



Zukunft (in) Afrika

*Partnerschaften für
eine nachhaltige Entwicklung*

Gut für mich.
Gut für die
Umwelt.



schützt
MENSCH UND UMWELT

„Weil er hilft,
die Naturschätze
der Erde zu erhalten.“

Dirk Steffens
Moderator

Foto: Jim Rakete



Tun Sie etwas Gutes für sich, die Umwelt und die Zukunft!
Achten Sie beim Einkauf auf den Blauen Engel. Deutschlands
erstes Umweltzeichen steht seit über 35 Jahren für Transparenz,
Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Qualität. www.blauer-engel.de



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

Editorial

Damals und Heute

Als vor 132 Jahren der belgische König Leopold II. den Kongo zu seinem Privatbesitz erklärte, war die Aufteilung Afrikas schon beschlossene Sache. Leopolds Zugewinn war eine Art Nebenabrede der sogenannten Kongoakte, die als Ergebnis der Berliner Konferenz von 1885 gilt und die Aufteilung Afrikas durch europäische Staaten, die USA und das Osmanische Reich zur Folge hatte. Während die Kongoakte in Deutschland ein fast vergessenes Ereignis ist, hat sie in Afrika bis heute eine hohe symbolische Kraft, steht sie doch für die Art und Weise, wie Europa auf den zweitgrößten Kontinent blickte und vielleicht noch immer blickt.

Tatsächlich stellt sich die Frage, was hat sich eigentlich in den vergangenen 132 Jahren verändert. Gut, wir haben keine Kolonien mehr. Aber wenn man den Blick auf den Kongo richtet, dann zeigen sich deutliche Parallelen. Der Kongo ist heute wie damals wegen seiner reichhaltigen Rohstoffe begehrt. Hatte sich Leopold II. vorrangig für den Kautschuk interessiert, so sind es heute die sogenannten Konfliktmineralien, die wertvoller Rohstoff für den digitalen Wandel und für die als zukunftsweisend geltende Elektromobilität sind.

Dass es dabei zu massiver Ausbeutung, Menschenrechtsverletzungen und Kinderarbeit kommt, hat die Menschenrechtsorganisation Amnesty International erst vor wenigen Wochen in einem Bericht erneut belegt. Auch unter Leopold II. wurde die Bevölkerung mit Zwangs- und Sklavenarbeit bei der Kautschukgewinnung ausgebeutet. Es wurden riesige Kautschukplantagen angebaut, vorhandene Strukturen zerstört und die Bevölkerung von den Nahrungsmittelprodukten belgischer Unternehmen abhängig gemacht. Missionare und der britische Journalist Edmund Dene Morel deckten die Machenschaften schließlich auf und sorgten damit für große Empörung in Europa. Mit Partnern gründete er schließlich die Congo Reform Association, die heute als erste Menschenrechtsorganisation der Welt gilt.

Viel Vergnügen bei der Lektür dieses Magazins wünschen



Thomas Beschorner



Thomas Feldhaus



Prof. Dr. Thomas Beschorner,
Wissenschaftlicher Direktor



Thomas Feldhaus,
Chefredakteur

Schreiben Sie uns unter
editors@csr-news.net



Inhalt



Bundesentwicklungsminister
Gerd Müller im Gespräch

10



CR - Swiss made
Konzernverantwortungsinitiative

14

STANDPUNKT

HYPE ODER DISZIPLIN MIT ZUKUNFT?

CSR-Kommunikation

von Nicole Susann Roschker, Riccardo Wagner 8

AKTUELL

KLEINE SCHRITTE VORWÄRTS

Klimakonferenz COP23 6

WIR BRAUCHEN GLOBALISIERUNGSGEWINNER

Bundesentwicklungsminister Gerd Müller im Gespräch

von Thomas Feldhaus 10

TOOLS FÜR DAS

CSR-Management..... 54

LIEFERKETTE

CR - SWISS MADE

Konzernverantwortungsinitiative 14

DAS „ALIEN TORT STATUTE“

CSR und Recht

von Holger Hembach 17

MÄRKTE

ZUKUNFT (IN) AFRIKA

Partnerschaft für eine nachhaltige Entwicklung

von Thomas Feldhaus 18

SIGNIFIKANTER EINFLUSS

Herausforderung in der Lieferkette 21

EIN MUNDWASSER WIRD ZUM LEBENSRETTETTER

Unternehmenskooperationen

von Thomas Feldhaus 23

WIR KÖNNEN VON AFRIKA LERNEN

Afrikaexperte Hans Stoisser

..... 26

KERNGESCHÄFT

TRANSPARENZ UND DIALOG FÜR SOCIAL MEDIA

Digitale Ethik

von Achim Halfmann 30

10 ETHISCHE LEITLINIEN

für die Digitalisierung von Unternehmen

..... 35

AUSTAUSCH AUF AUGENHÖHE

Stakeholder Engagement

von Thomas Wagner, Stefanie Buchacher 36



GESELLSCHAFT

KERNVERANTWORTUNG WIRKSAM WAHRNEHMEN

Integration an der Beuth Hochschule
von Matthias Schmidt 39

PARTNER

Neues aus dem Partnernetzwerk 42

SERVICE

Termine 46
Studien 47
Literatur 48
Personen 49

VEREIN

EXPERTEN SCHREIBEN AUF CSR NEWS

Dialog- und Wissensplattform, Expertennetzwerk 50

VORREITER HOCHSCHULE

Initiative für Nachhaltigkeit und Ethik an Hochschulen 52

IMPRESSUM

Die Broschüre wurde auf FSC®-zertifiziertem Papier aus 100 % Recyclinganteil gedruckt. Das Papier stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und alle beteiligten weiterverarbeitenden Betriebe erfüllen die Anforderungen des FSC® für die Produktionskette.

Sie haben Fragen
zum Bezug des CSR MAGAZINS oder
zu Ihrer CSR-Partnerschaft?
E-Mail: redaktion@csr-news.net
Tel.: +49 2192 8546458

Herausgeber

Achim Halfmann (Geschäftsführer)
Prof. Dr. Thomas Beschoner

Chefredakteur

Thomas Feldhaus (V.i.S.d.P.)

Redaktion

Achim Halfmann, Christoph Golbeck,
Claudia Mende, Jürgen Buscher, Tong-Jin
Smith, Charlotte Schmitz

Bildnachweis

S. Titel/S. 18 © Creativemarc/iStock; **S. 6**
© James Dowson; **S. 10** © Michael Gott-
schalk/photothek.net; **S. 14** © Wavebreak-
media/iStock; **S. 15** © martinbichsel.ch;
S. 23 © Tommy Trenchard; **S. 24** © Tommy
Trenchard, © Ilan Godfrey; **S. 25** Save the
Children, GSK; **S. 26** © Jürgen Sturany; **S. 28**
© Nelson_A_Ishikawa/iStock; **S. 30**
© mikkellwilliam/iStock **S. 31** Christof Wolf,
Th. Busch; **S. 32** © Michael Kohls; Hoch-
schule der Medien **S. 33** © Corporate
Inspiration; Facebook; Xavier Care;

Grendelkhan **S. 34** © Alex Schelbert; **S. 36**
© IR_Stone/iStock; **S. 51** © Initiative
Nachhaltigkeit und Ethik an Hochschulen

Ansprechpartner für Österreich

Karin Huber, CSR Company, Office Vienna
Dorotheergasse 7/3AB, A-1010 Wien
Tel.: +43 1 710 46 00
E-Mail: austria@csr-news.net

Anschrift CSR-NEWS GmbH

Verlag: August-Hermann-Francke-Str. 2
42499 Hückeswagen
Tel.: +49 2192 8546458
Redaktion: Norddeicher Str. 128,
26506 Norden
Tel.: +49 4031 173599
E-Mail: redaktion@csr-news.net
www.csr-news.net

Druck

Hoehl-Druck Medien + Service GmbH
Gutenbergstraße 1 36251 Bad Hersfeld

Grafik

Kristin Albrecht, Himmelberg-Designwerkstatt,
Würzburger Straße 31a, 97274 Leinach
www.himmelberg-design.de

Kommunikation (Anzeigen, Banner)

CSR NEWS GmbH
August-Hermann-Francke-Str. 2
42499 Hückeswagen
Tel.: +49 (0)2192 8546458
E-Mail: marketing@csr-news.net

Erscheinungsweise

4 x jährlich – quartalsweise

Bezugspreis

Monatlich 8,00 € (4,00 € für Studierende) –
Beinhaltet die Ausgabe des Printprodukts
„CSR MAGAZIN“, sowie den Zugang zum
Online-Auftritt bei CSR NEWS.
Erfüllungsort und Gerichtsstand sind Wipperfürth



Klimakonferenz COP23

Kleine Schritte vorwärts

Vom 6. bis 17. November 2017 fand in Bonn die 23. Konferenz der Vertragsparteien zur Klimarahmenkonvention (COP23) statt. Gastgeber waren die Fidschi-Inseln, deren Heimat von den Folgen des Klimawandels bedroht ist. Fast 120 Millionen Euro soll die Veranstaltung gekostet haben. Ziel war es, die Pariser Beschlüsse weiter zu konkretisieren und eine Entscheidungsgrundlage für die COP24 im polnischen Katowice vorzubereiten. Was sind die Ergebnisse?

Wo vor zwei Jahren in Paris noch Tränen flossen, angesichts des fulminanten Ergebnisses, musste in Bonn Applaus reichen - die Euphorie war verflogen. „Ich habe noch nie so wenig Adrenalin bei einer COP erlebt“, fasste ein EU-Vertreter seinen Eindruck zusammen. Vielleicht gar nicht verwunderlich, denn während der Konferenz holten neue wissenschaftliche Erkenntnisse selbst den unverbesserlichsten Optimisten auf den Boden der Tatsachen zurück. Der internationale Forscherverbund

Global Carbon Project prognostizierte für 2017, nach drei Jahren der Stagnation, einen Anstieg der CO₂-Emissionen um etwa zwei Prozent.

Für den Anstieg seien stark steigende Emissionen in Schwellenländern wie China und Indien ebenso verantwortlich, wie die zu geringen Emissionsreduktionen in den Industrieländern. Bis Ende 2017 werden die weltweiten CO₂-Emissionen etwa 41 Gigatonnen betragen. Bei diesem Rekordwert der Emissionen, so die Forscher, werde das globale Koh-

Foto: Eröffnungszeremonie der COP23 in Bonn.

lenstoffbudget innerhalb von 20 bis 30 Jahren aufgebraucht sein. Danach werde es nicht mehr möglich sein die Erderwärmung, wie in Paris vereinbart, auf unter zwei Grad zu begrenzen. Klimaschutz ist also kein Selbstläufer. Selbst im optimalen Fall, dass alle Länder ihre Klimaziele einhalten, das große Ziel der Begrenzung auf 1,5 oder 2 Grad rückt in die Ferne. Ein Motivationsprogramm für eine Klimakonferenz sieht anders aus.

Regeln

Vereinbarungen brauchen Regeln und Transparenz, so auch das Paris Klimaschutzabkommen. Ein solches Regelwerk soll im kommenden Jahr auf der COP24 im polnischen Katowice verabschiedet werden. In Bonn war es die Aufgabe der Delegierten diese Entscheidung vorzubereiten. Das ist nur teilweise gelungen. Zwar liegt ein Textentwurf vor, der ist aber nach Einschätzung von Beteiligten und Beobachtern zu umfangreich. Um alle unterschiedlichen Positionen zu berücksichtigen wurden am Ende über 260 Seiten benötigt. Die Verhandlungsdelegationen müssen diesen Umfang nun in den kommenden Monaten reduzieren.

Dialog

Damit im Klimaschutz dennoch keine Zeit verloren geht, haben die Entwicklungsländer in Bonn erwirkt bei den Weltklimakonferenzen 2018 und 2019 auch die bis 2020 geltenden Klimaschutzverpflichtungen der Industrieländer in den Blick zu nehmen. Damit setzten sich die Entwicklungsländer bei einem der größten Streitpunkte durch. Der in Bonn auf den Weg gebrachte Talanoa-Dialog soll bis zur nächsten Weltklimakonferenz Bilanz zur Wirkung der derzeitigen Klimaschutzzusagen im Rahmen des Pariser Abkommens ziehen und dann auf eine Steigerung der internationalen Klimaschutzanstrengungen hinwirken. Geleitet wird der Dialog ab 2018 vom Konferenzpräsidenten Fidschi und dessen Nachfolger Polen. "Talanoa" ist ein verbreitetes Konzept auf den Fidschi-Inseln und bezeichnet einen, alle Betroffenen umfassenden, transparenten Austausch, der Lösungen zum Wohle aller hervorbringt.

Finanzen

Große Erwartungen gab es im Vorfeld der Konferenz bezüglich des sogenannten Warschau-Mechanismus für Verluste und Schäden durch den Klimawandel - schließlich gehören die Fidschi-Inseln zu den unmittelbar vom Klimawandel betroffenen Regionen. In Bonn wurde dazu ein Arbeitsplan erarbeitet, das Thema aber nicht als ständiger Tagesordnungspunkt bei den weiteren Verhandlungen aufgenommen. Insbesondere konnte man sich nicht auf Finanzierungszusagen der Industrieländer einigen. Allerdings wurde beschlossen, den Anpassungsfonds des Kyoto-Protokolls zukünftig unter dem

Paris-Abkommen weiterzuführen. Das Bundesumweltministerium hatte bereits am ersten Tag der COP23 eine Zahlung von 50 Millionen Euro zugesagt.

Und sonst noch:

Mit einer eigenen **Plattform** sollen zukünftig **indigene Völker** mehr Mitsprachemöglichkeiten erhalten.

Ein **Gender-Aktionsplan** soll für einen höheren Frauenanteil in den Delegationen und im UN-Klimasekretariat sicherstellen.

Die besondere Bedeutung der **Landwirtschaft** für den Klimaschutz wurde gestärkt. Man einigte sich auf ein Arbeitsprogramm für die nächsten drei Jahre. Im Fokus stehen Maßnahmen für Kleinbauern.

Zehn preisgekrönte **Medien** aus Fidschi, den Salomon-Inseln, Papua-Neuguinea, Tonga und Vanuatu, deren Konferenzteilnahme von der deutschen Bundesregierung finanziert wurde, und die von der Akademie der Deutschen Welle und dem UN-Klimasekretariat unterstützt wurden, haben die Gründung eines neuen **Netzwerks** angekündigt, mit dem Ziel, die Klima-Berichterstattung in der Pazifikregion zu verbessern.

Die „America's Pledge“ genannte Ankündigung von US-Führungspersonlichkeiten aus dem öffentlichen und privaten Sektor soll sicherstellen, dass die USA ein weltweiter Anführer bei der Emissionsreduzierung bleiben und ihre Ziele innerhalb des Pariser Klimaabkommens erreichen.

Gründung einer globalen Allianz für den Kohleausstieg, der sogenannten **Powering Past Coal Alliance**, der 20 Länder, darunter Frankreich, Italien und die Niederlande sowie sechs Bundesstaaten und Städte angehören. Auch Unternehmen wurden aufgerufen beizutreten.

Die Bundesregierung hat 125 Millionen Dollar zusätzlich für **Klimaversicherungen** in Entwicklungsländern zugesagt. Das Geld fließt in die Initiative InsuResilience für die Förderung von Klimafolgenversicherungen in Entwicklungsländern. **InsuResilience** verfolgt das Ziel, bis zum Jahr 2020 rund 400 Millionen Menschen zusätzlich gegen Folgen des Klimawandels zu versichern.

Die Bonner Klimakonferenz COP23 wurde wegen ihrer umweltfreundlichen Ausrichtung mit dem **EMAS-Zertifikat** ausgezeichnet.

❖ www.cop23.org



CSR-Kommunikation

Hype oder Disziplin mit Zukunft?

Der Arbeitskreis CSR-Kommunikation der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) hat gemeinsam mit dem Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) zum zweiten Mal den CSR Kommunikationskongress veranstaltet. Nicole Susann Roschker und Riccardo Wagner (Leitung des Arbeitskreises) über Themen und Trends der Nachhaltigkeitskommunikation.

Ist CSR-Kommunikation ein neuer Hype und Buzzword der PR-Branche? Oder doch eine eigene Disziplin für Kommunikatoren, die aufgrund ihrer spezifischen Fachthemen und der hohen Anforderungen in puncto Stakeholdermanagement und Methodenkompetenz recht anspruchsvoll ist? Fakt ist, dass wohl beides zutrifft: CSR-Kommunikation ist ein Trendthema. Der Hype mag teilweise geänderten gesetzlichen Rahmenbedingungen wie z.B. der CSR-Berichtspflicht für bestimmte Unternehmen und Branchen oder auch gestiegenen Erwartungen von Kunden, Mitarbeitern, Bewerbern oder anderen Stakeholdern geschuldet sein. Die Erfüllung sozialer und ökologischer Kriterien und deren Kommunikation ist bei einer immer größeren Zahl von öffentlichen und privaten Unternehmen mittlerweile Bedingung für die Auftragsvergabe. Folglich ist CSR vielerorts schon Pflicht und nicht mehr Kür. Der rege Zuspruch, den auch der 2. CSR Kommunikationskongress erfahren hat und der selbst das ehrenamtlich arbeitende Organisationsteam positiv überrascht hat, zeigt genau dies: Die CSR Community wächst, neben Experten und überzeugten Anhängern kommen stetig Neueinsteiger hinzu, die sich dem Thema nähern möchten. Die CSR-Kommunikation bietet hier einen idealen Einstieg.



Nicole Susann Roschker
 > Change Communications & Sustainability, Leitung AK CSR Kommunikation DPRG & DNWE
kommunikation@roschker.com



Riccardo Wagner
 > Leitung des Arbeitskreises
 > CSR-Kommunikation von DPRG & DNWE
wagner@betterrelations.de

Charakteristisch für CSR-Kommunikation sind über die Relevanz des Themas hinaus folgende Kriterien: Das spezifische Themenspektrum, der Querschnittscharakter von CSR in Organisationen und eine sehr heterogene Zielgruppe, bestehend aus internen und externen Stakeholdern. Hieraus ergibt sich das Anforderungsprofil des CSR Kommunikationsmanagers: Inhaltliche Expertise und die Fähigkeit, ein breites Spektrum an Anspruchsgruppen

über unterschiedliche Medien und Formate adäquat anzusprechen und bei Bedarf aktiv mit ins Boot zu holen, die persönliche Kommunikation in Form von Stakeholder-Workshops eingeschlossen.

Das spezifische Themenspektrum von CSR wird u.a. durch Megatrends und internationale wie nationale Leitlinien und Rahmenwerke definiert. Zu nennen sind hier beispielhaft die Sustainable Develop-

Die Interdisziplinarität und der Querschnittscharakter von CSR spiegeln sich auch in der Kommunikation wider.

ment Goals, die europäische Richtlinie zur CSR-Berichterstattung sowie europäische und nationale Nachhaltigkeitsstrategie(n). CSR-Kommunikation setzt ein gewisses Maß an inhaltlicher Expertise voraus, wenn der Inhalt halten soll, was das Etikett verspricht. Die Interdisziplinarität und der Querschnittscharakter von CSR spiegeln sich auch in der Kommunikation wider. Charakteristisch für CSR ist es, vielfältige Stakeholder im Blick zu haben, anzusprechen und einzubinden. Management, Corporate Communications, Marketing, Business Development, Innovation, Compliance, Controlling, Human Resources, Arbeitnehmervertretung, Standortmanagement, Procurement, Events sind hier nur als Beispiel für die internen Stakeholder genannt, mit welchen CSR im regelmäßigen Austausch sein sollte. Hinzu kommen die vielfältigen externen Stakeholder wie Kunden, Partner, Aufsichtsbehörden, Gremien, Kommunen, NGOs. Der Übergang von CSR-Management und CSR-Kommunikation ist insbesondere dort fließend, wo begrenzte Ressourcen eine genaue Arbeitsteilung zwischen CSR-Manage-

ment und der Kommunikation einzelner Themen nicht erlauben – zudem ist Kommunikation der CSR immanent. CSR lebt in Organisationen nicht nur von Leitlinien und Anordnungen, sondern im Wesentlichen von der Beteiligung der Stakeholder. Kommunikation top down und bottom up – dies macht sie so spannend und herausfordernd.

Dies spiegelte auch das Programm des 2. CSR-Kommunikationskongresses wider. Die rund 220 Teilnehmer aus Großunternehmen, KMUs, öffentlichem Sektor, NGOs und Wissenschaft tauschten sich beim Gastgeber, der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) in Osnabrück, u.a. darüber aus, wie drängende gesellschaftliche Herausforderungen wie z.B. die Endlichkeit der Ressourcen (Planetary Boundaries) für die breite Öffentlichkeit aufbereitet und kommuniziert werden könnten. Denn nur auf diese Weise lässt sich Verständnis und Partizipation erreichen. Kommunikation ist hierfür eine Schlüsseldisziplin. Storytelling und Sinnstiftung sind nicht ohne Grund aktuell die Topseller der CSR-Kommunikation.

Komplexe Themen einfach und anschaulich vermitteln und die Relevanz hierfür aufzeigen – vor dieser Herausforderung stehen sowohl Einsteiger ins Thema CSR als auch Experten. Storytelling stellt einen guten Weg dar, sich dem Thema CSR narrativ zu nähern und Menschen mitzunehmen. Ergänzt mit relevanten Zahlen und Fakten ist Storytelling nun auch state of the art der CSR-Berichterstattung, die bei einer immer größeren Zahl von Unternehmen überwiegend digital erfolgt und sowohl Neulinge als auch Experten gleichermaßen abholt.

Die interne Kommunikation muss der Belegschaft den praktischen Nutzen und die Sinnhaftigkeit des Engagements ihrer Organisation vermitteln. Eine bloße Kommunikation durch Anweisungen, wie sie noch oft mit Compliance verbunden ist, läuft hier ins Leere. Wer meint, dass interne CSR-Kommunikation aufgrund der Emotionalität in Verbindung mit Engagement einen Sonderstatus hat oder ein Selbstläufer ist, dürfte in der Praxis enttäuscht sein.

CSR ist vielerorts schon Pflicht und nicht mehr Kür.

Der Workshop zum Thema interne Kommunikation zeigte deutlich auf, dass CSR mit anderen internen Themen konkurriert und bei den Mitarbeitern grundsätzlich erst einmal auf Passivität und weniger auf Begeisterung stößt. Hier bieten sich für Organisationen Chancen, die auch im Hinblick auf soziale Medien vielfach noch ungenutzt sind: Dialogorientierte Kommunikation, die Beteiligung und Gestaltung ermöglicht, sowie Formate der persönlichen Kommunikation sind beim Thema interne CSR-Kommunikation ausschlaggebend. Ebenso die Authentizität der Organisation: Wer Engagement von Mitarbeitern einfordert, sollte es selbst vorleben. Womit die CSR-Kommunikation beim Management anfängt. Wie eingangs dargelegt, ein vielfältiges Aufgabenspektrum, das den Schluss nahelegt, dass wir es beim Thema CSR Kommunikation zukünftig doch eher mit einer eigenen Disziplin innerhalb der Branche als mit einem vorübergehenden Trend zu tun haben.

❖ www.csr-kongress.de

Weitere Beiträge zum Kommunikationskongress auf csr-news.net:



Vorfahrt für Social Media

Die Nachhaltigkeitsplattform Utopia.de verzeichnet aktuell über 201.500 Facebook-Fans und erreicht mit einem Facebook-Post durchschnittlich eine Reichweite von 300.000 Usern. Für Utopia.de ist die Social Media-Plattform ein wichtiger Kommunikationskanal – den das Unternehmen allerdings nicht schon immer so erfolgreich nutzte. Geschäftsführerin Meike Gebhard über die Chancen einer professionellen und authentischen Kommunikation auf Facebook.

Greenwashing: Zu viel „Grün“ bewirkt Abstumpfung

Vor einer Gewöhnung an irreführende „grüne“ Aussagen warnt der Wirtschaftsethiker Prof. Peter Seele. „Wir sind alle informierter, fokussierter – aber vielleicht auch etwas abgestumpfter“, so der Wissenschaftler aus Lugano. Angesichts einer ständigen Präsenz grüner Themen „müssen wir darüber reden, wie die Öffentlichkeit sensibilisiert ist, mit grüner irreführender Information umzugehen“, sagte Seele.



„Ich habe als Entwicklungsminister viele, insbesondere afrikanische Länder bereist und intensiv kennengelernt. Handeln wir jetzt nicht entschlossen und investieren in die Zukunft der Jugend in Afrika und den Entwicklungsländern, dann machen wir uns nicht nur schuldig. Wir werden auch erleben, dass die Menschen Hunger, Armut, Klimawandel, Ressourcenausbeutung und Arbeitslosigkeit nicht mehr hinnehmen werden.“

Auszug aus Gerd Müllers Buch „UNFAIR! Für eine gerechte Globalisierung“

Bundesentwicklungsminister Gerd Müller im Gespräch

Wir brauchen Globalisierungsgewinner und keine Globalisierungsverlierer

Schon zu Beginn seiner Amtszeit richtete Bundesentwicklungsminister Gerd Müller (CSU) den Fokus seines Ministeriums auf den afrikanischen Kontinent. Inzwischen hat er einen Marshallplan mit Afrika vorgelegt, der auch die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Afrika und Deutschland beleben soll.

■ THOMAS FELDHAUS

► Mit dem Marshallplan mit Afrika könnten die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Afrika neu gestaltet werden. Sie selber sprechen in diesem Zusammenhang oft von „Augenhöhe“ und „Paradigmenwechsel“. Haben Deutschland oder auch Europa eine besondere Verantwortung für Afrika?

► **Gerd Müller:** Afrika und Europa sind Nachbarkontinente, verbunden durch unsere gemeinsame Geschichte. Zwischen Europa und Afrika sind es bei Gibraltar gerade einmal vierzehn Kilometer Seeweg. Das Mittelmeer trennt uns nicht, sondern verbindet uns. Deshalb sind Afrikas Herausforderungen auch unsere. Wir müssen sie gemeinsam bewältigen. Davon hängt

nicht nur das Schicksal Afrikas, sondern auch die Zukunft Europas ab.

