

Nationales CSR-Forum

Gemeinsames Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) in Deutschland¹

Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen über gesetzliche Anforderungen hinaus. CSR steht für eine nachhaltige Unternehmensführung im Kerngeschäft, die in der Geschäftsstrategie des Unternehmens verankert ist. CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig.

Unternehmen nehmen gesellschaftliche Verantwortung wahr, indem sie insbesondere:

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair behandeln, fördern und beteiligen,
- mit natürlichen Ressourcen schonend und effizient umgehen,
- darauf achten, in der Wertschöpfungskette – in ihrem Einflussbereich – sozial und ökologisch verantwortungsvoll zu produzieren,
- Menschenrechte und die ILO-Kernarbeitsnormen wahren und einen Beitrag leisten, sie international durchzusetzen,
- einen positiven Beitrag für das Gemeinwesen leisten,
- verstärkt in Bildung investieren,
- kulturelle Vielfalt und Toleranz innerhalb des Betriebes fördern,
- für einen fairen Wettbewerb eintreten
- Maßnahmen zur Korruptionsprävention fördern,
- Transparenz hinsichtlich ihrer Unternehmensführung herstellen,
- Verbraucherrechte und Verbraucherinteressen achten.

Eine nachhaltige Entwicklung² ist gerade angesichts von Wirtschafts- und Finanzkrisen eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und stellt Anforderungen an das Verhalten aller gesellschaftlichen Gruppen. Vor diesem Hintergrund ist CSR als ein wesentlicher Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung in den Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen zu verstehen. Die Unternehmen beziehen interne und externe Stakeholder in die strategische Ausrichtung ihrer vielfältigen CSR-Aktivitäten ein. Dies sind zum Beispiel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Interessenvertretung, Nichtregierungsorganisationen, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie staatliche Institutionen.

Aufgabe der Politik ist es, ein positives Umfeld für CSR zu schaffen. Auf diese Weise kann CSR die Bedingungen nachhaltig funktionierender Märkte verbessern und gewinnbringend für Gesellschaft und Unternehmen sein. Strategisch angelegte CSR wird zunehmend zu einem Wettbewerbsfaktor. Dabei ist insbesondere die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR für Verbraucherinnen und Verbraucher und auch für Investoren entscheidend. Dabei ist Transparenz wichtig. Gleichzeitig stärkt CSR den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das Vertrauen in die

¹ Grundlage für das deutsche Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) ist die in Europa etablierte Definition der Europäischen Kommission (siehe Grünbuch KOM (2001) 366 endg.).

² "Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen." (Brundtland Report, 1987)

soziale Marktwirtschaft und leistet einen Beitrag zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung.

Die Stärkung des Gemeinwesens durch regionales und lokales Engagement ist ein Teil von CSR. Kleine, mittlere und auch große Unternehmen setzen sich bereits für das Gemeinwohl ein. Dieses Engagement von Unternehmen hat einen wesentlichen Einfluss auf ein positives Unternehmerbild und fördert die Akzeptanz der Wirtschaft in der Gesellschaft.

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen hat in Deutschland Tradition. Sozial- und Umweltbelange sind hierzulande auf einem hohen Niveau gesetzlich geregelt. Was anderenorts als CSR-Aktivitäten von Unternehmen herausgestellt wird, ist in Deutschland oft gesetzlich geregelt. Darüber hinaus gelten international vereinbarte Leitlinien – wie die Dreigliedrige Grundsatzerklärung über Multinationale Unternehmen und Sozialpolitik der ILO, die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD und der Global Compact der Vereinten Nationen aber auch internationale Umweltnormen – als Maßstab beziehungsweise Verpflichtung. Die Wahrnehmung von CSR vor dem Hintergrund unseres sozialstaatlichen Rahmens und internationaler Verpflichtungen ist daher auch wichtig für die Positionierung deutscher Unternehmen im internationalen Wettbewerb.