

26.10.11

EU - AS - FJ - K -
U - Wi - Wo

Unterrichtung
durch die Europäische Kommission

Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen
Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen:

Eine neue Strategie (2011-2014) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)

KOM(2011) 681 endg.

Der Bundesrat wird über die Vorlage gemäß § 2 EUZBLG auch durch die Bundesregierung unterrichtet.

Hinweis: vgl. Drucksache 674/01 = AE-Nr. 012628,
Drucksache 561/10 = AE-Nr. 100703,
Drucksache 616/10 = AE-Nr. 100788,
Drucksache 694/10 = AE-Nr. 100869,
Drucksache 839/10 = AE-Nr. 101078,
Drucksache 35/11 = AE-Nr. 110047,
Drucksache 232/11 = AE-Nr. 110287,
Drucksache 590/11 = AE-Nr. 110741 und AE-Nr. 080949



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Brüssel, den 25.10.2011
KOM(2011) 681 endgültig

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN
RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND
DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN**

**Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen
(CSR)**

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Einleitung	4
1.1.	Sich mit der sozialen Verantwortung der Unternehmen auseinanderzusetzen, liegt im Interesse der Unternehmen	4
1.2.	... und im Interesse der Gesellschaft insgesamt.	4
1.3.	Warum legt die Kommission diese neue Strategie jetzt vor?	5
2.	Evaluierung der Auswirkungen der EU-Politik auf CSR	5
3.	Ein modernes Verständnis von sozialer Verantwortung	7
3.1.	Eine neue Definition	7
3.2.	International anerkannte Grundsätze und Leitlinien	8
3.3.	Der multidimensionale Charakter von CSR.....	8
3.4.	Die Rolle der Behörden und anderer Stakeholder.....	9
3.5.	CSR und die Initiative für soziales Unternehmertum (SBI)	9
3.6.	CSR und der soziale Dialog	10
4.	Ein Aktionsplan für den Zeitraum 2011–2014.....	10
4.1.	CSR ins Blickfeld rücken und bewährte Verfahren verbreiten.....	10
4.2.	Das den Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen verbessern und dokumentieren	11
4.3.	Selbst- und Koregulierungsprozesse verbessern.....	12
4.4.	CSR durch den Markt stärker belohnen	12
4.4.1.	Verbrauch.....	12
4.4.2.	Öffentliches Auftragswesen	13
4.4.3.	Investitionen.....	13
4.5.	Die Offenlegung von sozialen und ökologischen Informationen durch die Unternehmen verbessern	14
4.6.	CSR stärker in Aus- und Weiterbildung sowie Forschung integrieren.....	15
4.7.	Die Bedeutung von CSR-Strategien auf nationaler und subnationaler Ebene hervorheben.....	15
4.8.	Europäische und globale CSR-Konzepte besser aufeinander abstimmen.....	16
4.8.1.	Sich auf international anerkannte CSR-Grundsätze und -Leitlinien konzentrieren...	16
4.8.2.	Die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte umsetzen.....	17

4.8.3. Die Bedeutung von CSR für die Beziehungen mit anderen Ländern und Regionen der Welt hervorheben 17

5. Fazit..... 18

1. EINLEITUNG

Die Europäische Kommission hat die soziale Verantwortung der Unternehmen (corporate social responsibility = CSR) definiert „als ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“¹.

Die soziale Verantwortung der Unternehmen betrifft Maßnahmen, die die Unternehmen über ihre rechtlichen Verpflichtungen gegenüber Gesellschaft und Umwelt hinaus ergreifen. Bestimmte Regulierungsmaßnahmen schaffen ein Umfeld, das Unternehmen eher dazu veranlasst, freiwillig ihrer sozialen Verantwortung nachzukommen.

1.1. **Sich mit der sozialen Verantwortung der Unternehmen auseinanderzusetzen, liegt im Interesse der Unternehmen ...**

Für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen ist ein strategischer CSR-Ansatz von zunehmender Bedeutung. Er kann das Risikomanagement fördern, Kosteneinsparungen bringen sowie den Zugang zu Kapital, die Kundenbeziehungen, das Management von Humanressourcen und die Innovationskapazitäten verbessern².

CSR setzt ein Zusammenspiel von internen und externen Stakeholdern voraus und ermöglicht damit den Unternehmen, sich besser auf die Erwartungen der Gesellschaft und die Betriebsbedingungen, die einem raschen Wandel unterliegen, einzustellen und daraus Nutzen zu ziehen. CSR kann somit die Erschließung neuer Märkte vorantreiben und Wachstumsmöglichkeiten eröffnen.

Wenn sich die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung stellen, können sie bei den Beschäftigten, den Verbrauchern und den Bürgern allgemein dauerhaftes Vertrauen als Basis für nachhaltige Geschäftsmodelle aufbauen. Mehr Vertrauen wiederum trägt zur Schaffung eines Umfeldes bei, in dem die Unternehmen innovativ arbeiten und wachsen können.

1.2. **... und im Interesse der Gesellschaft insgesamt.**

Durch CSR können die Unternehmen erheblich zur Verwirklichung der im EU-Vertrag angestrebten Ziele, eine nachhaltige Entwicklung und eine äußerst wettbewerbsfähige soziale Marktwirtschaft, beitragen. CSR untermauert die Ziele der Strategie Europa 2020, nämlich intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum sowie das Beschäftigungsziel von 75 %³. Verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten erhält eine besondere Bedeutung,

¹ KOM(2001) 366.

² Europäischer Bericht über die Wettbewerbsfähigkeit 2008 (KOM(2008) 774) und begleitendes Arbeitspapier (SEK(2008) 2853).

³ In einigen Leitinitiativen im Rahmen von Europa 2020 wird auf CSR Bezug genommen: Eine integrierte Industriepolitik für das Zeitalter der Globalisierung (KOM(2010) 614), Europäische Plattform gegen Armut und soziale Ausgrenzung (KOM(2010) 758), Agenda für neue Kompetenzen und Beschäftigungsmöglichkeiten (KOM(2010) 682), Jugend in Bewegung (KOM(2010) 477) und Binnenmarktakte (KOM(2011) 206). Außerdem soll mit der Innovationsunion (KOM(2010) 546) die Fähigkeit der Unternehmen, gesellschaftlichen Herausforderungen durch Innovation zu begegnen, verbessert werden, und der Beitrag der Unternehmen spielt bei der Verwirklichung der Leitinitiative „Ressourcenschonendes Europa“ (KOM(2011) 21 und KOM(2011) 571) eine zentrale Rolle.

wenn Akteure der Privatwirtschaft öffentliche Dienstleistungen anbieten. Es gehört mit zur sozialen Verantwortung der Unternehmen, die sozialen Auswirkungen der derzeitigen Wirtschaftskrise, unter anderem den Verlust von Arbeitsplätzen, abzufedern. CSR bietet einen Wertekanon, auf dem eine von stärkerem Zusammenhalt geprägte Gesellschaft aufgebaut und die schrittweise Einführung einer nachhaltigen Wirtschaftsordnung gegründet werden kann.