► Sie sprechen im Zusammenhang mit Afrika immer auch vom Chancenkontinent. Was bedeutet das für den deutschen Mittelstand?

Gerd Müller: Afrika ist ein Wachstumskontinent, der 2035 das weltweit größte Arbeitskräftepotenzial haben wird. Fast jedes zweite afrikanische Land gehört zu den Staaten mit mittlerem Einkommen. Schon heute zählen 400 Millionen Afrikanerinnen und Afrikaner zur Mittelschicht. In 50 Jahren wird es eine Milliarde sein, fast die Hälfte der Bevölkerung! Und trotzdem sind von den 400.000 deutschen Firmen, die heute im Ausland aktiv sind, gerade einmal 1.000 auf dem afrikanischen Kontinent vertreten. Der Handel mit Afrika beträgt zwei Prozent unseres gesamten Außenhandels. Beides muss sich ändern. Deshalb bauen wir unsere bestehenden Förderinstrumente weiter aus und setzen uns für faire Handelsbeziehungen mit afrikanischen Staaten ein. Afrika braucht, mehr denn je, Investitionen in die Inf-

politik ist wertgeleitet, von Mitmenschlichkeit und der Solidarität mit den Ärmsten der Armen geprägt.

Die globalen Herausforderungen Hunger, Klima, Epidemien können wir allerdings nicht nur mit öffentlichen Geldern bewältigen. Wir brauchen private Investitionen und ein starkes Engagement der Wirtschaft, das sowohl Afrika als auch Deutschland und Europa nutzt. Dies wollen wir noch stärker als bisher fördern. Zudem brauchen wir faire und nachhaltige Lieferketten und die Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards. Wir brauchen Globalisierungsgewinner und keine Globalisierungsverlierer.

► Ihr Marshallplan wird ja von zahlreichen afrikanischen Staaten positiv bewertet. Wie sehen die Chancen für die afrikanische Wirtschaft aus?

Gerd Müller: Afrika verfügt über erhebliche landwirtschaftliche Ressourcen, Edelmetalle und bedeutende Ölvorkommen. 11 der 20 am schnellsten wachsenden Wirtschaften der Welt liegen bereits in Afrika. Wir wollen die afrikanischen Staaten dabei unterstützen, mehr Wertschöpfung vor Ort zu schaffen. Gleichzeitig unterstützen wir mit unseren Reformpartnerschaften in Côte d'Ivoire, Ghana und Tunesien die Schaffung der notwendigen rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, um zusätzliche private Investitionen anzuziehen. Gehen Partnerländer erfolgreich beim Staatsaufbau, guter Regierungsführung, der Einhaltung der Menschenrechte und dem Kampf gegen Korruption voran, sind sie schließlich auch für Investoren attraktiv.

► Gleichzeitig gibt es auch Kritik, beispielsweise aus der Wissenschaft. Ein Vorwurf betrifft immer wieder die Universalperspektive Deutschlands (Europas) auf den afrikanischen Kontinent. Ist unser Afrikabild zu wenig differenziert?

Gerd Müller: Man muss Afrika in der Tat differenziert betrachten. Afrika ist nicht ein Land, sondern ein Kontinent, der hundert Mal so groß ist wie Deutschland und aus 54 Staaten besteht. Über eine Milliarde Menschen sprechen mehr als 2.000 Sprachen und gehören rund 3.000 unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen an. Zu oft wird nur über die Krisen und Konflikte berichtet. Aber es gibt auch viele positive Beispiele: Afrikas digitale Revolution findet direkt auf dem Smartphone statt. In vielen Staaten ist der Mobilfunkempfang deutlich besser als bei mir im Allgäu.

► Ebenso wird kritisiert, dass der Aktionsplan der Afrikanischen Union zu wenig Berücksichtigung findet. Hat der Marshallplan vor allem deutsche Interessen im Blick?

„Wir müssen zudem die Ausbeutung in Afrika verhindern und die Wertschöpfung vor Ort stärker fördern. Dafür brauchen wir faire Lieferketten, einen fairen Handel mit Afrika und bei uns einen fairen Konsum.“

rastruktur, die Bildung der Menschen und zur Schaffung von neuen Jobs für Jugendliche. Ein konkretes Beispiel: In Partnerbanken der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) richten wir „German Desks“ ein, um das Finanzierungsangebot für lokale Partner deutscher Firmen zu verbessern. Darüber hinaus fördern wir Gründerzentren, die jungen Unternehmen bei der Entwicklung ihrer Geschäftsmodelle helfen.

► In den vergangenen Jahren hat sich auch der Blick auf die Entwicklungshilfe verändert. Der Fokus liegt stärker auf der Entwicklung als auf der Hilfe. Gleichzeitig sind immer wieder akute Hilfen nötig – wie aktuell in Ostafrika. Entwicklungspolitik bedeutet also zunehmend einen Spagat zwischen humanitärer Verantwortung und Wirtschaftspolitik. Wie kann diese fair und verantwortungsvoll gestaltet werden?

Gerd Müller: Moderne Entwicklungspolitik geht weit über klassische Hilfe hinaus, sie ist vor allem partner-schaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Unsere humanitäre Verantwortung gilt uneingeschränkt – für die Hungernden, die Opfer von Krieg und Gewalt und die vielen, die bereits jetzt unter den Folgen des Klimawandels leiden. Denn unsere Entwicklungs-

Gerd Müller: Die Eckpunkte für einen Marshallplan mit Afrika sind eine Einladung zum Dialog. Sowohl vor als auch nach der Erstellung haben wir den Dialog mit unseren afrikanischen Partnern gesucht und die Eckpunkte daher auch eng an den Beschlüssen der Afrikanischen Union, der Agenda 2063, ausgerichtet. Wir nehmen unsere afrikanischen Partner beim Wort und wollen, gemeinsam mit ihnen, ihre selbstgesteckten Ziele erreichen: Gute Regierungsführung, Kampf gegen Korruption, Gleichberechtigung der Frauen, Investitionen in Bildung und bessere Rahmenbedingungen für unternehmerisches Engagement.

► Unter anderem durch Ihre Arbeit in der vergangenen Legislaturperiode ist Afrika stärker in den Fokus der deutschen Politik gerückt. Gleichwohl fehlt oftmals die Stimme Afrikas (beispielsweise in der G20), es wird über, aber nicht mit Afrika geredet. Wie muss die internationale Wirtschafts- und Handelspolitik die Rolle Afrikas in Zukunft angemessen berücksichtigen?

Gerd Müller: Afrika braucht international eine stärkere Stimme. Zwar nehmen Vertreter Südafrikas, der Afrikanischen Union und der Neuen Partnerschaft für Afrikas Entwicklung (NEPAD) an den G20-Treffen teil, aber es fehlt beispielsweise ein Sitz im UN-Sicherheitsrat und mehr Einfluss in der Welthandelsorganisation. Die Präsenz zahlreicher afrikanischer Staatschefs bei der G20-Konferenz dieses Jahr in Berlin hat gezeigt, dass entsprechendes Interesse auf afrikanischer Seite besteht.

Wir müssen zudem die Ausbeutung in Afrika verhindern und die Wertschöpfung vor Ort stärker fördern. Dafür brauchen wir faire Lieferketten, einen fairen Handel mit Afrika und bei uns einen fairen Konsum. Hierzu kann jeder von uns beitragen - vom fairen Kaffee über faire Schokolade bis hin zu nachhaltiger Kleidung.

► Eines der großen Probleme der afrikanischen Wirtschaft ist die mangelnde Wertschöpfung in den eigenen Ländern. Rohstoffe werden expor-

tiert, die Veredelung findet an anderer Stelle statt. Mit welchen Maßnahmen kann die Handelspolitik zu einer nachhaltigeren Entwicklung auf dem afrikanischen Kontinent beitragen?

Gerd Müller: Unsere Erfahrungen zeigen, dass es hier noch ein großes ungenutztes Potenzial gibt. So haben wir zum Beispiel durch unsere Cashew-Initiative schon über 400.000 Bauern stärker in die bestehenden Wertschöpfungskette einbinden können, davon allein in Ghana rund 75.000 Kleinbauern. Unsere Experten beraten die Bauern, vom Anbau über die Verarbeitung bis zur Vermarktung auf dem Weltmarkt. In vielen afrikanischen Staaten (z.B. in Kenia, Nigeria, Tunesien und Ägypten) arbeiten wir unmittelbar mit deutschen Unternehmen zusammen, um junge Menschen vor Ort auszubilden und neue Jobs zu schaffen. Nach der Ausbildung können die neugewonnen Fähigkeiten unmittelbar vor Ort angewendet werden.

► Der Marshallplan mit Afrika war sicher ein wichtiger Aufschlag für die zukünftigen Entwicklungen mit afrikanischen Ländern. Wie geht es damit konkret weiter? Werden Sie versuchen, auf europäischer Ebene Verbündete zu finden und die Ideen in eine europäische Entwicklungspolitik einzubringen?

Gerd Müller: Ich habe die Eckpunkte für einen Marshallplan mit Afrika im März in Brüssel vorgestellt und viel Zuspruch erfahren. Wir haben seit Jahresbeginn bereits zahlreiche Reformideen aus den Eckpunkten für einen Marshallplan mit Afrika umgesetzt. Darüber hinaus werden wir zusammen mit Frankreich unsere Zusammenarbeit in Westafrika auf eine neue Grundlage stellen. Das Vereinigte Königreich will sein Engagement im Rahmen der G20-Initiative des „Compact with Africa“ mit Ruanda verstärken. Weitere EU-Staaten prüfen ebenfalls ein stärkeres Engagement. Wichtig ist nun, zusammen mit der Afrikanischen Union beim Gipfel Ende November die Grundlagen für eine gemeinsame Partnerschaft von Europa und Afrika auf Augenhöhe zu legen.



MANAGERFRAGEN.ORG

FAIR. ÖFFENTLICH. DIREKT

Managerfragen.org als einzige neutrale Plattform ermöglicht es jedem Bürger, seine Fragen an jeden Manager in Deutschland zu stellen - damit wir wieder miteinander statt übereinander reden!

Jetzt informieren & spenden

DIALOGUE: managerfragen.org
SPENDE: betterplace.org/p8371
Ihre Spenden können von der Steuer abgesetzt werden. Ein Service von betterplace.org



Konzernverantwortungsinitiative CR - Swiss made

Seit einigen Jahren gibt es im Land der direkten Demokratie eine intensive Diskussion über Unternehmensverantwortung und Menschenrechte. Angeheizt wurde sie von einem breiten gesellschaftlichen Bündnis. Voraussichtlich im Winter 2018/19 werden die Schweizer Bürger entscheiden. Eine Entscheidung auch über die Freiwilligkeit von CSR.

Für die Schweizer Wirtschaft steht viel auf dem Spiel. Sie befürchtet nicht weniger als eine Verrechtlichung der Corporate Social Responsibility. Würden sich die Befürworter der Volksinitiative „Für verantwortungsvolle Unternehmen – zum Schutz von Mensch und Umwelt“ –

kurz Konzernverantwortungsinitiative – durchsetzen, so sei dies eine weltweit einmalige Benachteiligung von Unternehmen, so das Credo der Wirtschaftsverbände. Zum Schaden für das CSR-Engagement der Schweizer Wirtschaft, mit der Folge einer Verlagerung vom CSR-Management zur

Rechtsabteilung. Dabei sind sich im Grunde beide Parteien einig. Schweizer Unternehmen müssen sich verantwortungsvoll verhalten, im eigenen Land, aber ebenso in allen anderen Ländern in denen sie tätig sind. Die Kontroverse entfacht sich am Vorgehen.

Der Ursprung der aktuellen Debatte reicht ins Jahr 2012 zurück. Damals wurde von über 50 Schweizer NGOs die Petition „Recht ohne Grenzen“ beim Bundesrat eingereicht, um Schweizer Unternehmen zur weltweiten Achtung der Menschenrechte und der Umwelt zu drängen. Zudem sollten Opfer bei Verstößen in der Schweiz klagen können. Die Petition war von mehr als 135.000 Personen unterschrieben und brachte das Thema Unternehmensverantwortung in die öffentliche und politische Diskussion. Am Ende wurde sie dennoch vom Parlament abgelehnt.

2014 veröffentlichte der Bundesrat den Bericht „Sorgfaltsprüfung bezüglich Menschenrechten und Umwelt im Zusammenhang mit den Auslandaktivitäten von Schweizer Konzernen“ und ging damit auf eine Forderung der Petition ein. In dem Bericht wurde die besondere Verantwortung Schweizer Unternehmen festgestellt und verschiedene Möglichkeiten erörtert, wie eine Sorgfaltsprüfungspflicht im Schweizer Recht verankert werden könnte. Die außenpolitische Kommission des Nationalrats nahm die Inhalte auf und forderte vom Bundesrat, den rechtsvergleichenden Bericht mit einer konkreten Gesetzesvorlage umzusetzen. In einer spektakulären Sitzung im Nationalrat im Frühjahr 2015 wurde über das Vorhaben abgestimmt. Nach einer ersten Annahme kam es auf Drängen der konservativen Parteien zu einer Wiederholung der Abstimmung die in einer Ablehnung endete.

Doch damit wollten sich die Urheber der Petition nicht zufriedengeben und gründeten wenige Wochen später die Konzernverantwortungsinitiative mit dem Ziel, dass alle Unternehmen mit Sitz in der Schweiz zu einer Sorgfaltsprüfung im Bereich Menschenrechte und Umwelt verpflichtet werden. Um zu gewährleisten, dass alle Unternehmen ihre Sorgfaltsprüfungspflicht wahrnehmen, sollen Schweizer Konzerne auch für Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschäden haften, die von ihnen kontrollierte Firmen begehen. Genau das ist heute einer der strittigsten Punkte.

Dabei können sich Unternehmen von dieser Haftung befreien, wenn sie glaubhaft nachweisen können, dass sie die Sorgfaltsprüfung umfassend durchgeführt und alle nötigen Maßnahmen getroffen haben, so die Idee der Initiatoren. Für KMU sei dies kaum möglich, ist eines der gängigen Gegenargu-



mente, die von der Initiative mit dem Hinweis gekontert wird, dass diese auch gar nicht Gegenstand der Initiative seien. Vielmehr gehe es um Unternehmen, über die ein Schweizer Konzern die Kontrolle ausübe – dass seien üblicherweise Tochterunternehmen. Bestehe diese Kontrolle nicht, wie bei Zulieferern üblich, käme es nicht zur Haftung.

Eine zwischenzeitlich von der Konzernverantwortungsinitiative durchgeführte Umfrage bei der Schweizer Bevölkerung ergab eine hohe Zustimmung zu den Zielen der Initiative, auch wenn diese noch keine Aussage über die spätere Abstimmung zulässt. Im Rahmen der Umfrage sprachen sich rund 80 Prozent der Bürger für eine Verpflichtung der Schweizer Konzerne aus, Menschenrechte und Umwelt auch im Ausland zu respektieren – in der eigenen Organisation ebenso wie in der Lieferkette.

Tatsächlich scheint der Bedarf nach Regulierung vorhanden. Einer Studie aus dem Frühjahr 2016 zufolge, richteten nur 11 Prozent der 200 größten Schweizer Konzerne ihre Unternehmenspolitik umfassend nach den Leitprinzipien der Uno zu Wirtschaft und Menschenrechten aus, beziehungsweise würden dieses Vorgehen offenlegen. Bei Konzernen, deren Aktien nicht an einer Börse gehandelt werden, trifft dies sogar nur auf 3 Prozent zu. Die Schweiz hat sich in der Vergangenheit zu einer der zentralen Drehscheiben im internationalen Rohstoffhandel entwickelt. Rund 20 Prozent der weltweit gehandelten Rohstoffe werden durch Schweizer Unternehmen abgewickelt. So sind zahlreiche der größten Unternehmen des Landes im Rohstoffsektor tätig und dadurch mit allen menschenrechtlichen Problemen in den Beschaffungsmärkten konfrontiert.

Doch Schweizer Politik und Wirtschaft stehen der Konzerninitiative bis auf Ausnahmen, eher kritisch bis ablehnend gegenüber. Schon an der Namensgebung scheiden sich die Geister – Konzern würde in

Im Oktober 2016 wurde die Konzernverantwortungsinitiative...

... mit 120 418 gültigen Unterschriften bei der Bundeskanzlei in Bern eingereicht.

der Öffentlichkeit eher negativ wahrgenommen, heißt es. Der Wirtschaftsverband economiesuisse spricht deshalb auch konsequent von einer Unternehmens-Verantwortungs-Initiative. Am eigentlichen Problem ändert das nichts. Allerdings scheint es aus der Politik Rückendeckung für die Unternehmensverbände zu geben.

In seiner Sitzung vom 15. September dieses Jahres, hat der Schweizer Bundesrat dem Parlament beantragt, die Initiative ohne Gegenentwurf und ohne Gegenvorschlag zur Ablehnung zu empfehlen. Zwar würde man das Kernanliegen der Initiative unterstützen, das Volksbegehren ginge aber mit seinen Forderungen zu weit. So seien die geforderten Haftungsregeln „strenger als in praktisch allen anderen Rechtsordnungen“. Eine Regulierung im Sinne der Initiative wäre international also nicht koordiniert. Das würde nach Auffassung des Rates den Wirtschaftsstandort Schweiz schwächen.

Doch was nach großer Einigkeit klingt, ist noch längst nicht ausgemacht. Die Schweizer Justizministerin Simonetta Sommaruga hat durchaus Sympathien für das Anliegen der Konzerninitiative und wollte dieser mit einem Gegenvorschlag entgegenkommen. Der sah vor allem Transparenz- und Be-

richtspflichten vor und hätte ein Schweizer System analog zur europäischen CSR-Richtlinie geschaffen. Im Bundesrat mit konservativ-bürgerlicher Mehrheit fand der Vorschlag allerdings kein Gehör.

Doch für neue Bewegung sorgte im November die Rechtskommission des Ständerats – die Vertretung der Schweizer Kantone. Die Kommission hat sich für die Ausarbeitung eines Gegenentwurfs ausgesprochen und will damit die Kernanliegen der Konzernverantwortungsinitiative konkretisieren. Die Kommission will sich dabei an den Uno-Leitprinzipien und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen orientieren. Sie wolle deren verbindliche Umsetzung garantieren, schreibt die Rechtskommission. Sanktionsmechanismen sowie eine Haftung für schwere Menschenrechtsverletzungen wolle sie prüfen. Die Initiatoren der Initiative begrüßten die Entwicklung, auch wenn zunächst offen sei, wie der konkrete Gesetzesentwurf aussehen wird. „Deshalb ist heute noch unklar, ob ein indirekter Gegenvorschlag wirklich zu einer effektiven Verbesserung führen wird“, so Dick Marty, Co-Präsident des Initiativkomitees.

➔ www.konzern-initiative.ch



AUSSERGEWÖHNLICH. ENGAGIERT!

**JETZT SCHÜTZEN:
WWF.DE/PROTECTOR**



WERDEN SIE »GLOBAL 200 PROTECTOR« UND BEWAHREN SIE DIE ARTENVIELFALT UNSERER ERDE.

Von den Regenwäldern Afrikas über die Arktis bis zu unserem Wattenmeer – die „Global 200 Regionen“ bergen die biologisch wertvollsten Lebensräume der Erde. Helfen Sie dabei, sie zu erhalten!

JETZT PROTECTOR WERDEN UNTER: WWF.DE/PROTECTOR

KONTAKTIEREN SIE UNS:

WWF Deutschland
Nina Dohm
Reinhardtstraße 18
10117 Berlin

Telefon: 030 311 777-732
E-Mail: info@wwf.de

Das „Alien Tort Statute“

Juristische Verantwortung von Unternehmen für die Verletzung internationalen Rechts?

VON HOLGER HEMBACH



Das Gesetz stammt aus dem Jahre 1789 – und doch ist es ein zentrales Thema in der heutigen Diskussion über die menschenrechtliche Verantwortung von Unternehmen. Die Rede ist vom amerikanischen „Alien Tort Statute“. Dieses sieht vor, dass Nicht-Amerikaner vor amerikanischen Gerichten klagen können, wenn sie durch eine Verletzung internationalen Rechts einen Schaden erlitten haben.

Nach dem Wortlaut des Gesetzes gilt das unabhängig davon, ob der Verstoß gegen die internationalen Rechtsnormen in den USA begangen wurde und ob US-Bürger dafür verantwortlich sind. Die Vorschrift begründet also – zumindest auf den ersten Blick – eine weltweite Zuständigkeit amerikanischer Gerichte für Verletzungen internationalen Rechts. In den vergangenen zwei Jahrzehnten haben deshalb in mehreren Fällen Geschädigte und Nichtregierungsorganisationen versucht, Unternehmen für Verletzungen internationaler Menschenrechte (und anderer Normen des internationalen Rechts) in den USA zur Verantwortung zu ziehen. Die juristische Auseinandersetzung drehte sich dabei immer wieder um zwei Punkte:

- Sind amerikanische Gerichte wirklich unabhängig davon zuständig, ob der Fall irgendeinen Bezug zu den USA hat?
- Können Unternehmen für die Verletzung internationalen Rechts haftbar gemacht werden?

Zunächst beurteilten verschiedene Gerichte in den USA diese Fragen unterschiedlich. Der Supreme Court entschied aber im Fall *Kiobel gegen Royal Dutch Petroleum*, dass amerikanische Gerichte nur zuständig seien, wenn der Sachverhalt einen klaren Bezug zu den USA habe (die Kläger in dem Fall behaupteten, Royal Dutch Petroleum sei mitverantwortlich für die brutale Unterdrückung von Protesten gegen die Umweltverschmutzung im Nigerdelta; der Supreme Court befand, dies „betreffe und berühre“ nicht die USA).

Die zweite Frage, ob Unternehmen grundsätzlich für die Verletzung internationalen Rechts haftbar gemacht werden können, ließ der Gerichtshof dagegen offen. Mit ihr wird er sich im Fall *„Jesner gegen Arab Bank“* befassen, in dem im Oktober eine mündliche Verhandlung stattfand (die Kläger werfen einer Bank vor, zur Finanzierung des Terrorismus beigetragen und so den Tod zahlreicher Menschen verursacht zu haben).

Die Entscheidung könnte weitreichende Folgen haben. Denn sie berührt nicht nur das Verständnis des Alien Tort Statute, sondern eine wichtige Frage in der Diskussion um internationale Menschenrechte: Nach klassischem Verständnis verpflichten diese nur Staaten – und nur Staaten können für Menschenrechtsverletzungen zur Verantwortung gezogen werden. Allerdings wird zunehmend die Frage aufgeworfen, ob diese Beschränkung noch sachgemäß ist. Kritiker weisen darauf hin, dass Unternehmen selbst Menschenrechte wie beispielsweise das Recht auf Meinungsfreiheit oder das Recht auf Eigentum für sich in Anspruch nehmen. Daher sei es nur konsequent, sie auch für die Verletzung der Rechte anderer in die Pflicht zu nehmen. Zudem seien internationale Großkonzerne in vielen Bereichen einflussreicher als kleinere Staaten. Mit dieser Macht müsse auch eine entsprechende Verantwortung einhergehen.

Sollte der Supreme Court entscheiden, dass Unternehmen nicht für die Verletzung internationalen Rechts haften, wäre das sicher ein Rückschlag für die Vertreter dieser Auffassung. Ein Urteil im gegenteiligen Sinne würde dagegen nicht nur Unternehmen Haftungsrisiken in den USA aussetzen – es wäre längerfristig wohl auch ein wichtiger Schritt zur Anerkennung der juristischen Verantwortung von Unternehmen für die Verletzung von Menschenrechten.

Rechtsanwalt Holger Hembach berät zu Grund- und Menschenrechten

➔ info@hembach.legal



Partnerschaften für eine nachhaltige Entwicklung **Zukunft (in) Afrika**

Lange Zeit wurde Afrika von der Europäischen Politik fast ignoriert. Doch die Migrationsströme zwischen Europa und Afrika haben den Kontinent auf die Tagesordnung gesetzt. Im Rahmen seiner G20-Präsidentschaft hat Deutschland seine Afrikapolitik neu justiert.

THOMAS FELDHAUS

Das Schicksal unseres Planeten wird sich in Afrika entscheiden, ist der afrikanische Philosoph und Politikwissenschaftler Achille Mbembe überzeugt. Unter anderem in seiner „Kritik der schwarzen Vernunft“ legt Mbembe dar, warum Europa seine Vormachts- und Vorbildstellung verloren hat. Afrika sei ein Kontinent im Umbruch, im Aufbruch, der sich von etablierten westlichen Denkweisen lösen will. Europa sei nicht mehr der Ideenlieferant, um die Probleme

Afrikas zu lösen. Vielmehr würde eine neue Generation von Künstlern, Kreativen, Intellektuellen und Entrepreneuren neue Visionen für wirtschaftliche Beziehungen, politische Ideen und kulturelle Identität entwickeln. Afrikas Jugend will aus dem viel beschworenen Mantra vom Chancenkontinent Realität werden lassen.

„Die jahrzehntelang praktizierte klassische Entwicklungshilfe habe den Kontinent nicht weiterge-

bracht“, sagte Bundeskanzlerin Angela Merkel auf der Pressekonferenz zum Abschluss des G20-Gipfels in Hamburg, in dem ein wichtiges Ergebnis des Gipfels Thema war, der „Compact with Afrika“. Auch er steht, ähnlich wie der vom Bundesentwicklungsministerium initiierte „Marshallplan mit Afrika“ und die „Initiative Pro! Afrika“ des Bundeswirtschaftsministeriums für eine Zeitenwende in der Entwicklungspartnerschaft mit Afrika. Fordern und Fördern wurde das Prinzip bei den Hartz-Gesetzen genannt. Hier heißt es, Afrika muss Bedingungen erfüllen um in den Genuss von Investitionen zu kommen. Dabei steht neben den wirtschaftlichen Interessen immer auch die Bekämpfung von Fluchtursachen im Fokus.

