehen kommen den Verbraucherinnen und Verbrauchern vor allem die umfangreichen Webseiten des Internets und neuerdings die (Smartphone-) App zugute.

Auch wenn die Gründe für das Kaufverhalten vielschichtig sind: Ausreichende Information und umfassende Verbraucherbildung sind das A und O für den „mündigen Verbraucher“, dem Leitbild unserer Sozialen Marktwirtschaft. Inspiriert durch den CSR-Prozess auf der Ebene der Europäischen Union und gestützt auf die Nationale CSR-Strategie der Bundesregierung Deutschlands hat das Verbraucherministerium Projekte initiiert, die für Verbraucherinnen und Verbraucher zu übersichtlicher Information und intensiver Bildung in diesem Bereich beitragen.

Dazu gehören neben allgemeinen CSR-Informationsbroschüren vor allem spezielle Projekte, die Theorie und Praxis zusammenbringen. So wurden in Zusammenarbeit von Ministerium und Bildungsträgern CSR-Unterrichtseinheiten entwickelt, die großen Zuspruch finden, denn Bildung wirkt dann besonders gut, wenn sie frühzeitig einsetzt. Diese Medienpakete „MitVerantwortung“ beinhalten methodisch-didaktische Texte, Arbeitsblätter, interaktive Tafelbilder, Overhead-Folien sowie CSR-Kurzfilme (Videos) und eine internetgestützte CSR-Materialbank für Lehrer und Jugendliche/Schüler in den unterschiedlichen Jahrgängen und Schultypen. Dieses umfassende, mehrteilige CSR-Bildungsprojekt im Rahmen der Verbraucherinformation wurde mit dem Comenius-EduMedia-Preis ausgezeichnet, ebenso auch von der Deutschen UNESCO-Kommission – das CSR-Projekt „MitVerantwortung“ ist damit offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“.

Aber auch Etablierung und Reichweite neuer Informationswege im Verhältnis von Unternehmen und Verbrauchern werden in einem CSR-Projekt des Ministeriums untersucht. So beginnen Unternehmen inzwischen, über den Bereich CSR direkt die Verbraucherinnen und Verbraucher anzusprechen und mit Informationen zu versorgen, damit diese bei ihrem Konsumverhalten mehr Eigenverantwortung übernehmen können. Solche neue CSR-Kommunikation zeigt sich in den Energiesparportalen von Energieunternehmen oder in Werbebotschaften mit Hinweisen zum umweltschonenden Fahren durch Automobilhersteller. Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR werden gerade durch solche Verbraucherkommunikation in der Öffentlichkeit gestärkt.

Das Bundesministerium hat sich zum Ziel gesetzt, verbraucherorientierte CSR-Kommunikation und weitere Beiträge zur CSR-Verantwortung von Unternehmen und Konsumenten vor dem Hintergrund der europäischen und nationalen CSR-Strategien zu unterstützen. Denn diese neue Kultur des Zusammenwirkens von Unternehmen und Verbrauchern mit der Übernahme freiwilliger Verantwortung dient der besseren gesellschaftlichen Integration und wirtschaftlichen Innovation – und damit letztlich der Lebensqualität für uns alle.



Dr. Robert Kloos ist Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Ideenwettstreit durch Konkurrenz

Deutsche Hausgerätehersteller stehen seit Jahrzehnten für Innovation, eine lange Lebensdauer und natürlich Qualität. Zusätzlich hat sich bei den Verbrauchern in den letzten Jahren noch ein weiteres positives Attribut durchgesetzt: Effizienz. Angesichts des Klimawandels und steigender Preise für Ressourcen wie Wasser oder Öl werden Energie- und Ressourcenverbrauch dabei immer öfter zu Verkaufsargumenten. Je mehr Haushalte sich dabei für ein hocheffizientes Gerät entscheiden, umso größer wird auch der Effekt für Klima und Umwelt. Die deutschen Hersteller setzen daher auf die Internationalität des Effizienzgedankens. Als Marktführer im Premiumsegment schaffen sie so Chancen für Unternehmen, Umwelt und Gesellschaft.

Kühlschrank, Waschmaschine und Co. sind zu unverzichtbaren Helfern im Alltag geworden – durchschnittlich vier Elektro-Großgeräte stehen in jedem Haushalt. Zusammen sind sie in Deutschland für rund ein Drittel des privaten Strom- und ein Viertel des Wasserverbrauchs verantwortlich. Um einen positiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, setzen daher immer mehr Menschen auf einen sorgsam, effizienten Umgang mit Energie und Wasser. Für die Verbraucher bedeuten die Veränderungen dabei keineswegs Verzicht, sondern lediglich die Umstellung des Hausgerätebestandes auf ressourcenschonende Modelle und Lösungen.

Gerade beim Thema Energie sind die Interessen von Verbrauchern, Unternehmen und der Gesellschaft deckungsgleich. Bedeutet weniger Stromverbrauch doch eine Senkung der Energiekosten, und dabei auch eine Verringerung des CO₂-Ausstoßes. Mit ihren Supereffizienz-Geräten übernehmen deutsche Unternehmen dabei eine weltweite Führungsrolle. Als Unterscheidungskategorie reichte die von der Europäischen Union 1994 eingeführte und 2003 um die Kategorien A+ und A++ erweiterte Einteilung der Maschinen in Effizienzklassen schon 2010 nicht mehr aus. Die EU erweiterte das Label daher 2011 noch einmal um die Klasse A+++ . Hausgeräte mit dieser Kennzeichnung verbrauchen insgesamt 60 Prozent weniger Energie als die Bestmarke aus dem Jahr 1994.

Auch das Thema Wasser hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. 2010 erklärte die UN Wasser zum Menschenrecht. Trotzdem gehen Experten davon aus, dass etwa eine Milliarde Menschen keinen oder nur ungenügenden Zugang zu Trinkwasser haben. Als Folge sterben täglich 4.000 Kinder. Gleichzeitig verbrauchen Menschen nirgendwo soviel Trinkwasser wie in den entwickelten Nationen der Nordhalbkugel. Was alle deutschen Hersteller verbindet, ist darüber hinaus der schonende Umgang mit Ressourcen in der Produktion und die lange Lebensdauer ihrer Geräte. Der ökologische Fußabdruck deutscher Geräte ist damit, auf die gesamte Lebensdauer gerechnet, konkurrenzlos niedrig. Zusammen bilden Innovationen, eine lange Lebensdauer, Qualität und Effizienz dabei die Grundlage des Erfolgs deutscher Produkte am Markt.



BSH

Die Firma Bosch und Siemens Hausgeräte (BSH) setzt beim Thema Wasser auf die neu entwickelte i-DOS-Technologie. Diese verspricht Einsparungen von mehr als 7.000 Litern Wasser im Jahr. Seit 2010 ist die Technik in vielen Geräten des Unternehmens integriert und analysiert Wäsche vor dem Waschvorgang hinsichtlich Menge, Verschmutzung und Qualität, um anschließend die exakte Menge des benötigten Wassers zu ermitteln. Auch beim Thema Energieeffizienz geht das Unternehmen neue Wege. Durch den Einsatz von Zeolith in ihren Geschirrspülmaschinen unterstützt BSH den herkömmlichen Trocknungsvorgang. Die Siedesteine können Feuchtigkeit speichern und dabei Wärmeenergie abgeben. 2010 wurde die BSH dafür mit dem Utopia Award ausgezeichnet.

Miele

Bei der Herstellung von so genannter „Weißer Ware“ werden große Mengen von natürlichen Rohstoffen benötigt. Zusätzlich fallen bei Produktion und Montage Emissionen und Abwasser an. Die durchschnittliche Lebensdauer einer Waschmaschine von acht bis zehn Jahren führt zu einem permanenten Ressourcenverlust. Bei Miele setzt man dagegen auf Qualität:

Im Geschäftsjahr 2009/2010 setzte das Unternehmen 101.893 Tonnen Rohmaterialien ein, davon 93 Prozent Metall. Der hohe Anteil hochwertiger Rohstoffe bei der Produktion garantiert auch für eine besonders lange Laufzeit der Geräte. Laut einem Test des wfk-Forschungsinstituts für Reinigungstechnologie e.V. halten die Waschmaschinen von Miele bis zu 20 Jahre lang. Darüber hinaus garantiert ein an allen Produktionsstandorten integriertes Umweltmanagementsystem für einen verantwortungsvollen Umgang mit den eingesetzten Ressourcen.

Liebherr, Siemens und Bosch

Veränderte Programmlaufzeiten, bessere Isolation oder effektivere Kältemittel bei Waschmaschine, Kühlschrank und Co haben sich zum unverzichtbaren Bestandteil der Innovationsstrategie aller deutscher Hausgerätehersteller entwickelt. Mittlerweile besteht das Angebot der Unternehmen zu großen Teilen aus Geräten mit den Energieeffizienzklassen A++/A+++ . Dass kleine Veränderungen hier oftmals eine große Wirkung haben können, beweist unter anderem Liebherr mit seinen Geräten der „ProfiLine“. Diese verfügen über ein innovatives LED-Konzept, das im Vergleich zu herkömmlichen Modellen mit Neonröhren Energieeinsparungen bis zu 30 Prozent ermöglicht.

