

Themensammlung Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen

Thomas Vierhaus

Herausgeber: VTH Verband Technischer Handel e.V., Düsseldorf



Themensammlung zur Nachhaltigkeit und gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen

Vorwort

Die Relevanz eines nachhaltigen unternehmerischen Handelns wächst und ist wichtig, um eine gute Reputation zu erhalten. Denn dieses fördert das Vertrauen, welches wiederum im Geschäft eine entscheidende Erfolgsvoraussetzung ist, denn nachhaltiges Handeln ist als Mittel der Kundengewinnung und -bindung absolut relevant und wird einer der wichtigsten Zukunftstrends. Als ganzheitliches Konzept schließt Nachhaltigkeit alle Aspekte des (wirtschaftlichen) Handelns ein. Nachhaltige Werte, Kontinuität, Transparenz – all das zählt. Wirklich nachhaltig kann sich ein Unternehmen daher im Prinzip erst nennen, wenn es auf allen Ebenen notwendige und ausreichende Standards im Sinne der Nachhaltigkeit geschaffen hat – und sie auch einhält.

Diese Themensammlung basiert auf der internationalen Norm ISO 26000 und versucht, alle dort erwähnten Aspekte abzudecken. Da Nachhaltigkeit in diesem Standardwerk sehr viele Facetten hat, gilt das in gleichem Maße für die möglichen praktischen Ansätze, um sie in die Unternehmensstrategie einzubinden. Im ersten Schritt sollte geklärt werden, was der Begriff „Nachhaltigkeit“ für Ihr Unternehmen im Kern bedeutet. Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung umschreibt ein nachhaltiges Unternehmen, als eines, das über ökonomische, soziale und ökologische Fragen mit all seinen Stakeholdern im Austausch ist. Es kombiniert zudem seine Unternehmensziele mit der Erreichung von sozialen und ökologischen Zielen und stellt dafür ein kontrollierendes Managementsystem bereit.

Nachhaltigkeit und die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung sind keine vorübergehenden Trends, sondern ein Teil der Lösung. Jedes Unternehmen steht in der Pflicht, sich mit dieser Thematik auseinanderzusetzen und herauszufinden, was es tun kann, um zumindest Teilaspekte in Sachen Nachhaltigkeit zu identifizieren und umzusetzen. Erreicht man überhaupt noch unternehmerischen Erfolg ohne nachhaltiges Wirtschaften? Laut Meinung vieler Experten ist das heutzutage beinahe unmöglich. Deshalb sollten Vertriebspartner, Lieferanten, Stakeholder und Mitarbeiter verstehen, dass Investitionen in die Nachhaltigkeit langfristige Wettbewerbsvorteile bringen.

Wer über die Einführung von Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit nachdenkt, sollte sich allerdings darüber bewusst sein, dass dies mit einem nicht zu unterschätzenden Aufwand verbunden ist. Aktivitäten müssen gezielt ausgewählt und langfristig ins Kerngeschäft integriert werden. Glaubwürdigkeit ist ein absolutes Muss, sonst droht die Gefahr, als falscher Moralapostel wahrgenommen zu werden, der nur an „Greenwashing“ interessiert ist.

Renommee, Image, ein CO₂-neutraler Fußabdruck des Unternehmens, wertschöpfende Prozesse, der Umgang mit Schadstoffen, die Vermeidung von schädlichen Abfällen und Emissionen, die effiziente Verwertung von Material und Energie – all diese »Touchpoints« sind mittlerweile wichtige und valide Entscheidungskriterien und beeinflussen heute Kaufentscheidungen. Dabei umfasst Nachhaltigkeit alle Prozesse. Und last but not least: Kaufentscheidungen werden heute tatsächlich zunehmend auch auf Basis von ethisch vertretbaren Urteilen getroffen. Bei der Einführung nachhaltiger Maßnahmen spielen gesellschaftliche Bemühungen eine zentrale Rolle. Die Achtung von Menschenrechten gilt dabei als maßgebliche Grundvoraussetzung. Kein Unternehmen der Welt kann sich Imageverluste aus Geschäftsverbindungen leisten.

Nicht mehr nur allein das Umsatzpotenzial bestimmt das „wer mit wem“, sondern auch das Austarieren von wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Aspekten schwingt zukünftig mit. Nachhaltigkeit ist demzufolge eine geeignete Brücke, um eine noch engere Verbindung zu Geschäftspartnern herzustellen als bislang.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr Thomas Vierhaus