Doch werden damit wirklich die Probleme Afrikas gelöst? Tatsache ist: Afrika entwickelt sich rasant. Die Bevölkerung nimmt Jahr um Jahr zu, und die Anzahl der aktuell rund 1,2 Milliarden Afrikaner könnte sich bis zum Jahr 2050 nach Schätzungen der Vereinten Nationen nahezu verdoppeln. Auf der anderen Seite verzeichneten die meisten Staaten Afrikas in den vergangenen Jahren ein enormes Wirtschaftswachstum, mit Wachstumsraten von durchschnittlich über fünf Prozent. Doch bilden diese Zahlen die Realität nur unzureichend ab. „Das Wachstum verläuft zwar schnell, allerdings ausgehend von einem niedrigen Niveau, weshalb Afrika noch immer viel zu tun hat, um andere Regionen der Welt einzuholen“, heißt es in einer Analyse des Europäischen Parlaments. „Trotz der Begeisterung, die durch das schnelle Wirtschaftswachstum geschürt wurde, welches den Glauben erweckt, Afrika könne das nächste Asien werden, hinken afrikanische Länder in Bezug auf die Entwicklungsgeschwindigkeit noch immer hinter anderen Entwicklungsländern her.“

Steueranreize und Reformbereitschaft

Hinzu kommt die unterschiedliche Geschwindigkeit der einzelnen Länder. Der Blick auf Afrika produziert nicht das Bild eines einheitlichen Kontinents. Länder wie Äthiopien oder die Elfenbeinküste konnten in den vergangenen Jahren Investoren anlocken und dadurch auch Wertschöpfung im Land halten. Der Preis dafür waren Steueranreize und Reformbereitschaft. Diese Länder sollen Vorbilder sein und jene Länder mitziehen, die den Weg zu mehr Wohlstand bislang noch nicht geschafft haben. Allerdings bleibt fraglich, ob die deutschen und europäischen Entwicklungsinitiativen tatsächlich in diesen Ländern ankommen werden. Themen wie Armut, Hunger und Umwelt gehören nämlich bislang nicht zum Kern der Agenda des „Compact with Afrika“. Die Projekte folgen wirtschaftlichen Interessen und richten ihren Blick auf Regionen, in denen schnelles Wachstum möglich erscheint. „Der Compact with

Afrika konzentriert sich auf große Infrastrukturprojekte in wirtschaftlich schon relativ entwickelten Ländern“, sagt der Hamburger Wirtschaftswissenschaftler Robert Kappel. Letztlich gehe es darum, die benötigten enormen Summen, geschätzt rund 100 Milliarden Euro pro Jahr, zu akquirieren und die dafür notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Wenn dies gelingt, könnten Teile Afrikas in 10 bis 15 Jahren eine Infrastruktur auf dem Stand von Südostasien aufweisen. Diese Fokussierung wird nicht nur von NGO kritisiert. „Der Compact with Afrika enthält keine Lösungen für die brennenden Problemen Afrikas, er enthält keine Maßnahmen zur Bekämpfung der Armut, der hohen Arbeitslosigkeit, der Klimakatastrophe in weiten Teilen Afrikas und der Entwicklung“ kommentiert Robert Kappel das Abschlussdokument. Vielmehr hätte die G20 einen Plan verabschiedet, „der den verschiedenen Entwicklungen in Afrika nicht Rechnung trägt, die armen Länder eher noch weiter abkoppelt und aufgrund seiner Konzeption nicht in der Lage ist, Afrikas Entwicklung zu unterstützen.“

Es scheint fast so, als hätten die Verhandlungsführer von den Sustainable Development Goals noch nichts gehört. Die spielen nämlich im Compact with Afrika keine Rolle, ebenso wenig wie faire Handelsbeziehungen oder Arbeitsstandards. Dabei haben diese Themen eine ähnlich hohe Relevanz, die Entwicklung Afrikas lässt sich nämlich auch anders lesen. So wird gerne vom rasanten Anstieg der afrikanischen Mittelschicht gesprochen, doch auch die konzentriert sich auf bestimmte Länder und Regionen und darf nicht als homogene Gruppe verstanden werden.

Etwa jeder dritte Einwohner Afrikas gehöre inzwischen der Mittelschicht an, meldete die Afrikanischen Entwicklungsbank 2014 als Ergebnis einer Untersuchung. In die Untersuchung wurden allerdings nur 37 der 55 afrikanischen Länder einbezogen. Der Einstieg in die Mittelklasse war bereits ab einem täglichen Einkommen von 2,20 US-Dollar möglich. Neben dem Einkommen haben die Analysten der Bank auch die Lebensumstände von rund 800.000 Haushalten bewertet und in ihre Bewertung einbezogen. Ungeachtet dieser Entwicklung, bleibt die Armut in vielen, vor allem ländlichen Gebieten eine Tatsache. Nach wie vor muss Afrika trotz seiner Bodenschätze die meisten Waren importieren. Die Wertschöpfung findet in anderen Teilen der Welt statt. Das verhindert die Industrialisierung und die dringend benötigten Arbeitsplätze. Außerdem kann sich ein Großteil der Bevölkerung die importierten Produkte nicht leisten. Afrika braucht auch in Zukunft Bildung, Entwicklungspartnerschaften auf Augenhöhe und faire Handelsbeziehungen.

Die lokale Wirtschaft zu stärken, ist eines der Ziele des Projekts aCar der Technischen Universität München. Mit Partnern aus Afrika wurde ein Elektrofahrzeug entwickelt, das auf der einen Seite den Bedürfnissen der afrikanischen Landbevölkerung entsprechen soll und in einer zweiten Phase teilweise auch in Afrika produziert wird. Das multifunktionale Gefährt ist für den Personen- und Gütertransport konzipiert, auf die Bedürfnisse der ländlichen Bevölkerung in den afrikanischen Ländern südlich der Sahara zugeschnitten, lässt sich durch Umbauten anpassen und beispielsweise als mobile Arztpraxis nutzen und ist auch technisch an die Besonderheiten der Region angepasst. Inzwischen wurde das Fahrzeug unter realen Bedingungen in Ghana getestet.

Das aCar bestand die Tests mit Bravour. „Es war sechs Wochen im Container unterwegs, wir haben es ausgeladen, eingeschaltet und es hat bis zum letzten Erprobungstag einwandfrei funktioniert“, so Sascha Koberstaedt, Leiter des Projekts. In einer Modellfabrik sollen nun die ersten Fahrzeuge in Europa gefertigt werden. „Bevor das Auto in Afrika produziert werden kann, müssen wir zunächst die technischen Abläufe in den Griff bekommen. Dann können wir Menschen aus Afrika hier schulen, die wiederum ihr Wissen vor Ort weitergeben“, sagt Koberstaedt. „Hightech-Komponenten wie die Batterie und die Elektromotoren werden wir am Anfang natürlich importieren müssen. Jedoch sollen möglichst viele Komponenten des aCar vor Ort gefertigt werden, um die lokale Wirtschaft zu stärken.“

Technologie und Afrika gehört auch für immer mehr junge Afrikaner zusammen. Längst hat sich in vielen Ländern, vor allem in Südafrika, Kenia und Nigeria eine lebendige Start-up-Szene entwickelt. Und die ziehen immer mehr internationales Risikokapital an. Allein im Jahr 2016 wurden mehr als 320 Millionen Euro in junge afrikanische Unternehmen investiert. Die beschäftigen sich mit Off-Grid-Technologie, Biotechnologie, Recycling

oder E-Commerce. Am Boom will auch Facebook-Gründer Mark Zuckerberg teilhaben und hat 2015 das Projekt internet.org gegründet. Die Idee ist es, den Menschen in den ärmsten Regionen, die bislang keinen Internetzugang haben, diesen zu ermöglichen. Dafür will Facebook für die Bedürftigsten auch die Kosten übernehmen. Allerdings hat das Projekt auch einen Haken. Denn nicht der freie Zugang zum Internet ist beabsichtigt, sondern vor allem der Zugang zur Facebook-Welt. Weil dies gegen die Netzneutralität verstoße, wurde Zuckerberg nach Bekanntgabe mit Protestmails überhäuft. Im vergangenen Jahr sollte das Projekt dennoch Realität werden, doch die Rakete die unter anderem den Facebook-Satelliten befördern sollte, ist beim Start explodiert.

Das bislang ehrgeizigste Projekt wird allerdings in Kenia verfolgt. Nicht weniger als das afrikanische Silicon Valley soll dort entstehen, das Silicon Savannah. Dafür wird in der Nähe von Nairobi eine Stadt Namens Konza aus dem Boden gestampft. Moderne Kommunikationstechnologie, architektonische Meisterleistung und Nachhaltigkeit sollen in dem künstlichen Gebilde verbunden werden. Ab 2019, so der Plan, werden rund 30.000 Menschen in Konza leben und arbeiten, bis 2030 sollen es 200.000 sein. Für Kenias Regierung ist Konza mehr als ein Prestigeprojekt, das afrikanische Hightech-Zentrum soll bis zu 10 Prozent des Bruttoinlandsprodukts erwirtschaften.

Auf Kenia und Nigeria konzentriert sich die Initiative 'Make-IT' des Bundesentwicklungsministeriums. Gemeinsam mit deutschen und europäischen Unternehmen werden junge afrikanische Start-ups der Digitalbranche gefördert, deren digitale Innovationen besonders relevant für eine nachhaltige Entwicklung ihrer Länder sind. Mit Unterstützung von Unternehmen wie Siemens, DHL, SAP oder IBM sollen sich innerhalb der Projektlaufzeit bis zu 50 Tech-Start-ups zu wachstums- und investitionsfähigen Unternehmen entwickeln.



**Silicon Savannah in
Konza, Kenia:**
Lebens- und Arbeitsraum
für 30.000 Menschen

Unter anderem junge Unternehmer hat auch der Nahrungsmittelkonzern Nestle mit seinem „My Own Business“-Programm im Blick. Gemeint sind damit Straßenverkäufer, die mit mobilen Verkaufsständen Nestle-Produkte an den Mann bzw. die Frau bringen sollen. Die jungen Unternehmer bekommen die notwendige Ausrüstung gestellt und werden in



Herausforderung in der Lieferkette

Signifikanter Einfluss

Kakao, Kinderarbeit, Nestle - das gehört für viele Verbraucher zusammen. 2011 hat der Schweizer Lebensmittelkonzern damit begonnen, Kinderarbeit auf den Plantagen in Afrika zu beseitigen. Über Erfahrungen, Rückschläge und Erfolge hat Nestle nun einen Bericht veröffentlicht und zeigt sich darin sehr offen.

Kakaobohnen aus Afrika, speziell aus Ghana und der Elfenbeinküste, sind die wichtigste Rohstoffquelle für viele Marken des Nestle-Konzerns. In beiden Ländern arbeiten nach einer Studie der Tulane University die 2013/2014 im Auftrag des US-Arbeitsministeriums durchgeführt wurde, rund zwei Millionen Kinder auf den Kakaoplantagen. Ein Problem für Nestle, denn der Konzern wird immer wieder mit diesem Umstand konfrontiert. „Wir sind entschieden gegen alle Formen der Ausbeutung von Kindern und verpflichten uns, Kinderarbeit überall dort zu verhindern und zu beseitigen, wo sie in unserer Lieferkette auftritt“ lautet entsprechend das öffentliche Bekenntnis. Mit dem nun veröffentlichten Bericht „Tackling Child Labour“ soll dokumentiert werden, dass den Worten auch Taten folgen.

Die aktive Bekämpfung der Kinderarbeit begann 2011. Zwar hatte es auch vorher schon Maßnahmen gegeben, doch die hätten nicht den gewünschten Erfolg gebracht. Also bat man die Fair Labor Association (FLA) die Lieferkette zu analysieren und wirksame Lösungsvorschläge zu unterbreiten. Herausgekommen ist eine umfangreiche Bestandsaufnahme und die Empfehlung, ein „Child Labour Monitoring and Remediation System“ (CLMRS) einzuführen. Diesem Vorschlag ist Nestle gefolgt und hat als erstes Unternehmen damit begonnen, die Lieferkette bis auf die Plantage zu überwachen um Kinderarbeit zu verhindern.

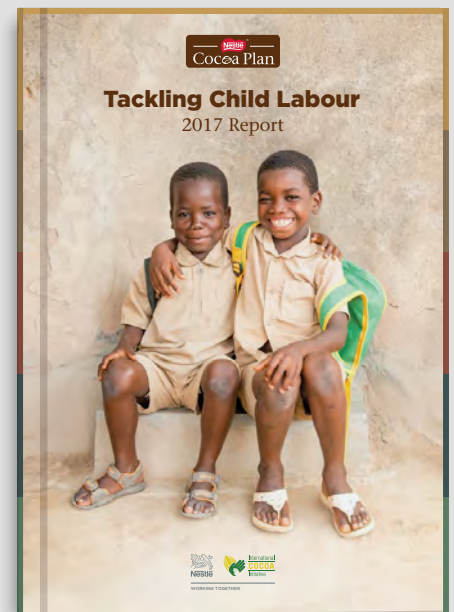
Rund 40.000 Kinder im Alter zwischen 5 und 17 Jahren werden im Rahmen des Programms von Nestle und der Internationale Cocoa Initiative (ICI) beobachtet. Dabei wurden rund 7.000 Kinder identifiziert, die auf Plantagen oder in Kooperativen, die Partner des Nestle Cocoa-Plans sind, arbeiten. Für 5.232 Kindern konnten Alternativen gefunden werden. Allerdings, so räumt Nestle ein, sei dies eine Zeitpunktbetrachtung, die Rückkehr in die Arbeit können nicht ausgeschlossen werden. Für eine langfristige Beurteilung sei es zudem noch zu früh, aber

die ersten Erfolge geben Hoffnung, man beobachte einen signifikanten Einfluss.

Im Durchschnitt sind die Kinder zwischen 10 und 11 Jahre alt, wobei rund ein Drittel zwischen 14 und 17 Jahre alt sind und ihre Schulausbildung bereits abgeschlossen haben. Die scheint besonders im Zusammenhang mit den überwiegenden Tätigkeiten der Kinder relevant. Rund 85 Prozent der betroffenen Kinder müssen bei ihrer Arbeit schwere Lasten tragen. Entscheidend auch die Beziehung zum Farmer, 95 Prozent der arbeitenden Kinder sind ausschließlich auf den Plantagen der eigenen Familien tätig.

Die dauerhafte Beobachtung der Kinder ist eine der großen Herausforderungen, denn die Plantagen sind oft weit entfernt von größeren Straßen und Orten und nur mühsam zu erreichen. Deshalb setzt Nestle auf sogenannte Community Liaison Persons (CLP), die im direkten Kontakt mit den Familien stehen. Sie melden Vorfälle an den Child Labour Agent (CLA), der die Informationen überprüft und weitergibt. Danach können entsprechende Maßnahmen greifen. Vor allem die Motivation der aktuell 1246 CLPs sicherzustellen, ist eine weitere Herausforderung und von besonderer Bedeutung für den Erfolg des Programms.

Die Ergebnisse, Herausforderungen und Erfahrungen teilt Nestle mit anderen ICI-Mitgliedsunternehmen, die das System inzwischen als akzeptierten Standard ebenfalls einsetzen. Dieser branchenweite Austausch, so die Erwartung, wird zunehmend zu besseren Ergebnissen im Kampf gegen Kinderarbeit führen.



**Nestle will mit dem Report Transparenz...
...beim Thema Kinderarbeit in der Lieferkette schaffen**

Themen wie Vertrieb, Qualität und Hygiene geschult. Eine Ankündigung von größerem Ausmaß macht Nestle-Chef Paul Bulcke im Sommer 2016 auf dem Stakeholderforum des Konzerns in Abidjan, Elfenbeinküste. „Mit unserer Nestlé Global Youth Initiative werden wir mehr als 3.000 Ausbildungs- und Praktikumsplätze bis 2018 in Afrika schaffen. Wir werden zudem ein readiness-for-work-Training für mehr als 300.000 junge Menschen im gleichen Zeitraum bereitstellen“, sagte Bulcke. „Nestlé wird außerdem strategische Partnerschaften mit Organisationen aufbauen und stärken, welche die Nachwuchsförderung unterstützen.“

Solche Ankündigungen kommen in Afrika gut an, denn die Jugendarbeitslosigkeit und fehlende Bildungschancen sind eines der drängendsten Probleme auf dem Kontinent. Auf dem Afrika-Gipfel im November sollte vor allem über die Zukunftsperspektive für Afrikas Jugend diskutiert werden. Am Ende stand dann doch eher das Thema Migration im Vordergrund. Nicht ohne Grund, denn wenn junge Männer und Frauen in Afrika keine Zukunft für ihr Leben sehen, werden sie ihre Zukunft woanders suchen, auch in Europa. Genau das will die europäische und deutsche Politik verhindern, dies wurde auf dem Gipfel erneut sichtbar, Partnerschaft und Augenhöhe waren nicht wirklich erkennbar.

Dabei ist es an der Zeit zu handeln. Rund 10 Millionen junge Afrikaner strömen jedes Jahr auf den Arbeitsmarkt, doch das Arbeitsangebot reicht nur für jeden Dritten. Problematisch wird das vor allem für jene, denen bereits zuvor der Zugang zu Bildung versperrt blieb. Trotz positiver Entwicklungen sind die Defizite in Sachen Bildung nämlich weiter enorm. Zwischen 2000 und 2015 hat sich der Anteil der Kinder ohne Bildungszugang zwar fast halbiert, wie eine aktuelle Studie des Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung zeigt. Allerdings hat bislang keines der Länder südlich der Sahara auch nur das Bildungsziel der Millenniums-Entwicklungsziele erreicht und es geschafft, allen Kindern eine Grundschulbildung zu ermöglichen.

Besonders schlecht ist die Situation in den Ländern der Sahelzone, an den südlichen Ausläufern der Sahara: Burkina Faso, Mali, Mauretanien, Niger, Senegal, Tschad und Nigeria gehören zu den Ländern mit dem niedrigsten Bildungsstand weltweit. Insgesamt können in den sieben Ländern nach Schätzungen der Unesco rund 70 Millionen Menschen nicht lesen und schreiben. Auch die Chancen der heranwachsenden Generation auf einen besseren Bildungsstand sind noch immer gering: Die Einschulungsraten liegen teilweise unter 65 Prozent und selbst eine Einschulung bedeutet in der Sahelregion nicht, dass Kinder tatsächlich nutzbare Bildung erhalten.

Dies hat Folgen für die Zukunftsaussichten der Sahelländer: Bislang stecken sie in einem fatalen Kreislauf aus schlechten Bildungs- und Gesundheitswerten, schwacher wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit, politischer Fragilität und hohem Bevölkerungswachstum fest. „Dauerhaft ließe sich diese Abwärts Spirale nur durch Bildung durchbrechen“, sagt Reiner Klingholz, Direktor des Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung. „Bildung ist ein zentraler Hebel, um einen sozioökonomischen Wandel einzuleiten und die Lebensperspektiven der Menschen zu verbessern. Langfristig kann Bildung so dazu beitragen, Flucht- und Migrationsursachen zu reduzieren.“

Indes zieht ein anderes Land Afrikas die internationale Textilwirtschaft an. Äthiopien ist eines der neuen Billiglohnländer für die Produktion geworden. Doch die Fehler in den Fabriken Südost-Asiens sollen sich hier nicht wiederholen. Deshalb fördert das Textilbündnis eine Ausbildungsstätte mit zwei Millionen Euro. Äthiopien gehört mit seinen rund 100 Millionen Einwohnern zu den ärmsten Ländern der Welt. Von der Textilindustrie verspricht man sich einen Wirtschaftsaufschwung für das Land. Rund 46.000 Menschen sind bereits in den teilweise sehr modernen Fabriken beschäftigt. In den kommenden Jahren könnten es bis zu 400.000 sein – doch die gibt es nicht. In dem zusammen mit den Textilunternehmen H&M und DBL Group initiierten Projekt sollen qualifizierte Fachkräfte für die Arbeit in den Textilfabriken ausgebildet werden. Ziel ist es von vornherein hohe Sozial- und Umweltstandards zu verankern und die Fehler wie sie in Bangladesch gemacht wurden zu vermeiden.

Auch der 2015 auf dem G7 Gipfel gegründete "Vision Zero Fonds" zur Prävention von Arbeitsunfällen in globalen Lieferketten, ging in diesem Jahr, nach Beschluss der G20-Arbeitsministerkonferenz, in Äthiopien an den Start – das erste Projekt in Afrika. Durch Finanzierungszusagen der deutschen Bundesregierung, der Regierungen der USA, Norwegens und Frankreichs sowie der Europäischen Kommission ist der Fonds aktuell mit 10,5 Millionen Euro ausgestattet. Umgesetzt werden die Aktivitäten des Fonds mit Unterstützung der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Der Vision Zero Fonds zielt auf die Stärkung des sozialen Dialogs in den Förderländern ab, indem er das Engagement, die Eigenverantwortung und das gemeinsame Handeln aller Akteure bei der Verbesserung des Arbeitsschutzes vor Ort zur Bedingung der Zusammenarbeit macht. In Niedriglohnländern fördert der Fonds Projekte zum Aufbau von Arbeitsinspektionen, öffentlichen Strukturen für den Arbeitsschutz, Unfallversicherungen sowie nachhaltige Initiativen auf betrieblicher Ebene.

Unternehmenskooperationen

Ein Mundwasser wird zum Lebensretter

Der Anspruch ist hoch. Eine Kinderhilfsorganisation und ein Pharmakonzern wollen eine Millionen Kinderleben retten. Dafür mussten sie neue Wege der Kooperation beschreiten. Mit Erfolg.

THOMAS FELDHAUS



Keine Prestigeprojekte...
...sondern Hilfe die zu nachhaltigen Verbesserungen führt.

Auf dem Weltwirtschaftsforum Anfang des Jahres in Davos, war Helle Thorning-Schmidt eine der Co-Vorsitzenden. Thorning-Schmidt ist Chefin der weltweit größten unabhängigen Kinderhilfsorganisation Save the Children. Ihre führende Rolle auf einer Konferenz für die Wirtschaftselite der Welt sollte auch ein Signal sein. Um die größten Probleme der Welt zu lösen, nichts anderes wurde mit den Sustainable Development Goals vereinbart, müssen Unternehmen und Zivilgesellschaft an einem Strang ziehen.

Doch was sich auf internationalen Konferenzen in schmecken Worten beschwören lässt, ist im Alltag deutlich schwieriger zu realisieren. Wenn Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen aufeinandertreffen, stehen oftmals gegenseitige Vorbe-

halte im Raum. Die sind nicht immer unbegründet, denn schnell droht von außen Kritik und das Risiko des Reputationsverlustes. Dennoch haben sich in den vergangenen Jahren immer öfter fruchtbare Partnerschaften zwischen Unternehmen und NGOs gebildet. Damit diese gelingen können, sollten klare Regeln und ein gemeinsames Ziel vereinbart sein.

Auf eine inzwischen langjährige Zusammenarbeit können Save the Children und der Pharmakonzern GlaxoSmithKline (GSK) zurückblicken. Ein nicht selbstverständliches Bündnis, denn noch zum Beginn des Jahrtausends war Save the Children ein starker Kritiker des Unternehmens. Damals stand GSK in der Kritik, den Zugang zu HIV-Medikamenten in den von Aids stark betroffenen Entwicklungsländern, durch ihre starre Preispolitik zu erschweren

Mehr als 97.600 Kinder...
...wurden bislang durch
Impfungen vollständig
immunisiert

**Das neue Gel wurde
bei über ...**
...17.000 Neugeborenen in
Kenia angewendet.



oder sogar zu behindern. Doch die Hilfsorganisation will keine dogmatische Politik fahren und der Konzern hatte die kritisierte Unternehmensstrategie zwischenzeitlich geändert. „Prinzipiell gehen wir offen auf Unternehmen zu“, sagt Jessica Sommer, für Unternehmenskooperation zuständige Direktorin bei Save the Children Deutschland. „Entscheidend sind die Bedingungen einer Partnerschaft und die Ergebnisse, also die Frage, was können wir gemeinsam für Kinder erreichen.“

Grundsätzlich will die Hilfsorganisation die Kinderrechte in den drei Bereichen Gesundheit, Bildung und Schutz weltweit verbessern. Bis zum 18. Lebensjahr reicht bei Save the Children die Definition eines Kindes und beginnt schon vor der Geburt. „Das Thema Kindersterblichkeit nimmt seinen Anfang beim Wohlbefinden und der Gesundheit der Mütter“, so Sommer. „Genauso haben Jugendliche in der Ausbildung einen Anspruch auf Wahrung ihrer Rechte.“ Ein breites Spektrum mit stark unterschiedlichen Anforderungen.

Deshalb setzt man zunehmend auch auf Kooperationspartner aus der Wirtschaft, die neben finanziellen Ressourcen anderes Wissen und auch Einfluss mitbringen. In Deutschland zählt die Organisation rund 4.000 Unternehmen auf ihrer Spendenliste. „Der größte Teil davon sind allerdings Kleinbetriebe, die unsere Arbeit durch Geldspenden unterstützen wollen“, so Jessica Sommer. Auf der anderen Seite stehen nationale und internationale Partnerschaften mit Unternehmen wie Bulgari, C&A, Ikea und eben GSK. Diese Kooperationen machen etwas weniger als ein Drittel des jährlichen Budgets aus, das in Deutschland Ende 2016 rund 31 Millionen Euro betrug. Mit 40 Prozent tragen private Spender den größten Anteil daran, der Rest sind Zuwendungen und Förderungen durch die öffentliche Hand.

Das Save the Children einmal die größte Kinderrechtsorganisation der Welt werden sollte, damit

haben ihre Gründerinnen, die Schwestern Eglantyne und Dorothy Jebb sicher nicht gerechnet, als sie 1919 in London den „Save the Children Fund“ gründeten um den von Not und Armut betroffenen Kindern zu helfen. Doch schon schnell war den Schwestern klar, dass Kinder vor allem auch Rechte brauchen. Ihre ersten Überlegungen dazu gehen auf das Jahr 1924 zurück und ihr Einsatz sorgte dafür, dass Kinderrechte manifest wurden und später in der Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen eine völkerrechtliche Grundlage haben sollten. Heute ist Save the Children mit 28 Organisationen in 120 Ländern aktiv, hat Beraterstatus beim Wirtschafts- und Sozialrat (ECOSOC) der Vereinten Nationen und ist eine der weltweit wichtigsten Stimmen für die Rechte von Kindern.