Der Nachhaltige Warenkorb

Tag für Tag tun wir jede Menge Dinge, die mit darüber entscheiden, ob das Klima geschützt, knappe Ressourcen geschont oder Menschenrechte geachtet werden: Das fängt beim morgendlichen Frühstücksei an, geht weiter mit der Wahl des Verkehrsmittels für den Weg zur Arbeit und endet noch lange nicht, wenn wir abends im Katalog blättern, um herauszufinden, welcher neue Kühlschrank in Frage kommt. Konsumentinnen und Konsumenten haben Macht, denn mit ihren Konsum- und Lebensgewohnheiten können sie das Angebot beeinflussen und ganze Branchen umkrempeln.

Konsum ist nicht einfach Verbrauch. Konsumverhalten wird nachhaltig, sobald nicht mehr so einseitig gedacht wird – von Privatpersonen, aber auch von Einzelhändlern und Produktionsstätten. Nachhaltig zu konsumieren und zu produzieren erfordert immer noch ein hohes Maß an Eigeninitiative: nach verlässlichen Informationen zu suchen, mehr Geld für sozial verantwortlich hergestellte Produkte auszugeben, ein verstärktes Nachdenken der Hersteller und Dienstleister. Nachhaltig konsumieren ist heute schon möglich. Zu einem nachhaltigen Lebensstil gehören sowohl der Kauf der richtigen Produkte als auch verschiedene Arten von Konsum und bewusstem Konsumverzicht. Ein solcher Lebensstil kann Zeit und Geld sparen sowie wertigere Waren erschwinglich machen.

Bisher wurden die Themen „nachhaltiger Konsum“ und „gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ meist getrennt voneinander betrachtet. Mit dem „Nachhaltigen Warenkorb“ soll sich das ändern. Die wichtigste Frage, die in diesem Ratgeber für besseres Einkaufen gestellt wird, lautet: Wo soll man anfangen? Jeder kann den ersten Schritt hin zu einem nachhaltigeren Lebensstil machen. Im Nachhaltigen Warenkorb sind Kennzeichen und Labels für sozial und/oder ökologisch verträgliche Waren, in die Verbraucher Vertrauen haben können, aufgeführt. Diese wurden von Beteiligten zur Verfügung gestellt oder in externen Audits geprüft. Der Nachhaltige Warenkorb hilft, schwierige Entscheidungen mit einfachen Regeln zu treffen. Der Kauf saisonaler Produkte aus der Region ist eine dieser Regeln. Fünf Portionen Obst und Gemüse am Tag eine andere, die zu einem klimafreundlichen und gesunden Lebensstil führt. Man muss



nicht immer alle Aspekte der Landwirtschaft, der globalisierten Lieferketten oder des Transports diskutieren. Manchmal kann auch einfach der gesunde Menschenverstand weiterhelfen.

Gute Lebensmittel und Ernährung gehören zu einem guten Leben und dementsprechend zu handeln, kann einen besonderen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft leisten. Es wäre bedauerlich, wenn nachhaltiger Konsum nur etwas für Wohlhabende wäre. Wichtig ist, dass moderne Lebensstile und nachhaltiger Konsum miteinander einhergehen können. Deshalb leistet der Deutsche Rat für Nachhaltige Entwicklung mit seinem Rahmenwerk einen Beitrag zur Förderung des Wettbewerbs zwischen Unternehmen um die nachhaltigsten Lösungen und eine allgemein nachhaltige Wirtschaft. Wenn Unternehmen in ihrem Kerngeschäft strategische Nachhaltigkeitsansätze einführen, werden Entscheidungen für Nachhaltigkeit integraler Bestandteil aller täglichen Entscheidungen sein. Nachhaltige Lebensstile werden nicht automatisch zum allgemeinen Trend. Das Thema nachhaltiger Konsum muss an Schulen und als Teil der Berufsausbildung im Handel und Dienstleistungsbereich gefördert werden. Außerdem ist es unerlässlich, dass Politiker selbst mit gutem Beispiel vorangehen und sowohl Dienstleistungen als auch das öffentliche Auftragswesen an Nachhaltigkeitskriterien ausrichten.

Bionade – Für die Region und für die Umwelt

Bionade ist das weltweit einzige nicht alkoholische Erfrischungsgetränk, das durch einen Fermentationsprozess unter Verwendung natürlicher Rohstoffe biologisch produziert wird. Alle pflanzlichen Zutaten werden aus Rohstoffen gewonnen, die als Bioprodukte zertifiziert sind. Braugerste, Holunderbeeren und Minze werden nach den Kriterien der deutschen Verbände für ökologische Landwirtschaft in der Region angebaut. „Wir produzieren Bionade mit sehr großem Engagement und dem Anspruch, dass 100 Prozent unserer Zutaten aus biologischem Anbau stammen. Dies entspricht unserer Einstellung als Braumeister vom Umgang mit der Natur und bildet den Ausgangspunkt für unser Produkt“ sagt Peter Kowalsky, bis Anfang 2012 geschäftsführender Gesellschafter der Bionade GmbH.

Die Marke ist auf dem besten Weg zur internationalen Bekanntheit und ist in den Großstädten Österreichs, Frankreichs, Belgiens, der Niederlande, Skandinaviens sowie in ausgewählten Metropolen in den Vereinigten Staaten erfolgreich auf den Markt gebracht worden. Letztendlich war es die Natur selbst, die den Braumeistern den Weg aufgezeigt hat: Die Fermentation von Wasser und Malz – absolut natürlich wie im traditionellen Brauprozess – wurde der Schlüssel zu diesem neuen Getränk. Alle Inhaltsstoffe stammen aus kontrolliertem biologischem Anbau und sind zu 100 Prozent offiziell zertifiziert. Der Zusatz von Farbstoffen oder Konservierungsmitteln ist streng verboten. Darüber hinaus enthält Bionade dank der speziellen Verarbeitungsmethode

bis zu 30 Prozent weniger Zucker und damit weniger Kalorien als konventionelle zuckerhaltige Softdrinks. Von Anfang an brachte man die Marke Bionade untrennbar mit einem hohen Maß an sozialer Verantwortung und umweltbewusstem Verhalten in Verbindung. „Wir glauben, dass gesellschaftlicher Wandel Vorbilder und gemeinsames Handeln erfordert. Daher fühlen wir uns gemeinsam mit unseren Partnern zu Alternativen zu konventionellen Anbaumethoden verpflichtet“, sagt Kowalsky. Bionades Verständnis von Nachhaltigkeit basiert auf dem Grundsatz des Regionalismus, der wiederum mit den Grundsätzen des biologischen Anbaus zusammenhängt. „Für eine nachhaltige Landwirtschaft und den Schutz der Ökosysteme und damit des Menschen ist es viel besser, den Anbau von Rohstoffen auf pflanzlicher Grundlage in Übereinstimmung mit den Normen des biologischen Anbaus zu fördern“, fügt Kowalsky hinzu.

Daher initiierte Bionade 2005 das Projekt Bio-Landbau Rhön. Das Ziel dieser innovativen Kooperation besteht darin, so viele Rohstoffe für Bionade wie möglich in der heimischen Region anzubauen. Fast 100 Prozent der benötigten Holunderbeeren werden mittlerweile sozusagen vor der eigenen Haustür, im Rhön-Biosphärenreservat, angebaut. Das Ergebnis sind kurze Transportwege, garantierte Nachverfolgbarkeit und Unterstützung für die Region.

Eine weitere langfristige Zusammenarbeit besteht mit dem Verein „Trinkwasserwald

e.V.“. Das Projekt „Wir pflanzen Trinkwasser“ regeneriert den gesamten Trinkwasserverbrauch, der für die Jahresfüllmenge von Bionade benötigt wird. Zusammen mit Trinkwasserwald e.V. und Schulkindern aus ganz Deutschland wandelt Bionade Nadelwaldmonokulturen in Laubwälder um. Damit sickern jedes Jahr nachweislich zusätzliche 800.000 Liter Regenwasser ins Grundwasser. Bionade ist eines der ersten Unternehmen Deutschlands, das sich dem Schutz und der Vermehrung von Trinkwasser im großen Maßstab verschrieben hat.



Erfolg durch Tradition und Überzeugung

Was verbindet die Unternehmer Claus Hipp, Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell, Dr. Michael Otto sowie die Geschwister Marli Hoppe-Ritter und Alfred T. Ritter? Eine lange Geschäftstradition, eine Überzeugung, an der sie unbeirrt festhalten, und Erfolg, der ihnen Recht gibt. Sie alle haben das nachhaltige Wirtschaften fest in ihre Geschäftskonzepte verankert und sind mit ihren Produkten weltweit vertreten.



Dr. Michael Otto:

Begonnen hat die Geschichte der Otto Group in den fünfziger Jahren mit einem Schuhversand. Über sechs Jahrzehnte entwickelte sich das Unternehmen zum mittlerweile größten Versandhaus weltweit. Maßgeblich daran beteiligt ist Dr. Michael Otto, der 1971 in das Unternehmen seines Vaters einstieg. Heute setzt sich der Konzern aus den Segmenten E-Commerce, Service und Finanzdienstleistungen zusammen. Zu den größten Umsatzmärkten zählen neben Deutschland die USA, Frankreich, Großbritannien und Russland. Durch den weltweiten Versand fördert die Otto Group den Verkauf nachhaltiger Produkte: So vertreibt sie unter anderem Waren aus dem Cotton made in Africa-Projekt, die aus nachhaltig angebauter Baumwolle und unter Beachtung sozialer und

ökologischer Standards hergestellt werden. Neben Baumwolle ist Holz der am meisten verwendete Rohstoff der Otto Group. Bei der Katalog- und Möbelherstellung setzt der Konzern mit seinen Gruppenunternehmen verstärkt auf die Nutzung von Holz, das vom Forest Stewardship Council zertifiziert wurde. An Haushaltsgeräten nimmt die Otto Group nur noch Produkte auf, die einer hohen Energieeffizienzklasse entsprechen. Man wolle seine Geschäftstätigkeit auch an diesen Kriterien ausrichten, sagt Dr. Michael Otto.



Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell:

Seit 250 Jahren stellt man auf Schloss Faber Castell Stifte her. Trotz zunehmender Konkurrenz wie Tablet-Computer haben Bleistifte, Füller und Kugelschreiber noch immer einen festen Platz in unserem Alltag. Davon profitiert auch Faber Castell: So verzeichnete das Unternehmen in 2011 einen Umsatz von 538 Millionen Euro und damit einen Zuwachs von 19 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Zu den Vermarktungs- und Vertriebsregionen zählen Europa, Nord-Amerika, Lateinamerika und Asien-Pazifik, wobei Faber Castell vor allem in den beiden letzteren ein starkes Wachstum verzeichnet. Dabei setzt sich Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell, der das Unternehmen 1978 von seinem Vater übernahm, konsequent für die Berücksichtigung der Umwelt und des Ressourcenschutzes ein.

Bereits vor 25 Jahren rief Faber-Castell in Brasilien ein Forstprojekt ins Leben, das vom Forest Stewardship Council (FSC) als „umweltgerecht, sozial verträglich und wirtschaftlich nachhal-

tig“ zertifiziert wurde. Auf der 10.000 Hektar großen Plantage sind Umweltschutzprogramme fest in das Forstmanagement integriert: Dazu gehören Boden- und Wasseranalysen zum Schutz vor Erosionen, Umwelterziehung der Bevölkerung sowie der Schutz der Pflanzen und Tiere. Umweltschonend war auch der Wechsel von herkömmlichen Lacken für die Blei- und Farbstifte hin zu umweltfreundlichen Wasseremulsionen. Diese von Faber-Castell selbst entwickelte Wasserlacktechnologie wurde 1992 eingeführt.



Claus Hipp:

HiPP steht für Säuglingsnahrung, die längst nicht nur von Kindern genossen wird. Georg Hipp, Vater des heutigen Firmenchefs Claus Hipp, legte 1956 den Grundstein für diesen Erfolg und stieg schon vor mehr als einem halben Jahrhundert auf Ökolandbau um. Zuspruch erhielt er dafür wenig. Im Gegenteil: Viele Mitarbeiter und Bauern glaubten nicht an sein Konzept. Georg Hipp ließ sich jedoch nicht beirren. Er sprach persönlich bei den Bauern vor, um Überzeugungsarbeit zu leisten. Zehn Jahre später stieg Claus Hipp in das Unternehmen ein, setzte die Idee des Vaters fort und entwickelte HiPP zu einem der größten Babynahrungshersteller. Heute wird HiPP von über 6.000 Landwirten weltweit mit organisch-biologischen Rohwaren wie Obst, Gemüse und Fleisch beliefert. Durch den Anbau der HiPP Biowaren bleiben jährlich 15.000 Hektar Boden und Grundwasser vor über 4.000 Tonnen Kunstdünger und 5.000 Kilogramm Pestiziden verschont. „Nachhaltigkeit bedeutet für mich, die Welt für die nächste Generation lebens- und lie-

benswert zu erhalten. Unsere Pflicht ist es, auf die Qualität der Böden zu achten, keinen Raubbau zu betreiben und mit den Rohstoffen verantwortungsvoll umzugehen.“, so Claus Hipp.



Marli Hoppe-Ritter and Alfred T. Ritter:

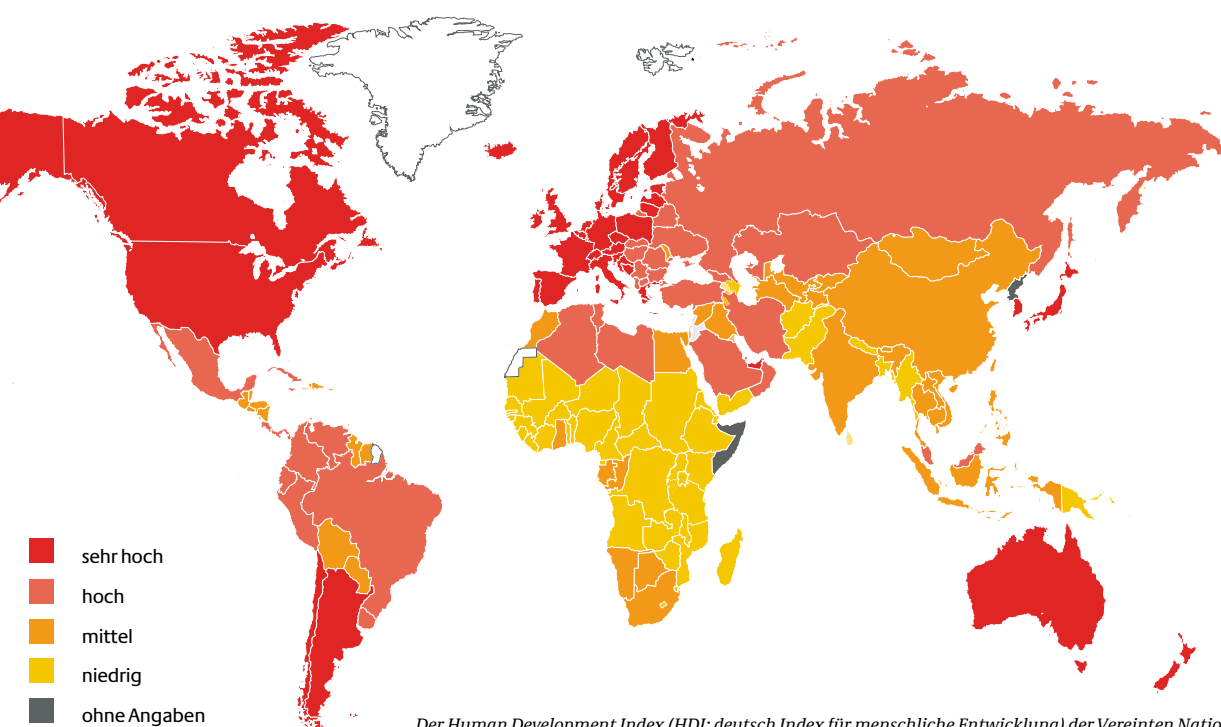
Das Geschwisterduo Marli Hoppe-Ritter und Alfred T. Ritter leitet in dritter Generation das 1912 als Schokoladen- und Zuckerwarenfabrik gestartete Unternehmen mit dem heutigen Namen Alfred Ritter. 140 Millionen Euro Umsatz und damit eine Zunahme von rund zehn Prozent verzeichnete der Schokoladenhersteller im ersten Halbjahr 2011. Die Marke Ritter Sport verkauft sich mittlerweile in rund 90 Ländern. Dabei steht der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen im Vordergrund. Mit dem Ziel, Ressourcen zu schützen und die Lebensbedingungen der Menschen vor Ort zu verbessern, unterstützt das Unternehmen seit 1990 mit dem Projekt „Cacaonica“ Kleinbauern in Nicaragua. Aus der von Ritter Sport gegründeten Kooperative hat sich inzwischen ein Zusammenschluss von rund 20 Kooperativen mit mehreren hundert Bauern entwickelt. Die Hilfe basiert vor allem auf der Vermittlung von organisatorischem, betriebswirtschaftlichem und landwirtschaftlichem Know-how. Im Fokus steht dabei die umweltschonende Landwirtschaft. Die Bauern sind nicht zum Verkauf ihrer Rohwaren an Ritter Sport verpflichtet, allerdings zahlt das Unternehmen für den Kakao mehr, als es der Welthandelspreis vorgibt. Den Umweltschutz im Blick stellte Ritter Sport außerdem seine Verkaufsverpackungen von Verbundmaterial auf voll recyclingfähige Einstoff-Verpackung aus Polypropylen um.

Gesellschaftliche Verantwortung

„Die Beseitigung extremer Armut ist nach wie vor eine der größten Herausforderungen unserer Zeit und ein großes Anliegen der internationalen Gemeinschaft. Uns von dieser Geißel zu befreien, erfordert im Rahmen einer stärkeren und effizienteren weltweiten Entwicklungspartnerschaft die vereinten Anstrengungen aller – der Regierungen, der zivilgesellschaftlichen Organisationen und der Wirtschaft. Die Millenniumsentwicklungsziele sind fristgebundene Ziele, durch die wir Fortschritte bei der Verringerung von Einkommensarmut, Hunger, Krankheit, Obdachlosigkeit und Ausgrenzung – und gleichzeitig Fortschritte bei der Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern, Gesundheit, Bildung und Umweltverträglichkeit – messen können. Sie umfassen ferner Grundrechte – das Recht eines jeden Menschen auf Gesundheit, Bildung, Obdach und Sicherheit. Diese Ziele sind ehrgeizig, aber erreichbar; zusammen mit der Entwicklungsagenda der Vereinten Nationen weisen sie die Richtung für die weltweiten Anstrengungen zur Linderung der Armut bis 2015.“

Ban Ki-moon, Generalsekretär der Vereinten Nationen

Index des menschlichen Entwicklungsstandes



Der Human Development Index (HDI; deutsch Index für menschliche Entwicklung) der Vereinten Nationen ist ein Wohlstandsindikator für Länder. Der HDI wurde im Wesentlichen von dem pakistanischen Ökonomen Mahbub ul Haq entwickelt, der eng mit dem indischen Ökonomen und Nobelpreisträger Amartya Sen sowie dem britischen Wirtschaftswissenschaftler und Politiker Meghnad Desai zusammenarbeitete.