1.3. Warum legt die Kommission diese neue Strategie jetzt vor?

Sowohl der Rat als auch das Europäische Parlament haben die Kommission aufgefordert, die CSR-Strategie der Kommission weiterzuentwickeln⁴. In der Strategie Europa 2020 hat sich die Kommission verpflichtet, die EU-Strategie zur CSR-Förderung zu erneuern. In ihrer 2010 verabschiedeten Mitteilung über die Industriepolitik versprach die Kommission, einen neuen Strategievorschlag zum Thema CSR vorzulegen⁵. In der Binnenmarktakte hielt die Kommission fest, dass sie bis Ende 2011 eine neue Mitteilung zu CSR annehmen werde⁶.

Die Wirtschaftskrise und ihre sozialen Folgen haben das Vertrauen in die Wirtschaft bis zu einem gewissen Grad erschüttert. Dadurch wurde die Öffentlichkeit für die Leistungen der Unternehmen auf sozialem und ethischem Gebiet sensibilisiert. Die Kommission erneuert ihre Anstrengungen zur CSR-Förderung jetzt, um auf mittlere und lang Sicht günstige Bedingungen für nachhaltiges Wachstum, verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten und die Entstehung dauerhafter Arbeitsplätze zu schaffen.

2. EVALUIERUNG DER AUSWIRKUNGEN DER EU-POLITIK AUF CSR

Die Kommission hat bei der Entwicklung politischer Strategien zur Förderung von CSR schon seit ihrem Grünbuch⁷ aus dem Jahr 2001 und der Gründung des „Europäischen Multistakeholder-Forums zu CSR“ Pionierarbeit geleistet. Im Jahr 2006 stellte die Kommission eine neue Strategie vor, in deren Mittelpunkt die massive Unterstützung für das Europäische Bündnis für CSR, eine Initiative unter der Federführung der Wirtschaft, stand⁸. Im Rahmen dieser Strategie wurden auch acht Bereiche aufgezeigt, in denen die EU vorrangig tätig werden soll: Sensibilisierung und Austausch von vorbildlichen Verfahren, Unterstützung von Multistakeholder-Initiativen, Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten, Verbraucherinformation und Transparenz, Forschung, Bildung, kleine und mittlere Unternehmen sowie die internationale Dimension von CSR.

Diese Strategie hat zu Fortschritten im Bereich CSR beigetragen. Folgende Fortschrittsindikatoren lassen sich anführen:

- Die Zahl der EU-Unternehmen, die sich zur Einhaltung der zehn CSR-Grundsätze des „Global Compact“ der Vereinten Nationen verpflichtet haben, ist von 600 im Jahr 2006 auf über 1900 im Jahr 2011 angewachsen.

⁴ Rat „Umwelt“, 5. Dezember 2008; Rat „Umwelt“, 20. Dezember 2010; Rat „Auswärtige Angelegenheiten“, 14. Juni 2010; Entschließung des Europäischen Parlaments vom 13. März 2007 (P6_TA(2007)0062), Entschließung des Europäischen Parlaments vom 8. Juni 2011 (P7_TA(2011)0260).

⁵ Eine integrierte Industriepolitik für das Zeitalter der Globalisierung (KOM(2010) 614).

⁶ KOM(2011) 206.

⁷ KOM(2001) 366.

⁸ KOM(2006) 136.

- Die Zahl der Organisationen, die sich im Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung (EMAS) registrieren ließen, ist von 3300 im Jahr 2006 auf 4600 im Jahr 2011 gestiegen.⁹
- Die Zahl der in der EU ansässigen Unternehmen, die mit internationalen oder europäischen Arbeitnehmerorganisationen länderübergreifende Betriebsvereinbarungen unter anderem über Arbeitsnormen unterzeichneten, hat von 79 im Jahr 2006 auf über 140 im Jahr 2011 zugenommen.
- Die Zahl der Mitglieder der Business Social Compliance Initiative (Initiative zur Einhaltung von Sozialstandards durch Unternehmen), eine von Europa ausgehende Initiative der Wirtschaft zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Lieferketten der Unternehmen, stieg von 69 im Jahr 2007 auf über 700 im Jahr 2011.
- Die Zahl der europäischen Unternehmen, die Nachhaltigkeitsberichte nach den Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ veröffentlichen, ist von 270 im Jahr 2006 auf über 850 im Jahr 2011 angewachsen.

Im Rahmen des Europäischen Bündnisses für CSR haben führende Unternehmen eine Reihe von praktischen Instrumenten zu zentralen Fragen entwickelt¹⁰. Rund 180 Unternehmen bekundeten ihre Unterstützung für das Bündnis. Nationale Unternehmerverbände unterstützten das Bündnis ebenfalls und ergriffen eine Reihe von Maßnahmen zur CSR-Förderung.

Trotz dieser Fortschritte sind noch große Herausforderungen zu bewältigen. Viele Unternehmen in der EU haben soziale und ökologische Belange noch nicht in vollem Umfang in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert. Nach wie vor stehen Anschuldigungen im Raum, wonach eine kleine Minderheit von europäischen Unternehmen gegen die Menschenrechte verstößt und grundlegende Arbeitsnormen nicht einhält. Nur 15 von 27 EU-Mitgliedstaaten verfügen über einen nationalen strategischen Rahmen für die CSR-Förderung¹¹.

Die Kommission hat eine Reihe von Faktoren ermittelt, die zur weiteren Verstärkung der Auswirkungen ihrer CSR-Strategie beitragen; dazu gehören:

- die Notwendigkeit eines ausgewogenen Multistakeholder-Ansatzes, der die Ansichten von Unternehmen, externen Stakeholdern und Mitgliedstaaten berücksichtigt;
- die Notwendigkeit, genauer zu erläutern, was von den Unternehmen erwartet wird, und die EU-Definition von CSR mit neuen und aktualisierten Grundsätzen und Leitlinien in Einklang zu bringen;

⁹ Von diesen Organisationen sind schätzungsweise 80 % Unternehmen.

¹⁰ Zum Beispiel Gleichstellung von Frauen und Männern, verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement und Verbesserung des Dialogs mit Anlegern über die nicht-finanzielle Performance von Unternehmen. Siehe www.csreurope.org/pages/en/toolbox.html.