Systemische Verbesserungen erreichen

Mit diesem Anspruch werden auch mögliche Partnerschaften mit Unternehmen betrachtet. „Für uns steht das Wohl des Kindes immer an erster Stelle“, so Jessica Sommer. „Wenn wir Chancen und Risiken einer Partnerschaft abwägen, muss unter dem Strich ein Mehrwert für die Kinder stehen.“ Natürlich sind Kooperationen mit Unternehmen, deren Geschäftsfeld dem Kindeswohl widerspricht, kategorisch ausgeschlossen. Dazu gehören etwa Waffen- und Rüstungskonzerne oder Tabakunternehmen. Darüber hinaus sind Kooperationen möglich, wenn sie denn auf das Ziel einzahlen. Potenzielle Partner werden daher zunächst mit einem standardisierten Prüfprozess abgeklopft. „Wir schauen dabei unter anderem auf mögliche Verletzungen von Umweltstandards, Korruptionsskandale und Kinder- oder Menschenrechtsverletzungen in der Lieferkette“, so Sommer. Sind alle Ansprüche erfüllt und die Überprüfung gibt grünes Licht, wird die letztendliche Entscheidung vom Managementkomitee getroffen.

Dabei wird immer auch der Anspruch verfolgt, im Sinne der übergeordneten Ziele Einfluss zu nehmen.

„Wir wollen nicht nur punktuell helfen“, so Jessica Sommer, „wir wollen das unsere Hilfe auch zu systemischen Verbesserungen führt.“ Das kann sowohl durch politische Arbeit möglich werden, ist aber auch ein Wunsch an mögliche Unternehmenspartner. Save the Children will sich nicht in Prestigeprojekten verlieren, die am Ende schöne Fotos produzieren, aber keinen Impact für die Kinder liefern.

Erfahrungen in dieser Art hat die Hilfsorganisation mit dem schwedischen Möbelhaus Ikea gesammelt, mit dem bereits seit 23 Jahren eine Kooperation besteht. Auf Wunsch des Unternehmens hat Save the Children die Lieferkette unter dem Gesichtspunkt der Kinderarbeit analysiert und dabei ein gemeinsam mit Unicef und dem Global Compact entwickeltes Tool eingesetzt. Damit lässt sich die gesamte Wertschöpfungskette betrachten und Kinderrechtsverstöße aufdecken. Gemeinsam mit IKEA wurde sogar ein neuer Verhaltenskodex erarbeitet.

Neue Form der Kooperation

Einen ganz anderen Weg ist die Hilfsorganisation mit GlaxoSmithKline gegangen. 2013 hat man vereinbart einer Million der ärmsten Kinder der Welt das Leben zu retten und dabei neue Wege der Partnerschaft zu gehen. „Diese Form der Kooperation geht weit über die übliche Form der Zusammenarbeit hinaus und bedeutet eine völlig neue Art und Weise zu arbeiten, um Kindern das Leben zu retten“, so Jessica Sommer. Kindersterblichkeit ist in weiten Teilen Afrikas ein immer noch bestehendes Problem. Nach neusten Zahlen der UN Inter-agency Group for Child Mortality Estimation (UN IGME) starben 2016 weltweit 5,6 Millionen Kinder unter fünf Jahren aus weitgehend vermeidbaren Gründen. 2,6 Millionen Babys überleben die ersten 28 Tage ihres Lebens nicht. Die Gründe sind meist fehlender Zugang zu grundlegender Gesundheitsversorgung, Impfstoffen oder nahrhaften Lebensmitteln. Hier wollte die Kooperation ansetzen, indem zunächst zwei Medikamente entwickelt werden sollten, um die häufigsten Ursachen der Kindersterblichkeit zu beseitigen.

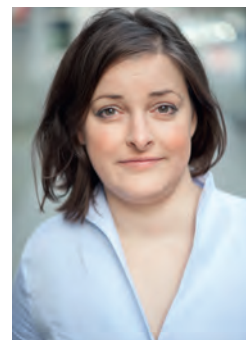
„Zum Beispiel sind Infektionen eine der Hauptursachen für Säuglingssterblichkeit, verursacht durch Bakterien, die durch die frisch durchtrennte Nabelschnur in den Körper gelangen“, sagt Bettina Brennecke, Vice President GSK und Mitglied der Geschäftsleitung. „Die Wahrscheinlichkeit hierfür ist in einkommensschwachen Gegenden in Afrika südlich der Sahara oder in Asien höher, wo mehr Geburten zu Hause stattfinden und traditionell unsterile Materialien wie Dung und Asche am Nabel verwendet werden.“ In einem Bericht der Vereinten Nationen aus dem Jahr 2012 wurde Chlorhexidin für die Pflege der Nabelschnur von Neugeborenen als

bislang nicht beachtetes „lebensrettendes Gut“ bezeichnet, das über fünf Jahre hinweg potenziell das Leben von 422.000 Neugeborenen retten könnte, wenn es weiter verbreitet wäre.

Mundwasser in Gel umformulieren

Daraufhin arbeitete GSK daran, die antiseptische Lösung, die in einem Mundwasser des Konzerns enthalten ist, in ein Gel umzuformulieren. „Das Know-how von Save the Children bezüglich der Versorgung einiger am stärksten gefährdeten und ausgegrenzten Kinder hat dabei eine wichtige Rolle gespielt“, so Brennecke. „Die Einblicke und Beratung durch Save the Children verhalfen zu wichtigen Entscheidungen im Entwicklungsprogramm.“ Eine Gelformulierung wurde ausgewählt und entwickelt, um selbst bei großer Hitze und Feuchtigkeit ohne Kühlung stabil zu sein, um die Verteilung an entfernte Gemeinden zu erleichtern. „Uns war auch der einfache Gebrauch sehr wichtig“, sagt Jessica Sommer. „Deshalb ist das Gel in einzelne Einweg-Folienbeutel verpackt, die ohne Schere geöffnet werden können. Auf dem Beutel und der Verpackung befindet sich eine bildliche Gebrauchsanweisung, um Müttern, die möglicherweise nicht lesen können, beim korrekten Auftragen des Gels zu helfen.“ Bisher wurde das zu einem sehr niedrigen Preis angebotene neue Gel bei über 17.000 Neugeborenen in Kenia angewendet. Sommer: „Die Gewinne aus dem Verkauf fließen auch nicht zurück ins Unternehmen, sondern in weitere Programme für Kinder.“

Bislang entwickelt sich die Zusammenarbeit zur gegenseitigen Zufriedenheit. „Die Umwidmung eines Produktes zur Deckung der Gesundheitsbedürfnisse von gefährdeten Kindern verkörpert den Geist der Partnerschaft“, so Bettina Brennecke. „Wir nutzen unsere gemeinsame Expertise, um die dringlichsten Bedürfnisse zu identifizieren, um mehr Kinderleben retten zu können.“ Die Partnerschaft zwischen GSK und Save the Children wurde als anspruchsvolle Partnerschaft gegründet, um einen neuen Standard für gemeinnützige Partnerschaften zu setzen. Brennecke: „Gemeinsam haben wir das Ziel entwickelt, eine Million Kinderleben zu retten. Zusammen finden wir neue Wege, um die Kindersterblichkeit zu senken. In den fünf Jahren konnten wir nicht nur die Auswirkungen der Partnerschaft auf das Leben von Kindern verfolgen, vielmehr haben wir als ein partnerschaftliches Team zusammengearbeitet.“ Und diese Zusammenarbeit hat bereits zahlreiche Auszeichnungen und viel Anerkennung erhalten, unter anderem bereits zum zweiten Mal in Folge beim C&E-Barometer für Wohltätigkeitspartnerschaften in der Wirtschaft – eine Auszeichnung, die sich auf die Meinungen von Fachleuten, anderer Wohltätigkeitsorganisationen und Unternehmen stützt.



Jessica Sommer, Save the Children:

„Wenn Kooperationspartner die gleichen Ziele verfolgen sind sie besonders erfolgreich.“



Bettina Brennecke, GSK:

„Wir legen unser besonderes Augenmerk bei Partnerschaften mit NGOs darauf, dass unser Engagement größtmöglich daraufhinwirkt, den Zugang zur Gesundheitsversorgung zu verbessern.“



Afrikaexperte Hans Stoisser

Wir können von Afrika lernen

Die starke Migration aus afrikanischen Ländern in den vergangenen Jahren hat eher unser altes Afrikabild gestärkt, als unseren Blick zu öffnen und die Entwicklung auf dem zweitgrössten Kontinent wahrzunehmen, sagt der Afrikakenner Hans Stoisser. Im CSR-MAGAZIN erläutert er, warum Globalisierung und Digitalisierung längst eine andere Realität geschaffen haben.

► Trotz unterschiedlicher Überschriften wird unsere Afrikapolitik noch immer von dem Gedanken geprägt, Fluchtursachen zu bekämpfen und Migration zu verhindern. Passt diese Sichtweise zur Realität Afrikas?

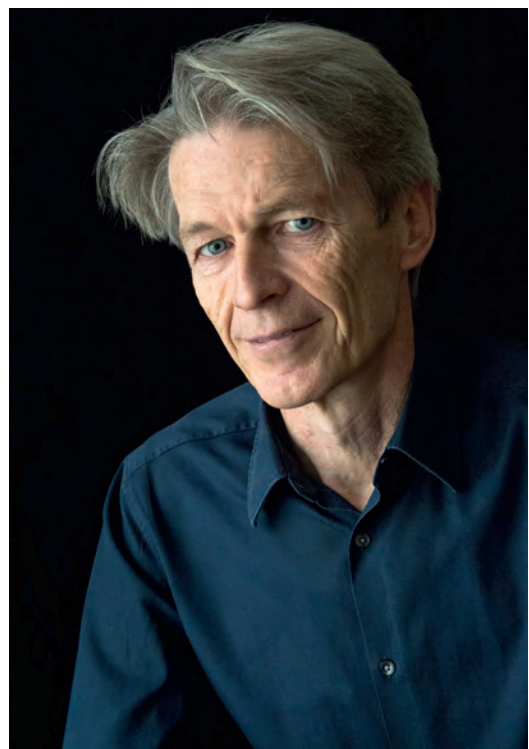
Hans Stoisser: Nein, keinesfalls! Mit dem bei uns vorherrschenden Bild eines Afrikas der Katastrophen, Kriege und der Korruption sind wir in eine Falle getappt. Wir nehmen die Bootsflüchtlinge in Italien als Bestätigung, dass die Afrikaner und Afrikanerinnen immer ärmer und die Lebensbedingungen am afrikanischen Kontinent immer schlechter werden. Dabei ist die Realität eine ganz andere.

► Wie sieht die aus?

Hans Stoisser: Wenn wir von den hunderten Millionen Afrikanern sprechen, die nach Europa wollen, sprechen wir ganz klar von Migration und nicht von Flucht. Diese Menschen wollen nicht zu uns, weil sie immer ärmer werden, sondern weil sie immer weniger arm werden. Weil sie zum ersten Mal die Möglichkeit haben, sich gesellschaftlich zu verändern, und sie müssen nicht, wie ihre Vorfahren, in jahrhundertealter Tradition als Subsistenzbauern den Kapriolen des Wetters ausgesetzt sein.

Die Fluchtursachen dieser Migration können wir nicht bekämpfen. Denn es ist die wirtschaftliche Entwicklung, die die Migration treibt. Studien zeigen: wenn immer mehr Menschen aus der Armut herauskommen, wenn das Durchschnittseinkommen einer Gesellschaft steigt, nimmt auch die Emigration zu. Bis zu einem Durchschnittseinkommen von 8.000 bis 10.000 USD pro Jahr. In Sub-Sahara Afrika liegt es derzeit bei knapp 4.000 USD.

Wir müssen also Wirtschaftsmigration positiv sehen. Weil es ein Zeichen ist, dass die Armut in Afrika zurückgeht. Und weil Afrika seine Diaspora braucht, und Eu-



Hans Stoisser...

...hat mehr als 30 Jahre lang Infrastruktur in Dritte-Welt-Ländern aufgebaut. Seit 1992 leitet er die Managementberatung ECOTEC, die in vielen afrikanischen Ländern, tätig war. In seinem 2015 erschienen Buch „Der schwarze Tiger – Was wir von Afrika lernen können“ erklärt der Ökonom das „andere Afrika“. Stoisser bloggt und ist Mitorganisator einer „Learning Journey ins Silicon Savannah“ nach Nairobi Anfang 2018.

ropa seine Zuwanderung. Eine konstruktive Immigrationspolitik, die das Asylsystem endlich entlastet und diejenigen hierherbringt, die hier einen Beitrag leisten wollen und können, ist der politische Auftrag. Dazu bräuchte es derzeit allerdings eine geniale politische Kommunikation, die den komplexen Sachverhalt erklären und ein Umdenken einleiten kann.

► In zahlreichen afrikanischen Ländern wächst die Wirtschaft. Eine große Mittelschicht hat sich gebildet. Was bedeutet das für unsere Handelsbeziehungen mit Afrika?

Hans Stoisser: Ja, die Wirtschaftsleistung Sub-Sahara Afrikas hat sich zwischen 2000 und 2015 verdreifacht, das Pro-Kopfeinkommen verdoppelt. Eine Mittelschicht ist entstanden. Darüber gibt es heftige ideologische Debatten. Natürlich bedeute Mittelschicht nicht nur, dass es jetzt mehr Kaufkraft und Konsumenten gibt. Mittelschicht bedeutet auch, dass es gesellschaftliche Ansprüche gibt, mehr politische Mitwirkung und insgesamt mehr „Ownership“ und Verantwortung für das Schicksal des jeweiligen Landes.

Wie groß diese Mittelschicht ist, dazu gibt es sehr unterschiedliche Schätzungen. Wenn man ein Einkommen ab 5000 USD pro Jahr als das nimmt, ab dem man sich gesellschaftlich verändern kann, dann werden es zwischen 300 und 400 Millionen Afrikaner sein. Eine Zahl, die bis 2030 auf 700 Millionen bis eine Milliarde steigen könnte. Das zeigt die starke wirtschaftliche Dynamik des Kontinents. Globale Unternehmen, die hier nicht dabei sind, verlieren den Anschluss an die Innovationen der neuen globalen Mittelschicht. Für die mittelständische deutsche Wirtschaft, also die hochspezialisierten „Hidden Champions“, stellen afrikanische Länder damit nicht nur eine Chance, sondern ein Muss dar.

► Auf der anderen Seite gibt es Armut, Ausbeutung, Hunger und große interkontinentale Migrationsströme.

Hans Stoisser: Ein Drittel der 1,2 Milliarden Afrikaner lebt noch in absoluter Armut, insofern hinkt Afrika beim weltweiten Rückgang der Armut nach. Aber die Richtung stimmt. Das Andocken an die Weltwirtschaft mit der fortschreitenden internationalen Arbeitsteilung, die digitale Transformation und das Einloggen des urbanen Afrikas in die globale Wissensgesellschaft, die Investitionen tausender chinesischer Unternehmen, die jetzt endlich eine Industrialisierung vieler afrikanischer Länder auslösen werden, und die afrikanische Diaspora mit ihren Rücküberweisungen und dem wichtigen Know-how Austausch, das sind die Treiber. Nicht die Entwicklungshilfe.

► Welche Rolle spielen Entwicklungspartnerschaften für die Zukunft Afrikas?

Hans Stoisser: Noch kein Land der Welt hat sich auf Basis von Entwicklungshilfe entwickelt. In der vernetzten globalen Gesellschaft funktioniert klassische Entwicklungszusammenarbeit nicht mehr. Sie ist immer mehr zu einem in sich abgeschlossenen Bereich geworden, der mit dem Rest nicht mehr mithalten kann.

► Kann der Kontinent seine Probleme selber lösen?

Hans Stoisser: Natürlich können und wollen die Afrikaner ihre Probleme selbst lösen. Es ist vollkommen unrealistisch und wäre eine Anmaßung, wenn Europa glaubt, Afrika entwickeln zu müssen. Der bei uns diskutierte „Marshallplans mit Afrika“ wird von vielen Afrikanern als eine solche Anmaßung empfunden. Aber wir müssen Angebote machen. Europäische Unternehmen, NGOs und sonstige Initiativen sollten ausschwärmen und sich breit und dezentral vor Ort mit afrikanischen Organisationen vernetzen, ihre Leistungen anbieten und gute „Geschäfte“ zum beiderseitigen Vorteil tätigen.

Unsere Entwicklungshilfe sollten wir dabei in eine breite europäische Vernetzungspolitik transferieren. Das lernen wir auch vom chinesischen Engagement auf dem afrikanischen Kontinent, das gerade massiv die Realitäten verändert. Aber anders als China sollte Europa einen wichtigen Beitrag zu einer humaneren und empathischeren Entwicklung Afrikas leisten.

► Die Digitalisierung in Afrika bringt Lösungen hervor, die die Lebensumstände der Menschen konkret verbessern. Kann Europa auch von Afrika lernen?

Hans Stoisser: Unbedingt. Zum Beispiel vom Entstehen der „mobilen Banken“, die ihrem Ursprung in Kenia hatten. Der damalige zuständige Staatssekretär in der kenianischen Regierung, Herr Bitange Ndemo, ist dem Prinzip „first innovation, then regulation“ gefolgt. Nachdem bei der Ausbreitung der Mobiltelefonie die Möglichkeit eingeräumt wurde, Telefonguthaben von einem auf das andere Telefon zu übertragen, und das massenweise genutzt wurde, bestand die Gefahr, mit den Telefonguthaben eine neue instabile Währung zu schaffen. Aber trotz Drucks seitens der kenianischen Zentralbank ließ Ndemo damals die Telekomgesellschaften gewähren. Bis dann im Jahr 2007 reguliert und mit M-Pesa die erste formelle „mobile Bank“ geschaffen wurde. – Heute gibt es am Kontinent über 140 solcher Banken, die innerhalb weniger Jahre hunderten Millionen Menschen einen Zugang zur Geldwirtschaft gegeben haben. Die positiven Auswirkungen auf Armutsreduktion und Wirtschaftswachstum sind mittlerweile auch wissenschaftlich belegt.

Wie die digitale Transformation auf die Bedürfnisse der Menschen angewandt wird, das können wir von afrikanischen Ländern lernen.

www.hansstoisser.com



Anders als China sollte Europa einen wichtigen Beitrag zu einer humaneren und empathischeren Entwicklung Afrikas leisten.

A 3D map of Europe, rendered in a light blue color. The map is shown from a slightly elevated perspective, with the landmasses of Europe, North Africa, and parts of Western Asia visible. The map has a subtle shadow beneath it, giving it a three-dimensional appearance. It serves as a background for the article.

Die CSR-Berichtspflicht in Europa

Vor einem Jahr mussten die Mitglieds-länder der Europäischen Union die sogenannte CSR-Richtlinie (2014/95/EU) in nationales Recht umsetzen. Das haben die meisten Länder inzwischen gemacht. In einem gemeinsamen Pro-jekt haben CSR Europe und GRI eine Bestandsaufnahme über die Umset-zung der Richtlinie in den 28 Mit-gliedsländern, sowie Norwegen und Island als Mitglieder des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) erstellt. Die Publikation „Policy & Reporting: Member State Implementation of the Directive 2014/95/EU“ zeigt die Unter-schiede und Gemeinsamkei-ten bei der Umsetzung der Richtlinie auf (s. Übersichts-grafik). Zudem gibt sie einen Überblick über die Details der nationalen Umset-zungs-Gesetze, etwa zum Anwendungsbe-reich, Berichts-anforde-rungen, Prüfungspflich-ten und den jeweiligen Abweichungen von der EU-Directive.

	Definition Unternehmensgröße	Definition öffentliches Interesse	Berichtsinhalte und -themen	Berichtsrahmen	Offenlegungsformat	Abschlussprüfung	Strafen	Datenschutzanforderungen	Diversity-Bericht	Gesetz
Belgien	☉	☉	☑	☑	☉	☑	☉	☑	☉	Amendment to Companies Code 2564/ (2016/2017)
Bulgarien	☑	☉	☑	☉	☉	☉	☉	☑	☉	Amendment to the Accounting Act 237
Dänemark	☉	☉	☑	☉	☉	☉	≠	≠	☉	Act amending the Danish Financial Statements Act L 117
Deutschland	☑	☉	☑	☑	☉	≠	☉	☑	☑	CSR Directive Implementation Act CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
Estland	☉	☑	☑	☑	☉	☑	≠	≠	☉	Amendment of the Accounting Act
Finnland	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☉	☑	☑	Amendment 1376/2016 and Amendment 1441/2016 to the Accounting Act
Frankreich	☑	☉	☑	☑	☉	☉	☉	☑	☑	Amendments to the Law on Accounting PZE No. 51
Griechenland	☉	☉	☉	☑	☉	☑	☉	☑	☑	Law 4403/2016 Circular ΨΟΥΨ465ΧΙ8-BM4 2017 (Supporting Document)
Großbritannien	☉	☑	☑	☑	☉	☉	☉	☑	☑	The Companies, Partnerships and Groups Regulation No. 1245
Island	☉	☉	☑	☑	☉	☉	☉	☑	☉	Amendments to Accounting Act 3/2006 Company Scope (EWR-Land)
Irland	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☉	☑	☉	European Union Regulations 2017
Italien	☑	☉	☑	☉	☉	☉	☉	☑	☑	Legislative Decree 30 December 2016, n. 254
Kroatien	☑	☉	☑	☑	☉	☑	☉	☑	☉	Amendments to the Law on Accounting PZE No. 51
Lettland	☑	☉	☉	☑	☉	☉	☉	☑	☑	Amendment to the Financial Instruments Market Law No. 2016/254.4
Litauen	☑	☉	☉	☑	☉	☑	☉	☑	☑	Amendments to Articles 4, 22, 23, 25, 27, 28 in Law on the Financial Reporting of Enterprises
Luxemburg	☉	☉	☑	☑	☑	☑	☉	≠	☑	Law of 23 July 2016 on the Publication of Non-financial Information and Information on Diversity A156
Malta	☑	☑	☉	☑	☉	☑	☉	☑	☑	Companies Act and other Laws (Amendment) Act CAP 386
Niederlande	☑	☉	☑	☑	☉	☑	≠	☑	☉	Decree Disclosure of Non-financial Information PbEU, 2014, L330 and Diversity Policy PbEU, 2014, L330
Norwegen	☑	☉	☑	☑	☉	☑	☉	≠	☑	Amendment to the Accounting Act Company Scope (Entwurf, Richtlinie offiziell nicht umgesetzt)(EWR-Land)
Österreich	☑	☉	☑	☑	☉	☑	☉	☑	☉	Sustainability and Diversity Improvement Act 257/ME
Polen	☑	☉	☑	☉	☑	☑	☉	☑	☑	Act of 15 December 2016, Amending the Accounting Act 61
Portugal	☉	☉	☑	☑	☑	☑	☉	☑	☑	Law No. 148/2015
Rumänien	☉	☉	☉	☑	☑	☉	☉	☑	☑	Order No. 1.938 of 17 August 2016 on the Amendment and Completion of Accounting Regulations
Schweden	☉	☉	☉	☑	☉	☑	☉	☑	☑	Corporate Reporting on Sustainability and Diversity Policy CU2
Slowakei	☑	☉	☑	☉	☉	☑	☉	≠	☑	Act No. 130/2015 Coll., amending Act No. 431/2002 Coll. on Accounting
Slowenien	☑	☑	☉	☑	☉	☑	☉	☑	☉	Act amending the Companies Act ZGD-1J
Spanien	☑	☉	☉	☉	☉	☑	≠	☑	☑	Anteproyecto de Ley sobre información no financiera y diversidad (Entwurf, Richtlinie offiziell nicht umgesetzt)
Tschechien	☉	☉	☑	☑	☉	☑	☉	☑	☑	Amending Act No. 563/1991 Coll. On Accounting
Ungarn	☑	☉	☑	☑	☉	☑	☉	≠	☑	Amendments to Accounting Act C of 2000
Zypern	☑	☉	☑	☑	☑	☉	☉	☑	☉	Companies Act Amendment 3

☑ Anforderungen entsprechen der EU-Richtlinie 2014/95/EU

☉ Anforderungen wurden angepasst

≠ Anforderungen wurden weggelassen

Quelle: Member State Implementation of Directive 2014/95/EU

A comprehensive overview of how Member States are implementing the EU Directive on Non-financial and Diversity Information
Herausgegeben von CSR Europe and GRI

www.csreurope.org



Digitale Ethik

Transparenz und Dialog für Social Media

Der digitale Wandel verändert unsere Gesellschaft radikal. Anfänge sehen wir: Selbstfahrende Arbeitsmaschinen auf den Feldern, Pflegeroboter in Altenwohnungen und die Macht der Social Media. Dass der digitale Wandel eine Ethik braucht, wird derzeit an der Diskussion um die Social Media besonders deutlich.

ACHIM HALFMANN

Anfang November waren Vertreter der US-Internetkonzerne Facebook, Google und Twitter vom amerikanischen Kongress in Washington zur russischen Einflussnahme auf den US-Wahlkampf befragt worden. Google erklärte, manipulative Inhalte auf seinen Plattformen - etwa der Videoplattform YouTube - entdeckt zu haben. Facebook vermutet, dass zwischen 2015 und 2017 bis zu 126 Millionen Nutzer in den USA aus russischen Quellen stammende Kommentare, Berichte und andere Inhalte erhielten. Bei

der Facebook-Tochter Instagram sind nach Unternehmensangaben im vergangenen Jahr rund 120.000 manipulative Inhalte aus Russland platziert worden.

Facebook, Google, Twitter

Auch der Ausschuss für Digitaltechnik des britischen Unterhauses befürchtet eine Einmischung in den "demokratischen Prozess" im Vereinten Königreich. Anfang November verlangte er vom

Kurzbotschaftendienst Twitter eine Liste russischer Kontonutzer. Ausschusschef Collins hatte bereits im Oktober eine ähnliche Forderung zur Unterrichtung über russische Konten an Facebook-Chef Mark Zuckerberg gerichtet. Dabei ging es um Internet-Aktivitäten angesichts des Brexit-Referendums im Juni 2016 und der Parlamentswahl im Juni 2017.