Quelle (Grafik): Human Development Report 2011 of the United Nations Development Programme (UNDP)

Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung, um Gerechtigkeit in der Globalisierung zu erreichen

In der heutigen globalisierten Welt stehen viele Länder, und hier namentlich die Entwicklungsländer, vor vielfältigen Herausforderungen. Um diesen Herausforderungen zu begegnen und vorhandene Potenziale nutzbar zu machen, konzentriert sich die deutsche Entwicklungszusammenarbeit auf Bildung, Gesundheit, ländliche Entwicklung, gute Regierungsführung und nachhaltige Wirtschaftsentwicklung, um so Gerechtigkeit in der Globalisierung zu erreichen.



Nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung ist Grundvoraussetzung für Wachstum und Wohlstand. Ein Wirtschaftswachstum, das alle Teile der Bevölkerung erreicht, muss deshalb das Kernelement jeder Armutsreduzierungsstrategie sein. Es muss die wirtschaftlichen, politischen und sozialen Lebensbedingungen einerseits mit dem langfristigen Schutz der lebenswichtigsten natürlichen Ressourcen andererseits in Einklang bringen. Deshalb ist die soziale Marktwirtschaft für die Wirtschaftsförderung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) der ordnungspolitische Orientierungspunkt.

Auch in Entwicklungsländern ist eine erfolgreiche Wirtschaft wichtig, um aus eigener Kraft und in Eigenverantwortung eine bessere Zukunft zu gestalten. Unsere Erfahrungen zeigen aber auch hier, dass wirtschaftliche Entwicklung nicht staatlich verordnet werden kann, sondern dass ein lebendiger privatwirtschaftlicher Sektor Voraussetzung für die Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommen und die Vermittlung von Qualifikationen, Wissen und Kapital ist.

Immer mehr Unternehmen akzeptieren ihre Verantwortung, indem sie in ihren Geschäftsstrategien nachhaltige Entwicklungskriterien berücksichtigen und sich verpflichten, ökologische und soziale Standards einzuhalten. Sie tun dies nicht zuletzt, um ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit aufrecht zu erhalten. CSR ist in der globalisierten Weltwirtschaft zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor geworden. CSR ist die neue Währung für bessere Entwicklungsergebnisse.

Das BMZ verfolgt eine große Bandbreite von Anstrengungen zur Unterstützung von CSR, oft in Kooperation mit der deutschen Privatwirtschaft. Wir unterstützen die Regierungen unserer Partnerländer bei der Errichtung einer sozialen und ökologischen Marktwirtschaft, die ihrerseits Unternehmen mit nachhaltigen Geschäftspraktiken unterstützen und schädliche Geschäftspraktiken verhindern, z.B. durch die Förderung verantwortungsbewusster privatwirtschaftlicher Investitionen im Rahmen der Entwicklungsagenda der G20. In diesem Zusammenhang spielt die Förderung von Umwelt-

» Immer mehr Unternehmen akzeptieren ihre Verantwortung, indem sie in ihren Geschäftsstrategien nachhaltige Entwicklungskriterien berücksichtigen.«

Hans-Jürgen Beerfeltz

und Sozialstandards eine wichtige Rolle. Wir arbeiten daran, die Verbreitung und Durchsetzung international anerkannter Standards für unternehmerische Tätigkeit zu stärken, z.B. durch die Förderung des Global Compact der Vereinten Nationen. Und wir setzen uns in der internationalen Gemeinschaft für verbindliche bilaterale und multilaterale Abkommen ein, um ein verlässliches internationales Arbeitsumfeld für Unternehmen zu schaffen. Wir haben z.B. die Erstellung der Ruggie-Leitlinien auf der Ebene der VN unterstützt, die zum ersten Mal spezifische Anweisungen für Regierungen und Unternehmen zu der Frage niederlegen, wie man die Menschenrechte in wirtschaftliche Beziehungen integriert.

Eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Staat und Privatwirtschaft – sowohl international als auch innerhalb unserer Partnerländer – ist Voraussetzung für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung. Das BMZ wirkt dabei mit als Unterstützer, Moderator und Berater in einschlägigen Dialog- und Verhandlungsprozessen zwischen allen maßgeblichen Beteiligten. Diese Prozesse reichen von der Einführung freiwilliger sozialer und ökologischer Standards in den Partnerländern über die Stärkung des Verantwortungsbewusstseins von Unternehmen für die Menschenrechte bis zur Herstellung von Transparenz mit dem Ziel der Korruptionsbekämpfung. Wir unterstützen zum Beispiel strategische Bündnisse mit Unternehmen, um so nationale und internationale Standards in den Wertschöpfungsketten umzusetzen. In Zusammenarbeit

mit weiteren Gebern haben wir das Unternehmensportal zur Korruptionsbekämpfung (Business Anti-Corruption Portal) gegründet, das detaillierte Informationen zu ungefähr 60 Entwicklungs- und Schwellenländern sowie hilfreiche Tools und praktische Unterstützung bei der Korruptionsbekämpfung bereitstellt.

Entwicklungspolitik ist eine Investition in die Zukunft, die für alle von Interesse ist. So gesehen ist sie eine globale Strukturpolitik. Wir möchten mit weiteren Akteuren, insbesondere der Privatwirtschaft, zusammen arbeiten, um neue Wege hin zu einer funktionsfähigen und fairen globalen Entwicklung auf der Grundlage von Menschenrechten und Demokratie einzuschlagen.



Hans-Jürgen Beerfeltz ist Staatssekretär des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, ehemaliger Vizepräsident der Bundeszentrale für politische Bildung sowie Aufsichtsratsvorsitzender der GIZ.

„Es gibt viele Unternehmer, die mit ihrem Namen für gesellschaftliche Verantwortung stehen“

Die Welthungerhilfe ist eine private, gemeinnützige, politisch und konfessionell unabhängige Hilfsorganisation unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten. Die Hilfsleistungen reichen von unmittelbarer Katastrophenhilfe bis hin zu langfristigen Projekten in Kooperation mit lokalen Partnern. Seit 1962 hat die Welthungerhilfe über 6.600 Projekte in 70 Ländern unterstützt. Wir sprachen mit der Präsidentin Bärbel Dieckmann über Hunger- und Armutsbekämpfung.

» Die weltweite Armutsproblematik hat sich nicht wirklich verbessert. Das Engagement der reichen Industrieländer sinkt. Es ist abzusehen, dass die von den Vereinten Nationen als Strategie zur Armutsbekämpfung formulierten Millenniumsentwicklungsziele (MDGs) nicht erreicht werden können. Sind wir gescheitert?

Bärbel Dieckmann: Nein. In den letzten 50 Jahren sind viele Erfolge erzielt worden.

So hat sich die Bildungssituation weltweit verbessert. Manche Krankheiten sowie die Kinder- und Müttersterblichkeit sind zurückgegangen. Doch die Bekämpfung von Hunger und Armut ist weiterhin das größte Menschheitsziel und die größte globale Herausforderung. Eine Milliarde Menschen leben in Armut und sind von der Globalisierung ausgeschlossen. 900 Millionen Menschen hungern, 250 Millionen Kinder arbeiten, 20 Prozent aller Menschen haben keinen Zugang zu sauberem Wasser, Entwicklungsländer leiden unter den Folgen von Klimawandel und Bodenverschlechterungen. Das sind alles Missstände, die wir gemeinsam ändern müssen. Hier besteht dringender Handlungsbedarf für alle gesellschaftlichen Akteure – Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft.

» In der Politik sind über die Jahrzehnte verschiedene Modelle der Entwicklungszusammenarbeit erprobt worden. Was sind aus Ihrer Sicht die besten Ansätze?

Was wir brauchen, sind nachhaltige Entwicklungsprogramme, die Wohlstand, soziale Gerechtigkeit und ökologische Integrität fördern. Wirtschaftliche Entwicklung darf nicht zu Lasten von sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Integrität gehen. Die wichtigsten Maßnahmen sind die Investition in ländliche Entwicklung und die Bildung.

» Stichwort ländliche Entwicklung: Dort sind die Auswirkungen der Finanzkrise, aber auch Spekulationen auf Nahrung und Rohstoffe ein existenzielles Problem. Was

fordert die Welthungerhilfe hier von Politik und Finanzmarktteilnehmern?

Preisspekulationen auf Nahrungsmittel haben in der letzten Finanzkrise einen etwa 10 bis 15-prozentigen Anteil an den Steigerungen der Nahrungskosten gehabt. Wir fordern daher eine bessere Kontrolle der Finanzmärkte. Verantwortliches Wirtschaften in einer globalisierten Welt muss bedeuten, Entwicklungsländern nicht zu schaden, sondern sie in ihren Veränderungsprozessen zu unterstützen.

» Entwicklungshilfe, so klagen manche Kritiker, hat die Entwicklungsländer ärmer und korrupter gemacht und Bürokratie und Abhängigkeit gefördert. Was entgegnen Sie?