Inhaltsverzeichnis

Punkt	Thema	Seite
1	Gesellschaftliche Verantwortung verstehen	4
1.1	Neueste Trends gesellschaftlicher Verantwortung	5
1.2	Merkmale gesellschaftlicher Verantwortung	5
1.3	Die Erwartungen der Gesellschaft	6
1.4	Die Rolle der Anspruchsgruppen im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung	6
1.5	Integration gesellschaftlicher Verantwortung	6
1.6	Gleichstellung der Geschlechter und gesellschaftliche Verantwortung	6
1.7	Zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und nachhaltiger Entwicklung	7
2	Die sieben Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung	7
2.1	Rechenschaftspflicht	8
2.2	Transparenz	8
2.3	Ethisches Verhalten	9
2.4	Achtung der Interessen von Anspruchsgruppen	9
2.5	Achtung der Rechtsstaatlichkeit	10
2.6	Achtung internationaler Verhaltensstandards	10
2.7	Achtung der Menschenrechte	10
3	Gesellschaftliche Verantwortung und Einbindung von Anspruchsgruppen	11
3.1	Beziehung zwischen einem Unternehmen, seinen Anspruchsgruppen und der Gesellschaft insgesamt	11
3.2	Anerkennen der Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung	12
3.3	Gesellschaftliche Verantwortung und der Einflussbereich eines Unternehmens	12
3.4	Identifizierung und Einbindung der Anspruchsgruppen	13
3.5	Einbindung von Anspruchsgruppen	14
4	Empfehlungen zu den Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung	16
4.1	Unternehmensführung	17
4.2	Menschenrechte	18
4.3	Rechte bei der Arbeit, Arbeitspraktiken und sozialer Dialog	19
4.4	Das Unternehmen und die Umwelt	22
4.5	Abschwächung des Klimawandels und Anpassung	27
4.6	Unternehmen und faire Geschäftspraktiken	29
4.7	Korruptionsbekämpfung	29
4.8	Fairer Wettbewerb	30
4.9	Verantwortung in der Wertschöpfungskette	30
4.10	Eigentumsrechte achten	31
4.11	Unternehmen und Kunden- bzw. Konsumenten Anliegen	32
4.12	Faire Werbe-, Vertriebs-, Vertrags- und Informationspraktiken	34
4.13	Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Kunden und Konsumenten	35
4.14	Nachhaltiger Konsum	36
4.15	Kundendienst, Beschwerdemanagement und Schlichtungsverfahren	37
4.16	Schutz und Vertraulichkeit von Kundendaten	38
4.17	Verbraucherbildung und Sensibilisierung	39
4.18	Einbindung der Gemeinschaft	39
4.19	Bildung und Kultur	42
4.20	Schaffung von Arbeitsplätzen und berufliche Qualifizierung	43
4.21	Technologien entwickeln und Zugang dazu ermöglichen	43
4.22	Schaffung von Wohlstand und Einkommen und Gesundheit	44
4.23	Investition zugunsten des Gemeinwohls	46
5	Unternehmensweite Integration gesellschaftlicher Verantwortung	47
5.0	Gebührende Sorgfalt	48
5.1	Eigenschaften von Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung	53
5.2	Arten der Kommunikation zur gesellschaftlichen Verantwortung	54
5.3	Berichterstattung zur gesellschaftlichen Verantwortung	54
5.4	Verbessern der Glaubwürdigkeit im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung	55
5.5	Lösen von Konflikten zwischen dem Unternehmen und seinen Anspruchsgruppen	56
5.6	Bewertung, Verbesserung und Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung	57
5.7	Überwachung der Aktivitäten zur gesellschaftlichen Verantwortung	57
5.8	Zuverlässigkeit bei der Erfassung und Behandlung von Daten und Informationen	58
5.9	Freiwillige Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung	59

1 Gesellschaftliche Verantwortung verstehen

Die Gesellschaftliche Verantwortung meint die Verantwortung eines Unternehmens für die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten (Produkte, Dienstleistungen und Prozesse) auf die Gesellschaft und die Umwelt durch transparentes und ethisches Verhalten, das

- zur nachhaltigen Entwicklung, Gesundheit und Gemeinwohl eingeschlossen, beiträgt;
- die Erwartungen der Anspruchsgruppen berücksichtigt;
- anwendbares Recht einhält und im Einklang mit internationalen Verhaltensstandards steht;
- und im gesamten Unternehmen integriert ist und in seinen Beziehungen gelebt wird.

Ein Unternehmen sollte vor der Analyse der Kernthemen und Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) sowie der entsprechenden Maßnahmen und Erwartungen zwei grundlegende Ansätze zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung berücksichtigen: erstens die Anerkennung seiner gesellschaftlichen Verantwortung innerhalb seines Einflussbereichs und zweitens die Identifizierung und Einbindung seiner Anspruchsgruppen (Stakeholder).

Sind diese beiden Grundsätze verstanden und die Kernthemen sowie die relevanten und wesentlichen Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung identifiziert, sollte das Unternehmen danach streben, gesellschaftliche Verantwortung in seine Entscheidungen und Aktivitäten zu integrieren. Hierzu dienen Ansätze wie: Gesellschaftliche Verantwortung zu einem integralen Bestandteil seiner Vorgaben, seiner Unternehmenskultur sowie seiner Strategien und Prozesse zu machen; interne Kompetenzen in Bezug auf gesellschaftliche Verantwortung aufzubauen; intern und extern über gesellschaftliche Verantwortung zu kommunizieren; und regelmäßig diese Maßnahmen und Ansätze zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung zu bewerten.

Die Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung spiegeln die Erwartungen der Gesellschaft zu einem bestimmten Zeitpunkt wider und unterliegen daher Veränderungen. In dem Maße, wie sich die Interessen der Gesellschaft verändern, ändern sich auch ihre Erwartungen an Unternehmen hinsichtlich der Berücksichtigung dieser Interessen.

Ein frühes Verständnis gesellschaftlicher Verantwortung konzentrierte sich auf philanthropische Tätigkeiten, z. B. Spenden an Wohltätigkeitsorganisationen. Themen wie Arbeitspraktiken und faire Betriebs- und Geschäftspraktiken sind im letzten Jahrhundert, zum Teil sogar schon früher, aufgekommen. Andere Themen, wie Menschenrechte, Umwelt, Konsumentenschutz und Bekämpfung von Betrug und Korruption, sind mit deren wachsender Bedeutung im Laufe der Zeit hinzugekommen.

Gesellschaftliche Verantwortung kann in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) praktisch, einfach und kosteneffizient integriert werden und muss nicht komplex oder teuer sein. Aufgrund ihrer geringen Größe und ihrem Potential, flexibler und innovativer zu sein, haben KMU sogar besonders gute Möglichkeiten, gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen. Sie sind im Allgemeinen flexibler in Bezug auf das Management des Unternehmens, haben oft engeren Kontakt mit lokalen Gemeinschaften und ihre Geschäftsführung hat üblicherweise einen direkteren Einfluss auf die Aktivitäten des Unternehmens.

Zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung gehört die Anwendung eines integrierten Ansatzes, der die Unternehmen bei der Steuerung ihrer Aktivitäten und deren Auswirkungen unterstützt. Ein Unternehmen sollte sich mit den Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf Gesellschaft und Umwelt auseinandersetzen und diese überwachen. Dabei sollte es seine Größe und das Ausmaß der Auswirkungen berücksichtigen. Selbstverständlich wird es einem Unternehmen nicht möglich sein, umgehend alle negativen Konsequenzen seiner Entscheidungen und Aktivitäten umfassend zu beheben. Dabei könnte es erforderlich sein, eine Auswahl zu treffen und Prioritäten zu setzen.

Die Auffassung, dass Unternehmen, gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen sollten, folgt aus der Erkenntnis, dass alle Betriebe eine Verantwortung haben, zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.

Als „nachhaltige Entwicklung“ bezeichnet man eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. Nachhaltige Entwicklung verbindet die Ziele hoher Lebensqualität, Gesundheit und Wohlstand mit sozialer Gerechtigkeit und hält die Fähigkeit der Erde, Leben in all seiner Vielfalt zu unterstützen, aufrecht. Diese sozialen, wirtschaftlichen und umweltbezogenen Ziele sind voneinander abhängig und verstärken sich gegenseitig. Nachhaltige Entwicklung kann als ein Weg angesehen werden, um die übergeordneten Erwartungen der gesamten Gesellschaft auszudrücken.

1.1 Neueste Trends gesellschaftlicher Verantwortung

Das Bewusstsein für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen wächst aus zahlreichen Gründen.

Globalisierung, erhöhte Mobilität und Erreichbarkeit sowie die zunehmende Verfügbarkeit moderner Kommunikationsmittel erleichtern es auf der ganzen Welt, etwas über die Entscheidungen und Aktivitäten von Unternehmen zu erfahren. Diese Entwicklungen ermöglichen allen Wirtschaftssubjekten, neue Wege und Problemlösungen kennenzulernen und davon zu profitieren. Das bedeutet auch, dass die Entscheidungen und Aktivitäten von Unternehmen einer zunehmenden Kontrolle durch verschiedenste Gruppen und Organisationen unterliegen.

Unternehmenspolitische Vorgaben und ihre praktische Umsetzung an verschiedenen Standorten der Unternehmen können heute ohne weiteres miteinander verglichen werden.

Themen die für ein Unternehmen relevant sind, können weit über die hinausgehen, die sein unmittelbares Umfeld betreffen. Ursachen dafür sind der globale Charakter einiger Umwelt- und Gesundheitsthemen, die Anerkennung der weltweiten Verantwortung für den Kampf gegen Armut, zunehmende finanzielle und wirtschaftliche Verflechtungen sowie geografisch weit verstreute Wertschöpfungsketten. Es ist wichtig, dass sich Unternehmen unabhängig von sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen.

In den vergangenen Jahrzehnten hat die Globalisierung dazu geführt, dass sowohl die Menschen als auch die Umwelt zunehmend von den Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten von Unternehmen betroffen sind.

In Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise sollten Unternehmen danach streben, Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung zu entfalten. Krisen dieser Art wirken sich besonders auf vulnerable Gruppen aus, die ein erhöhtes Schutzbedürfnis haben. Daraus ergibt sich ein größerer Bedarf an gesellschaftlich verantwortlichem Handeln. Gerade Krisen bieten die Chance, wirtschaftliche, soziale und umweltbezogene Überlegungen wirkungsvoller in politische Reformen und in die Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens zu integrieren.

Kunden, Investoren und Eigentümer üben im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung auf unterschiedliche Weise einen Einfluss auf Unternehmen aus. Die Erwartungen der Gesellschaft an Unternehmen wachsen ständig. Das vielerorts verankerte Recht auf Information ermöglicht den Menschen Zugang zu detaillierten Informationen über die Entscheidungen und Aktivitäten der Unternehmen. Eine wachsende Anzahl von Unternehmen kommuniziert mit ihren Anspruchsgruppen, z. B. durch Berichte zur gesellschaftlichen Verantwortung, um dem Bedarf dieser Gruppen nach Informationen über ihre Leistungen in diesem Bereich nachzukommen.

Diese und weitere Faktoren bilden heute den Kontext gesellschaftlicher Verantwortung. Sie tragen dazu bei, dass von Unternehmen verlangt wird, die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachzuweisen.

1.2 Merkmale gesellschaftlicher Verantwortung

Zentrales Merkmal gesellschaftlicher Verantwortung ist der Wille eines Unternehmens, soziale und umweltbezogene Überlegungen in seine Entscheidungsfindung einzubeziehen und Rechenschaft über die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf Gesellschaft und Umwelt abzulegen. Dies setzt sowohl transparentes als auch ethisches Verhalten voraus, das zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt, anwendbares Recht einhält und im Einklang mit internationalen Verhaltensstandards steht. Es bedeutet auch, dass gesellschaftliche Verantwortung in das gesamte Unternehmen integriert ist, in den Beziehungen des Unternehmens gelebt wird und die Interessen der Anspruchsgruppen berücksichtigt.

Alle Stakeholder in Summe haben verschiedene Interessen, die durch die Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens betroffen sein können. Dieses Interesse begründet einen „Anspruch“ der Betroffenen gegenüber dem Unternehmen und stellt damit zwischen ihnen eine Beziehung her. Diese Beziehung muss keinen formalen Charakter haben und muss nicht einmal von der Anspruchsgruppe oder dem Unternehmen anerkannt sein. Anspruchsgruppen können auch als „interessierte Kreise“ bezeichnet werden. Bei der Entscheidung darüber, welche ihrer Interessen anzuerkennen sind, sollte ein Unternehmen die Rechtmäßigkeit dieser Interessen betrachten und ob sie im Einklang mit internationalen Verhaltensstandards stehen.