Wie die "Paradise Papers" belegen, haben Kreml-nahe Firmen Millionen in die Plattformen Twitter und Facebook investiert. Nach der Diskussion über den Missbrauch der Social Media-Plattformen durch Einzelne - Stichworte dazu sind etwa Hate Speech, Cyberbullying und Sexting - steht nun die politische Manipulation dieser Plattformen im Fokus. Denn mit Kapitalkonstellationen in Medienunternehmen „sind Macht- und Herrschaftsinteressen verbunden“, wie der Erziehungswissenschaftler Prof. Horst Niesyto am 17. November in Frankfurt sagte. Dort beschäftigte sich die Jahrestagung der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) mit den Herausforderungen der Digitalisierung. „Es geht dabei nicht nur um eine ökonomische Macht“, so Niesyto weiter. Vielmehr stehe die zukünftige Ausgestaltung der Gesellschaft zur Disposition. Der Erziehungswissenschaftler warnte vor einem Zukunftsmodell, das die Vielfalt des Menschen der Präzision von Algorithmen unterordnet. Wichtige Fragen sind laut Niesyto: „Wie können wir die gesellschaftliche Utopiefähigkeit erhalten? Wie wollen wir zukünftig leben?“ Diese Fragen sollten zum Gegenstand von Bildungsprozessen werden. Und diese Fragen brauchen den gesellschaftlichen Diskurs.

Verantwortung ignoriert

Für einen Dialog über die gesellschaftliche Zukunft tragen Social Media-Konzerne wie Facebook und Twitter eine besondere Verantwortung, denn sie stellen einen wichtigen öffentlichen Kommunikationsraum auf privatwirtschaftlicher Basis zur Verfügung. Der Kommunikationsethiker Prof. Alexander Filipović von der Hochschule für Philosophie in München sagte gegenüber dem CSR MAGAZIN: „Social Media-Plattformen leisten als Intermediäre einen wichtigen Beitrag für das öffentliche Leben und die Demokratie.“ Dabei wirken sie durch Phänomene wie Fake News mitunter desintegrierend. Filipović weiter: „Die großen Social Media-Konzerne haben sich lange aus ihrer Verantwortung herausgeredet und betont, dass sie nur eine Plattform zur Verfügung stellen. So langsam haben die Unternehmen diese Herausforderung erkannt und es tut sich etwas, aber es ist noch zu wenig.“

Die Untätigkeit der Internetkonzerne lässt politische Akteure aktiv und politische Regulierungen wahrscheinlicher werden. „Eine Selbstkontrolle ist vor-

zugswürdig. Es bleibt abzuwarten, was in den kommenden Monaten passiert“, sagt Filipović. „Falls das Engagement der Unternehmen nicht zu befriedigenden Ergebnissen führt, muss die Politik, muss die Rechtsprechung durchgreifen.“

Intransparenz statt Dialog

Dabei verweist der Kommunikationsethiker auf die Unterschiede zwischen Europa und Amerika: „In Sachen Meinungsfreiheit stehen wir in Europa zwischen Amerika und China. Wir wollen keine Überbetonung der Redefreiheit, wie wir sie in Amerika erleben. Und wir wollen keine autoritäre Top-Down-Kommunikation nach chinesischem Vorbild“, so Filipović. „Wenn wir die Meinungsfreiheit stärker schützen wollen, müssen wir auch die Gesellschaft und den Social Media-Nutzer einbinden.“ Die Unternehmen sollten gesellschaftliche Diskurse unterstützen. Filipović weiter: „Aber ich erlebe die Digtalkonzerne oft als intransparent und defensiv.“

Intransparent - diese Erfahrung sammeln auch Journalisten bei ihrer Recherche. Die Fragen an Google im Rahmen dieser Recherche blieben offen, eine Sprecherin musste „diesmal leider absagen“. Twitter antwortete nicht. Einzig Facebook zeigte sich dialogbereiter. Der Konzern hatte im Oktober in San Francisco die Einstellung von 1.000 Mitarbeitern angekündigt, die gegen politische Irreführung durch manipulative Werbeanzeigen vorgehen sollen. Wie viele davon im deutschsprachigen Raum tätig werden, das wollte eine Unternehmenssprecherin zwar nicht mitteilen. Einige Informationen stellt das Unternehmen allerdings zu dem Algorithmus zur Verfügung, der über die Platzierung von Beiträgen im Newsfeed der Plattform entscheidet. Facebook bekennt sich dabei zu dem Ziel, seinen Nutzern eine Vielzahl an Perspektiven anzubieten. Nutzerdialog fehlt

Einen stärkeren Dialog der Social Media-Konzerne mit den Nutzern fordert der Medienethiker Thorsten Busch von der Universität St.Gallen: „Bei vielen Unternehmen gewinnt man den Eindruck, sie sind primär von Venture Capital getrieben – es geht also um den möglichst schnellen Weg an die Börse, und die Finanzgeber sind die einzig relevanten Stakeholder.“ Wie Busch weiter sagte, gibt es durchaus Wege für einen solchen Dialog: „Facebook etwa hat bis vor einigen Jahren die Möglichkeit geboten, bei Veränderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen ein Veto einzulegen. Als die Plattform weiterwuchs, wurde das abgeschafft.“ Dass solche Dialoge möglich und nützlich seien, zeige die Online-Spielebranche. Medien brauchen „Hausordnungen“

Sollen Konzerne darüber entscheiden, welche Meinungsäußerungen in den Social Media zulässig sind



Prof. Dr. Alexander Filipović, Hochschule für Philosophie, München:
„Die großen Social Media-Konzerne haben sich lange aus ihrer Verantwortung herausgeredet.“



Dr. Thorsten Busch, Medienethiker, Universität St. Gallen...
...fordert einen stärkeren Dialog der Social Media-Konzerne mit den Nutzern.



Jürgen Geuter, Informatiker und medienkritischer Blogger...

... fordert einen transparenten Dialogprozess.



Prof. Dr. Petra Grimm, Ethikerin von der Hochschule der Medien:

„Es geht um den Aufbau einer wertorientierten Digitalkompetenz.“

und welche nicht - oder ist das ein Eingriff in die Rede- bzw. Meinungsfreiheit? Busch sagte, dabei „geht es schlicht um Hausordnungsfragen: Was soll auf der Plattform als angemessen gelten und was nicht?“ Allerdings stünden globale Social Media-Konzerne bei der Verabschiedung ihrer „Hausordnungen“ vor dem Problem der weltweit unterschiedlichen kulturellen und politischen Kontexte. Busch weiter: „Da werden ihre Entscheidungen schnell als Werteimperialismus gedeutet.“

Für klare Regeln in den Social Media plädiert auch der Informatiker und medienkritische Blogger „tante“ Jürgen Geuter: „Wer in der Gesellschaft gegen grundlegende Regeln verstößt, wird sozial isoliert. Wer mich Zuhause besucht, für den gelten bestimmte Regeln. Das erwarte ich auch von Social Media-Unternehmen: Sie sollen klarstellen, welche Regeln - welche Policies - auf ihren Plattformen gelten.“ In einem zweiten Schritt sei es unerlässlich, dass Konzerne diese Regeln durchsetzen. Geuter: „Bei Twitter etwa fällt mir auf, das nationalsozialistische Symbole in Deutschland gesperrt werden, international aber zugänglich bleiben. Warum ist das Unternehmen da nicht konsequent und löscht den Account?“ Der Medienblogger fordert einen transparenten Dialogprozess. „Unternehmen sollten den Menschen, die diese Plattformen nutzen, Einfluss auf die Gestaltung der Regeln geben“, sagte Geuter dem CSR MAGAZIN. „Die Unternehmen geben viel Geld aus, um die noch bessere Platzierung von Werbung zu erforschen. Da können sie auch Geld in die Entwicklung besserer Teilhabemodelle investieren.“

Chancen und Risiken für die Demokratie

In den ersten Jahren des Internets verbanden sich damit große Erwartungen an dessen Potentiale für die Demokratie: Die Verbindung der Bürger untereinander und mit den Politikern und eine unmittelbare Demokratieausübung wurden unter Schlagworten wie „Cyber Democracy“ oder „eDemocracy“ diskutiert. Wie die Politikwissenschaftlerin Prof. Marianne Kneuer am 19. November auf der GMK-Tagung in Frankfurt sagte, galt das Internet als „Heilmittel für die Ermüdung der Demokratie“. Mit dem Aufkommen der Social Media wurde der Nutzer zum Bürgerjournalisten - zum „prodUser“, das Meinungsmonopol der klassischen Medien wurde aufgebrochen, Bürger und Politiker interagierten unmittelbar

miteinander, für manche galten die „sozialen Medien als Befreiungstechnologien“, so Kneuer. Dass gerade die Social Media in den letzten Monaten erfolgreich von Populisten und extremen Parteien genutzt wurden, trug zu einer Ernüchterung bei. „Warum wundern wir uns denn über Propaganda und Informationsmanipulation? Das sind doch keine neuen Phänomene.“ Neu seien allerdings deren Geschwindigkeit und Reichweite sowie der Umfang an Manipulationsmöglichkeiten. Laut Kneuer ist die Frage zu stellen, wer die Rahmenbedingungen für das Geschehen in den Social Media setzt. Und es gehe um die Medienmündigkeit: Bürger sollten die Funktionslogiken hinter machtvollen Wirtschaftsunternehmen wie Google verstehen, denen sie umfangreich Zugang zu ihren privaten Daten gewähren, so die Politikwissenschaftlerin.

Datenökologie statt „privacy by design“

Schon länger stehen Social Media-Konzerne als „Datenkraken“ in der Kritik, weil sie die Aktivitäten ihrer Nutzer beobachten, auswerten und damit Geschäfte generieren - etwa durch entsprechende Anzeigenplatzierungen. Die Ethikerin Prof. Petra Grimm von der Hochschule der Medien Stuttgart spricht in diesem Zusammenhang von „Datenökologie“ und einem nachhaltigen Datenwirtschaften: „Ein verantwortungsvoller Umgang mit Daten berücksichtigt die Fragen: Welche Daten sind nötig? Und: Wie entsteht Transparenz?“ Mitgedacht werden sollten diese Fragen bereits in der

„Bürger sollten die Funktionslogiken hinter machtvollen Wirtschaftsunternehmen wie Google verstehen, denen sie umfangreich Zugang zu ihren privaten Daten gewähren.“

Prof. Marianne Kneuer, Politikwissenschaftlerin an der Universität Hildesheim

Initiierungsphase der Internet-Anwendungen. Grimm weiter gegenüber dem CSR MAGAZIN: „Wir brauchen Entwicklungsprozesse, die den verantwortungsvollen Umgang mit Daten bereits mitdenken - ein wertebasiertes Design oder, mit dem englischen Begriff, eine ‚privacy by design‘.“

Der ethische Diskurs sei noch zu stark marginalisiert, so Grimm. „Zu häufig wird die Auffassung vertreten, zu viel Datenschutz sei ein Innovationshindernis“, sagte die Ethikerin. Zur Entwicklung von Technologien, mit denen sich ein Schutz der Privatheit umsetzen lässt, „brauchen wir eine Sensibilisierung etwa in den IT-Studiengängen, aber nicht nur dort. Es geht um den Aufbau einer wertorientierten Digitalkompetenz, und da sind alle Ausbildungsinstitutionen gefragt“, so Grimm. Auch die jungen „Smartphone-Natives“ seien häufig nur oberflächliche Experten für die IT-Nutzung.

rechts: Googles selbstfahrendes Auto Waymo.

ganz rechts: Der humanoide Roboter Pepper (Aldebaran Robotics SAS und SoftBank Mobile Corp.) kann die Mimik und Gestik von Menschen analysieren und darauf reagieren.

unten: Facebooks erstes Rechenzentrum auf europäischem Boden. Posts aus Deutschland, landen wahrscheinlich auf den Servern im schwedischen Luleå.



Wettbewerbsvorteile nutzen

Angesichts der kritischen Einstellung deutscher Konsumenten gegenüber „Big Data“ böte die datenökologische Verantwortung deutschen Unternehmen - insbesondere den „First Movern“ - erhebliche Wettbewerbsvorteile gegenüber der internationalen Konkurrenz. Grimm weiter: „Unternehmen aus dem Bereich der sozialen Medien, der Telekommunikation, aber auch Banken und selbst öffentliche Verwaltungen tun gut daran, das Vertrauen ihrer Kunden und Geschäftspartner herzustellen. Dazu dienen eine öffentliche Kommunikation der unternehmerischen Datenökonomie, eine entsprechende Geschäftspolitik und etwa auch Allgemeine Geschäftsbedingungen in einer verständlichen Sprache.“

Diese deutschen Besonderheiten erläutert die Geschäftsführerin der Initiative D21, Lena-Sophie Müller, am Beispiel von Google Street View: „Anders als in anderen europäischen Ländern wurde dieser Dienst in Deutschland eingestellt. Hierzulande gab es aufgrund unserer regional geprägten Kultur zu viele Klagen der betroffenen Bewohnerinnen und Bewohner.“

Zukunft mitgestalten

In der Initiative D21 finden Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik zusammen; eine eigene Arbeitsgruppe beschäftigt sich mit digitaler Ethik. „Die digitale Ethik greift ihrerseits bestimmte Phänomene des Digitalisierungsprozesses auf und fragt nach dem Guten und Richtigen im Big-Data-Zeitalter“, heißt es in dem im August veröffentlichten „Denkimpuls Digitale Ethik“ der Initi-

ative. Lena-Sophie Müller spricht von der 3. Welle der Digitalisierung mit dem Internet der Dinge, der künstlichen Intelligenz (KI) und noch mehr Sensoren und Datenverarbeitung. Müller weiter: „Jeder und Jede sollte sich informieren und reflektiert fragen: Was möchte ich einem digitalen Assistenten wie Alexa oder Homepod in meinem Wohnraum gestatten? Wo unterstützt mich das System, wo tritt es zu weit in meine Privatsphäre ein? Treffe ich Entscheidungen aus einem gesunden Bauchgefühl oder gar aus fundiertem Wissen, oder aus Angst, weil ich bestimmte Vorgänge vielleicht nicht verstehe? Wie möchte ich in Zukunft leben?“

Pflegeroboter und autonomes Fahren

Die Initiative D21 beschäftigt sich mit den ethischen Herausforderungen der Digitalisierung in unterschiedlichen Lebens- und Arbeitsbereichen. In der Altenpflege etwa werden Assistenzroboter wie Pepper eingeführt. „Der humanoide Roboter ist niedlich anzusehen und kann mit Menschen sprechen, ihre emotionalen Zustände analysieren und darauf reagieren“, so Lena-Sophie Müller. Pepper könne die Selbstbestimmung alter Menschen stärken und



Lena-Sophie Müller, Geschäftsführerin der Initiative D21:

„Jeder und Jede sollte sich informieren und reflektiert fragen; Wie möchte ich in Zukunft leben?“

Denkimpuls „Grundlagen der digitalen Ethik – eine normative Orientierung in der vernetzten Welt“ herausgegeben von der AG Ethik der Initiative D21.

➔ <http://initiated21.de/arbeitsgruppen/ag-ethik>



Astrid Aupperle, CSR-Verantwortliche von Microsoft Deutschland...

...sieht eine Herausforderung für die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung

„CSR kann in der Diskussion um die digitale Zukunft eine wichtige Rolle spielen.“

Pflegeinstitutionen von einfachen Routinetätigkeiten wie dem Einschalten von Licht oder Fernseher entlasten. Müller weiter: „Er könnte auch so programmiert werden, dass er Senioren überwacht - etwa in Bezug auf die Einhaltung des Rauchverbotes. Oder, im Gegenteil, dass er heimliche Raucher vor dem Entdeckt werden schützt.“ Und es geht um das viel diskutierte Thema autonomes Fahren, das auf Deutschlands Feldern bereits Realität ist. „In der Landwirtschaft hierzulande sind autonome Mähdrescher unterwegs“, sagt Müller und fragt mit Blick auf die Ethik: „Stoppen sie vor einem Rehkitz, vor einer Katze und auch vor einem Hamster? Wie sind sie programmiert?“

Mit den sogenannten „Dilemma-Situationen“ beim autonomen Fahren hat sich auch die Ethik-Kommission des Deutschen Bundestages auseinandergesetzt. In deren im August veröffentlichten Bericht (Drucksache 18/13500) werden Regeln zur Programmierung selbstfahrender Fahrzeuge im Straßenverkehr gefordert, u.a.: „Bei unausweichlichen Unfallsituationen ist jede Qualifizierung nach persönlichen Merkmalen (Alter, Geschlecht, körperliche und geistige Konstitution) strikt untersagt. Eine Aufrechnung von Opfern ist untersagt. Eine allgemeine Programmierung auf eine Minderung der Zahl von Personenschäden kann vertretbar sein. Die an der Erzeugung von Mobilitätsrisiken Beteiligten dürfen Unbeteiligte nicht opfern.“

Ethische Orientierung als CSR-Thema

Das Ausmaß und die Geschwindigkeit des digitalen Wandels lässt Menschen orientierungslos zurück. Manche verhalten sich rein pragmatisch, findet Lena-Sophie Müller: „Menschen tendieren dazu, die Digitalisierung in all ihren Ausführungen anzunehmen, wenn sie für sich einen Nutzen darin sehen. Wir wollen auf die ethischen Entscheidungen hinweisen, die es zu treffen gilt und unterstützen, dass der ethische Kompass, der uns bei Entscheidungen hilft, auch in der digitalisierten Welt zukünftig funktioniert. Dafür bedarf eines Verständnisses, was sich durch das Digitale verändert. Im Grunde geht es um die Frage: Wie wollen wir in Zukunft leben?“

Die CSR-Verantwortliche von Microsoft Deutschland, Astrid Aupperle, sieht darin eine Herausforderung für die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung. „CSR kann in der Diskussion um die digitale Zukunft eine wichtige Rolle spielen und das Thema mitbesetzen“, sagte Aupperle. Unternehmen sollten sich fragen: „Wie können wir Digitalisierung so voranbringen, dass sie gesellschaftlichen Nutzen bringt? Welche Debatten wollen wir dazu anstoßen?“ In der Digitalisierung liege für Microsoft neben dem wirtschaftlichen Potential die Möglichkeit,

einen Beitrag zu den großen gesellschaftlichen Herausforderungen wie dem Umweltschutz zu leisten. Aupperle weiter: „Datensicherheit und Datenschutz - das keine Dritten auf Daten unserer Kunden zugreifen können - ist essentiell für uns, weil wir ein großes Interesse daran haben, das Vertrauen unserer Kunden in digitale Technologien zu erhalten.“ Das brauche gesellschaftliche Diskussionsprozesse. „Wir haben auch keine fertige Antwort auf alle ethischen Fragen, auch darum gehen wir stark nach außen in den Dialog“, sagt Astrid Aupperle.

Medienunternehmen als CSR-Sonderfälle

Dabei sind Medienunternehmen als CSR-Sonderfälle zu betrachten, wie Philipp Bachmann in seiner in diesem Jahr veröffentlichten Dissertation an der Universität Freiburg feststellt: Medienunternehmen legitimieren sich nicht durch freiwillige CSR-Selbstzuschreibungen, sondern durch ihre publizistische Tätigkeit - also ihre Kerngeschäfte - und dessen gesellschaftliche Bedeutung.

Dass gerade Social Media diese Verantwortung für ihr Kerngeschäft durch eine transparente Kommunikation und den gesellschaftlichen Dialog stärken, bleibt ein bisher unerfüllter Anspruch. Ein Gegenüber zur freiwilligen unternehmerischen Verantwortung sind dabei nicht nur gesetzliche Regulierung, sondern ebenso medienmündige Bürger als verantwortliche und informierte Akteure im Netz. Auch dazu können Unternehmen - etwa durch die Initiierung und Unterstützung von Bildungsprozessen - einen Beitrag leisten.

Es ist Lena-Sophie Müller zuzustimmen, wenn sie sagt: „Die Entwicklung der Digitalisierung geht weiter und bringt viele Chancen, aber auch Herausforderungen. Aufzuhalten ist sie nicht. Aber wir können sie positiv mitgestalten.“

Für diese Recherche geführte Interviews lesen Sie auf CSR NEWS im Volltext:

Digitale Ethik bietet Leitplanken

Das Gespräch mit Lena-Sophie Müller, Geschäftsführerin der Initiative D21.

Datenökologie bietet Wettbewerbsvorteile

Das Gespräch mit Prof. Petra Grimm, Institut für Digitale Ethik, Stuttgart.

Social Media-Konzerne haben sich lange herausgeredet

Das Gespräch mit Prof. Alexander Filipovic, Zentrum für Ethik der Medien und der digitalen Gesellschaft

➔ <https://www.csr-news.net/news/category/digialethik/>



Achim Halfmann
› ist CSR NEWS-Geschäftsführer und lebt im Bergischen Land.

achim.halfmann@csr-news.net

10 ETHISCHE LEITLINIEN FÜR DIE DIGITALISIERUNG VON UNTERNEHMEN

DATENÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG

1. Die Privatsphäre soll geschützt werden.

Mit allen Daten der Kunden, Mitarbeiter sowie Dritter ist sorgfältig umzugehen und deren Privatsphäre zu schützen. Ihre Selbstbestimmung und Autonomie sind zu achten. Eine Überwachung findet nicht statt. Soweit der Geschäftszweck nicht zwingend anderes erfordert, soll Anonymität beziehungsweise Pseudonymität ermöglicht werden.

2. Smart-Data-Ansätze sollen als Vorbild dienen.

Eine Balance zwischen Datenauswertung und Datenschutz ist Bestandteil eines nachhaltigen Datenwirtschaftens. Hierzu sollen ethische Prinzipien, die das Ziel haben, Vertrauen zu schaffen, verpflichtend sein. Dazu zählen die Herstellung von Informationssymmetrie zwischen Kunden und Unternehmen (wie z.B. Transparenz), Informationsgerechtigkeit (wie z.B. Datensparsamkeit) und Informationsautonomie (wie z.B. das Recht auf Datenlöschung). Bei der Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmodellen soll der Datenschutz in die Technik implementiert werden (Privacy by Design) und als Standardeinstellung (Privacy by Default) gelten.

3. Die Sicherheit und Qualität der Daten sollen gewährleistet sein.

Die Güte und Qualität personenbezogener Daten sind zu überprüfen, eine fehlerhafte Sammlung, Verarbeitung und Verknüpfung von Daten ist zu vermeiden. Adäquate Sicherheitstechnologien sollen das Unternehmen vor Hacking schützen. Im Falle von Sicherheitslücken oder eines Hacking-Angriffs sind die Betroffenen und die Öffentlichkeit umgehend zu informieren. Darüber hinaus wird konsequent gegen Daten- und Identitätsdiebstahl vorgegangen.

FAIRES & GERECHTES ARBEITEN 4.0

4. Es sollen faire und gerechte Arbeitsbedingungen gelten.

Es wird eine gute Work-Life-Balance angestrebt, von den Mitarbeitern wird keine Erreichbarkeit außerhalb der Arbeitszeit erwartet. Ihre Leistungen sollen nicht ausschließlich auf Basis quantitativer Daten bewertet werden. Maschinen sollen nicht autonom Entscheidungen über Mitarbeiter treffen. Beim Einsatz von Crowdfunding werden faire und gerechte Arbeitsbedingungen geboten.

5. Mitarbeiter sollen am Digitalisierungsprozess des Unternehmens teilhaben.

Mitarbeiter sind in Entscheidungs- und Gestaltungsprozesse mit einzubinden und es wird Raum für innovative Vorschläge geboten. Einen kooperativen Austausch und eine qualitative Mitwirkung wird durch Anpassen hierarchischer Strukturen ermöglicht.

6. Die Aus- und Weiterbildung sowie die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter sollen gefördert werden.

Die Mitarbeiter auf die Digitalisierung vorzubereiten und entsprechend weiterzubilden, wird als Pflicht betrachtet, um Arbeitsplätze zu erhalten, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu stärken und den digitalen Strukturwandel nach sozialen Grundsätzen zu gestalten. Ziel ist es, den Arbeitnehmern digitale Kompetenz zu vermitteln, damit diese souverän und verantwortungsbewusst mit den vielfältigen Möglichkeiten der digitalen Technologien umgehen und zu innovativen Lösungen beitragen können.

CHANCENGERECHTIGKEIT & FÜRSORGE

7. Chancengerechtigkeit soll gefördert und Diskriminierung vermieden werden.

Der Grundsatz der Chancengerechtigkeit gilt gleichermaßen für Onliner wie für Offliner. Die Exklusion von Menschen mit geringer Online-Affinität sowie von Offlinern soll soweit als möglich verhindert und ein barrierefreier Zugang zu den Angeboten – unabhängig von den technischen Möglichkeiten des Einzelnen – ermöglicht werden.

8. Auf schutzbedürftige Personen soll besonders Rücksicht genommen werden.

Online-Inhalte, -Dienste und -Angebote werden im Rahmen der Schutzverantwortung so gestaltet und optimiert, dass Kinder, Heranwachsende und Menschen mit geringer digitaler Souveränität nicht gefährdet oder vorsätzlich ausgenutzt werden. Kosten und Werbekennzeichnungen sind zielgruppenadäquat transparent zu machen. Der Kinder- und Jugendschutz wird strikt eingehalten.

FOLGENABSCHÄTZUNG & NACHHALTIGKEIT

9. Künstliche Intelligenz soll wertorientiert gestaltet werden.

Intelligente Systeme sollen so gestaltet werden, dass die Grundrechte der Menschen gewahrt und ihnen ein gutes und gelingendes Leben ermöglicht werden kann. Bei der Entwicklung und dem Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) sind ethische Grundsätze zu berücksichtigen (wertebasiertes Design). Damit nicht durch automatisierte Entscheidungen paternalistische Effekte eintreten, die die Handlungsfreiheit des Menschen einschränken, bedarf es einer ständigen Systemkontrolle und Eingriffsmöglichkeiten ins System.

10. Die Digitalisierung soll dazu dienen, natürliche Ressourcen zu schonen.

Die Digitalisierung soll genutzt werden, um die Nachhaltigkeit des Unternehmens zu verbessern, Prozesse zu optimieren und die Produktivität zu steigern. Hierbei soll das Potenzial von intelligenten Systemen und digitalen Technologien ausgeschöpft werden, um natürliche Ressourcen zu schonen und die Umweltbelastung zu minimieren.