In einer globalisierten Welt benötigen jene Länder, die aus verschiedenen Gründen weniger entwickelt sind als die Staaten des Nordens, unsere Unterstützung. Nur so können wir eine Annäherung der Lebensverhältnisse schaffen. Die betroffenen Menschen werden sich auf den Weg machen, es wird zu Krieg und Unruhen kommen. Der Kampf um die Ressourcen hat jetzt schon begonnen. Und bereits heute sind eine Reihe der momentanen Krisen klimabedingt. Die Katastrophen sind zu einem großen Teil durch den Klimaeinfluss der Länder des Nordens verursacht. In den Entwicklungsländern sind die meisten Anpassungsmaßnahmen nötig, aber Verursacher der CO₂-Folgen sind sie nicht. Dabei können und müssen Unternehmen eine gewichtige Rolle spielen. Es ist hierzu vieles zwar erst sehr spät

passiert, aber jetzt scheint Bewegung in den Prozess gekommen zu sein.

» Was charakterisiert für Sie ein verantwortungsvolles Unternehmen?

Die Wirtschaft trägt bereits heute Verantwortung für die globalen Auswirkungen ihres Handelns auf Mensch und Umwelt. Die internationalen Standards, zum Beispiel abgebildet in den zehn Prinzipien des Global Compact, müssen als Mindestanforderung für Unternehmen gelten. Die explizite Übernahme von glaubhafter Verantwortung im Rahmen von Corporate Social Responsibility muss darüber hinaus messbar und überprüfbar sein. Diese Verantwortung nehmen heute

bereits viele Unternehmen war, unter anderem durch eine Spendentätigkeit.

» Machen die Unternehmen das nicht oft nur aus Gründen der Reputationspflege?

Nein. Zu unseren Förderern gehören sehr viele Unternehmen, die sich mit ihrem Namen engagieren und für gesellschaftliche Verantwortung stehen. Viele unserer Projekte könnten wir ohne die Spendenbereitschaft der Unternehmer nicht realisieren. In den Herausforderungen der Entwicklungszusammenarbeit sind nicht nur die großen, multinationalen Unternehmen gefragt, die an ihren Standorten bereits direkte Unterstützung leisten können. Hier können alle Unternehmen helfen und ihre Geschäftstätigkeit überprüfen.



Bärbel Dieckmann

Bärbel Dieckmann ist Präsidentin der Welthungerhilfe und ehemalige Oberbürgermeisterin von Bonn.

» In einer globalisierten Welt benötigen jene Länder, die aus verschiedenen Gründen weniger entwickelt sind als die Staaten des Nordens, unsere Unterstützung. «

Bärbel Dieckmann

CSR sollte immer auch die Compliance mit nationalem und internationalem Recht fördern.

» Was sind Themen und Felder, bei denen sich Unternehmen in den kommenden Jahren verstärkt engagieren sollten?

Das ist zu allererst die Bekämpfung von Hunger und Armut. Explizit ist auch Energiemangel eines der ganz großen Probleme der Entwicklungsländer. Viele Experten sagen, dass man die Energiefrage auch zu einem der Millenniumsziele hätte machen müssen, es damals aber vergessen wurde. Daneben brauchen wir dringend Lösungen für Wasser und Maschinen in der Landwirtschaft.

„Living Responsibility“ bei Deutsche Post DHL

Als weltweit führendes Brief- und Logistikunternehmen mit rund 470.000 Beschäftigten ist sich die Deutsche Post DHL bewusst, dass ihre Marktführerschaft sie zu besonderer Verantwortung für das Wohl der Menschen verpflichtet. Deutsche Post DHL steht als börsennotiertes Unternehmen vor der Aufgabe, das empfindliche Gleichgewicht zwischen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Belangen auszubalancieren. Daher hat DP DHL Corporate Social Responsibility (CSR) zu einem wesentlichen Bestandteil der gesamten Konzernstrategie gemacht. Unter dem Motto „Living Responsibility“ konzentriert sich DHL auf drei Programme: GoGreen – Umweltschutz; GoHelp – Katastrophenmanagement; GoTeach – Bildungsförderung. Bei der Entwicklung dieser drei wichtigen Programme war entscheidend, dass sie sich positiv für Gesellschaft und Umwelt wie auch für das Unternehmen selbst auswirken. Das Beispiel

der humanitären logistischen Unterstützung im Rahmen von GoHelp zeigt, dass beides möglich ist.

Katastrophenhilfe

Jahr für Jahr erschüttern Nachrichten von Zerstörungen durch Erdbeben, Wirbelstürme und Überschwemmungen die Weltöffentlichkeit und machen die Hilflosigkeit des Menschen angesichts von Naturkatastrophen und ihren verheerenden Folgen für das Leben der Menschen deutlich. Nach Verwüstungen durch Erdbeben, Orkane oder Hochwasser leistet meist die internationale Gemeinschaft mit Einsatzkräften und Material aus dem Ausland humanitäre Hilfe, die über regionale Flughäfen die Betroffenen erreichen soll. Insbesondere in kleineren Staaten oder Entwicklungsländern

sind die Flughäfen durch die von überall her eintreffenden Mengen von Lebensmitteln, Medikamenten und Zelten rasch überlastet. Sehr oft sind die kleinen regionalen Flughäfen höchstens dafür ausgelegt, kommerziellen Flugbetrieb in geringem Umfang und nur sehr wenige Frachtmaschinen effizient abzufertigen. Hier kommen die DHL „Disaster Response Teams“ (DRT) zum Einsatz, damit die Flughäfen nicht zum Nadelöhr werden; dabei arbeiten sie eng mit dem Büro der Vereinten Nationen zur Koordinierung der humanitären Hilfe (OCHA) zusammen. Im Falle einer Naturkatastrophe fordert das OCHA offiziell den Einsatz dieser Spezialteams der Deutschen Post DHL an. Vorab wird über Ort und Dauer des Einsatzes eine schriftliche Vereinbarung getroffen, in der Regel zusammen mit den örtlichen Behörden oder Hilfsorganisationen.

Den DRT gehören weltweit rund 500 Freiwillige an, Beschäftigte der DHL, die für die Herausforderungen eines Einsatzes besonders geschult wurden. Die Teammitglieder helfen bei der logistischen Bewältigung der auf den Flughäfen eintreffenden Hilfsgüter. Gemeinsam mit den Behörden und dem Flughafenpersonal vor Ort kümmern sie sich um die eintreffenden Hilfsgüter und eine professionelle Lagerhaltung (etwa Sortieren und Inventarisieren). Mit DRTs an den GoHelp-Standorten in Amerika (Panama), im Nahen Osten / Afrika (Dubai) und der Region Asien / Pazifik (Singapur) deckt DHL nahezu alle häufiger von Naturkatastrophen betroffenen Gebiete ab. Die Teams sind innerhalb von 72 Stunden einsatzbereit. An jedem Einsatz wirken insgesamt rund 20 - 25 Freiwillige in Gruppen von 5 - 10 Personen mit, die nach etwa einer Woche vom nächsten Team abgelöst werden. Die Unterstützung durch die DRTs ist kostenlos. Das Katastrophenhilfeprogramm wurde 2005 gemeinsam mit den Vereinten Nationen ins Leben gerufen und hat sich als bedeutende Stütze bei logistischen Problemen erwiesen.

Katastrophenvorsorge

Effiziente Katastrophenhilfe ist auf eine funktionierende Flughafenlogistik angewiesen und erfordert die Vorbereitung von

Menschen und Einrichtungen auf nicht vorhersagbare Ereignisse. Als wären Katastrophen nicht schon verheerend genug, kann sich die Lage anschließend rasch weiter verschlimmern, wenn internationale Hilfe zwar ins Land, aber nicht zu den Betroffenen gelangt. Aus diesem Dilemma hilft das Schulungsprogramm GARD („Get Airports Ready for Disaster“), in dessen Mittelpunkt die Prävention steht, also Maßnahmen vor Eintritt einer Katastrophe.

Das „Get Airports Ready for Disaster“-Projekt ist speziell auf Flughäfen in besonders gefährdeten Regionen ausgerichtet. Das Programm schult lokale Kräfte, im Rahmen ihrer Katastrophenschutz- und Präventionsprogramme den Bedarf an Spitzenkapazitäten einzuschätzen, bevor es zum Ernstfall kommt. Die Schulungen wurden 2008 gemeinsam von Deutsche Post DHL und dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) konzipiert. Sie bieten einen praxisnahen Ansatz zur Katastrophenvorsorge und kombinieren theoretische Lerneinheiten mit Übungen zur Lagebeurteilung vor Ort und konkreter Einschätzung der verfügbaren Kapazitäten für den Spitzenbedarf, um so den Flughafenbehörden und offiziellen Stellen Instrumente und Know-how zur Verfügung zu stellen, um Personal und Einrichtungen auf mögliche Katastrophen vorzubereiten.

GARD wurde 2009 an den indonesischen Flughäfen Makassar und Palu (beide auf der erdbebengefährdeten Insel Sulawesi gelegen) im Pilotversuch erprobt. Nach den erfolgreichen Schulungs- und Vorbereitungsmaßnahmen an diesen beiden Flughäfen wurde das Programm für andere Regionen der Welt weiterentwickelt, so z.B. 2010 für Nepal. Hier arbeiteten DHL-Experten mit dem UNDP, der nepalesischen Katastrophenschutzbehörde und den Flughafenbehörden zusammen, um insgesamt fünf Flughäfen für den Katastrophenfall vorzubereiten. Die DHL-Trainer führten GARD-Schulungen 2011 an zwei Flughäfen in Bangladesch und zwei weiteren in Indonesien ein. Zusätzlich wurden noch Teilnehmer von 15 anderen Flughäfen geschult. Deutsche Post DHL plant, das Programm weltweit auf andere katastrophengefährdete Regionen auszudehnen.