¹¹ „Soziale Verantwortung der Unternehmen – Öffentliche Initiativen in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union“, Europäische Kommission, 2011.

- die Notwendigkeit, u. a. durch Investitionspolitik und öffentliches Auftragswesen dazu beizutragen, dass verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten vom Markt honoriert wird;
- die Notwendigkeit, Selbst- und Koregulierungssysteme zu berücksichtigen, die für Unternehmen, die ihrer sozialen Verantwortung nachkommen wollen, wichtige Instrumente darstellen;
- die Notwendigkeit, das Thema der Transparenz von Unternehmen in sozialen und ökologischen Fragen vom Standpunkt aller Stakeholder, einschließlich der Unternehmen selbst, zu behandeln;
- die Notwendigkeit, den Menschenrechten, die sich zu einem immer bedeutenderen CSR-Aspekt entwickelt haben, größere Beachtung zu schenken;
- die Notwendigkeit, die Rolle von ergänzenden Vorschriften anzuerkennen, mit denen sich ein Umfeld schaffen lässt, das Unternehmen eher dazu veranlasst, freiwillig ihrer sozialen Verantwortung nachzukommen.

Im Folgenden wird in dieser Mitteilung ein modernes Verständnis von CSR dargelegt. Ferner werden eine aktualisierte Definition und ein neuer Aktionsplan vorgestellt. Damit baut die Mitteilung auf der Strategie von 2006 auf, behandelt aber auch neue Elemente, die zur Verstärkung der Durchschlagskraft der Strategie beitragen können. Durch diese Mitteilung soll der weltweite Einfluss der EU im Bereich CSR bekräftigt werden, damit die EU im Rahmen ihrer Beziehungen zu anderen Regionen und Ländern besser für ihre Interessen und Werte eintreten kann. Sie leistet auch einen Beitrag zur Ausrichtung und zur Koordination von Strategien, die auf der Ebene der Mitgliedstaaten konzipiert werden. Dadurch sinkt das Risiko, das mit divergierenden Konzepten verbunden ist, die zusätzliche Kosten für in mehr als einem Mitgliedstaat tätige Unternehmen verursachen könnten.

3. EIN MODERNES VERSTÄNDNIS VON SOZIALER VERANTWORTUNG DER UNTERNEHMEN

3.1. Eine neue Definition

Die Kommission legt eine neue Definition vor, wonach CSR „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“ ist. Nur wenn die geltenden Rechtsvorschriften und die zwischen Sozialpartnern bestehenden Tarifverträge eingehalten werden, kann diese Verantwortung wahrgenommen werden. Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale, ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Stakeholdern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden. Auf diese Weise

- soll die Schaffung gemeinsamer Werte für die Eigentümer/Aktionäre der Unternehmen sowie die übrigen Stakeholder und die gesamte Gesellschaft optimiert werden;
- sollen etwaige negative Auswirkungen aufgezeigt, verhindert und abgefedert werden.

Die Komplexität dieses Verfahrens hängt von Faktoren wie Unternehmensgröße und Art der Geschäftstätigkeit ab. Im Falle der meisten kleinen und mittleren Unternehmen und insbesondere der Kleinstunternehmen dürfte das CSR-Verfahren informell und intuitiv bleiben.

Im Sinne einer optimierten Schaffung gemeinsamer Werte werden die Unternehmen ermutigt, ein langfristiges CSR-Konzept einzuführen und Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle auszuloten, die zum Wohlergehen der Gesellschaft und zur Schaffung hochwertigerer und produktiverer Arbeitsplätze beitragen.

Damit etwaige negative Auswirkungen aufgezeigt, verhindert und abgefedert werden, werden große Unternehmen sowie Unternehmen, die von derartigen Auswirkungen besonders betroffen sein könnten, darin bestärkt, eine risikobasierte Sorgfaltsprüfung, auch auf der Ebene der Lieferketten, vorzunehmen.

Für einige Arten von Unternehmen, wie Genossenschaften, Gegenseitigkeitsgesellschaften und Familienbetriebe, können die Eigentums- und Führungsstrukturen für ein verantwortliches unternehmerisches Verhalten besonders förderlich sein.

3.2. International anerkannte Grundsätze und Leitlinien

Unternehmen, die sich um ein offizielles CSR-Konzept bemühen, und insbesondere Großunternehmen, können sich an maßgeblichen international anerkannten Grundsätzen und Leitlinien orientieren, vor allem an den jüngst aktualisierten OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, den zehn Grundsätzen des „Global Compact“ der Vereinten Nationen, der ISO-Norm 26000 zur sozialen Verantwortung, der Dreigliedrigen Grundsatzklärung des Internationalen Arbeitsamtes (IAA) über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik und den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte (United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights). Dieser Kernbestand an international anerkannten Grundsätzen und Leitlinien steht für einen sich weiterentwickelnden und kürzlich aufgewerteten globalen CSR-Rahmen. Die europäische CSR-Strategie sollte mit diesem Rahmen voll und ganz in Einklang gebracht werden.

3.3. Der multidimensionale Charakter von CSR

Im Sinne dieser Grundsätze und Leitlinien ist CSR zumindest in den folgenden Bereichen relevant: Menschenrechte, Arbeits- und Beschäftigungspraktiken (z. B. Aus- und Fortbildung, Diversität, Gleichstellung von Frauen und Männern, Gesundheit der Arbeitnehmer und Wohlbefinden) und Ökologie (z. B. Artenvielfalt, Klimawandel, Ressourceneffizienz, Lebenszyklusanalyse und Prävention von Umweltverschmutzung) sowie Bekämpfung von Bestechung und Korruption. Für die Einbindung und Weiterentwicklung der Gemeinschaft, die Integration von Menschen mit Behinderungen sowie die Vertretung der Verbraucherinteressen, einschließlich des Schutzes der Privatsphäre, spielt CSR ebenfalls eine wichtige Rolle. Die Förderung der sozialen und ökologischen Verantwortung über die gesamte Lieferkette und die Offenlegung nicht-finanzieller Informationen sind als wichtige bereichsübergreifende Fragen anerkannt. Die Kommission hat eine Mitteilung über EU-

Politik und Freiwilligentätigkeit angenommen, in der freiwilliges Engagement von Beschäftigten als Ausdruck der sozialen Verantwortung anerkannt wird¹².