Die 10 ethischen Leitlinien für die Digitalisierung von Unternehmen wurden in einem Masterprojekt des Instituts für Digitale Ethik (IDE) der Hochschule der Medien Stuttgart erarbeitet. (Publiziert im Jahr 2017) Autor/innen: Masterstudierende Victor Gogroß, Sophie Hartmann, Olga Kapustjansky, Christina Sailer und Saskia Schneider unter Leitung von Prof. Petra Grimm und Prof. Tobias Keber sowie Prof. Wolfgang Schuster, Vorsitzender der Deutsche Telekom Stiftung.

Stakeholder Engagement

Austausch auf Augenhöhe

Eine zielgerichtete Beteiligung von Stakeholdern fördert vertrauensvolle Beziehungen als Basis, um gegenseitige Erwartungen zu klären und gemeinsame Handlungsoptionen zu entwickeln. Ein Austausch auf Augenhöhe schafft Mehrwert für alle Beteiligten. Für das Set-Up können Standards wie der AA1000SES nützlich sein. Was gutes Stakeholder Engagement ausmacht? Eine Einschätzung.

THOMAS WAGNER, STEFANIE BUCHACHER



Natürlich, der Austausch mit Stakeholdern findet in Unternehmen permanent statt. Unternehmen stehen mit Investoren, Medien, Zulieferern, Kunden und Mitarbeitern täglich vielfach in Kontakt. Dabei werden Informationen generiert, die sichtbar zu Effekten auf beiden Seiten führen. Zumeist handelt es sich um geschäftsrelevante Informationen von Spezialist zu Spezialist: Im Austausch mit Analysten und Investoren geht es so etwa um die Aktienperformance und um Gewinnaussichten und der Dialog mit den Kunden dient etwa der Marktforschung, die Aufschluss über Konsumgewohnheiten und -präferenzen geben soll.

Zunehmend sind Unternehmen mit gesteigerten Erwartungen und Bedürfnissen interner und exter-

ner Stakeholder auch in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen konfrontiert: Sie sollen (und wollen) zur Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen beitragen, über ihr Vorgehen transparent berichten und - wenn möglich - Interessierte direkt in das Unternehmensgeschehen und die weitere Entwicklung einbinden. Das Zusammenwirken von Veränderungswillen sowie Nachhaltigkeits- und Rechenschaftsdruck wirkt oftmals als Antrieb für eine aktive Einbindung von Stakeholdern.

Stakeholder Engagement – die systematische und zielgerichtete Einbindung interner und externer Anspruchsgruppen – führt nicht nur zu einem besseren gegenseitigen Verständnis. Es dient auch dazu, Erwartungen ebenso wie strategische Fragestellungen zu klären oder Wertschöpfungsstrukturen

DIE AA1000APS-LEITPRINZIPIEN:

INKLUSIVITÄT – Menschen und Organisationen sollen bei für sie relevanten Entscheidungen ein Mitspracherecht haben: Inklusivität bedeutet die Einbindung von Stakeholdern bei der Entwicklung und Umsetzung einer verantwortlichen und strategischen Reaktion auf Herausforderungen der Nachhaltigkeit. Sie fordert Kooperation auf allen Ebenen, einschließlich der Führungsebene eines Unternehmens, um bessere Ergebnisse zu erzielen. Eine inklusive Organisation akzeptiert ihre Verantwortlichkeit gegenüber denjenigen, auf die sie selbst Auswirkungen hat und die Auswirkungen auf die Organisation haben. Die Einhaltung dieses Prinzips ist die Voraussetzung zur Erfüllung der beiden folgenden Prinzipien.

WESENTLICHKEIT – Entscheidungsträger sollten die wichtigen Themen identifizieren und sich über diese im Klaren sein: Wesentlichkeit bestimmt die Relevanz und Bedeutung eines Themas für eine Organisation und deren Stakeholder. Ein Thema ist wesentlich, wenn es die Entscheidungen, Handlungen und Performance einer Organisation oder ihrer Stakeholder beeinflusst. Im Prozess der Bestimmung der Wesentlichkeit werden auch ausdrücklich nichtfinanzielle Aspekte sowie deren Bedeutung berücksichtigt.

REAKTIVITÄT – Organisationen sollten bei wesentlichen Themen transparent handeln: Reaktivität beschreibt den Umgang einer Organisation mit den Themen ihrer Stakeholder, die die Nachhaltigkeits-Performance der Organisation beeinflussen. Reaktivität wird durch Entscheidungen, Handlungen und Performance sowie durch Kommunikation mit Stakeholdern umgesetzt. Möglich sind beispielsweise die Formulierung von Grundsätzen und Zielen oder die Erstellung von Aktionsplänen.

und -prozesse nachhaltig und zukunftsorientiert zu gestalten.

Darüber hinaus trägt es dazu bei:

- vertrauensvolle und transparente Beziehungen bis hin zu Partnerschaften zu entwickeln.
- als Frühwarninstrument Trends aufzuspüren und daraus resultierende Chancen zu erkennen.
- Risiken frühzeitig wahrzunehmen und präventive Maßnahmen zu entwickeln.
- komplexe operative Umfeldler, einschließlich Marktentwicklungen und kultureller Dynamiken, besser zu verstehen.
- Wissensaustausch zu fördern und hierdurch Produkt- und Prozessverbesserungen und Innovationen voranzutreiben, denn oftmals entwickeln sich diese außerhalb des Unternehmens.
- die Reputation des Unternehmens zu stärken.

Um die Benefits ausschöpfen und Mehrwert für alle Beteiligten schaffen zu können, ist es wichtig, Stakeholder glaubhaft und auf Augenhöhe einzubinden – und von Anfang an den strategischen Nutzen des Engagements zu bedenken. Die Frage, warum das Unternehmen in einen Dialog mit konkreten Anspruchsgruppen tritt, bestimmt im Weiteren die Art und die Intensität des Austauschs. Durch diese Zweck-Perspektive lässt sich sicherstellen, dass der Austausch ressourceneffizient sowie zielgerichtet verläuft und intern die Legitimation der Einbindung von Anspruchsgruppen mit Blick auf die Unternehmensführung gewährleistet ist. Offen und ehrlich

zu kommunizieren ist dabei Grundvoraussetzung, um die Glaubwürdigkeit des Unternehmens und die Wertschätzung der Beteiligten zu untermauern.

Stakeholder Engagement nach Anleitung

Allen Anforderungen eines effizienten Stakeholder Engagements gerecht werden – das verspricht die Standardisierungsorganisation AccountAbility mit ihrem AA1000 Stakeholder Engagement Standard. Der AA1000SES (2015) soll als allgemein anwendbares Rahmenwerk zur Bewertung, Gestaltung, Umsetzung und Kommunikation der Qualität des Stakeholder Engagements eine Grundlage bieten. Bereits 1999 stellte AccountAbility im ersten AA1000 Framework Standard das Prinzip „Inklusivität“ – die „Einbindung von Stakeholdern in die Entwicklung und Umsetzung einer verantwortlichen und strategischen Reaktion auf Herausforderungen der Nachhaltigkeit“ – vor und formulierte darin unter anderem eine Leitlinie, wie Stakeholder Engagement gestaltet und durchgeführt werden kann. Die darauf basierende AA1000-Reihe wurde im Jahr 2003 vorgestellt und 2008 innerhalb einer Revision überarbeitet. Teil der bis heute gültigen Reihe sind der Prinzipienstandard AA1000APS (2008), der Prüfungsstandard AA1000AS (2008) und der AA1000SES, der erstmalig im Jahr 2005 vorgestellt wurde. Das Regelwerk und somit auch der Stakeholder Engagement-Standard basieren auf drei Leitprinzipien: Inklusivität, Wesentlichkeit und Reaktivität. Die neue Version des AA1000SES (2015) baut auf der Revision des Regelwerks auf und wurde in

einem umfassenden internationalen Multi-Stakeholder-Prozess entwickelt. Angelegt als Open-Source-Rahmenwerk sollen Erfahrungen aus der praktischen Anwendung einfließen können, um die Reihe kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu verbessern.

Organisation und Stakeholder gemeinsam auf Kurs

Der AA1000SES stellt ein allgemeines Regelwerk dar, das sowohl auf internes als auch externes Stakeholder Engagement sowie auf öffentliche, private

und zivilgesellschaftliche Organisationen jeglicher Größe anwendbar ist. Er kann projektbasiert angewendet werden, ebenso wie für dauerhafte Zwecke. Stakeholder Engagement beschreibt der Standard als Prozess, den eine Organisation durchläuft, um relevante

Stakeholder einzubinden und vereinbarte Ergebnisse zu erzielen. Als grundlegender Mechanismus der Verantwortlichkeit verpflichtet der zielgerichtete Austausch Organisationen dazu, Stakeholder in die Beantwortung von Nachhaltigkeitsthemen und -bedenken einzubeziehen, und sie kontinuierlich über Entscheidungen, Handlungen und die Performance zu informieren.

Die Voraussetzung für das Gelingen sieht der Standard darin, Stakeholder Engagement in die Kultur und die Kernfunktionen einer Organisation einzubetten – also die Verpflichtung zu den AA1000APS-Leitprinzipien sowie die Integration in die organisatorische Führung, in die Strategie und in den Geschäftsbetrieb. Dies hilft, Stakeholder langfristig einzubinden, und dient als Zusicherung notwendiger Ressourcen. Der Standard formuliert Anweisungen, um den Zweck und den Umfang der Einbindung festzuschreiben. Weiterhin bietet der AA1000SES (2015) Vorgaben und nützliche Tipps zur systematischen Identifikation von Stakeholdern sowie zur Planung eines Stakeholder Engagement-Prozesses, der Vorbereitung und Umsetzung eines Engagement-Plans sowie zu dessen Überprüfung und Verbesserung. Je nach Art und Ausmaß der Einbindung von Stakeholdern stellt er verschiedene Ebenen und dazugehörige Methoden des Engagements vor.

Ein Standardrezept zum Erfolg?

Der AA1000SES (2015) stellt einen systematischen Ansatz zur zielgerichteten Einbindung von Anspruchsgruppen dar und bietet eine klare Orientierungs- und Navigationshilfe, wie qualitativ hochwertiges Stakeholder Engagement definiert, geplant, durchgeführt und evaluiert werden kann. Eine Stärke ist die klare Unterscheidung und Benennung

verschiedener Ebenen des Engagements und der Zuordnung konkreter, praktischer Handlungsmöglichkeiten. Zudem bietet er eine solide Grundlage, das Nachhaltigkeitsmanagement und die Berichterstattung eines Unternehmens zu prüfen. Eine Verifizierung nach AA1000AS (2008) durch eine unabhängige Prüfungsgesellschaft kann die Zuverlässigkeit eines Nachhaltigkeitsberichts bescheinigen und die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens erhöhen. Die Orientierung am Stakeholder-Ansatz zieht sich durch die gesamte Prüfung und kann zu einer Systematisierung und Weiterentwicklung des Stakeholder Engagements beitragen.

Hürden bei der Umsetzung

Die Nutzung des AA1000SES zum Aufbau eines zielgerichteten Stakeholder Engagements kann ein nützliches Hilfsmittel sein. Jedoch führt nicht schon allein ein bloßer Anwendungsdurchlauf des Standards automatisch dazu, gewinnbringende Erkenntnisse aus der Einbindung von Stakeholdern zu generieren und einen Mehrwert sowohl für das Unternehmen als auch für alle Beteiligten zu schaffen.

In der Praxis wird die Einbindung von Stakeholdern von Unternehmensseite zumeist als Instrument begriffen, negative Reputationseffekte abzufedern oder zu vermeiden, oder um Voraussetzungen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erfüllen. Oftmals scheitert eine tatsächliche Integration des Stakeholder Engagement-Ansatzes in die Organisationsstruktur und -kultur bereits an einer zu kurz gedachten Umsetzung. Zum einen können interne Informationsflüsse in den Unternehmen nicht auf ein systematisches Stakeholder Engagement angelegt sein und der Austausch als reines Agenda-Setting fungieren. Zum anderen erweist sich systematisches Stakeholder Engagement oft als sehr ressourcenintensiv. Fachabteilungen und relevante externe Anspruchsgruppen müssen regelmäßig und zielführend eingebunden, geführte Dialoge ausgewertet und gewonnene Erkenntnisse ins Unternehmen überführt werden. Gegenwind ist oftmals auch an anderen Stellen spürbar: So erfordert die Einbindung von Stakeholdern eine offene Kommunikation, auch über Schwächen. Bei allem „Management“ der Stakeholderbeziehungen sollte nicht vergessen werden, dass sich Stakeholder nur dann engagieren, wenn sie der Meinung sind, dass der Kontakt auch für sie eine Bereicherung darstellt.

Deshalb empfiehlt es sich, das Stakeholder Engagement authentisch und an der eigenen Unternehmensrealität orientiert aufzubauen. Ein Standard wie der AA1000SES (2015) kann dabei sicherlich hilfreich sein – eine reine Anwendung nach Lehrbuch garantiert allerdings noch lange keine nachhaltigen Erfolge.

Oftmals scheitert eine tatsächliche Integration des Stakeholder Engagement-Ansatzes in die Organisationsstruktur und -kultur bereits an einer zu kurz gedachten Umsetzung.



Thomas Wagner
› Senior Berater,
akzente kommunikation
und beratung gmbh

Thomas.Wagner@akzente.de



Stefanie Buchacher
› Redakteurin,
akzente kommunikation
und beratung gmbh

Stefanie.Buchacher@akzente.de



Integration

Kernverantwortung wirksam wahrnehmen und nachhaltig verankern

Wie die Berliner Beuth Hochschule für Technik mit ihrem „Refugees welcome“-Projekt systematisch eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung annimmt und best practice umsetzt.

MATTHIAS SCHMIDT

Als sich Deutschland im Jahr 2015 einem sehr großen Zustrom an Flüchtlingen gegenüber sah, gingen zahlreiche Bilder von Menschen durch die Medien, die sich engagieren und helfen wollten. So war der Satz von Bundeskanzlerin Merkel „Wir schaffen das!“ zugleich Appell und Anspruch für viele Menschen, anzupacken und etwas zu tun, um den Geflüchteten das Ankommen erträglicher zu machen und einen Beitrag zu einer gelingenden Integration in unsere Gesellschaft zu leisten. Entsprechend hatten auch Angehörige der Berliner Hochschule den Impuls zu helfen. Doch was tun?

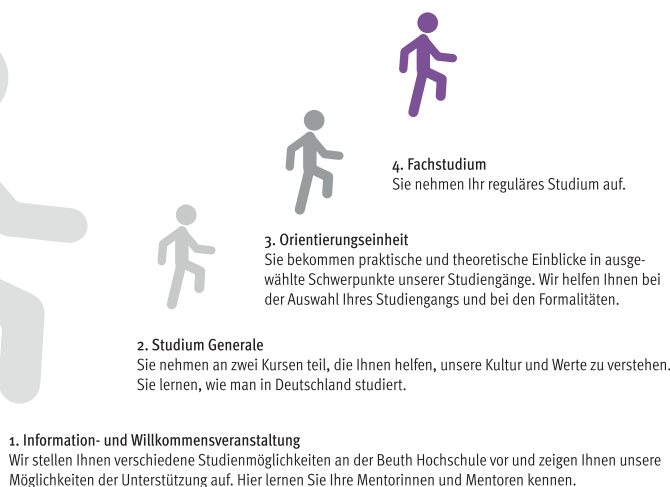
Die Projektgruppe „Refugees welcome“, die sich im Oktober 2015 gebildet hat, hat ein spezielles Vier-Stufen-Programm entwickelt, mit dem sie studier-

willige Geflüchtete systematisch auf die Aufnahme eines Fachstudiums vorbereitet. Für die Projektsteuerung ist die normativ-strategische Frage nach der Kernverantwortung der Hochschule maßgebend. Daran orientiert können die zur Verfügung stehenden Ressourcen effektiv miteinander verzahnt und effizient genutzt werden. So kann ein „Gießkannen-effekt“ gut gemeinter, aber isolierter Maßnahmen vermieden und ein konzeptionell eingebettetes Engagement für Geflüchtete verstetigt und wirksam organisational verankert werden. Denn im Laufe der Zeit verblasst sehr rasch die Motivation zu einer so spontanen Hilfsbereitschaft wie zu Beginn der großen Flüchtlingsströme und eine zermürende Alltagsroutine setzt ein. Nicht zuletzt dieser tragfähigen normativ-strategischen Konzeption dürfte das Interesse von nationalen und internationalen For-

Foto: Campus der Beuth-Hochschule...

...die mit über 12.000 Studierenden zu den größten Fachhochschulen Deutschlands zählt.

Das Vier-Stufen-Programm des Projekts „Refugees welcome“



Quelle: Beuth Hochschule

schern sowie Filmemachern geschuldet sein, die das „Refugees welcome“-Projekt als best practice ansehen und beleuchten.

Die richtigen Suchprozesse organisieren

Die Leitung des „Refugees welcome“-Projekts geht – wie es bei einer modernen, zukunftsfähigen Organisationsentwicklung und Unternehmensführung insgesamt geboten ist – von systemischen, dynamischen und vielfach kontingenten Veränderungsprozessen aus, auf die das Projektmanagement proaktiv Antworten finden muss. Denn eindeutige Zielsetzung und der Glaube an eine sicher beeinflussbare Entwicklung hin zu einem zuverlässig eintretenden Zustand in der Zukunft sind keine adäquaten Maßgaben für den Umgang mit gegebenen Herausforderungen. Verantwortliches Management und eine entsprechende Organisations- bzw. Projektentwicklung entstehen weit eher aus Situationen, die sich mehr oder minder zufällig einstellen, als aus überkommenen Planungen, auch wenn gerne danach gerufen wird. Planungshorizonte von fünf, zehn oder mehr Jahren haben eher den Charakter einer geistigen und motivationalen Stillstandverwaltung als den einer verantwortlichen Führung und Entwicklung. Verantwortliches Management muss vielmehr im Gegenteil auf konstitutiv offenen Suchprozessen basieren, die allerdings nicht Beliebigkeit oder bloßer Willkür entspringen, sondern die sich an grundlegenden Wertevorstellungen – Vorstellungen von grundsätzlich richtigem und falschen Handeln im Kontext der gegebenen gesellschaftlichen Herausforderungen – orientieren, ohne dabei ideologischen Verführungen anheimzufallen. Das Modell der Kernverantwortung kann dafür einen dynamischen Bezugsrahmen bilden.

Auf die Kernverantwortung beziehen

Die Kernverantwortung einer Organisation kann als das Zusammenspiel von Kerngeschäft, Kernwerten und Kernimpact einer Organisation verstanden werden; dieses Zusammenspiel muss mit virulenten und kontrovers diskutierten gesellschaftlichen Themen ausbalanciert werden. Die Flüchtlingssituation ist ein solches Thema. Es fordert die Hochschule heraus und stellt unverbrämt die Frage: „Was tut Ihr dafür? Welchen Beitrag leistet Ihr, um diese Herausforderung zu meistern?“ Mit anderen Worten: Die Flüchtlingssituation stellt die Hochschule „In-Frage“ und fordert „Ver-Antwort-ung“ ein.

Es entsteht ein normativer Anspruch, aber es bleibt zunächst offen, wie die Antwort lauten soll. Denn auch eine Abschottung gegenüber studierwilligen Geflüchteten wäre eine mögliche Antwort – eine Antwort, die in Kreisen mit einer bestimmten politischen Gesinnung durchaus positiv gewürdigt werden dürfte. Wie die Antwort ausfällt und wie konkret Verantwortung übernommen wird, hängt also stark von der Haltung und den Werten der beteiligten Akteure ab.

Auf das Kerngeschäft fokussieren

Die Projektgruppe „Refugees welcome“ zeichnet sich durch eine bejahende Haltung aus und steht mit ihrem Engagement für Kernwerte wie Diversität, Offenheit und Integration ein. Auf diesem ethischen Fundament konnte mit Blick auf das Kerngeschäft der Hochschule ein spezifisches und wirksames Konzept entwickelt werden, in dem die Verantwortung der Hochschule in der Flüchtlingssituation einen tätigen Ausdruck findet.

Es liegt auf der Hand, dass der unmittelbare Auftrag einer Hochschule auf Lehre und Forschung liegt. Die inhaltlichen Kernkompetenzen der Beuth Hochschule liegen überwiegend in ihrer ingenieurs- und naturwissenschaftlichen Ausrichtung. Daraus leitet sich der unmittelbare Anspruch ab, studierwillige Neuankömmlinge für die Aufnahme und den erfolgreichen Abschluss eines entsprechenden Fachstudiums zu befähigen (siehe Grafik, Stufe 4). Daneben steht ein weiterer, mittelbarer Anspruch, der einen wichtigen perspektivischen Kernimpact des Projekts darstellt: die Teilnehmer effektiv für den deutschen und europäischen Arbeitsmarkt zu qualifizieren und sie auch grundsätzlich dazu zu befähigen, nach einer möglichen späteren Rückkehr in ihre Heimatländer den dort notwendigen Aufbau der Infrastruktur zu leisten.

Eine speziell für die Programmteilnehmer konzipierte Orientierungseinheit (siehe Grafik, Stufe 3) trägt dieser Tatsache Rechnung, indem sie natur-

wissenschaftlich-technisches Querschnittswissen sowie konkrete Anwendungsbezüge möglicher Fachstudien im Kontext aktueller Themen, wie beispielsweise Nachhaltigkeit, Klimawandel, ökologisches Bauen und Konstruieren etc., vermittelt. Auf vermeintlich naheliegende Sprachkurse wird indes von Anfang an verzichtet. Stattdessen kooperiert das Projektteam in enger Abstimmung mit Sprachschulen, die in diesem Bereich ihre Kernkompetenzen und auch ihr Kerngeschäft haben. So ist es auch ein integraler Bestandteil des Programms, dass die Teilnehmer zeitlich abgestimmte Sprachnachweise erbringen können, um möglichst reibungslos ihr Fachstudium aufnehmen zu können. Dadurch gewinnen die Teilnehmer fast neun Monate wertvolle Zeit; ein Effekt der neben der Integrationsleistung durch das Studium selbst einen weiteren gesamtgesellschaftlichen Gewinn darstellt.

Ganzheitlich vorbereiten und befähigen

Gleichwohl dürfen gesellschaftsrelevante Aspekte und kritische Reflexionen auf das Leben, Studieren und Arbeiten in Deutschland nicht fehlen, um die Neuankömmlinge auf ihre Rolle in der für sie noch fremden Gesellschaft und Arbeitswelt vorzubereiten. Dies geschieht in ebenfalls speziellen Vorbereitungsmodulen, die als Studium generale organisiert sind (siehe Grafik, Stufe 2). Hier kommen Kernkompetenzen des wirtschafts- und gesellschaftswissenschaftlichen Fachbereichs zum Tragen, in dem die normativ-strategische Projektsteuerung verankert ist. Die naturwissenschaftlich-technische Orientierungseinheit wird somit durch eine gesellschaftswissenschaftliche Basis untermauert; das führt zu einer ganzheitlichen Vorbereitung der Teilnehmer und befähigt sie sowohl für ein erfolgreiches Studium, eine erfolgreiche Berufsausübung, als auch für ein insgesamt gelingendes Leben in Deutschland.

Die Aufnahme eines Studiums bringt neben den fachlichen Anforderungen auch verwaltungstechnische Erfordernisse mit sich. So stellt der formale Antrag auf einen Studienplatz schon für einheimische Studienanwärter eine Herausforderung dar. Für die Neuankömmlinge kommt noch die Unsicherheit hinzu, ob alle nötigen Dokumente vorliegen und ob diese zu einem Studium an einer deutschen Hochschule berechtigen. Hier sind die Kernkompetenzen der Studienverwaltung gefragt, die mit den Programmteilnehmern eine ausführliche Vorprüfung und Beratung durchführt (siehe Grafik, Stufe 1). Damit übernimmt sie eine wichtige Funktion für den weiteren Werdegang der Geflüchteten und für die effektive und effiziente Umsetzung des Integrationsprogramms. Dass die Teilnehmer im Rahmen des vorbereitenden Programms bereits Leistungsnachweise erbringen können, die beim

späteren regulären Studium als Credits angerechnet werden können, ist ein besonderer, oft erst später erkannter Mehrwert und Zeitgewinn.

Eine Heimat bieten

Das Programm, das zentral auf dem Hauptcampus realisiert wird, ist mehr als eine formale und inhaltliche Vorbereitung auf das eigentliche Studium. Nach den eigenen Worten von Teilnehmern empfinden sie es als Heimat: Es gibt einen physischen Ort als Bezugspunkt und einen Status der Zugehörigkeit zur Hochschule. Beides ist an sich sehr bedeutsam. Da viele reguläre Studierende selbst einen Migrationshintergrund haben, verfügt die Hochschule insgesamt über einen hohen Erfahrungsschatz und Kompetenzen auf allen Ebenen, die ein integratives Miteinander befördern. Gerade auch weil Mentoren die Teilnehmer von Anfang an begleiten und zusätzlich zu dem inhaltlichen Angebot mit der Gruppe soziale Aktivitäten in Berlin durchführen, entsteht ein umfassendes und sinnstiftendes Gefüge gelebter Integration und wechselseitiger Verantwortungsübernahme. Seit nunmehr über zwei Jahren werden auf diese Weise jedes Semester 25 ausgewählte studierfähige Geflüchtete, begleitet von ebenso vielen Mentoren, durch das Programm geführt und auf das Regelstudium vorbereitet – eine maximale Kursgröße, ab der die übliche Infrastruktur einer Fachschule, die auf kleine Gruppengrößen ausgelegt ist, an ihre Grenzen stößt. Die Erfahrungen und Erkenntnisse aller Beteiligten werden regelmäßig kritisch reflektiert und führen zu einem kontinuierlichen Lernen des Projekts, dem perspektivisch das Potenzial einer transdisziplinären Internationalisierungsstrategie innewohnt.

Die Verantwortung einer Hochschule endet nicht an der eigenen Pforte und mit der Besetzung von Studienplätzen oder dem Verwalten des Naheliegenden.