BASF: Erträge durch Nachhaltigkeit sichern

Wie reagieren wir auf die steigende Nachfrage der Welt nach Nahrungsmitteln und bewahren gleichzeitig die Umwelt und Artenvielfalt für zukünftige Generationen? BASF's nachhaltige Aktivitäten im Bereich der Landwirtschaft tragen dazu bei, diesen globalen Herausforderungen zu begegnen. So werden den Landwirten zuverlässige und innovative Produkte zur Verfügung gestellt, und BASF unterstützt sie durch die Vermittlung von einschlägigem Know-how.

BASF versteht die vielen Herausforderungen, denen sich die Landwirte heute stellen müssen – ein erfolgreiches Unternehmen zu betreiben, das Land, auf dem sie leben und arbeiten, zu schützen, und uns alle mit immer größeren Mengen an gesunden, erschwinglichen Nahrungsmitteln zu versorgen. Viele Landwirte auf der ganzen Welt haben ganz einfach keinen Zugang zu den richtigen Produkten oder zu der Technik, die ihren Bedürfnissen entspricht. Oder aber sie verfügen nicht über das einschlägige Wissen oder die richtigen Qualifikationen. Aus einem Bericht der VN ergibt sich, dass jeder zweite Mensch, der an chronischem Hunger leidet, Kleinbauer ist. Mit Glück reichen die Ernten dieser Kleinbauern gerade aus, um den Bedarf der eigenen Familie zu befriedigen. Sie könnten ihre finanzielle Lage und den Wohlstand ihrer Familien deutlich verbessern, wenn sie in der Lage wären, höhere Erträge zu erzielen. Allerdings müssen laut einer Studie der Deutsche Bank Research die Landwirte hierfür Zugang zu Bildung, Wissen, Kapital, Darlehen, Märkten und Risikomanagementstrategien haben.

In Indien sind die Erträge bei Sojabohnen im internationalen Vergleich extrem niedrig; sie belaufen sich lediglich auf ungefähr ein Drittel des weltweiten Durchschnitts. Das Indien-Team bei BASF hat viele Gründe für diese Situation ermittelt – unsachgemäßes Düngen, Ausbringen von zuviel Saatgut und falsche Verwendung von Pflanzenschutzmitteln – und dies in Verbindung mit einem allgemeinen Wissensmangel in Bezug auf gute landwirtschaftliche Praxis.

Wissenstransfer

2006 war die Geburtsstunde der „Samruddhi“-Idee. In Sanskrit bedeutet das Wort Wohlstand, und so steht Samruddhi für einen ganzheitlichen Unternehmensansatz, der den Landwirten und ihren Gemeinden hilft, nachhaltiger zu wirtschaften. Die Idee war einfach: Mit den Landwirten reden, Möglichkeiten zur Steigerung ihrer Erträge und Rentabilität finden und praktische Ratschläge anbieten. 2007 wurde das Samruddhi-Projekt in Madhya Pradesh, einem indischen Bundesstaat, eingeführt, wo sich ungefähr 75 Prozent der Landfläche befinden, die für den Sojaanbau genutzt wird. BASF hat 280 Agrarwissenschaftler zu den Landwirten geschickt, um mit ihnen zusammen zu arbeiten. In der Laufzeit des Projekts – drei Monate vor dem Anbau der Sojabohnen bis zu ihrem Verkauf auf dem Markt – haben die Agrarwissenschaftler Tausende von Workshops, Erntetage, Markttage und Besuche auf einzelnen Bauernhöfen durchgeführt. Jeder Agrarwissenschaftler hat ungefähr 150 bis 225 Landwirte unterstützt und beraten. Die Beratung erstreckte sich von der richtigen Auswahl des Saatguts über die Schulung der Landwirte hinsichtlich des richtigen Zeitpunkts für die Anwendung der Pflanzenschutzprodukte während der Ernte bis hin zur Beratung zu Fragen bezüglich Vertrieb und Kostendämpfungsmaßnahmen, wie z.B. Möglichkeiten zur Preisermittlung und Verhandlungstechniken. Jeder Landwirt erhielt ein individuelles Arbeitsblatt, das ihm helfen sollte, seine Kosten und Einnahmen festzuhalten und den Gewinn pro Morgen zu berechnen.

Die Ergebnisse waren verblüffend – 2008 erhöhten sich die Sojabohnenerträge um 31 Prozent verglichen mit traditionellen Anbaumethoden, wobei das Nettoeinkommen der Landwirte



Im indischen „Samruddhi“-Projekt beraten BASF-Mitarbeiter jeden einzelnen Landwirt auf seinen Soja-Feldern vor Ort.

um 60 Prozent stieg. 2009 beliefen sich die durchschnittlichen vergleichbaren Zuwächse bei den Erträgen trotz einer großen Dürre auf 24 Prozent. Mahendra Singh (ein 32-jähriger Landwirt mit einer Anbaufläche von ca. sechs Morgen) aus Sayri, Indien, wendet die Samruddhi-Methode seit zwei Jahren an. „Dank Samruddhi haben sich meine Ernteerträge von sechs Doppelzentnern pro Morgen auf acht Doppelzentner pro Morgen erhöht. Aufgrund dieses zusätzlichen Einkommens konnte ich mein Haus reparieren lassen und einen Generator für die Bewässerung der Felder anschaffen. Dieses Jahr möchte ich mir einen Motorroller kaufen.“

Das erste Projekt hat schon 30.000 indischen Landwirten geholfen, aber die Erfolgsgeschichte ist noch nicht zu Ende. 2008 hat das Landwirtschaftsministerium des Staates Madhya Pradesh ein Memorandum of Understanding für Aktivitäten in einer zusätzlichen Region, dem Harda Distrikt, unterzeichnet. Zur Zeit arbeiten ungefähr 170.000 Landwirte in Indien mit 700 Agrarwissenschaftlern von BASF zusammen, um den Sojaanbau so nachhaltig wie möglich zu gestalten. Das Projekt hat auch BASF geschäftliche Vorteile gebracht. Im Zeitraum 2006 bis 2009 stiegen die Einnahmen des Unternehmens im Bereich Pflanzenschutzprodukte für Sojabohnen jährlich um 60 Prozent.

Ermutigt durch diesen Erfolg hat BASF ehrgeizige Ziele für die Zukunft. Ähnliche Projekte werden den Kartoffelanbau in Indien nachhaltiger gestalten und zu einer Steigerung der Ernteerträge bei Chilis, Guarbohnen und Erdnüssen führen. 2010 hat BASF Samruddhi auf Indonesien und Sri Lanka ausgedehnt. BASF plant ebenfalls, eine angepasste Projektversion in Afrika einzuführen.

Die Natur und die Artenvielfalt achten

In der nachhaltigen Landwirtschaft geht es nicht nur um steigende Erträge, sondern auch um die Rücksichtnahme auf Natur und Artenvielfalt. Ein Projekt aus dem Vereinigten Königreich illustriert, wie konventionelle Anbaumethoden und Artenvielfalt friedlich nebeneinander bestehen können. Seit 2002 arbeitet BASF mit einem konventionellen landwirtschaftlichen Betrieb in der Nähe eines kleinen englischen Dorfs, Rawcliffe Bridge, zusammen. Innerhalb von nur wenigen Jahren hat sich die landwirtschaftliche Fläche des Hofes der Familie Hinchliffe zu einem attraktiven Habitat für ungefähr 100 Vogel- und 150 Pflanzenarten entwickelt, von denen einige sogar zu den gefährdeten Arten zählen. Die Idee wurde in Zusammenarbeit mit der Farming and Wildlife Advisory Group und der Royal Society for the Protection of Birds entwickelt. Auf einer Fläche von einem Hektar wurde am Rande eines Waldgebiets eine Grassamenmischung ausgebracht, während auf einer weiteren nahe gelegenen Fläche von zwei Hektar Saatgut eingesetzt wurde, das eine Mischung für Feldrandpflanzen enthielt – all dies zielt darauf ab, nützliche Insekten und Vögel, die gerne in der Nähe von Bauernhöfen leben, wie z.B. Lerchen, anzulocken. Der Bauernhof ist auch ein beliebtes Rückzugsgebiet für Tiere, wie zum Beispiel die Wühlmaus und den Feldhasen. Außerdem wurden einige landwirtschaftliche Praktiken leicht verändert, um die Auswirkungen auf Vögel und ihre Futterquellen, insbesondere in Nistzeiten, zu minimieren. „Ich möchte an dieser Stelle betonen, dass diese Maßnahmen unsere unternehmerische Tätigkeit so gut wie gar nicht beeinträchtigt haben – wir haben keine besonderen Methoden benutzt – unsere einzige Verpflichtung bestand darin, Geduld zu haben, bereit zu sein ein paar landwirtschaftliche Praktiken zu verändern und ein bisschen Zeit mitbringen“, erläutert Herr Hinchliffe, Chef des Familienbetriebs. Die Ergebnisse zeigen, dass die konventionell betriebene Landwirtschaft auf der Basis guter Praxis kombiniert mit vernünftigen Maßnahmen zur Bewirtschaftung des Feldrains und der Waldgebiete die Artenvielfalt fördern können, ohne die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit des Bauernhofes zu gefährden. Dieses Beispiel ist ein echter Präzedenzfall und sollte als Anregung für alle Landwirte dienen.