Darüber hinaus fördert die Kommission die Anwendung der drei Grundsätze des verantwortungsvollen Handelns im Steuerbereich (Transparenz, Informationsaustausch und fairer Steuerwettbewerb) in den zwischenstaatlichen Beziehungen. Die Unternehmen werden aufgefordert, soweit angemessen ebenfalls auf die Umsetzung dieser Grundsätze hinzuwirken.

3.4. Die Rolle der Behörden und anderer Stakeholder

Bei der Entwicklung von CSR sollten die Unternehmen selbst federführend sein. Behörden sollten eine unterstützende Rolle spielen und dabei eine intelligente Kombination aus freiwilligen Maßnahmen und nötigenfalls ergänzenden Vorschriften einsetzen, die etwa zur Förderung der Transparenz und zur Schaffung von Marktanreizen für verantwortliches unternehmerisches Handeln beitragen und die Rechenschaftspflicht von Unternehmen sicherstellen sollen.

Unternehmen müssen die nötige Flexibilität erhalten, damit sie innovativ sein und ein auf ihr Umfeld abgestimmtes Konzept entwickeln können. Viele Unternehmen schätzen aber von Behörden mitgetragene Grundsätze und Leitlinien, an denen sie ihre eigenen Strategien und Leistungen messen können und die ausgewogenere Wettbewerbsbedingungen fördern.

Gewerkschaften und Organisationen der Zivilgesellschaft zeigen Probleme auf, erzeugen Druck, um Verbesserungen zu erreichen, und können gemeinsam mit den Unternehmen auf konstruktive Weise Lösungen erarbeiten. Verbraucher und Investoren sorgen durch ihre Konsum- und Anlageentscheidungen dafür, dass sozial verantwortlich handelnde Unternehmen vom Markt belohnt werden. Die Medien können sowohl auf positive als auch auf negative Auswirkungen, die von Unternehmen ausgehen, aufmerksam machen. Behörden und die übrigen Stakeholder sollten, auch im Umgang mit Unternehmen, soziale Verantwortung zeigen.

3.5. CSR und die Initiative für soziales Unternehmertum (SBI)

CSR ist für alle Unternehmen relevant. Diese Mitteilung wird zusammen mit der komplementären, aber anders angelegten Initiative für soziales Unternehmertum (SBI) angenommen, wobei konkret jene Unternehmen unterstützt werden, die in erster Linie ausdrücklich soziale und/oder ökologische Unternehmenszwecke verfolgen, Gewinne dafür reinvestieren und deren gesellschaftliche Ziele sich in ihrer internen Struktur widerspiegeln¹³. Im Mittelpunkt der SBI steht das „Ökosystem“, in dem sich soziales Unternehmertum und soziale Innovation entfalten und einen Beitrag zur europäischen sozialen Marktwirtschaft leisten können.

¹² „Mitteilung zu EU-Politik und Freiwilligentätigkeit: Anerkennung und Förderung grenzüberschreitender Freiwilligenaktivitäten in der EU“ (KOM(2011) 568).

¹³ KOM(2011) 682.

3.6. CSR und der soziale Dialog

In den vergangenen Jahren haben einige Ausschüsse für den sozialen Dialog bewährte CSR-Praktiken auf Branchenebene gefördert und entsprechende Leitlinien aufgestellt¹⁴. Die Kommission unterstützt derartige Initiativen und erkennt CSR als Beitrag und Ergänzung zum sozialen Dialog an. Innovative und effiziente CSR-Strategien wurden auch durch länderübergreifende Betriebsvereinbarungen zwischen Unternehmen und europäischen oder internationalen Arbeitnehmerorganisationen entwickelt¹⁵. Die EU setzt sich aktiv für derartige Vereinbarungen ein und wird eine Datenbank einrichten, in der diesbezügliche Informationen abrufbar sind.

4. EIN AKTIONSPLAN FÜR DEN ZEITRAUM 2011–2014

Dieser Aktionsplan umfasst Verpflichtungen für die Kommission selbst sowie Anregungen für Unternehmen, Mitgliedstaaten und andere Stakeholder-Gruppen. Bei der Umsetzung dieses Aktionsplans wird die Kommission die Besonderheiten von KMU und insbesondere deren begrenzte Ressourcen stets berücksichtigen und dafür sorgen, dass kein unnötiger Verwaltungsaufwand entsteht.

4.1. CSR ins Blickfeld rücken und bewährte Verfahren verbreiten

Wenn die EU die Leistungen von Unternehmen im Bereich CSR öffentlich würdigt, kann sie dazu beitragen, dass bewährte Verfahren verbreitet werden und Unternehmen voneinander lernen. Ferner kann sie mehr Unternehmen dazu ermutigen, ihre eigenen strategischen CSR-Konzepte zu entwickeln. Die Kommission wird auf der Grundlage der Erkenntnisse, die bei Initiativen in verschiedenen Mitgliedstaaten gewonnen wurden, KMU-Interessenverbände beim Aufbau von Kapazitäten unterstützen, die es ihnen ermöglichen, die Qualität und die Verfügbarkeit von Beratungsleistungen im Bereich CSR für kleine und mittlere Unternehmen zu verbessern.

Die Kommission hat eine Fülle von Programmen auf den Weg gebracht, um sich gemeinsam mit Unternehmen und anderen Stakeholdern mit schwierigen sozialen und ökologischen Fragen zu beschäftigen¹⁶. Für den Erfolg der Strategie Europa 2020 ist eine weitere Kooperation mit Unternehmen von Bedeutung. Die Kommission intensiviert daher den Dialog mit Unternehmen und anderen Stakeholdern über Beschäftigungsfähigkeit, demografischen Wandel und aktives Altern¹⁷ sowie über Herausforderungen in der Arbeitswelt (Diversity Management, Gleichstellung von Frauen und Männern, Aus- und Weiterbildung, Gesundheit und Wohlbefinden der Arbeitnehmer usw.). Der Schwerpunkt liegt dabei auf

¹⁴ „Industrial relations in Europe 2010“, Kapitel 6.3.4, Europäische Kommission, GD Beschäftigung, Soziales und Integration, 2011.

¹⁵ „The role of transnational company agreements in the context of increasing international integration“, (KOM(2008) 419 endg).

¹⁶ Beispiele hierfür sind das Einzelhandelsforum für Nachhaltigkeit, die Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit, die „Business and Biodiversity Campaign“ (Kampagne Unternehmen und Biodiversität), der zum Thema Verantwortung der Unternehmen in der pharmazeutischen Industrie eingeleitete Prozess, der „European Food and Sustainable Production Round Table“ (Europäischer runder Tisch über Ernährung und nachhaltige Produktion), das Forum für den Dialog zwischen Hochschule und Wirtschaft, der „Advertising Round Table“ (runder Tisch „Werbung“) und der Europäische Pakt für psychische Gesundheit und Wohlbefinden.