Die Verantwortung einer Hochschule endet nicht an der eigenen Pforte und mit der Besetzung von Studienplätzen oder dem Verwalten des Naheliegenden. Als akademische Bildungsinstitution ist sie eine bedeutsame und wirkmächtige Akteurin, die sich im komplexen Gefüge gesellschaftlicher Herausforderungen „verantworten“ muss. Mit normativ-strategischem Blick auf ihre Kernverantwortung und innovativen Lösungsansätzen fordert sie damit zugleich andere Akteure heraus und stellt sie ihrerseits „in-Frage“. Die Reichweite und die Grenzen ihrer Verantwortung müssen dabei fortwährend mit Blick auf ihr Kerngeschäft, ihren Kernimpact und ihre Kernwerte einerseits und den gesellschaftlichen Anforderungen und Zumutungen andererseits ausgehandelt werden.

➤ <https://projekt.beuth-hochschule.de/welcome>



Prof. Dr. Matthias Schmidt
› Projektleiter „Refugees welcome“ an der Beuth Hochschule für Technik Berlin, Fachgebiet Unternehmensführung / Unternehmensethik

mschmidt@beuth-hochschule.de
www.MatthiasSchmidt.berlin



B.A.U.M.-Mitglieder unterstützen die Energiewende

Das B.A.U.M.-Barometer (eine Umfrage unter den Mitgliedern) untersuchte u.a. die Bedeutung der Energiekosten und Energie-Einsparziele für Unternehmen und erhob Meinungen zu Öko-Strom und Erneuerbaren Energien sowie Standpunkte zur Energiewende bei mehr als 550 Unternehmensentscheidern.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass sich gerade die mittelständischen Mitgliedsunternehmen für eine schnelle und konsequentere Umsetzung der Energiewende in Deutschland aussprechen. 79 Prozent der Befragten halten die Energiewende für besonders wichtig, damit ihre Unternehmen auch zukünftig nachhaltiges Wachstum erwirtschaften können.

Das Fazit: Nachhaltig wirtschaftende Unternehmen – besonders der nachhaltige Mittelstand – sind der Motor der Energiewende. Und damit das auch in Zukunft so bleibt, braucht es bessere rechtliche Rahmenbedingungen, Forschung & Entwicklung sowie Innovationen – Made in Germany.

➔ www.baumev.de

WeSustain beim: FINALE DES STARTGREEN AWARD 2017

Bereits zum dritten Mal wurden am 16. November 2017 im Berliner Umweltministerium (BMUB) alle Finalisten zum Pitch vor einer Fachjury und zur anschließenden Ausstellung im Netzwerkforum geladen. WeSustain konnte mit der Präsentation seiner Gründungsidee sowohl in der Bewerbungsphase als auch beim Public Voting innerhalb der Green Community überzeugen und den Einzug ins Finale feiern.

2010 sind wir mit dem Ziel gestartet, eine Software zu entwickeln, die Unternehmen unterstützt nachhaltig(er) zu agieren. Unsere Vision dahinter: Durch den Einsatz von Software wird Unternehmen bewusst, wo Einsparungen oder Effizienzsteigerungen möglich sind. Dazu erforderliche Daten werden im System erfasst, ausgewertet und für internes und externes Reporting nutzbar. Erzielt ein Unternehmen auf diese Weise z.B. Ressourceneinsparungen in Höhe von 10 Prozent, eine Größe die erfahrungsgemäß realistisch ist, ist dies nicht nur eine gute Entwicklung hinsichtlich der Umweltwirkung, sondern auch ein ökonomischer Faktor.

Aus diesem Impuls entwickelten wir in den letzten Jahren weitere Software-Tools zur Unterstützung unternehmerischer Nachhaltigkeitsaktivitäten, z.B. zur Erstellung von Wesentlichkeitsanalysen, Messung von Nachhaltigkeitsperformance, Unterstützung von Auditprozessen oder zur Nachverfolgung von Lieferketten. Mittlerweile nutzen mehr als 500 Unternehmen aus allen Branchen WeSustain Software erfolgreich für ihr CSR-Management.

Die Initiative „StartGreen“ will die grüne Gründerszene in Deutschland stärken und Start-ups, Gründungsförderer und Investoren, die sich mit ihrer Geschäftstätigkeit für Klimaschutz und Nachhaltigkeit einsetzen, besser vernetzen. Der StartGreen Award ist eine Initiative des Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit. Schirmherrin ist Bundesumweltministerin Frau Dr. Barbara Hendricks.

➔ www.wesustain.com

EcoIntense erwirbt innovative HSE-App NordSafety

Die EcoIntense GmbH, ein führender Softwarespezialist für Arbeitssicherheit, Umweltmanagement und Nachhaltigkeit, erwarb 100 Prozent der Anteile an NordSafety, einem finnischen Softwareanbieter. Durch diese Akquisition festigt EcoIntense seine strategische Position in Nordeuropa. Das Berliner Unternehmen setzt seinen Weg fort, um Marktführer für Nachhaltigkeits- und HSE-Lösungen in Europa zu werden. Die Software EcoWebDesk ermöglicht es Unternehmen, alle Aufgaben und Prozesse des betrieblichen Arbeits- und Umweltschutzes sowie des Nachhaltigkeitsmanagements effizient zu steuern.

➔ www.ecointense.de

C&A weiterhin führend bei Bio-Baumwolle

C&A belegt im „2017 Preferred Fiber and Materials Market Report“ von Textile Exchange erneut den ersten Platz als der weltweit größte Anbieter von zertifizierter Bio-Baumwolle. 33 Prozent aller in 2016 von C&A verkauften Baumwollartikel wurden aus zertifizierter Bio-Baumwolle hergestellt. Nach Schätzungen von Textile Exchange konnten dadurch 133,8 Milliarden Liter Wasser eingespart, die Verwendung von 123 Tonnen Pestiziden vermieden, die Bodenqualität von mehr als 136.000 Hektar Land verbessert und Emissionen verhindert werden, die 56,7 Tausend Tonnen CO₂ entsprechen.

➔ <https://textileexchange.org>

„IMPACT-BEWERTUNGEN UND MATERIALITÄT“ DER HYPE UM WESENTLICHKEIT



Veränderte Rahmenbedingungen haben die Diskussion um den Wesentlichkeitsbegriff neu entfacht. Dabei rückt vor allem die Bewertung des eigenen Impacts in den Fokus der Unternehmen. Auslöser des Hypes sind zum einen die Ausführungen der Global Reporting

Initiative zur Wesentlichkeitsanalyse, zum anderen die Vorgaben der CSR-Berichtspflicht.

Letztere fordert von Unternehmen, die gesellschaftlichen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit zu bewerten. Klare Vorgaben zu Messverfahren und Methodik gibt es nicht.

Damit Unternehmen ihre Handlungsmöglichkeiten abwägen können, widmet sich Scholz & Friends Reputation im neu veröffentlichten White Paper „Impact-Bewertungen und Materialität – neue Anforderungen und Ansätze für Wesentlichkeitsanalysen“ diesem Thema.

Auf www.csr-berichte.de stellen die CSR-Experten Norbert Taubken und Tim Feld die zentralen Inhalte des White Paper vor. Der soeben veröffentlichte erste Artikel „Der Hype um Wesentlichkeit“ verschafft einen Überblick über häufig genutzte Definitionen von Wesentlichkeit und Materialität. Interessierten Leserinnen und Lesern bietet sich zudem die Möglichkeit, das vollständige White Paper kostenlos online anzufordern.

Kontakt: Annika Güth

✉ annika.gueth@s-f.com

Mein Gutes Beispiel :

Unternehmen können sich noch bis zum **13.01.2018** für den aktuellen Wettbewerb „Mein gutes Beispiel“ bewerben.



✉ www.mein-gutes-beispiel.de

iPoint Joins UN Global Compact

iPoint is proud to announce that it has become a signatory of the United Nations Global Compact (UNGC), the world's largest and most widely embraced voluntary corporate sustainability initiative. With this action, iPoint commits to aligning its corporate strategy, day-to-day operations, and organizational culture with ten universally accepted principles in the areas of human rights, labor, environment, and anti-corruption, and to engaging in collaborative projects which advance the broader development goals of the United Nations, particularly the Sustainable Development Goals.

Nachhaltig, digital, innovativ: NWB VERLAG VERÖFFENTLICHT NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016

Anlässlich des 70-jährigen Firmenjubiläums und der Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichtes 2016 pflanzten NWB und seine Mitarbeiter in Zusammenarbeit mit Treedom Bäume auf Haiti. Alle 290 Mitarbeiter erhielten ihren eigenen Baum, den sie im NWB-Wald setzen konnten. Für die 100 ersten Downloads des Nachhaltigkeitsberichtes auf www.nwb.de/go/bericht

unterstützen interessierte Leser den Verlag bei der weiteren Pflanzung von Bäumen. Einen Überblick über die Nachhaltigkeitsaktivitäten des NWB Verlags und weitere geplante Maßnahmen gibt es im neu veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht 2016 „NWB – Gute Antwort. Auch in Zukunft.“

✉ www.nwb.de/go/bericht



Schon in den letzten Jahren konnte der NWB Verlag sein nachhaltiges Engagement an den wesentlichen Stellen weiter ausbauen und systematisieren.



Dibella

MEHRFACH NACHHALTIGE PLATZIERUNG

Der aktuelle, von der gemeinnützigen Organisation Textile Exchange herausgegebene Marktreport „Preferred Fiber & Materials“ weist Dibella gleich in zwei Kategorien einen Platz unter den Top 10 zu. Dibella gehört zu den Pionieren nachhaltig hergestellter Objekttextilien für Gastronomie, Hotellerie und Gesundheitswesen. Vor einem knappen Jahrzehnt präsentierte das Unternehmen sein erstes Sortiment aus fair gehandelter, nach dem international anerkannten Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifizierter Baumwolle. Seither wurde der Anteil an Bio-Baumwolle kontinuierlich gesteigert.

➔ www.dibella.de

Fake News? – Nicht mit mir!

TEACHTODAY FÖRDERT REFLEKTIERTEN UMGANG MIT DIGITALEN MEDIEN

Wie wird Meinung gemacht? Wie identifiziere ich Fake News und wie glaubwürdige Nachrichten? Das waren die zentralen Fragestellungen des diesjährigen Wettbewerbs „Medien, aber sicher!“ der Initiative Teachtoday unter dem Titel „Machen Medien Meinung?“. Schulen und Jugendeinrichtungen waren aufgerufen mit den Kindern und Jugendlichen Konzepte zu entwickeln, sich bewusst und kritisch mit allen Arten von Informationen und Nachrichten in ihrem Umfeld auseinanderzusetzen.

➔ www.teachtoday.de

Save the Children: ETWAS-UNTERNEHMEN FÜR KINDER

Die globale Kinderrechtsorganisation Save the Children setzt sich dafür ein, das Leben von Kindern auf der ganzen Welt nachhaltig zu verbessern. Dafür hat sich die Organisation bis zum Jahr 2030 ehrgeizige Ziele gesetzt:

- Kein Kind unter fünf Jahren stirbt aus vermeidbaren Gründen.
- Jedes Kind erhält eine gute Grundbildung.
- Gewalt gegen Kinder wird nirgendwo mehr toleriert.

Um die Mission 2030 zu erreichen, braucht es die Unterstützung von Unternehmen und UnternehmerInnen. Und hier setzt Save the Children ganz bewusst auch auf den Mittelstand. Denn für kleine und mittlere Unternehmen ist klar: Sie sind fester Bestandteil der sozialen Gemeinschaft und tragen Verantwortung für ihre Mitarbeiter und Kunden, für die Gesellschaft und die Umwelt. Dieser Aufgabe stellen sich bereits viele Unternehmer und engagieren sich oftmals über das eigene Geschäftsfeld hinaus für den guten Zweck.

Gesellschaftliche Verantwortung und CSR ist neben einer gesellschaftlichen Ver-

pflichtung auch ein Erfolgsfaktor für Unternehmen. Und dennoch fehlt es oftmals gerade im Mittelstand an den Ressourcen für die strategische Ausrichtung dieses Engagements.

Engagement, das hilft und sich sehen lässt.

Das neue Spenden-Partnerprogramm von Save the Children Etwas-Unternehmen bietet neue Wege des Engagements: Mit der dauerhaften Unterstützung als Etwas-Unternehmer helfen Unternehmen Kindern in Not und ermöglichen ihnen eine bessere Zukunft. Und zwar genau dort, wo Hilfe am dringendsten benötigt wird. Das kommt garantiert bei Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern gut an.

Die Etwas-Unternehmen erhalten je nach Höhe ihrer Spende Kommunikationsmaterial, mit dem sie ihr soziales Engagement für Kinder in Not sichtbar machen können – auf ihrer Website, ihren Social Media-Kanälen oder im Nachhaltigkeitsbericht.

➔ www.savethechildren.de/etwas-unternehmen



**SPARDA-BANK MÜNCHEN FORSTET AUF:
14.000 Tannen am Starnberger See, weitere 10.000 Bäume
nach viralem Erfolg einer Social-Media-Kampagne**



Aktiv für die Umwelt und die Zukunft: (v.l.n.re.): Forstbetriebsleiter Rudolf Plochmann (Bayerische Staatsforsten), Christine Miedl (Direktorin Unternehmenskommunikation der Sparda-Bank München), Christoph Rullmann (Bundesgeschäftsführer der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald) und der Vorsitzende der SDW Bayern, Prof. Dr. Manfred Schölch, pflanzen eine junge Tanne.

Derzeit pflanzt die Sparda-Bank München eG im Eurasburger Forst nahe der Gemeinde Münsing am Starnberger See auf 14.000 Tannen verbessern Klima und Waldstruktur. Hintergrund sind die Aktion „Ein Baum für jedes neue Mitglied“ der Genossenschaftsbank sowie eine Malaktion für Kinder zum Weltspartag, bei der für jedes eingesendete Bild ebenfalls ein Baum in Oberbayern gepflanzt wird. Die Fläche wurde ausgewählt, um den Wald vielschichtiger zu gestalten und fit zu machen für den Klimawandel. So erwächst ein gesunder Mischwald.

Hinzu kommen noch einmal 10.000 Bäume, die die Sparda-Bank für einen viralen Erfolg stiftet: Genau so viele Menschen haben bei der Online-Aktion „Mein Lieblingsbaum“ mitgemacht. Sie nutzten die Gelegenheit und präsentierten im Internet ihren persönlichen Lieblingsbaum. Auf Facebook, auf Instagram oder auch per Mail schickten sie Kommentare und Bilder. 4.000 Setzlinge werden im Eurasburger Forst neben den Tannen für die Mitglieder gepflanzt, für die anderen 6.000 wird noch ein passender, nachhaltiger Ort in Oberbayern gesucht.

Bei der Sparda-Bank gehört das Engagement für Klima und Umwelt fest zur Unternehmensphilosophie. „Uns geht es darum, die Luft und damit die Lebensqualität in Oberbayern nachhaltig zu verbessern und gesund zu erhalten“, sagt Christine Miedl, Direktorin Unternehmenskommunikation der Sparda-Bank München. „Das Engagement gegen den Klimawandel beginnt vor der eigenen Haustüre“.

Weitere Informationen auch unter:

www.sparda-m.de

**akzente beim CSR-
Kommunikationskongress:**

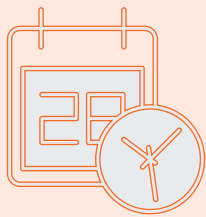
akzente

Zum zweiten Mal fand am 9. /10.11. in Osnabrück der CSR-Kommunikationskongress der Deutschen Gesellschaft für Public Relations (DPRG) statt. akzente-Geschäftsführerin Sabine Braun moderierte dort einen Workshop zum Nachhaltigkeitsreporting. Dr. Gerd Scholl vom Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) stellte die Kriterien des deutschen Rankings der Nachhaltigkeitsberichte vor, das 2018 mit Unterstützung des BMAS auch wieder durchgeführt wird. Kerstin May von der REWE Group, deren Bericht beim letzten Ranking unter die TopTen kam, zeigte auf, wie sich Storytelling und eine fundierte Berichterstattung gemäß den Standards der GRI miteinander verknüpfen lassen. Ihre Botschaft an die Teilnehmer: Reporting ist aufwändig, aber es lohnt sich und schafft die Grundlage für den Dialog mit Politik und Stakeholdern. Dass sich eine glaubwürdige Kommunikation nur auf einem soliden Fundament von Daten, Fakten und Zielen umsetzen lässt, war eine Erkenntnis, die den gesamten Kongress durchzog.

CSR Risk Check bald auch in Deutsch

Gemeinsam mit der Partnerorganisation MVO Nederland (CSR Netherlands) und der Agentur für Wirtschaft und Entwicklung bereitet UPJ eine deutsche Version des CSR Risk Check vor. Das Online-Tool zeigt Unternehmen mit internationaler Geschäftstätigkeit nach dem Ausfüllen eines Fragebogens auf, welche internationalen CSR-Risiken mit ihrer Geschäftstätigkeit verbunden sind und welche Möglichkeiten bestehen, mit diesen Risiken umzugehen.

www.mvorisicochecker.nl/en



Termine



European Social Responsibility – Unternehmensethik und Europa

Frühjahrstagung der Studierendeninitiative sneep e.V., veranstaltet von der Lokalgruppe Passau. Neben Vereinsmitgliedern sind auch externe Studierende, Firmenmitarbeiter, sowie weitere Interessierte herzlich zu Vorträgen und Podiumsdiskussionen eingeladen.

26.-29. April 2018, Passau

➔ www.sneep.info

18. Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung

04. Juni 2018, Berlin

➔ www.nachhaltigkeits.de

UPJ-Jahrestagung 2018

15. März 2018, Berlin

➔ www.upj.de

CSRcamp18

Das CSRcamp findet im kommenden Jahr unter der Schirmherrschaft von Professor Matthias Schmidt an der der Beuth Hochschule für Technik Berlin statt.

26. März 2018, Berlin

➔ www.csrcamp.de

Creating a Shared Future in a Fractured World



Eine gemeinsame Zukunft in einer zerrissenen Welt, lautet das Motto des kommenden World Economic Forums (WEF) 2018. Damit rückt das WEF erneut Themen rund um Unternehmensverantwortung ins Zentrum der Tagung. Bereits in diesem Jahr hat man sich mit verantwortungsvoller

Führung beschäftigt. Auf der Agenda stehen nun Lösungen und Ansätze für eine gemeinsame Zukunft, die fairen Handel ermöglicht, aber niemanden zurücklässt. Es reden unter anderem IWF-Chefin Christine Lagarde, die norwegische Premierministerin Erna Solberg, sowie Sharan Burro die Generalsekretärin des internationalen Gewerkschaftsbundes ITUC. "Unsere kollektive Unfähigkeit, ein inklusives Wachstum sicherzustellen und unsere knappen Ressourcen zu er-

halten, gefährdet gleichzeitig mehrere globale Systeme. Unsere erste Antwort muss sein, neue Kooperationsmodelle zu entwickeln, die nicht auf engen Interessen, sondern auf dem Schicksal der gesamten Menschheit beruhen", sagte Klaus Schwab, Gründer und Vorsitzender des Weltwirtschaftsforums.

23.-26. Januar 2018, Davos

➔ www.weforum.org

Innovative Nachhaltigkeit! Wie innovativ sind Innovationen?

Gesellschaftliche und ökologische Herausforderungen werden häufig als Risiken betrachtet, aber von einer steigenden Anzahl an Unternehmen auch als Chance für Innovationen gesehen. Rund um dieses Spannungsfeld wollen wir gemeinsam mit VertreterInnen aus KMU/Familienunternehmen, WissenschaftlerInnen,

Studierenden und Alumni wissenschaftliche Ergebnisse, Good Practice Beispiele sowie Unternehmenswerte als Treiber von nachhaltigen Innovationen präsentieren, diskutieren und reflektieren. Dadurch sollen Impulse für die Unternehmenspraxis gegeben werden.

Abschlussveranstaltung des 5-jährigen FFG Forschungsprojekts „CSR und Innovation“ im Rahmen der 4. Ausschreibung COIN-Aufbau mit Impulsen, Forschungsergebnissen, Erfahrungs- und Wissensaustausch!

22. März 2018, Krems

➔ www.fh-krems.ac.at

Bewußt wie: WERTvolles Führen

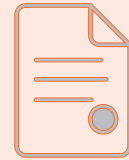
Der Unternehmer Jürgen Kutsch von CSR-EuRegio und die Beraterin Martina Kuckertz widmen sich in einem Seminar der verantwortungsvollen Führung. Sie richten sich an Führungskräfte in leitenden Posi-

tionen, die ihre Entscheidungen verantwortungsvoll auf der Grundlage verbindlicher Werte treffen wollen und müssen. Das Seminar soll ihnen Orientierung vermitteln und Impulse für eine Haltung geben, aus

der konstruktiv gehandelt und gestaltet werden kann!

02.-04. Februar 2018, Jülich-Barmen

➔ <http://www.werte-verantworten-haltung.de>



oekom Impact-Studie 2017: Einfluss des nachhaltigen Investments auf die Unternehmen nimmt zu

In der neuen Impact-Studie 2017 zum Einfluss des nachhaltigen Kapitalmarktes stellt oekom research eine positive Entwicklung fest. Der Impact, d.h. die Wirkung, die nachhaltig agierende Investoren, Banken und Ratingagenturen auf Unternehmen und deren Nachhaltigkeitsleistungen unmittelbar haben, ist demnach deutlich gewachsen. Dabei spielen die Nachhaltigkeitsratingagenturen eine wichtige Rolle. 61,3 Prozent der Unternehmen geben an, durch sie

zur Beschäftigung mit Nachhaltigkeitsaspekten motiviert worden zu sein. Auf Platz 2 mit 60,3 Prozent rangieren die Anforderungen und Erwartungen der Kunden.

Hingegen haben die UN SDGs für die meisten Unternehmen derzeit noch eine geringe Bedeutung. Nur 17,4 Prozent der Unternehmen richten bereits aktiv ihre Nachhaltigkeitsbezogenen Managementsysteme an den UN SDGs aus. Für 15 Prozent bilden sie immerhin eine Hilfestellung für die eige-

ne Nachhaltigkeitsberichterstattung. Allerdings würde sich eine knappe Mehrheit der Unternehmen (58 Prozent) zu besseren Nachhaltigkeitsleistungen und einem höheren Engagement bei der Umsetzung der SDGs motivieren lassen, wenn es ein SDG-Label gäbe, an dem sich Investoren bei ihren Entscheidungen orientieren könnten.

<https://www.csr-news.net/news/2017/10/17/einfluss-durch-nachhaltige-investments-nimmt-zu>

Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017

Rund 4.900 Unternehmen haben die Analysten von KPMG mit Blick auf deren Nachhaltigkeitsberichterstattung untersucht. Fast drei Viertel dieser Unternehmen veröffentlichen bereits Informationen über ihre Nachhaltigkeitsperformance. Für die 10. Auflage des Survey of Corporate Responsibility Reporting wurde ein be-

sonderes Augenmerk auf die Klimaberichterstattung gelegt. Genau an dieser Stelle hakt es, denn nur etwa ein Viertel der Unternehmen benennt die Risiken, die sich aus dem Klimawandel ergeben. Zu den am häufigsten verwendeten Rahmenwerken zur CSR-Berichterstattung gehören nach wie vor die GRI-Standards.



Auf CSR-NEWS lesen Sie ein Interview mit Christian Hell, Senior Manager Sustainability Services bei KPMG.

<https://csr-news.net/kpmg>

Auseinandersetzung von Aufsichtsräten mit dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Das Deutsche Global Compact Netzwerk (DGCN) hat einen Status-Report veröffentlicht, der sich mit der speziellen Rolle der Aufsichtsräte bei der Umsetzung der CSR-Berichts-

pflcht beschäftigt. Im Fokus der Studienergebnisse steht die Einschätzung der Aufsichtsräte zur Relevanz der CSR-Richtlinie für Unternehmen sowie zur Reichweite ihrer Prüf-

pflcht, zu Auswirkungen auf Governance-Systeme und den größten Herausforderungen bei der Umsetzung.

www.globalcompact.de



CDP veröffentlicht A-Listen

CDP hat 160 Unternehmen (von 3.000 Großunternehmen) für ihre Führungsrolle bei der Bewältigung von Umwelttrisiken in den Bereichen Klima, Wasser und Wälder mit dem A-Score ausgezeichnet.

www.cdp.net

Soziales und ökologisches Engagement zählt sich aus

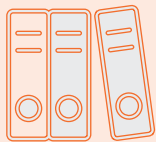
Unternehmen, die sich für Gesellschaft und Umwelt einsetzen, erzielen bei sonst gleichen Bedingungen deutlich höhere Unternehmensbewertungen und Margen. Das zeigt eine Studie der Boston Consulting Group.

<https://www.csr-news.net/news/2017/11/17/soziales-und-oekologisches-engagement-zahlt-sich-aus/>

Die Richtlinie 2014/95/EU und das CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz

Eine normative Analyse des Transformationsprozesses sowie daraus resultierender Implikationen für die Rechnungslegungs- und Prüfungspraxis.

<https://link.springer.com/journal/550>



Literatur

Isabel Bracker

Verantwortung von Medienunternehmen

Nomos Verlag, 2017,
ISBN 978-3-8487-3753-6

Die dem Buch zugrundeliegende Forschungsarbeit liefert eine umfangreiche



Analyse der gesellschaftlichen Verantwortung und des bürgerlichen Engagements von Medienunternehmen sowie der öffentlichen Kommunikation über CSR und CC.

**Thomas Petersen,
Jan Hendrik Quandt,
Matthias Schmidt**

Führung in Verantwortung

Gabler Verlag,
2017, ISBN
978-3-658-16832-2



Ethische Aspekte für ein zeitgemäßes Management.

Benjamin Pütter

Kleine Hände – Grosser Profit

Heyne, 2017, ISBN 978-3-453-60440-7

Kinderarbeit ist international verboten. Trotzdem schuften



Millionen Kinder unter den unwürdigsten Bedingungen für unsere Produkte.

Holger Backhaus-Maul, Martin Kunze, Stefan Nährlich (Hrsg.)