Wasser für Megacities

Schon heute wohnt die Mehrzahl der Menschen in Städten. Dieser Trend wird sich in den kommenden Jahrzehnten durch Bevölkerungswachstum, aber auch Klimaveränderungen deutlich verstärken. Die UN schätzt, dass im Jahr 2050 etwa 70 Prozent der Weltbevölkerung urban lebt, die meisten Menschen in Megacities mit unzureichender Infrastruktur. Die deutsche Entwicklungszusammenarbeit, hiesige Unternehmen und Forschungseinrichtungen entwickeln daher verstärkt Lösungen für eine bessere Wasserinfrastruktur und -versorgung.

Dazu gehören auch die Ver- und Entsorgungssysteme für Wasser, die flexibel an die jeweiligen städtischen Bedingungen angepasst werden müssen. Konventionelle zentrale Systeme können diesen Zweck nicht erfüllen. Das Institut IWAR der TU Darmstadt hat daher gemeinsam mit dem „National Engineering Research Center for Urban Pollution Control“ der Partner-Universität Tongji in Shanghai einen Ansatz für flexible und ressourceneffiziente Infrastruktursysteme entwickelt: Das Konzept namens „Semizentral“ basiert auf kleineren Ver- und Entsorgungssystemen, die sich je nach Bedarf erweitern lassen und setzt auf die Wiederverwendung von Wasser. Meist befinden sich Kläranlagen weit außerhalb der Stadt, was die Kosten der Wasseraufbereitung in die Höhe treibt. Mit Semizentral soll diese direkt in der Stadt möglich werden. Die Gebäude für die Kläranlagen von Semizentral hätten etwa die Größe eines Parkhauses und können gleichzeitig 100.000 Menschen mit Wasser versorgen. So kann zum Beispiel das Abwasser von Duschen oder Waschmaschinen gesammelt, gereinigt und als Toilettenwasser wieder zur Verfügung gestellt werden. Neben der Schonung von Ressourcen arbeitet Semizentral auch klimafreundlich: So

könnte auch das Toilettenwasser aufbereitet und als Gebrauchtwasser an Unternehmen geleitet werden – dabei würde Klärgas gewonnen, das zur Energieversorgung genutzt werden kann. Der Praxiseinsatz steht allerdings noch aus.

Wasserverluste durch Lecks

Auf ein ganzheitlich integriertes Wassermanagement-System setzt man dagegen bei der ABB im hessischen Ladenburg. Nach mehrjähriger Forschungs- und Entwicklungszusammenarbeit mit sieben Hochschulen und zwei Wasserversorgern bietet ABB jetzt ein marktreifes System an, das beim Problem des Wasserverlustes durch Rinnverlust, sogenannten Leckagen, in Rohrleitungssystemen Abhilfe schaffen soll. Neben der Schwierigkeit, Löcher an den Rohren zu erkennen und zu orten, ist der Transport von Wasser sehr energieintensiv. Schäden in den Systemen erhöhen zusätzlich den Energieverbrauch und

CO₂-Ausstoß. Die Lösung von ABB bietet Wasserversorgern eine umfassende Sicht auf ihre Versorgungsnetze, die einen nachhaltigen Betrieb und die vorausschauende Instandhaltung der Versorgungsnetze ermöglichen. Wichtigstes Element ist dabei das Leakage- und Ortungsmanagement. Es bündelt Daten beispielsweise aus hydraulischen Simulationen, Analysealgorithmen oder geographischen Systemen und ermöglicht so die frühzeitige Erkennung und örtliche Eingrenzung von Leckagen. Durch die schnellere Identifizierung reduziert sich der Wasserverlust deutlich. Dazu sorgt eine integrierte Energiemanagement-Lösung für hohe Einsparpotentiale. Sie koordiniert automatisch die im Versorgungsnetz verteilten Pumpen und Ventile, basierend auf Informationen wie Wasserverbrauchsdaten, Speicherfüllstände, Druckpegel oder Stromtarife. Ein zusätzliches Alarmmanagementsystem weist die Wasserversorger auf Probleme im Netz hin und analysiert sie nach ihren negativen Auswirkungen. Durch die so erfolgte Prioritäteneinteilung kann das Notfallmanage-

ment verbessert werden. Laut ABB erreicht mit diesem System zum Beispiel ein Wasserversorger mit einem Versorgungsgebiet von zwölf Millionen Menschen und einer Leckagerate von über 20 Prozent Wasserersparnisse in einer Größenordnung, die der Versorgung einer Stadt mit 320.000 Einwohnern entspricht. Die Energieeinsparpotentiale liegen bei bis zu 30 Millionen Kilowattstunden pro Jahr.

Mobile Wasserversorgung – der Siemens SkyHydrant

Mit dem Wasserfiltrationssystem „SkyHydrant“ hat sich auch Siemens der Probleme in der Wasserversorgung angenommen. Diese von Siemens Water Technologies entwickelte Lösung wandelt verunreinigtes Wasser in Trinkwasser, in dem die zu filternde Flüssigkeit mit niedrigem Druck durch ein Membransystem geleitet wird. Ein sehr feiner Filter entfernt Krankheitserreger und Verunreinigungen. Der SkyHydrant produziert rund 10.000 Liter Trinkwasser täglich und lässt sich durch seine Höhe von etwa eineinhalb Meter und mit einem Gewicht von zwölf Kilo problemlos transportieren. Auch die Installation und das Betreiben des Geräts ist bewusst einfach gehalten. Dazu weist er einen sehr geringen Energieverbrauch auf, verzichtet auf Chemikalien und sorgt für die Wiederverwendung des kostbaren Trinkwassers. Ursprünglich wurde dieses System für ländliche Gebiete entwickelt, um das dortige Leben zu verbessern und der Landflucht vorzubeugen. Inzwischen sind 900 Einheiten in 42 Ländern in Betrieb. Einige der SkyHydranten befinden sich aber auch in Großstädten von Ländern wie Bangladesch, Haiti, Indien oder Kambodscha. Hier sind sie vor allem in Slums von hohem Nutzen. Siemens arbeitet zudem an der Weiterentwicklung des Geräts: Das Ergebnis ist der „AquaVendor“. Er hat die gleiche Funktionsweise wie der SkyHydrant, unterscheidet sich jedoch in zwei Punkten deutlich: So ist bei dem Aqua Vendor eine manuelle Bedienung nicht mehr nötig. Die Steuerung, den Filtrationsprozess und die Reinigung übernimmt ein Kontrollsystem. Außerdem produziert er mit 25.000 Litern trinkfertigem Wasser pro Tag deutlich mehr als sein Vorgänger. Zum Betrieb benötigt er nur eine Steckdose und ist für Wohngebäude, Hotels oder kleine Industriebetriebe in strukturschwachen Gebieten vorgesehen.



Ein einziger SkyHydrant kann den Trinkwasserbedarf von bis zu tausend Menschen am Tag decken.



Mercedes-Benz & das Siyakhana-Projekt

Das Siyakhana-Projekt für kleine und mittlere Unternehmen gehört zu einer Reihe bedeutender CSR-Initiativen, die von Unternehmen der Mercedes-Benz-Gruppe in Südafrika durchgeführt werden, um die Auswirkungen von HIV/AIDS auf benachteiligte Mitglieder der Gesellschaft abzuschwächen. Südafrikas Gesundheitsminister, Dr. Aaron Motsoaledi, bestätigt, dass Südafrika mit einer vierfachen Last von Krankheiten und Gesundheitsproblemen zu kämpfen hat: HIV und Tuberkulose, Mütter- und Kindersterblichkeit, nicht übertragbare Krankheiten sowie Gewalt, Verletzungen und Traumata. Um diesen wirksam zu begegnen, ist es seiner Meinung nach dringend „notwendig, kreative und innovative Wege zu finden, mit allen vier Krankheits- und Todesursachen so umzugehen, dass nationale Bedürfnisse berücksichtigt werden. Dafür sind Partnerschaften zwischen Regierungen, Regionen und der internationalen Gemeinschaft, einschließlich technischer Partner, bilateraler Einrichtungen und Abkommen sowie der multilateralen Organisationen, von entscheidender Bedeutung.“

Die südafrikanische Privatwirtschaft trägt etwa 42 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt des Landes bei, und mehr als die Hälfte aller Beschäftigten in der Privatwirtschaft arbeiten für kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Im Gegensatz zu KMU in anderen Ländern können es sich KMU in Südafrika in der Regel nicht leisten, die HIV/AIDS-Behandlung, Pflege und Unterstützung ihrer Mitarbeiter und Angehörigen zu bezahlen und haben in der Vergangenheit unzureichende Vorkehrungen für die Finanzierung von Gesundheitsleistungen getroffen.

Mercedes-Benz hat das Siyakhana-Projekt für kleine und mittlere Unternehmen 2006 mit dem Ziel eingeführt, die lokale Wirtschaft der Border-Kei-Region des Ostkaps zu erreichen. Dem Ansatz von Mercedes-Benz Südafrika bei der HIV/AIDS-Sensibilisierung und Unterstützung der weiteren Gemeinschaft lagen die Erfahrungswerte einer erfolgreichen Arbeitsplatzintervention zugrunde. Zunächst wurde das Projekt für kleine und mittlere Unternehmen entsprechend dem strategischen Ziel des Risikomanagements in der Lieferkette auf Zulieferbetriebe ausgeweitet. Der Bedarf war jedoch deutlich größer und in kleineren Unternehmen am dringendsten. Vor

der Einführung der Maßnahmen traf sich Mercedes-Benz mit nationalen und lokalen Regierungen und veranstaltete Ende 2005 mit dem nationalen Gesundheitsministerium einen Gipfel, um sein Vorhaben zu erläutern. Das Projekt für kleine und mittlere Unternehmen umfasst u.a. die Ausbildung von Pflegepersonal und Ärzten zur Behandlung von HIV/AIDS und Tuberkulose sowie Kurse für Manager und Peer Educator kleiner und mittlerer Unternehmen.