¹⁷ 2012 ist das Europäische Jahr für aktives Altern.

branchenspezifischen Konzepten und auf der Verbreitung von verantwortlichen unternehmerischen Handlungsweisen in der gesamten Lieferkette.

Die Initiative „Enterprise 2020“ von CSR Europe ist ein Beispiel für die unternehmerische Initiative im Bereich CSR, das für die von der EU angestrebten Ziele von besonderer Relevanz ist. Die Kommission wird ihren Beitrag dazu leisten, Bilanz über die ersten Ergebnisse dieser Initiative bis Ende 2012 zu ziehen und die nächsten Schritte festzulegen.

Die Kommission beabsichtigt,

1. 2013 Multistakeholder-CSR-Plattformen in einer Reihe relevanter Wirtschaftszweige für die Unternehmen, ihre Beschäftigten und andere Stakeholder einzurichten, damit für jede Branche relevante CSR-Verpflichtungen bekannt gemacht und bisher erzielte Fortschritte gemeinsam überwacht werden;
2. ab dem Jahr 2012 EU-Preise zur Auszeichnung von CSR-Partnerschaften zwischen Unternehmen und anderen Stakeholdern zu vergeben.

4.2. Das den Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen verbessern und dokumentieren

Die Unternehmen brauchen wie alle Organisationen und auch die Regierungen und die EU das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger. Die europäischen Unternehmen sollten danach streben, zu den Gruppen von Organisationen zu gehören, denen von der Gesellschaft am meisten Vertrauen entgegengebracht wird. Häufig entsprechen die Erwartungen der Menschen nicht der von ihnen wahrgenommenen Realität unternehmerischen Verhaltens. Dies ist teils auf Fälle zurückzuführen, in denen sich Unternehmen unverantwortlich verhalten oder ihr ökologisches oder soziales Engagement übertrieben darstellen. Zuweilen ist die Ursache aber auch darin zu suchen, dass es bestimmten Unternehmen an Verständnis für die sich rasch ändernden Erwartungen der Gesellschaft fehlt und dass sich die Bürger nicht in vollem Umfang bewusst sind, was Unternehmen unter oft schwierigen Bedingungen leisten.

Die Kommission beabsichtigt,

3. das Problem des irreführenden Marketings im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten auf die Umwelt („green-washing“) zu behandeln, wenn der für 2012 angekündigte Bericht über die Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken¹⁸ vorgelegt wird, und sich mit der Frage zu befassen, ob konkrete Gegenmaßnahmen ergriffen werden müssen;
4. eine offene Debatte mit Bürgern, Unternehmen und anderen Stakeholdern über die Rolle und das Potenzial von Unternehmen im 21. Jahrhundert einzuleiten, damit gegenseitiges Verständnis und gemeinsame Erwartungen entstehen, und regelmäßige Erhebungen über das Vertrauen der Bürger in Unternehmen und ihre Einstellung zu CSR durchzuführen.

¹⁸ Richtlinie 2005/29/EG.

4.3. Selbst- und Koregulierungsprozesse verbessern

Unternehmen beteiligen sich häufig an Selbst- und Koregulierungsprozessen, beispielsweise an branchenweiten Verhaltenskodizes, in denen für den jeweiligen Wirtschaftszweig relevante gesellschaftliche Fragen geregelt werden. Derartige Prozesse können, wenn sie entsprechend konzipiert sind, die Unterstützung durch die Stakeholder sichern und ein effizientes Mittel zur Gewährleistung von verantwortlichem unternehmerischem Handeln darstellen. Selbst- und Koregulierung werden von der EU als Bestandteil der Agenda für bessere Rechtsetzung anerkannt¹⁹.

Die Erfahrung zeigt, dass Selbst- und Koregulierungsprozesse unter den folgenden Voraussetzungen am effizientesten sind: Die Grundlage bildet eine erste offene Analyse der Fragen mit allen betroffenen Stakeholdern, die im Beisein von Behörden wie etwa der Europäischen Kommission erfolgt und gegebenenfalls von diesen eingeleitet wird; die Prozesse führen in einer nächsten Phase dazu, dass alle betroffenen Stakeholder klare, durch Leistungsindikatoren nachvollziehbare Verpflichtungen eingehen; schließlich sollen die Prozesse durch objektive Mechanismen überwacht und einer Leistungsüberprüfung unterzogen werden, Möglichkeiten zur Korrektur von Verpflichtungen im Bedarfsfall vorsehen sowie einen effizienten Rechenschaftsmechanismus für die Behandlung von Beschwerden im Falle der Nichteinhaltung von Verpflichtungen umfassen.

Die Kommission beabsichtigt,

5. 2012 mit Unternehmen und anderen Stakeholdern einen Prozess einzuleiten, um einen Verhaltenskodex für Selbst- und Koregulierungsprojekte zu erarbeiten; dadurch sollte der CSR-Prozess effizienter werden.

4.4. CSR durch den Markt stärker belohnen

Es ist zunehmend anerkannt, dass sich CSR positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirkt. Trotzdem stehen Unternehmen immer noch vor einem Dilemma: Ein sozial besonders verantwortungsvolles Vorgehen ist – zumindest auf kurze Sicht – wirtschaftlich nicht immer am einträglichsten. Die EU sollte sich für Maßnahmen in den Bereichen Verbrauch, öffentliches Auftragswesen und Investitionen einsetzen und dadurch stärkere Marktanreize für CSR schaffen.

4.4.1. Verbrauch

Obwohl sich die Verbraucher in den vergangenen Jahren verstärkt für CSR-Fragen interessieren, sind noch nicht alle großen Hindernisse ausgeräumt: Es fehlt an Aufklärung, gelegentlich sind Preisaufschläge in Kauf zu nehmen und die für bewusste Kaufentscheidungen notwendigen Informationen sind nur schwer zugänglich. Einige Unternehmen leisten Pionierarbeit mit ihren Bemühungen, die Verbraucher bei nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu unterstützen. Die Überarbeitung des Aktionsplans für nachhaltigen Verbrauch und nachhaltige

¹⁹ Siehe Interinstitutionelle Vereinbarung – „Bessere Rechtsetzung“ (ABl. C 321 vom 31.12.2003, S. 1) und Mitteilung der Kommission – Bessere Rechtsetzung für Wachstum und Arbeitsplätze in der Europäischen Union (KOM(2005) 97).

Produktion könnte eine Gelegenheit bieten, neue Maßnahmen zur Förderung eines verantwortungsvolleren Verbraucherverhaltens zu konzipieren.