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland

VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2018, 385 Seiten, ISBN 978-3-658-02584-7

Wirtschaft im Allgemeinen und Unternehmen im Besonderen haben in den vergangenen Jahren eine erhebliche Bedeutungszunahme erfahren. Ein Grund dafür ist die zunehmende Ökonomisierung der Gesellschaft, wie sie in vielen Industrienationen zu beobachten ist. Diese, teilweise tiefgreifenden, Veränderungen haben zu einer erweiterten Auseinandersetzung mit Begriffen wie CSR, CC und gesellschaftliche Verantwortung geführt. Diesen Aspekt der veränderten gesellschaftlichen Rolle von Unternehmen haben die Autoren in einem Lehrbuch aufgearbeitet. Sie erschließen das Thema in drei sich ergänzen-



den Dimensionen: gesellschafts- und ordnungspolitische Rahmenbedingungen, Instrumente und Handlungsfelder sowie sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Forschungsperspektiven. „Die Beiträge verstehen sich als Einführungen, ohne aber die jeweilige Diskussions- und Untersuchungsperspektive zu trivialisieren“, schreiben die Herausgeber. Herausgekommen ist deshalb mehr als ein Lehrbuch.

Michael von Hauff, Katja Claus

Fair Trade Ein Konzept nachhaltigen Handels

UVK Verlag, 2017, 268 Seiten, 3. vollständig überarbeitete Auflage, ISBN 978-3-86764-741-0

Der Faire Handel hat in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen, schrieben Michael von Hauff und Katja Claus schon im Vorwort zu 1. Auflage, ganz ähnlich auch in der 2. und 3. Auflage.

Tatsächlich können TransFair und Co. jährliche neue Höchststände vermelden, insbesondere in den traditionellen Bereichen wie Kakao und Kaffee. Das fair gehandelte Warenangebot hat sich in den vergangenen Jahren aber nicht nur in seinem Volumen, sondern auch in seiner Vielfalt verändert. Dennoch hat sich an den welt-

weiten Handelsbeziehungen grundsätzlich nicht viel geändert. Aus diesem Grund wird immer wieder der Sinn des fairen Handels hinterfragt. Weil Fair Trade zunehmend auch ein Thema in der Forschung geworden ist, lassen sich Zweifel inzwischen auch wissenschaftlich ausräumen.

Doch macht Fair Trade ökonomisch Sinn und ist er langfristig wirklich nachhaltig? In der 3.,

überarbeiteten Auflage, geht es den Autoren vor allem darum, den Lesern die zentralen Argumentationslinien zu Fair Trade verständlich und übersichtlich zu vermitteln. Dafür stellen sie das Konzept aus der Perspektive nachhaltiger Entwicklung

dar und zeigen die theoretische Begründung und die empirische Bedeutung des Fairen Handels auf. Fazit: Das Konzept des fairen Handels befindet sich noch im Wandel - Richtung noch unklar.



Personen



Inger Paus übernimmt die Gesamtverantwortung für das gesellschaftliche Engagement von Vodafone

Mit Wirkung zum 1. Dezember 2017 hat

Inger Paus die Gesamtverantwortung für das gesellschaftliche Engagement von Vodafone und somit den Geschäftsführungsvorsitz der Vodafone Stiftung sowie die Geschäftsführung des Vodafone Instituts für Gesellschaft und Kommunikation. Paus folgt Dr. Mark Speich, der im September 2017 von der NRW-Landesregierung zum Staatssekretär berufen wurde. Inger Paus war zuletzt bei Microsoft Deutschland als Direktorin Corporate Affairs für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik verantwortlich.



Andreas Streubig übernimmt den Nachhaltigkeitsbereich bei HUGO BOSS

Andreas Streubig hat zum 1. Oktober die Leitung des Bereichs Global Sustainability bei HUGO BOSS übernommen. Zuvor war er seit 1993 in verschiedenen leitenden Funktionen bei der Otto Group in Hamburg tätig, zuletzt als Bereichsleiter für das Nachhaltigkeitsmanagement des Konzerns. In seiner neuen Funktion als Director Global Sustainability berichtet Andreas Streubig direkt an den Vorstandsvorsitzenden Mark Langer.



Alexander Bonde wird neuer DBU-Generalsekretär

Er tritt zum 1. Februar 2018 die Nachfolge von Dr. Heinrich Bottermann an, der als Staatssekretär in das nordrhein-westfälische Umweltministerium wechselte.

Viola Raddatz wechselt zur Scout24 Gruppe.



Viola Raddatz ist seit dem 1. November 2017 für das standortübergreifende CSR-Management der Scout24-Gruppe zuständig. Zuvor war sie als Junior-Consultant bei Scholz&Friends Reputation tätig.



Maite Deuchert neu im PHINEO-Team

Sie ist Teil des EZ-Scout-Programms des BMZ und der GIZ, mit dem die Zusammenarbeit zwischen Stiftungen und der

deutschen Entwicklungszusammenarbeit gefördert werden soll. Mit Maite Deuchert wird PHINEO gemeinsame Ideen für Entwicklungsprojekte konzipieren.

Neu im Vorstand von econsense

Kristina Jeromin (Head of Group Sustainability, Deutsche Börse AG) und Dr. Joachim Lang (Hauptgeschäftsführer, BDI) sind als neue Vorstandsmitglieder bestätigt.

Thomas Hajduk ist als CSR-Manager zur Bertelsmann-Stiftung gewechselt. Zuvor war er CSR-Referent im Wirtschaftsministerium NRW.

Neue Ratsmitglieder auf Zeit

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) hat die Designforscherin **Gesche Joost**, den stellvertretenden Vorsitzenden des Deutschen Bundesjugendringes **Dominik Naab** und den Vorstandsvorsitzenden des gemeinnützigen Analyse- und Beratungshauses PHINEO AG **Andreas Rickert** als Ratsmitglieder auf Zeit ernannt. Der Nachhaltigkeitsrat hat die Möglichkeit, für die Dauer eines Projektes Persönlichkeiten mit spezieller Fachexpertise zu kooptieren, um mit ihnen gemeinsam innovative Lösungsansätze für bestimmte Nachhaltigkeitsthemen zu entwickeln.

Neuer Vorsitz im GRI-Verwaltungsrat

Eric Hespeneide wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2018 zum Chairman of the GRI Board of Directors



ernannt. Zuvor war er Vorsitzender des GRI Global Sustainability Standards Boards (GSSB) und anschließend als Interim Chief Executive von GRI, wo er die Einführung der GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) leitete. Hespeneide folgt auf **Christy Wood**.



Personalmeldungen an:
→ redaktioncsr-news.net

Dialog- und Wissens-
plattform, Experten-
netzwerk.

Experten schreiben auf CSR NEWS

In den letzten Monaten haben sich zahlreiche neue Praktiker und Wissenschaftler im Expertennetzwerk auf CSR NEWS registriert und mit ihren Fachbeiträgen den Wissenspool für Nachhaltigkeitsmanager erweitert.

Nachhaltigkeitsakteure nutzen CSR NEWS, um unmittelbar mit anderen in ihrer Branche und ihrem Sektor - oder darüber hinaus - zu kommunizieren“, schrieb Achim Halfmann in der letzten Ausgabe mit Blick auf die Neuauflage des CSR-Expertennetzwerks. Inzwischen hat sich eine Menge getan und das Netzwerk wächst stetig. Auch im kommenden Jahr werden wir diesen Bereich weiter ausbauen. Die Regis-

trierung als Experte ist unter <https://www.csr-news.net/news/expertenregistrierung> möglich.

Im 3. Quartal haben wir auch unsere „erweiterte Redaktionskonferenz“ wieder aufleben lassen. Hier werden wir zukünftig beispielsweise die Titelthemen des CSR-MAGAZINS im Dialog zwischen Redaktion und Leser diskutieren und weiterentwickeln.

Die Beteiligungsmöglichkeiten im Überblick:

LESER	EXPERTE	PARTNER (& IP-PARTNER)	UVG-PARTNER	BRONZE-, SILBER- & GOLD-PARTNER	können ...
×	×	×	×	×	freie Nachrichten lesen
×	×	×	×	×	CSR-Wissen: Beiträge lesen
	×	×	×	×	CSR-Wissen: Beiträge erstellen
	×	×	×	×	erweiterte Redaktionskonferenz: Teilnahme
		×	×	×	exklusive Nachrichten lesen
		×	×	×	CSR MAGAZIN lesen
			×	×	Vereinsmitgliedschaft: Teilnahme an Eigentümerversammlung
			×	×	Vereinsmitgliedschaft: Mitgestaltung gemeinnütziger Projekte
				×	Partnermeldungen online publizieren
				×	Partnermeldungen im Print publizieren

Fachdialog: die Optionen

CSR NEWS kennt Leser, Experten, Partner und UVG-Mitglieder. Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht dazu, welche Dialog- und Gestaltungsoptionen sich hinter diesen Begriffen verbergen:

Leser:

Der Lesezugang zur News-Plattform ist in Teilen frei und erfordert keine Registrierung.

CSR NEWS-Experten:

Akteure aus dem Umfeld der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung können sich frei als Experten registrieren. Das erfolgt auf einem Formular auf www.csr-news.net (Menüpunkt „Expertenetz“). CSR NEWS-Experten bringen sich in den Dialog mit Fachjournalisten (und Lesern) ein und können zu ihrem Fachgebiet jederzeit Beiträge (Informationen, Meinungen) einstellen, die mit dem entsprechenden Thema in der Rubrik CSR-Wissen verknüpft werden.

CSR NEWS-Partner:

CSR NEWS bietet unterschiedliche Partnerschaftsmodelle (Digital, Digital & Print, Studierende, IP), die über die vorstehend genannten Partnerschaften hinaus einen vollen Zugriff auf die exklusiven Bereiche von CSR NEWS und auf das CSR MAGAZIN ermöglichen.

UVG-Partner:

Hierbei ist die CSR NEWS-Partnerschaft mit der Mitgliedschaft im gemeinnützigen Verein „Unternehmen Verantwortung Gesellschaft e.V.“ verbunden - dem Hauptgesellschafter von CSR NEWS. UVG-Partner gestalten die Zukunft von CSR NEWS und die gemeinnützigen Projekte des Vereins mit.

Bronze-, Silber- und Goldpartner:

Diese Partnerschaften richten sich an Unternehmen und Institutionen und bieten die Möglichkeit, via CSR NEWS mit Stakeholdern zu kommunizieren.

Für Anregungen und Fragen rund um das CSR NEWS-Netzwerk steht Geschäftsführer Achim Halfmann zur Verfügung:

✉ achim.halfmann@csr-news.net

Verantwortung: Können • Machen • Zeigen

Kleinstunternehmen und Handwerk auf Nachhaltigkeitskurs

Rückblick

Der betriebliche und gesellschaftliche Mehrwert durch verantwortungsvolle Unternehmensführung (CSR) in Kleinstunternehmen beschäftigte die 92 Teilnehmer der Nachhaltigkeitsveranstaltung der Handwerkskammer Berlin: Verantwortung: Können I Machen I Zeigen - Kleinstunternehmen und Handwerk auf Nachhaltigkeitskurs am 18. Oktober 2017. Neben Inhabern und Mitarbeitern von Handwerks- und anderen Kleinstbetrieben, trafen auch Vertreter aus Wirtschaftspolitik und Zivilgesellschaft sowie Weiterbildung und Wissenschaft zusammen, um mit den Referenten zu diskutieren.

Prof. Niko Paech von der Universität Siegen beleuchtete in seinem Eröffnungsvortrag kritisch das in weiten Teilen der Politik, Wissenschaft und Gesellschaft fehlende Verantwortungsbewusstsein für die natürlichen Grenzen der Belastbarkeit unserer Welt. Paech gilt bundesweit als einer der renommiertesten Umwelt- und Wirtschaftswissenschaftler und stellte in Berlin seine Lösungsansätze für Nachhaltigkeitsorientierung von Unternehmen und Mensch anhand einer Postwachstumsökonomie vor. Dabei ging er auch auf unsere Wirtschaftsgeschichte und die zukünftige Bedeutung von handwerklichen Fertigkeiten für unsere nachfolgenden Generationen ein.

Der Nachhaltigkeitsanalyse von Niko Paech folgten Praxisimpulse darüber, wie Kleinstunternehmen und Handwerksbetriebe in ihrem jeweiligen Kerngeschäft einen eigenen Nachhaltigkeitskurs aufnehmen können. Den Auftakt dazu unternahm Prof. Matthias Schmidt von der Beuth Hochschule für Technik Berlin. Er sprach über Reichweite und Grenzen unternehmerischer Verantwortung und ging auf Perspektiven für eine werteorientierte Organisationsentwicklung und Führung ein.

Daran anschließend schilderte Michael Barsakidis, Inhaber der CSR-Arena Hannover, welche praktischen Handlungsfelder Nachhaltigkeit im Unternehmen einschließt und wie diese Schritt für Schritt strukturiert umgesetzt werden können. Caroline Meder von der „entwicklungsberatung für bau + kultur“ in Kiel und Fürstenhof zeigte auf, wie sich Mitarbeiter für die Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen gewinnen und Inhaber für ein Dranbleiben begeistern lassen. Abschließend hob Gudrun Laufer von der Berliner Handwerkskammer Praxisbeispiele von Handwerksbetrieben vor Ort hervor, deren Einsatz sich für Mitarbeiter, Gemeinwesen und Umwelt doppelt lohnt: für den wirtschaftlichen Erfolg und die Nachhaltigkeit insgesamt.

Sämtliche Vortragende standen den Gästen in der Handwerkskammer bei Diskussionen in Kleingruppen und Einzelgesprächen für den Erwerb und Austausch wertvollen Anwendungswissens zur Verfügung.



Handwerkskammer
Berlin



Nachhaltigkeit und Ethik an den Hochschulen zu etablieren, ist das Ziel einer studentischen Initiative. U.V.G. unterstützt deren Petition.

Vorreiter Hochschule

Der Wertewandel einer Gesellschaft hört bei den Unternehmen nicht auf. Sie müssen sich an neue Rahmenbedingungen anpassen und auf gesellschaftliche Herausforderungen reagieren. Dazu brauchen sie gut ausgebildete, verantwortlich denkende und handelnde Führungskräfte. Sind die Hochschulen darauf vorbereitet? Studenten fordern ein Umdenken.



Vertreter der Organisationen netzwerk n e.V., sneep e.V., Weitblick e.V. und Was bildet ihr uns ein? e.V....

...wollen als „Initiative für Nachhaltigkeit und Ethik an Hochschulen“ einen Dialog- und Veränderungsprozess anstoßen.

Hochschulen sind Orte der Bildung und Forschung, aber sie sind auch Experimentierfelder für gesellschaftliche Innovationen und sie haben Einfluss auf gesellschaftliche Diskurse. „Wir sehen es daher als wichtige Aufgabe von Hochschulen an, mögliche Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen aufzuzeigen, einzufordern sowie vorzuleben und somit eine Vorreiterrolle auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft einzunehmen“, schreiben die Initiatoren der studentischen „Initiative für Nachhaltigkeit und Ethik an Hochschulen“ in einem Positions- und Forderungspapier.

Die Initiative ist ein Zusammenschluss mehrerer studentischer Organisationen, die in der Zeit von September 2016 bis Juli 2017 das Positionspapier erarbeitet haben. Die Gruppen agieren mit unterschiedlichen Schwerpunkten im Hochschulbereich: Der netzwerk n e.V. verbindet und stärkt zahlreiche Initiativen und Einzelpersonen, die sich für mehr Nachhaltigkeit an Hochschulen engagieren. Mit über 30 Lokalgruppen in Deutschland und der Schweiz fördert und fordert das Netzwerk sneep e.V. den Diskurs zu ethischem und nachhaltigem Wirtschaften an den Universitäten und in der Praxis. Weitblick e.V. setzt sich in Deutschland sowie

international für gerechtere Bildungschancen ein, und Was bildet ihr uns ein? e.V. fordert ein gerechtes und partizipatives Bildungssystem.

Es gibt Vorbilder

Mit ihrem Positionspapier richten sich die Studenten vor allem an die Hochschulen selber, insbesondere an die Hochschulleitungen. Aber sie haben auch Bildungspolitiker auf Landes- und Bundesebene im Blick, also jene, die den Rahmen der Hochschulbildung gestalten.

Drei übergeordnete Ziele sollen mit den Forderungen und Positionen verfolgt werden:

- Das Verantwortungsbewusstsein für einen nachhaltigen Umgang mit Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt bei Hochschulleitungen, Studierenden, Wissenschaftler und den weiteren Hochschulangehörigen zu fördern.
- Alle Hochschulangehörigen und Verantwortlichen der Wissenschaftspolitik zu strukturellen Veränderungen in den Bereichen Lehre, Forschung und Betrieb anzuregen und konkrete Wege des Wandels aufzuzeigen.
- Nachhaltiges und ethisches Handeln als Selbstverständlichkeit in Hochschulen und in der Konsequenz auch in der Gesellschaft zu etablieren.

Dabei würden einige Hochschulen bereits heute eine Vorreiterrolle einnehmen und hätten sich dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung ganzheitlich in Betrieb, Lehre, Forschung und Governance verschrieben, beispielsweise die Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde und die Leuphana Universität Lüneburg. Daneben würden eine Vielzahl weiterer Hochschulen und Einrichtungen des Wissenschaftssystems einzelne und teils substantielle Aktivitäten im Nachhaltigkeitsbereich aufweisen, wobei die Verankerung der Nachhaltigkeit in allen Handlungsbereichen oftmals fehlt.

Bekenntnis zum Leitbild der nachhaltigen Entwicklung

Doch das reicht den Initiatoren nicht. Sie wollen Strukturen, die einer globalen nachhaltigen Entwicklung gerecht werden. Die ethischen Diskurse darüber müssten zu einer Selbstverständlichkeit an allen Hochschulen werden. Im Positionspapier benennen sie Maßnahmen in den Handlungsbereichen Governance, Betrieb, Lehre und Forschung.

Im Bereich der Governance fordern sie beispielsweise ein klares Bekenntnis zum Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in den Hochschulgesetzen und in den Hochschulentwicklungsplänen. Ein wichti-

ger Schritt, um das Prinzip der nachhaltigen Entwicklung in die Hochschulen zu integrieren. „Hochschulen sollen Zeit, Raum und Anerkennung für einen ständigen Veränderungsprozess hinsichtlich ihrer internen Strukturen und ihres Leitbilds bieten, um auf aktuelle Herausforderungen reagieren zu können“, so die Begründung. Dazu gehören auch eine moderne Governance und Verwaltung der Hochschulen, die auf eine breite Beteiligung aller Hochschulangehörigen setzt.

Ihrer praktischen Vorbildfunktion werden Hochschulen unter anderem gerecht, in dem sie nachhaltige Handlungsalternativen aufzeigen. So sollte beispielsweise durch ein verantwortungsvolles Umweltmanagement, ein nachhaltiges Beschaffungswesen oder eine nachhaltige Campusgestaltung dieser Anspruch erlebbar sein. Dabei werden auch die Studenten selber in die Verantwortung genommen. Von diesen wird ein verantwortungsbewusster Umgang mit Materialien und Ressourcen auf dem Campus sowie eine reflektierte Haltung bezüglich ihres eigenen Verhaltens gefordert.

Von besonderer Bedeutung ist allerdings die Integration in die Bereiche Forschung und Lehre. Für die Initiatoren sollten Ethik, Verantwortung von Wissenschaft und Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil eines jeden Hochschulstudiums verstanden werden. Sie reduzieren Bildung und ein Studium nicht auf den Aspekt der Berufsvorbereitung. Vielmehr sollten Studenten zu verantwortlichem Handeln in einem freiheitlichen, demokratischen und sozialen Rechtsstaat befähigt werden und dadurch beispielsweise auch ihrer Verantwortung als Konsument oder Bürger gerecht werden.

Das Blickfeld öffnen ist auch der Anspruch, den die Studenten an die Forschung stellen. Diese würde meist dann einen gesellschaftlichen Mehrwert bieten, wenn ein Forschungsgegenstand aus den unterschiedlichsten Perspektiven untersucht wird. Doch genau dies sei in der Praxis oft nicht der Fall. In vielen Disziplinen würden überwiegend quantitative Methoden genutzt, was die Perspektive auf einen Sachverhalt einengen könne.

„Durch den Fokus auf Zahlen und durch auf komprimierte Aussagen reduzierte Ergebnisse werden notwendige, ganzheitliche Betrachtungen umfangreicher Problemstellungen vernachlässigt“, schreiben die Studenten in ihrem Positionspapier. Sie fordern mehr Vielfalt und Transparenz in der Forschung, die Forschungsförderung von Studenten und dem wissenschaftlichen Nachwuchs sowie mehr Forschung für und mit der Gesellschaft.

➔ www.nachhaltige-hochschulen.de



Der Verein U.V.G. hat sich in seiner Satzung unter anderem der Förderung von Bildung, Wissenschaft und Forschung für die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft verpflichtet. Aus diesem Grund unterstützt der Verein die Forderungen der Initiative für Nachhaltigkeit und Ethik an Hochschulen und hat die Petition unterzeichnet.

Tools für das CSR-Management

Global Value Toolkit

Das Global Value Toolkit zur Messung und Steuerung unternehmerischer Wirkungen auf nachhaltige Entwicklung ist das Ergebnis eines dreijährigen Forschungsvorhabens der Wirtschaftsuniversität Wien. Es enthält Guidelines, Arbeitspapiere und Trainingsmaterialien und als Herzstück einen Navigator, der im Dschungel der Werkzeuge für das Nachhaltigkeitsmanagement eine niedrigschwellige Orientierung bieten soll.

Aktuell umfasst die, nach einer Registrierung, frei zugängliche Datenbank 226 spezielle Tools. Drei



Filteroptionen (Zweck, Einsatzbereich, und SDG-Issues) machen den Einstieg einfach und führen zu übersichtlichen Ergebnissen.

➔ www.global-value.eu/toolkit

The Reporting Exchange

Die Onlineplattform "The Reporting Exchange" will mit einer Übersicht zu gesetzlichen Regulierungen, freiwilligen Standards, Rahmenwerken und Leitlinien, die umfangreiche Welt der Nachhaltigkeitsberichterstattung etwas ordnen. Das vom World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) initiiert Projekt ist in diesem Bereich momentan die umfassendste und aktuellste Informationsplattform. Es wird von einem weltweiten Expertennetzwerk über die Reporting-



Anforderungen in über 60 Ländern und für 70 Sektoren informiert. Adressaten sind Unternehmen, Investoren, Politik und die Wissenschaft.

➔ www.reportingexchange.com

SDG Kompass

Seit wenigen Monaten ist der SDG Kompass, entwickelt von GRI, dem UN Global Compact und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), nun auch auf Deutsch verfügbar. Der SDG Kompass ist ein Leitfaden, der Unternehmen in fünf Schritten Hilfestellung bieten will ihre Unternehmensstrategie an den SDGs auszurichten und ihren Beitrag zu messen und zu steuern. Bei der Entwicklung des SDG Kompass lag der Fokus auf multinationalen Konzernen. Dennoch sind auch KMU angehalten, sich von den Inhalten



inspirieren zu lassen. Der Kompass eignet sich nicht nur für die Anwendung auf Unternehmensebene, sondern auch auf Produkt-, Standort-, Divisions- oder regionaler Ebene.

➔ <https://sdgcompass.org>

CSR NEWS

Das Expertennetzwerk zur gesellschaftlichen
Unternehmensverantwortung

- dialogorientiert
- wissenschaftlich fundiert
- journalistisch recherchiert

CSR MAGAZIN
Unternehmen. Verantwortung. Gesellschaft.



30

Digitale Ethik erfordert
Transparenz und Dialog

36

Strukturelles Engagement
Ausgangspunkt für langfristige

Schnupperabo!

Wenn Sie sich jetzt für eine CSR NEWS-Jahrespartnerschaft (CSR MAGAZIN plus Zugang zu den tagesaktuellen täglichen CSR NEWS plus alle Magazine als PDF) entschließen, erhalten Sie darauf im ersten Jahr 25% Rabatt.

➔ Senden Sie dazu eine E-Mail mit dem Betreff „Schnupperpartnerschaft“ und Ihrer Adresse an editors@csr-news.net.

CSR NEWS ist ...

- ein führender Nachrichtendienst zur gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung; **aktuell, vielseitig, wissenschaftlich und kompetent**;
- ein CSR-Think Tank mit **Begegnungen, Kommunikation, den neusten Trends und qualitativ hochwertigen Themen und Informationen**;
- ein Good Corporate Citizen in Trägerschaft des gemeinnützigen Vereins „Unternehmen Verantwortung Gesellschaft e.V.“;
- die Plattform für **weltoffene, anspruchsvolle und kommunikationsfreudige Leser**.

Beteiligen Sie sich als CSR NEWS- JAHRESPARTNER

und nutzen Sie das Magazin, die Online-Medien, die Wissensdatenbank und den Dialog!

Eine Partnerschaft bietet CSR-NEWS zum **Preis von 8.– EUR/Monat** (4.– EUR/Monat für Studierende) an.

Beteiligen Sie sich als CSR NEWS- UNTERNEHMENS-/ NGO-PARTNER

und stärken Sie Ihren CSR-Dialog!

Wir bieten Ihnen Bronze-, Silber- und Goldpartnerschaften.

Ihr Ansprechpartner:

Achim Halfmann (Geschäftsführer)

➔ achim.halfmann@csr-news.net

Weitere Informationen finden Sie hier:

www.csr-magazin.net





Save the Children

KOMMT GUT AN.

Der fünfjährige Nirob aus Bangladesch
© CJ Clarke / Save the Children

**IHRE UNTERNEHMENSSPENDE –
EIN BESONDERES WEIHNACHTSGESCHENK**

MACHEN SIE MIT UND HELFEN SIE KINDERN IN NOT!

Suchen Sie dieses Jahr nach einem sinnvollen Geschenk für Kunden, Geschäftspartner oder Mitarbeiter? Mit der **Aktion Weihnachtsspende** von Save the Children helfen Sie, Kindern in Not eine bessere Zukunft zu schenken. So können Kinder wie Nirob gesund aufwachsen.

www.savethechildren.de/weihnachten

SPENDEN SIE JETZT:

IBAN: DE22 1002 0500 0003 2929 11

Stichwort: **Aktion Weihnachtsspende**



1.250 € reichen aus,
um in Bangladesch 25
Geburten medizinisch
zu begleiten.