1.3 Die Erwartungen der Gesellschaft

Gesellschaftliche Verantwortung erfordert ein Verständnis für übergeordnete Erwartungen der Gesellschaft. Ein entscheidender Grundsatz gesellschaftlicher Verantwortung ist die Achtung der Rechtsstaatlichkeit und die Einhaltung rechtsverbindlicher Verpflichtungen. Allerdings schließt die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung auch Handlungen ein, die über Gesetzestreue hinausgehen und nichtrechtsverbindliche Verpflichtungen gegenüber Dritten anerkennen. Diese Verpflichtungen ergeben sich aus allgemein gültigen ethischen und anderen Werten.

Obwohl Erwartungen an gesellschaftlich verantwortliches Verhalten zwischen Ländern und Kulturen voneinander abweichen, sollten Unternehmen in jedem Fall internationale Verhaltensstandards achten.

1.4 Die Rolle der Anspruchsgruppen im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung

Anspruchsgruppen (interessierte Kreise, Stakeholder) zu identifizieren und einzubinden ist für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung von zentraler Bedeutung. Ein Unternehmen sollte feststellen, wer ein Interesse an seinen Entscheidungen und Aktivitäten hat, um zu verstehen, welche Auswirkungen diese haben und wie mit ihnen umzugehen ist. Obwohl die Anspruchsgruppen einem Unternehmen dabei helfen können, die Relevanz bestimmter Handlungsfelder für seine Entscheidungen und Aktivitäten zu erkennen, ersetzen die Anspruchsgruppen beim Festlegen von Verhaltensstandards und -erwartungen nicht die breite Öffentlichkeit. Ein bestimmtes Handlungsfeld kann für die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens auch dann relevant sein, wenn es von den bislang betrachteten Anspruchsgruppen nicht ausdrücklich genannt wurde.

1.5 Integration gesellschaftlicher Verantwortung

Da gesellschaftliche Verantwortung, die alle potentiellen und tatsächlichen Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens betrifft, sind für die regulären und kontinuierlich stattfindenden Aktivitäten des Unternehmens der wichtigste Handlungsbereich, den es zu betrachten gilt. **Gesellschaftliche Verantwortung sollte integraler Bestandteil der Kernstrategie des Unternehmens sein und sowohl in der Entscheidungsfindung als auch bei der Umsetzung von Aktivitäten berücksichtigt werden.** Dazu gehören benannte Verantwortlichkeiten und Rechenschaftspflicht für alle relevanten Unternehmensebenen.

Die Auswirkungen der Entscheidungen oder Aktivitäten eines Unternehmens können in hohem Maß durch deren Beziehungen zu anderen Unternehmen beeinflusst werden. Um ihre eigene Verantwortung wahrzunehmen, kann es für ein Unternehmen erforderlich sein, mit Dritten zusammenzuarbeiten. Dies sind beispielsweise Verbundpartner, Wettbewerber (bei gleichzeitiger Vermeidung wettbewerbswidrigen Verhaltens), weitere Teile der Wertschöpfungskette oder jeder andere relevante Akteur innerhalb des Einflussbereichs des Unternehmens.

1.6 Gleichstellung der Geschlechter und gesellschaftliche Verantwortung

Wenden wir uns der Bedeutung der Gleichstellung der Geschlechter im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Verantwortung zu.

In jeder Gesellschaft werden Männern und Frauen Geschlechterrollen zugeschrieben. Geschlechterrollen sind erlernte Verhaltensweisen, die festlegen, welche Tätigkeiten und Verantwortlichkeiten als männlich oder weiblich wahrgenommen werden. Diese Geschlechterrollen diskriminieren manchmal Frauen, aber ebenso Männer. In allen Fällen schränkt Geschlechterdiskriminierung das Potential von Einzelpersonen, Familien, Gemeinschaften und Gesellschaften ein.

Es gibt einen nachgewiesenen positiven Zusammenhang zwischen der Gleichstellung der Geschlechter und wirtschaftlicher und sozialer Entwicklung. Aus diesem Grund ist die Gleichstellung der Geschlechter eines der Millennium-Entwicklungsziele. Die Förderung und Unterstützung der Gleichstellung der Geschlechter in den Aktivitäten eines Unternehmens ist ein wichtiger Bestandteil gesellschaftlicher Verantwortung.

Unternehmen sollten ihre Entscheidungen und Aktivitäten prüfen, um geschlechtsbezogene Vorurteile zu beseitigen und die Gleichstellung der Geschlechter zu fördern. Dabei gilt es, verschiedene Aspekte zu beachten:

- den Anteil von Männern und Frauen in der Führungsstruktur und im Management des Unternehmens mit dem Ziel, zunehmend Gleichstellung zu schaffen und geschlechtsbezogene Hürden zu beseitigen;
- gleiche Behandlung von männlichen und weiblichen Erwerbstätigen bei Einstellung, Aufgabenverteilung, Schulung, Aufstiegsmöglichkeiten, Vergütung und Beendigung des Arbeitsverhältnisses;
- gleichwertige Entlohnung von männlichen und weiblichen Erwerbstätigen für gleichwertige Arbeit;
- Abhilfe in den Fällen zu schaffen, in denen eines der beiden Geschlechter benachteiligt wird;
- Die ausgewogene Berücksichtigung der Geschlechter bei der Einbindung von Anspruchsgruppen spielt eine wichtige Rolle, um wiederum die Gleichstellung der Geschlechter im Rahmen der Aktivitäten eines Unternehmens zu erreichen.