Die KMU verpflichten sich zu einer zweijährigen Teilnahme am Siyakhana-Projekt, wobei sie finanzielle Beiträge entsprechend der Größe ihrer Belegschaft leisten. Jeder Betrieb wird bei dem Projekt von einem oder zwei Koordinatoren, die von Siyakhana geschult werden, vertreten. Die Koordinatoren nehmen auch an einem ständigen Forum zum Kapazitätsaufbau teil, in dem die Projektdurchführung und weitere Entwicklungen alle zwei Monate nachgehalten werden.

Bisher wurden 56 kleine und mittlere Unternehmen von Siyakhana unterstützt. Zwischen 2006 und Juni 2011 hat Siyakhana 85 erfolgreiche HIV-Kampagnen, Beratungen und Tests vor Ort durchgeführt, wobei mehr als 13.500 Beschäftigte über HIV informiert und beraten wurden. Mehr als 10.500 dieser Beschäftigten haben einen HIV-Test gemacht, wovon über 1.000 HIV-positiv waren.

Die Stärke von Siyakhana besteht darin, dass es keine Standardlösungen anbietet, sondern so flexibel und bedarfsgerecht gestaltet ist, dass es die Leistungen bieten kann, die kleine und mittlere Unternehmen benötigen, um mit dem Risiko von HIV/AIDS an ihren Arbeitsstätten umzugehen. Alle Leistungen werden so erbracht, dass möglichst wenig in den täglichen Geschäftsablauf eingegriffen wird.

In Vorbereitung der Anmeldung zum Siyakhana-Behandlungsprogramm nehmen die Kandidaten an einem Workshop teil, bei dem sie über verfügbare Leistungen, Abläufe und Verfahren für den Erhalt dieser Leistungen sowie über Behandlungsmöglichkeiten, mögliche Behandlungsrisiken und den Umgang mit diesen informiert werden. Derzeit



Südafrika hat eine der höchsten HIV Infektionsraten weltweit – schätzungsweise über 11 Prozent der Bevölkerung sind infiziert.

erhalten mehr als 580 Personen eine HIV/AIDS-Behandlung durch Siyakhana. Das entspricht 580 Haushalten, die möglicherweise einen Einkommensverlust erlitten hätten, wenn die Krankheit nicht erkannt und behandelt worden wäre. Die Auswirkungen der Sensibilisierungskampagne auf die Anzahl neuer Fälle seit der Einführung von Siyakhana sind aber nicht messbar. Es entsteht eine Win-win-Situation für Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

Durch klare und messbare Ergebnisse hat sich Siyakhana auch einen guten Ruf als effizienter und zuverlässiger Dienstleister für kleine und mittlere Unternehmen sowie Beschäftigte in seiner Region aufgebaut. Mit der Wirtschaft, Regierungen und gesellschaftlichen Akteuren wurden operative Partnerschaften gebildet. Siyakhana ist ein gemeinsames Programm mit der Border-Kei-Handelskammer, von der es sowohl finanzielle als auch anderweitige Unterstützung erhält. Außerdem unterhält es eine operative Partnerschaft mit der Buffalo City Metropolitan Municipality und dem Gesundheitsministerium des Ostkaps. Diese Akteure sind im Projektleitungsgremium vertreten, welches die Projektdurchführung überwacht. Ein



Siyakhana entstand als Projekt zur Unterstützung von KMUs beim Umgang mit den Auswirkungen von HIV und Aids.

Verwaltungsrat, der sich aus angesehenen Wirtschafts- und Gesellschaftsvertretern zusammensetzt, beaufsichtigt die Projektdurchführung und -leitung.

Eine Herausforderung war die Beteiligung kleiner und mittlerer Unternehmen während der Rezession, als es schwierig war, selbst die geringe Teilnahmegebühr der Unternehmen zu erhalten. Die Notwendigkeit eines nachhaltigen Finanzierungsmechanismus für das KMU-Projekt bleibt eine große Herausforderung. 2012 werden verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten genauer untersucht werden. Dabei wird man sich auf internationale und lokale Geber, Gesellschaften, teilnehmende KMU und öffentliche Agenturen für Unternehmensförderung, u.a. das Arbeitsministerium und die Internationale Arbeitsorganisation, konzentrieren.

Obwohl das Projekt für kleine und mittlere Unternehmen ein sehr großer Erfolg ist, wurde den Siyakhana-Partnern schnell klar, dass der Erfolg der HIV- und AIDS-Initiativen in den Unternehmen begrenzt sein wird, wenn die unterstützenden Gesundheitssysteme und -leistungen nicht verbessert werden.

Impressum

Herausgeber:	
Bundesministerium für Arbeit und Soziales Wilhelmstraße 49 10117 Berlin	
Konzeption & Redaktion:	
Mediengruppe macondo, Münster www.macondo.de	
Verantwortlicher Redakteur: Dr. Elmer Lenzen	
Redakteure: Judith Bomholt, Dennis Lohmann	
Bildredaktion, Lektorat: Marion Book	
Art Director: Alexander Pawlak	
Graphik Design: Katja Montag	
Autoren (in alphabetischer Reihenfolge): Jürgen Becker, Hans-Jürgen Beerfeltz, Aiko Bode, Bärbel Dieckmann, Johannes Geismann, Sebastian Gemeinhardt, Gerd Hoofe, Dr. Robert Kloos, Doris Läer, Dr. Ursula von der Leyen, Klaus Milke, Hans-Joachim Otto, Dr. Clifford Panter, Thorsten Pinkepank, Dr. Tanja Rabl, Hans-Peter Repnik, Birgit Riess, Britta Sadoun, Michael Scholing-Darby, Dr. Nicola Schuldts-Baumgart, Prof. Dr. Joachim Schwalbach, Tina Stridde, Michael Vassiliadis, Prof. Dr. Josef Wieland, Dr. Hans Josef Zimmer, Yvonne Zwick	
Umschlag: Pedro Castellano/LL28 Photography/iStockphoto	

Bildnachweis: BMAS (S. 3), Deutscher Bundestag/Stephan Erfurt (S. 4 links, S. 14), WavebreakmediaMicro/Fotolia.com (S. 4/5 Mitte, 34/35), Marion Book (S. 5 rechts, 8, 19 unten, 44/45, 66 und 74), Ulla Trampert/pixelio.de (S. 7), Birgit Riess (S. 9), Jean Jaques/Fotolia.com (S. 10), UN Photo/Michos Tzovaras (S. 12), Hans-Peter Repnik (S. 13), Berlin Partner/FTB-Werbefotografie/Presseamt Berlin (S. 17 oben), Presse- und Informationsamt Berlin (S. 17 links unten), Robert Bosch GmbH (S. 17 rechts unten, 38/39), UN Photo/Mark Garten (S. 18 links), Deutscher Bundestag/Presse-Service Steponaitis (S. 18 rechts), Dr. Josef Wieland (S. 19 oben), Prof. Joachim Schwalbach (S. 21 unten), NASA (S. 22/23), Ingo Bartussek/Fotolia.com (S. 25 oben), Jürgen Becker (S. 25 unten), EnBW (S. 26), Bayer (S. 28), Evonik/seb hovaguimian/Fotolia.com (S. 29), Klaus Milke (S. 31), Fraunhofer IBP (S. 33), bilderbox/Fotolia.com (S. 36 oben), Gerd Hofe (S. 36 unten), János Gehring/Fotolia.com (S. 40), Michael Vassiliadis (S. 41), Volkswagen (S. 42/43), Dmitry Pistrov/Fotolia.com (S. 46), Hans-Joachim Otto (S. 47), Aid by Trade Foundation/ Paul Hahn (S. 48/49), AnnaC/Fotolia.com (S. 51 links), Chung Sung-Jun/Getty Images/iStockphoto (S. 51 rechts), Marc Heiligenstein/Fotolia.com (S. 54/55), Pavel Losevsky/Fotolia.com (S. 56), Dr. Robert Kloos (S. 57), BSH (S. 59), Plxel66/Fotolia.com (S. 60), Bionade (S. 61), Otto Group (S. 62 links), Faber-Castell (S. 62 rechts), Hipp (S. 63 links), Tom Oettle/Ritter Sport (S. 63 rechts), jjayo/Fotolia.com (S. 64/65), Hans-Jürgen Beerfeltz (S. 67), Welthungerhilfe (S. 69), Deutsche Post DHL (S. 70), BASF (S. 73), Siemens (S. 75), Mercedes-Benz South Africa (S. 77)

Stand: Juni 2012

Wenn Sie aus dieser Publikation zitieren wollen, dann bitte mit genauer Angabe des Herausgebers, des Titels und des Stands der Veröffentlichung. Bitte senden Sie zusätzlich ein Belegexemplar an den Herausgeber.

Diese Publikation wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales kostenlos herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Europa, Bundestags, Landtags und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Publikation dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Außerdem ist diese kostenlose Publikation – gleichgültig wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Publikation dem Empfänger zugegangen ist – nicht zum Weiterverkauf bestimmt.