4.4.2. *Öffentliches Auftragswesen*

Nach dem von der Kommission für 2010 angestrebten Richtwert sollten bei 50 % aller öffentlichen Aufträge in der EU zuvor vereinbarte Umweltkriterien erfüllt werden. Im Jahr 2011 führte die Kommission in ihrem Leitfaden über die sozial verantwortliche Auftragsvergabe aus, wie soziale Überlegungen in die Vergabe öffentlicher Aufträge einfließen können und dabei der bestehende rechtliche Rahmen der EU eingehalten wird²⁰. Die sozial verantwortliche Auftragsvergabe kann positive Maßnahmen von Behörden umfassen, durch die unterrepräsentierte Unternehmen wie KMU leichter Zugang zum Markt für öffentliche Aufträge erhalten.

Die Mitgliedstaaten und Behörden auf allen Ebenen werden dazu aufgefordert, alle Möglichkeiten des derzeitigen rechtlichen Rahmens für das öffentliche Auftragswesen voll auszuschöpfen. Ökologische und soziale Kriterien müssen vor allem so in das öffentliche Auftragswesen einbezogen werden, dass KMU nicht diskriminiert und zugleich die Bestimmungen des EU-Vertrags über Nichtdiskriminierung, Gleichbehandlung und Transparenz eingehalten werden.

Die Kommission beabsichtigt,

6. soziale und ökologische Erwägungen im Rahmen der 2011 vorgenommenen Überarbeitung der Vergaberichtlinien verstärkt in das öffentliche Auftragswesen einfließen zu lassen, ohne dass dadurch zusätzlicher Verwaltungsaufwand für die Vergabebehörden oder Unternehmen entsteht und ohne den Grundsatz der Auftragsvergabe an den Bieter mit dem wirtschaftlich vorteilhaftesten Angebot zu untergraben.

4.4.3. *Investitionen*

Die Kommission reagiert auf die Finanzkrise mit einer Reihe von Vorschlägen für Rechtsakte, durch die für ein von mehr Verantwortung und Transparenz geprägtes Finanzsystem gesorgt werden soll. Durch die entsprechende Berücksichtigung relevanter nicht-finanzieller Informationen können Anleger dazu beitragen, dass Kapital effizienter eingesetzt wird und langfristige Investitionsziele besser verwirklicht werden. Die Kommission unterstützt Maßnahmen, durch die Anleger die Kompetenz zur Einbeziehung nicht-finanzieller Informationen in ihre Investitionsentscheidungen erhalten sollen. In diesem Zusammenhang fordert die Kommission die Unternehmen auf, Informationen über die Umsetzung von Grundsätzen des verantwortungsvollen Handelns im Steuerbereich offenzulegen.

Europäische Verwalter und Eigentümer von Anlagevermögen, insbesondere Pensionsfonds, werden aufgefordert, die Grundsätze der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Investitionen zu übernehmen. Die Behörden tragen besondere Verantwortung für die Förderung von CSR in den Unternehmen, die in ihrem Besitz stehen oder in die sie investieren.

²⁰ „Buying Social: a guide to taking account of social considerations in public procurement“, Europäische Kommission, 2011.

Die Kommission beabsichtigt,

7. für alle Investmentfonds und Finanzinstitute die Auflage in Erwägung zu ziehen, all ihre Kunden (Bürger, Unternehmen, Behörden usw.) über die von ihnen angewendeten Kriterien für eine ethische und verantwortungsvolle Investitionstätigkeit oder über die von ihnen befolgten Normen und Kodices zu informieren.

4.5. Die Offenlegung von sozialen und ökologischen Informationen durch die Unternehmen verbessern

Durch die Offenlegung von sozialen und ökologischen – darunter auch klimabezogenen – Informationen können die Kontakte zu Stakeholdern erleichtert und konkrete Gefahren für die Nachhaltigkeit aufgezeigt werden. Ferner kann die Offenlegung als wesentliches Element der Rechenschaftspflicht auch dazu beitragen, dass die Öffentlichkeit den Unternehmen Vertrauen entgegenbringt. Damit die Informationen den Ansprüchen von Unternehmen und anderen Stakeholdern gerecht werden, sollten sie konkret und mit geringem Kostenaufwand zu beschaffen sein.

Einige Mitgliedstaaten haben Anforderungen an die Offenlegung nicht-finanzieller Informationen eingeführt, die über bestehendes EU-Recht hinausgehen²¹. Eventuell entstehen durch unterschiedliche einzelstaatliche Anforderungen zusätzliche Kosten für in mehr als einem Mitgliedstaat tätige Unternehmen.

Immer mehr Unternehmen legen soziale und ökologische Informationen offen. KMU tun dies häufig informell oder auf freiwilliger Basis. Einer Quelle²² zufolge veröffentlichen schätzungsweise 2500 europäische Unternehmen CSR- oder Nachhaltigkeitsberichte, womit die EU weltweit an der Spitze liegt. Allerdings handelt es sich dabei lediglich um einen Bruchteil der 42 000 in der EU operierenden Großunternehmen.

Es gibt eine Reihe internationaler Rahmen für die Offenlegung sozialer und ökologischer Informationen wie etwa die „Global Reporting Initiative“. Die integrierte finanzielle und nicht-finanzielle Berichterstattung stellt mittel- und langfristig ein wichtiges Ziel dar, und die Kommission verfolgt mit Interesse die Tätigkeit des „International Integrated Reporting Committee“.

Um gleiche Ausgangsbedingungen zu gewährleisten, wird die Kommission, wie in der Binnenmarktakte angekündigt, einen Vorschlag für eine Rechtsvorschrift über die Transparenz der sozialen und ökologischen Informationen präsentieren, die von den Unternehmen aller Branchen bereitgestellt werden. Eine Folgenabschätzung möglicher Optionen für diesen Vorschlag, zu denen auch ein Verfahren zur Prüfung der Wettbewerbsbedingungen und ein KMU-Test gehören, wird derzeit vorgenommen. Die Kommission arbeitet außerdem an einer Strategie, durch die Unternehmen ermutigt werden sollen, eine gemeinsame lebenszyklus-basierte Methodik, die auch für Offenlegungszwecke

²¹ In der 4. Jahresabschluss-Richtlinie (2003/51/EG) wird den Unternehmen vorgeschrieben, in den Lageberichten Informationen über Umwelt- und Personalfragen offenzulegen, soweit dies für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses oder der Lage der Gesellschaft erforderlich ist. Alle Mitgliedstaaten haben beschlossen, KMU davon auszunehmen.