1.7 Zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und nachhaltiger Entwicklung

Obwohl viele Menschen die Begriffe gesellschaftliche Verantwortung und nachhaltige Entwicklung synonym verwenden und zwischen beiden eine enge Beziehung besteht, handelt es sich um unterschiedliche Konzepte. Nachhaltige Entwicklung ist ein gemeinhin anerkanntes Konzept und Leitbild, das in Folge der Veröffentlichung eines Berichts der Vereinten Nationen im Jahr 1987 internationale Anerkennung erfahren hat. Nachhaltige Entwicklung beschäftigt sich mit der Frage, wie die Bedürfnisse der Gesellschaft innerhalb der ökologischen Grenzen des Planeten erfüllt werden können, ohne dabei die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu gefährden. Nachhaltige Entwicklung hat drei Dimensionen – eine wirtschaftliche, eine soziale und eine umweltbezogene – die voneinander abhängig sind. So ist es z. B. für die Beseitigung von Armut notwendig, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Entwicklung zu fördern sowie die Umwelt zu schützen.

Gesellschaftliche Verantwortung stellt die Unternehmen in den Mittelpunkt und beschäftigt sich mit der Verantwortung von Unternehmen für Gesellschaft und Umwelt. Gesellschaftliche Verantwortung ist eng mit nachhaltiger Entwicklung verbunden. Da nachhaltige Entwicklung die wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Ziele behandelt, die allen Menschen gemein sind, dient dieses Konzept dazu, die übergeordneten Erwartungen der Gesellschaft zusammenzufassen, die von verantwortlich handelnden Unternehmen berücksichtigt werden sollten. Zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen, sollte demzufolge ein übergeordnetes Ziel der Unternehmen bei der Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung sein.

Das Ziel nachhaltiger Entwicklung besteht darin, Nachhaltigkeit für die Gesellschaft insgesamt und für den Planeten zu erreichen. Sie bezieht sich nicht auf die Nachhaltigkeit oder das langfristige Überleben eines bestimmten Unternehmens. Die Nachhaltigkeit eines einzelnen Unternehmens kann mit der Nachhaltigkeit der Gesellschaft als Ganzes vereinbar sein oder nicht, wobei letztere durch den ganzheitlichen Umgang mit sozialen, wirtschaftlichen und umweltbezogenen Aspekten erreicht wird. Nachhaltiger Konsum, nachhaltige Nutzung von Ressourcen und nachhaltige Lebensgrundlagen sind für alle Unternehmen relevant und beziehen sich auf die Nachhaltigkeit der Gesellschaft als Ganzes.

2 Die sieben Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung

Wenn sich ein Unternehmen mit gesellschaftlicher Verantwortung befasst und diese wahrnimmt, ist das übergeordnete Ziel die Maximierung seines Beitrages zur nachhaltigen Entwicklung. Obwohl es keine abschließende Auflistung der Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung gibt, sollte ein Unternehmen bei der Verfolgung dieses Ziels mindestens die nachfolgend aufgeführten sieben Grundsätze achten.

Das Handeln von Unternehmen sollte auf Standards, Leitlinien oder Verhaltensregeln basieren, die auch in schwierigen Situationen mit anerkannten Grundsätzen für richtiges oder gutes Verhalten im Kontext dieser bestimmten Situation übereinstimmen.

Es wird empfohlen, dass ein Unternehmen sowohl die gesellschaftliche, ökologische, rechtliche, kulturelle und politische Vielfalt beachtet, als auch unterschiedliche Organisationsformen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, solange das Unternehmen dabei im Einklang mit internationalen Verhaltensstandards steht.

2.1 Rechenschaftspflicht

Der erste Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte über die Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gesellschaft, die Wirtschaft und die Umwelt Rechenschaft ablegen. Dieser Grundsatz sieht vor, dass ein Unternehmen einer angemessenen Überprüfung zustimmen sollte und sich verpflichtet, auf die Ergebnisse dieser Überprüfung zu reagieren.

Rechenschaft abzulegen beinhaltet die Verpflichtung des Managements, den Kontrollinstanzen des Unternehmens Rede und Antwort zu stehen; das Unternehmen selbst ist gegenüber den Justizbehörden rechenschaftspflichtig, und zwar hinsichtlich der Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften. Die Rechenschaftspflicht im Hinblick auf die Gesamtauswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens auf Gesellschaft und Umwelt variiert je nach Art der Auswirkung und der Umstände. Dies gilt für die Verantwortlichkeit des Unternehmens gegenüber jenen, die durch ihre Entscheidungen und Aktivitäten betroffen sind, aber auch gegenüber der Gesellschaft im Allgemeinen.

Rechenschaft abzulegen wird positive Auswirkungen sowohl für das Unternehmen als auch für die Gesellschaft haben. Der Grad der Rechenschaftspflicht kann variieren, er sollte allerdings stets dem Umfang oder Ausmaß an Entscheidungsbefugnis entsprechen. Unternehmen mit einem Höchstmaß an Entscheidungsbefugnis werden ihre Entscheidungen sicherlich mit entsprechend größerer Sorgfalt treffen. Dies gilt auch für ihre Aufsichtsführung. Rechenschaftspflicht bedeutet auch, dass das Unternehmen Verantwortung für eventuelles Fehlverhalten übernimmt, geeignete Maßnahmen ergreift, um das Fehlverhalten zu beheben und dafür sorgt, dass sich das Fehlverhalten nicht wiederholt.

Ein Unternehmen sollte ihre Rechenschaftspflicht ausüben für:

- die Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gesellschaft, die Umwelt und auf die Wirtschaft, insbesondere im Falle erheblicher negativer Folgen; und
- die Maßnahmen, die ergriffen worden sind, um eine Wiederholung von nicht beabsichtigten und nicht vorhergesehenen negativen Auswirkungen zu vermeiden.

2.2 Transparenz

Der zweite Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte transparent sein in Bezug auf seine Entscheidungen und Aktivitäten, die die Gesellschaft und die Umwelt beeinflussen.

Ein Unternehmen sollte die organisationspolitischen Vorgaben, Entscheidungen und Aktivitäten, für die es verantwortlich ist, sowie deren bekannte und wahrscheinliche Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt offenlegen. Die Offenlegung sollte eindeutig, genau, vollständig sowie in vernünftigem und ausreichendem Umfang erfolgen. Diese Information sollte für diejenigen leicht abrufbar, direkt zugänglich und verständlich sein, die durch das Unternehmen wesentlich beeinträchtigt wurden oder sein könnten. Die Information sollte zeitnah und sachlich sowie eindeutig und objektiv erfolgen. Die Anspruchsgruppen sollen so in die Lage versetzt werden, die Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmens auf ihre jeweiligen Interessen korrekt zu bewerten.

Der Grundsatz der Transparenz erfordert es weder, geheime Angaben zu veröffentlichen, noch Informationen zur Verfügung zu stellen, die vertraulich sind oder die gesetzliche, kommerzielle, sicherheitsrelevante Pflichten sowie persönliche Datenschutzpflichten verletzen würden.

Ein Unternehmen sollte transparent sein in Bezug auf:

- den Zweck, die Art und die Standorte seiner Aktivitäten;
- die Identität derjenigen, die maßgeblich Einfluss auf die Aktivitäten des Unternehmens nehmen;
- die Art, wie Entscheidungen getroffen, umgesetzt und überprüft werden, einschließlich der Definition der Rollen, Verantwortlichkeiten, Rechenschaftspflichten und Zuständigkeiten in den unterschiedlichen Funktionen im Unternehmen;

- Normen und Kriterien, anhand derer das Unternehmen bewertet, inwieweit es seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachkommt;
- seine Leistungen im Bereich relevanter und wesentlicher Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung;
- Quellen, Umfang und Verwendung ihrer Finanzmittel;
- die bekannten und wahrscheinlichen Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten auf ihre Anspruchsgruppen, die Gesellschaft, die Wirtschaft und die Umwelt; und
- ihre Anspruchsgruppen und auf die verwendeten Kriterien und Verfahren, die dazu dienen, die Anspruchsgruppen zu identifizieren, auszuwählen und einzubinden.

2.3 Ethisches Verhalten

Der dritte Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte ethisch handeln. D.h., das Handeln eines Unternehmens sollte auf den Werten der Ehrlichkeit, der Gerechtigkeit und der Rechtschaffenheit beruhen. Diese Werte implizieren die Sorge um Mensch und Umwelt sowie eine Selbstverpflichtung, sich mit den Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten auf die Interessen der Anspruchsgruppen auseinanderzusetzen.

Ein Unternehmen sollte ethisches Verhalten aktiv fördern, indem es:

- seine Grundwerte und Grundsätze festlegt und bekanntmacht;
- Führungsstrukturen entwickelt und nutzt, welche ethisches Verhalten innerhalb des Unternehmens, in seiner Entscheidungsfindung und in den Beziehungen mit Dritten fördern;
- ethische Verhaltensstandards festlegt, sich aneignet und lebt, die dem Zweck und den Aktivitäten des Unternehmens entsprechen und den international anerkannten Grundsätzen übereinstimmen;
- zur Beachtung der eigenen ethischen Verhaltensstandards ermutigt und diese fördert;
- ethische Verhaltensstandards festlegt und bekanntmacht, an denen sich die eigene Führungsstruktur, das eigene Personal, Lieferanten, Auftragnehmer und gegebenenfalls Eigentümer und Manager messen lassen sollen. Diese ethischen Verhaltensstandards sollten sich insbesondere auch an diejenigen richten, die – unter Wahrung der lokalen kulturellen Identität – die Möglichkeit haben, Werte, Kultur, Integrität, Strategie und Handlungsweise des Unternehmens selbst und der Personen, die für sie tätig sind, wesentlich zu beeinflussen;
- Interessenkonflikte innerhalb des Unternehmens vermeidet oder löst, die anderenfalls zu unethischem Verhalten führen könnten;
- Aufsichtsmechanismen und -kontrollen schafft und aufrechterhält, um ethisches Verhalten zu überprüfen, zu unterstützen und zu stärken;
- Verfahren entwickelt und aufrechterhält, die das Bekanntgeben von Verstößen gegen ethische Verhaltensstandards ohne Angst vor Repressalien ermöglichen;
- Situationen erkennt und sich mit ihnen auseinandersetzt, für die entweder keine entsprechenden Gesetze oder Vorschriften vorliegen oder die im Widerspruch zu ethischem Verhalten stehen;
- international anerkannte Standards ethischen Verhaltens bei der Forschung mit und am Menschen übernimmt und anwendet; und
- auf das Wohlergehen aller Lebewesen achtet, deren Leben und Artbestand beeinträchtigt werden, indem anständige Bedingungen für Haltung, Aufzucht, Produktion, Transport und Nutzung geschaffen werden.

2.4 Achtung der Interessen von Anspruchsgruppen

Der vierte Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte die Interessen seiner Anspruchsgruppen achten, berücksichtigen und auf sie eingehen. Obwohl die Ziele eines Unternehmens häufig auf die Interessen seiner Eigentümer, Mitarbeiter, Kunden oder Auftragsgeber begrenzt sind, können auch andere Einzelpersonen oder Gruppen Rechte, Ansprüche oder spezifische Interessen haben, die berücksichtigt werden sollten. Sie bilden zusammen die Anspruchsgruppen des Unternehmens.