²² CorporateRegister.com.

verwendet werden könnte, als Maß und Benchmark für die eigene ökologische Leistung heranzuziehen.

Alle Organisationen (auch Organisationen der Zivilgesellschaft und Behörden) sind aufgefordert, Maßnahmen für eine bessere Offenlegung ihrer sozialen und ökologischen Leistungen zu ergreifen.

4.6. CSR stärker in Aus- und Weiterbildung sowie Forschung integrieren

Voraussetzungen für die Weiterentwicklung von CSR sind neue Kompetenzen sowie geänderte Werte und Verhaltensweisen. Die Mitgliedstaaten können dabei eine wichtige Rolle spielen, indem sie Ausbildungsstätten ermutigen, Themen wie CSR, nachhaltige Entwicklung und verantwortungsvolles Handeln der Bürger in die entsprechenden Lehrpläne auch auf der Ebene der Sekundar- und Hochschulen aufzunehmen. Die europäischen Wirtschaftshochschulen werden aufgefordert, die „UN Principles for Responsible Management Education“ (Grundsätze der Vereinten Nationen für eine verantwortungsvolle Managerausbildung) zu unterzeichnen.

Die Entwicklung von unternehmerischen Praktiken und politischen Strategien im Bereich CSR wird durch herausragende Forschungsarbeiten unterstützt. Die weitere Forschungstätigkeit sollte auf den Ergebnissen der aus Mitteln des 6. und 7. EU-Rahmenprogramms finanzierten Projekte aufbauen. Die Kommission wird ausloten, welche Möglichkeiten bestehen, weitere Forschungs- und Innovationsaktivitäten im Bereich CSR zu finanzieren, einschlägige Grundsätze und -Leitlinien zu unterstützen, die noch aus Mitteln des 7. Rahmenprogramms bzw. bereits des Nachfolgeprogramms „Horizon 2020“ finanziert werden, und den Europäischen Forschungsraum zu gestalten.

Die Kommission beabsichtigt,

8. Bildungs- und Ausbildungsprojekte im Bereich CSR im Rahmen der EU-Programme „Lebenslanges Lernen“ und „Jugend in Aktion“ weiter finanziell zu unterstützen und ab 2012 das im Bildungswesen tätige Personal und die Unternehmen mit einer Kampagne dafür zu sensibilisieren, wie wichtig die Kooperation im Bereich CSR ist.

4.7. Die Bedeutung von CSR-Strategien auf nationaler und subnationaler Ebene hervorheben

Viele öffentliche Maßnahmen zur Unterstützung von CSR werden am besten auf nationaler, regionaler und kommunaler Ebene durchgeführt. Die Kommunal- und Regionalbehörden werden aufgefordert, durch eine umsichtige Nutzung der EU-Strukturfonds die Entwicklung von CSR vor allem bei den KMU zu unterstützen sowie durch Partnerschaften mit Unternehmen Probleme im Bereich der Armut und sozialen Inklusion besser in den Griff zu bekommen.

Die Kommission beabsichtigt,

9. mit den Mitgliedstaaten 2012 einen Peer-Review-Mechanismus für nationale CSR-Strategien zu konzipieren.

Die Kommission fordert

A die Mitgliedstaaten auf, bis Mitte 2012 eigene Pläne zur CSR-Förderung oder Listen mit vorrangigen einschlägigen Maßnahmen zu erstellen oder zu aktualisieren und damit die Strategie Europa 2020 zu unterstützen, indem sie sich auf international anerkannte CSR-Grundsätze und -Leitlinien berufen, mit Unternehmen und anderen Stakeholdern zusammenarbeiten und die in dieser Mitteilung behandelten Themen berücksichtigen.

4.8. Europäische und globale CSR-Konzepte besser aufeinander abstimmen

Die EU sollte bei der Entwicklung internationaler CSR-Maßnahmen für europäische Interessen eintreten und gleichzeitig sicherstellen, dass international anerkannte Grundsätze und Leitlinien in ihre eigenen CSR-Maßnahmen einfließen.

4.8.1. *Sich auf international anerkannte CSR-Grundsätze und -Leitlinien konzentrieren*

Damit künftig weltweit ausgewogenere Bedingungen herrschen, wird die Kommission ihre Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten, Partnerländern und maßgeblichen internationalen Foren ausbauen und dazu beitragen, dass die international anerkannten Grundsätze und Leitlinien stärkere Beachtung finden und an Kohärenz gewinnen. Dafür ist es auch erforderlich, dass die Unternehmen in der EU erneut Anstrengungen zur Einhaltung dieser Grundsätze und Leitlinien unternehmen.

Bei den OECD-Leitsätzen handelt es sich um Empfehlungen für die Regierungen und multinationale Unternehmen. Die Kommission begrüßt es, wenn sich nicht der OECD angehörende Länder an diese Leitsätze halten. Die Leitsätze werden nicht nur von den Staaten mitgetragen, sondern stützen sich auch auf einen anderen Durchführungs- und Beschwerdemechanismus, nämlich das von allen teilnehmenden Ländern eingerichtete Netz der Nationalen Kontaktstellen, das Unternehmen und Stakeholder bei der Lösung praktischer Fragen – auch durch Mediation und Schlichtung – unterstützen kann.

Die Kommission beabsichtigt,

10. zu überprüfen, ob Unternehmen mit über 1000 Beschäftigten den von ihnen eingegangenen Verpflichtungen nachgekommen sind, international anerkannte CSR-Grundsätze und -Leitlinien zu beachten und die ISO-Norm 26000 zur sozialen Verantwortung bei ihrer Geschäftstätigkeit zu berücksichtigen.

Die Kommission fordert

B alle großen europäischen Unternehmen auf, sich bis 2014 zu verpflichten, zumindest eines der nachstehenden Regelwerke bei der Entwicklung ihres CSR-Konzepts zu berücksichtigen: OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, „Global Compact“ der Vereinten Nationen oder ISO-Norm 26000 zur sozialen Verantwortung;

C alle in Europa ansässigen multinationalen Unternehmen auf, sich bis 2014 zu verpflichten, die Dreigliedrige Grundsatzerklärung des Internationalen Arbeitsamtes (IAA) über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik zu beachten.