Ein Unternehmen sollte:

- seine Anspruchsgruppen identifizieren;
- die Interessen und Rechtsansprüche ihrer Anspruchsgruppen anerkennen und gebührend berücksichtigen sowie auf deren vorgebrachte Anliegen reagieren;
- anerkennen, dass manche Anspruchsgruppen die Aktivitäten des Unternehmens erheblich beeinträchtigen können;
- die unterschiedliche Fähigkeit der Anspruchsgruppen ermitteln und berücksichtigen, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten, mit ihm zusammenzuarbeiten und es zu beeinflussen;
- berücksichtigen, in welchem Verhältnis die Interessen ihrer Anspruchsgruppen zu den übergeordneten Erwartungen der Gesellschaft und zur nachhaltigen Entwicklung stehen, und welcher Art die Beziehung der Anspruchsgruppen zum Unternehmen ist; und
- die Auffassungen solcher Anspruchsgruppen berücksichtigen, deren Interessen mit großer Wahrscheinlichkeit von einer Entscheidung oder Aktivität betroffen sind, auch wenn sie keine Rolle in der Führung des Unternehmens haben oder sich dieser Interessen nicht bewusst sind.

2.5 Achtung der Rechtsstaatlichkeit

Der fünfte Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte anerkennen, dass Recht und Gesetz unbedingt zu achten sind. Dieser Grundsatz der Rechtsstaatlichkeit bezieht sich auf die Vormachtstellung des Gesetzes, insbesondere auf die Vorstellung, dass keine Einzelperson oder Organisation über dem Gesetz steht und dass auch die Regierung dem Gesetz untersteht. Rechtsstaatlichkeit steht im Gegensatz zur willkürlichen Machtausübung. Rechtsstaatlichkeit beinhaltet im Allgemeinen, dass Gesetze und Vorschriften nach festgelegten Verfahren geschrieben, öffentlich mitgeteilt und ordnungsgemäß durchgesetzt werden. Im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung bedeutet die Achtung der Rechtsstaatlichkeit, dass ein Unternehmen alle anwendbaren Gesetze und Vorschriften einhält. Das bedeutet auch, dass jedes Unternehmen Maßnahmen ergreifen sollte, um sich aller maßgeblichen Gesetze und Vorschriften bewusst zu sein, alle Mitarbeiter im Unternehmen über ihre Pflicht zur Einhaltung zu informieren und diese Maßnahmen umzusetzen.

Ein Unternehmen sollte schließlich:

- die gesetzlichen Anforderungen in allen Rechtssystemen einhalten, in denen das Unternehmen agiert, auch wenn diese Gesetze und Vorschriften nicht angemessen durchgesetzt werden;
- sicherstellen, dass seine Beziehungen und Aktivitäten den vorgesehenen und anzuwendenden Rechtsrahmen einhalten;
- über alle gesetzlichen Verpflichtungen informiert bleiben; und regelmäßig die Einhaltung geltender Gesetze und Vorschriften prüfen.

2.6 Achtung internationaler Verhaltensstandards

Der sechste Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte bei gleichzeitiger Orientierung am Grundsatz der Rechtsstaatlichkeit international anerkannte Verhaltensstandards achten.

Ein Unternehmen sollte ausschließlich legale Mittel und Wege in Betracht ziehen, auf relevante Organisationen und Behörden Einfluss zu nehmen. Ein Unternehmen sollte es vermeiden, an Aktivitäten eines anderen Unternehmens beteiligt zu sein, die nicht im Einklang mit internationalen Verhaltensstandards stehen.

2.7 Achtung der Menschenrechte

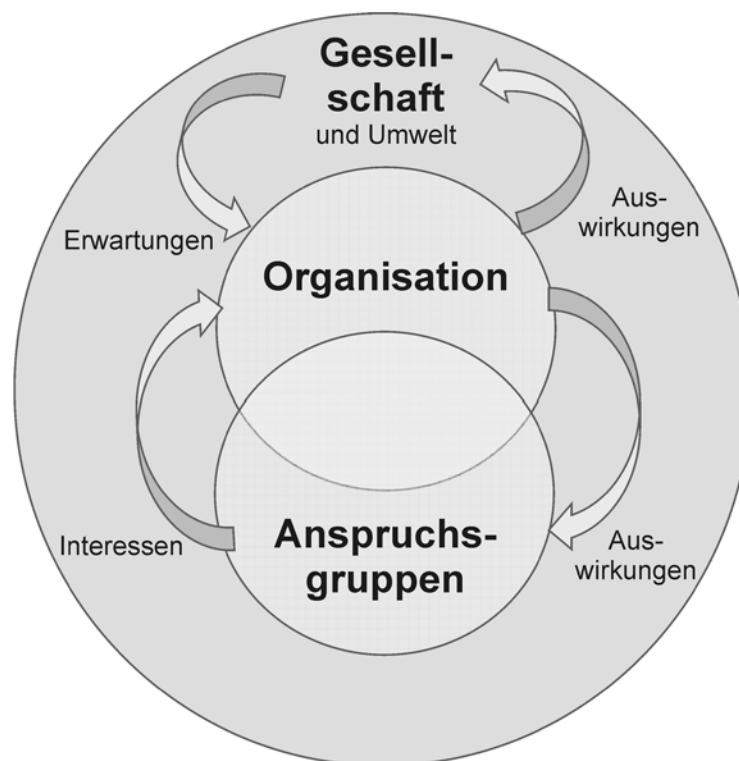
Der siebte Grundsatz lautet: Ein Unternehmen sollte die Menschenrechte achten und sowohl deren Bedeutung als auch deren Allgemeingültigkeit anerkennen. Es sollte:

- die in der Menschenrechtscharta ausgeführten Rechte achten und, wo möglich, fördern;
- die Allgemeingültigkeit dieser Rechte achten;
- in Situationen, in denen die Menschenrechte nicht geschützt werden, Maßnahmen ergreifen, damit die Menschenrechte geachtet werden, und keinen Vorteil aus diesen Situationen ziehen; und
- in Situationen, in denen das Recht oder dessen Umsetzung nicht zu einem angemessenen Schutz der Menschenrechte führt, am Grundsatz der Achtung internationaler Verhaltensstandards festhalten.