4.8.2. *Die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Unternehmen und Menschenrechte umsetzen*²³

Die für den Bereich Wirtschaft und Menschenrechte relevanten EU-Strategien kohärenter zu gestalten, ist keine leichte Aufgabe. Wenn die Leitprinzipien der Vereinten Nationen besser umgesetzt werden, wird damit auch ein Beitrag zur Verwirklichung der Ziele geleistet, die sich die EU zu spezifischen Menschenrechtsfragen und grundlegenden Arbeitsnormen gesetzt hat und die Themen wie Kinderarbeit, Zwangsarbeit in Gefängnissen, Menschenhandel, Gleichstellung von Frauen und Männern, Nichtdiskriminierung, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen betreffen. Durch einen Prozess, in den Unternehmen, EU-Delegationen in Partnerländern und Akteure der kommunalen Zivilgesellschaft, insbesondere Menschenrechtsorganisationen und Menschenrechtsaktivisten, eingebunden sind, soll um Verständnis für die Herausforderungen geworben werden, mit denen Unternehmen konfrontiert sind, die in Ländern tätig sind, in denen der Staat seiner Verpflichtung zum Schutz der Menschenrechte nicht nachkommt.

Die Kommission beabsichtigt,

11. gemeinsam mit Unternehmen und Stakeholdern 2012 Orientierungshilfen für Menschenrechtsfragen für eine begrenzte Zahl relevanter Branchen sowie Orientierungshilfen für kleine und mittlere Unternehmen zu erarbeiten und sich dabei auf die Leitprinzipien der Vereinten Nationen zu stützen;
12. bis Ende 2012 einen Bericht über die Prioritäten der EU bei der Umsetzung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen zu veröffentlichen und danach regelmäßig Fortschrittsberichte herauszugeben²⁴.

Die Kommission

- D erwartet ferner von allen europäischen Unternehmen, dass sie ihrer Verantwortung gerecht werden und die Menschenrechte einhalten, so wie dies in den Leitprinzipien der Vereinten Nationen festgelegt ist;
- E fordert zudem die EU-Mitgliedstaaten auf, bis Ende 2012 nationale Pläne für die Umsetzung der Leitprinzipien der Vereinten Nationen zu erstellen.

4.8.3. *Die Bedeutung von CSR für die Beziehungen mit anderen Ländern und Regionen der Welt hervorheben*

International anerkannte CSR-Leitlinien und -Grundsätze stellen Werte dar, denen sich die Länder verschreiben sollten, die der Europäischen Union beitreten wollen; daher wird die Kommission dieses Thema im Beitrittsprozess auch weiterhin zur Sprache bringen.

²³ Die Leitprinzipien der Vereinten Nationen umfassen drei Säulen: die Pflicht des Staates zur Einhaltung der Menschenrechte, die Verantwortung der Unternehmen, die Menschenrechte einzuhalten, und die Sicherstellung der Inanspruchnahme wirksamer Abhilfemaßnahmen.

²⁴ In diesem Zusammenhang werden von der Europäischen Kommission veröffentlichte Berichte berücksichtigt, die den für EU-Unternehmen bei einer Tätigkeit außerhalb der EU geltenden Rechtsrahmen für Menschenrechts- und Umweltschutzfragen (2010) sowie ein verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement (2011) zum Gegenstand haben.

Die Kommission engagiert sich für CSR durch ihr außenpolitisches Handeln. Sie wird sich nach wie vor durch eine Kombination aus globalem Engagement und ergänzenden Rechtsvorschriften um eine größere Verbreitung international anerkannter CSR-Leitlinien und Grundsätze bemühen und sich weiterhin dafür einsetzen, dass sich EU-Unternehmen in positiver Weise in ausländische Volkswirtschaften und Gesellschaften einbringen. Die Kommission wird auf dem Gebiet Handel und Entwicklung relevante Vorschläge unterbreiten. Überdies wird sie gegebenenfalls vorschlagen, CSR-Fragen im Rahmen von gut eingeführten Dialogen mit Partnerländern und -regionen zu behandeln.

Im Rahmen der Entwicklungspolitik der EU wird anerkannt, dass Unterstützung für CSR notwendig ist²⁵. Wenn sich die Unternehmen aus der EU für die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards einsetzen, können sie einen Beitrag zu einer besseren Regierungsführung und zu einem integrativen Wachstum in den Entwicklungsländern leisten. Durch Geschäftsmodelle, die auf die arme Bevölkerung als Verbraucher, Produzenten und Händler abzielen, lässt sich die Wirkung von entwicklungspolitischen Maßnahmen optimieren. Das Streben nach Synergien mit dem privaten Sektor wird für die Entwicklungszusammenarbeit und die EU-Reaktionen auf Naturkatastrophen oder durch Menschen verursachte Katastrophen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Hier können Unternehmen durch freiwilliges Engagement ihrer Beschäftigten eine wichtige Rolle spielen. Das künftige europäische Freiwilligenkorps für humanitäre Hilfe könnte eine Möglichkeit bieten, Synergien mit dem privaten Sektor besser auszuschöpfen.

Die Kommission beabsichtigt,

13. im Rahmen ihrer politischen Initiativen zur Förderung von integrativem und nachhaltigem Aufschwung und Wachstum in Drittländern Möglichkeiten zur Förderung eines verantwortungsvollen unternehmerischen Verhaltens aufzuzeigen.

5. FAZIT

Die Kommission wird gemeinsam mit den Mitgliedstaaten, den Unternehmen und anderen Stakeholdern die Fortschritte regelmäßig überwachen und ein Treffen vorbereiten, auf dem spätestens Mitte 2014 Bilanz gezogen werden soll. Zur Vorbereitung dieses Treffens wird die Kommission einen Bericht über die Umsetzung des in dieser Mitteilung vorgestellten Aktionsplans veröffentlichen. Hiefür ist es erforderlich, dass das Europäische Multistakeholder-Forum zu CSR und die hochrangige Gruppe der CSR-Vertreter der Mitgliedstaaten („High Level Group of CSR representatives of Member States“) ihre Arbeitsmethoden besser abstimmen. Die Kommission wird dafür bis Ende 2011 einen konkreten Vorschlag vorlegen.

Die Europäische Kommission würde es begrüßen, wenn der Rat, das Europäische Parlament, der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss, der Ausschuss der Regionen, die Unternehmen und andere Stakeholder auf der Grundlage dieser Mitteilung Beiträge zur Diskussion beisteuerten und entsprechende Verpflichtungen eingingen.

Die Kommission ruft die Spitzenvertreter der europäischen Wirtschaft sowie des Finanzsektors auf, sich bis Mitte 2012 mit einer offenen und nachprüfaren Verpflichtung in

²⁵ Europäischer Konsens über die Entwicklungspolitik, 2005.

enger Abstimmung mit den Behörden und anderen Stakeholdern dafür einzusetzen, dass sich wesentlich mehr Unternehmen in der EU zu verantwortungsvollem Handeln bekennen und dementsprechend klare Zielvorgaben für die Jahre 2015 und 2020 festgelegt werden.