3 Gesellschaftliche Verantwortung und Einbindung von Anspruchsgruppen

Gesellschaftliche Verantwortung anzuerkennen bedeutet, die Anspruchsgruppen eines Unternehmens anzuerkennen. Es besteht ein wesentlicher Grundsatz gesellschaftlicher Verantwortung darin, dass ein Unternehmen die Interessen seiner Anspruchsgruppen, die von seinen Entscheidungen und Aktivitäten betroffen sind, achtet und berücksichtigt. Beim Umgang mit seiner gesellschaftlichen Verantwortung sollte ein Unternehmen drei Beziehungen verstehen:

1. Ein Unternehmen sollte verstehen und erkennen, wie sich seine Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gesellschaft und auf die Umwelt auswirken. Es sollte sich die Erwartungen der Gesellschaft hinsichtlich eines verantwortungsvollen Umgangs mit diesen Auswirkungen bewusst machen.
2. Ein Unternehmen sollte sich seiner unterschiedlichen Anspruchsgruppen (interessierte Kreise, Stakeholder) bewusst sein. Das sind die Einzelpersonen oder die Gruppen, deren Interessen von Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmens betroffen sein können.
3. Ein Unternehmen sollte einerseits die Beziehung zwischen den Interessen der Anspruchsgruppen, die durch das Unternehmen betroffen sind, und andererseits die Erwartungen der Gesellschaft verstehen. Obwohl Anspruchsgruppen einen Teil der Gesellschaft darstellen, können sie Interessen haben, die mit den Erwartungen der Gesellschaft nicht übereinstimmen. In Bezug auf ein bestimmtes Handlungsfeld haben Anspruchsgruppen spezifische Interessen gegenüber dem Unternehmen. Diese Interessen können von dem abweichen, was die Gesellschaft unter gesellschaftlich verantwortlichem Verhalten in Bezug auf ein bestimmtes Handlungsfeld verstehen würde.



3.1 Beziehung zwischen einem Unternehmen, seinen Anspruchsgruppen und der Gesellschaft insgesamt

Setzt sich ein Unternehmen mit seiner gesellschaftlichen Verantwortung auseinander, sollte es alle drei Beziehungen berücksichtigen. Ein Unternehmen, seine Anspruchsgruppen und die Gesellschaft haben in der Regel unterschiedliche Sichtweisen, da sich ihre grundlegenden Ziele unterscheiden. Dabei sollte bedacht werden, dass Einzelpersonen und Organisationen viele und unterschiedliche Interessen haben können, die durch die Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens beeinflusst werden.

3.2 Anerkennen der Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung

Eine erfolgversprechende Herangehensweise zur Bestimmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung besteht für ein Unternehmen darin, sich mit den Handlungsfeldern gesellschaftlicher Verantwortung in den folgenden sieben Kernthemen vertraut zu machen: Unternehmensführung; Menschenrechte; Arbeitspraktiken; Umwelt; faire Geschäftspraktiken; Konsumenten Anliegen; und Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft.

Diese Kernthemen umfassen die wahrscheinlichsten wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Auswirkungen, mit denen sich ein Unternehmen auseinandersetzen sollte. Jedes dieser Kernthemen wird nachfolgend betrachtet. Die Diskussion jedes Kernthemas beinhaltet spezifische Handlungsfelder, die ein Unternehmen bei der Bestimmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung berücksichtigen sollte. Jedes Kernthema, jedoch nicht zwangsläufig jedes Handlungsfeld, hat für jedes Unternehmen eine gewisse Relevanz.

Jedes Handlungsfeld beinhaltet eine Reihe von Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreifen sollte, und Erwartungen, wie sich ein Unternehmen die für seine Entscheidungen und Aktivitäten relevanten Handlungsfelder zusammen mit den entsprechenden Maßnahmen und Erwartungen bestimmen.

Die Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens sollten mit Blick auf diese Handlungsfelder betrachtet werden. Zudem können die Kernthemen und deren entsprechende Handlungsfelder unterschiedlich beschrieben oder aufgliedert werden. Ferner gibt es weitere wichtige Aspekte, zum Beispiel Gesundheits- und Sicherheitsaspekte, ökonomische Aspekte und Aspekte zur Wertschöpfungskette.

Ein Unternehmen sollte alle Kernthemen prüfen, um zu bestimmen, welche Handlungsfelder relevant sind. Nach der Bestimmung relevanter Handlungsfelder sollte eine Bewertung erfolgen, wie wesentlich die Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmens sind. Ob eine Auswirkung wesentlich ist, sollte mit Blick auf die betroffenen Anspruchsgruppen und den Bezug der Auswirkung zur nachhaltigen Entwicklung beurteilt werden. Wenn ein Unternehmen die Kernthemen seiner gesellschaftlichen Verantwortung bestimmt, ist es hilfreich, das Zusammenspiel mit anderen Unternehmen zu berücksichtigen. Ein Unternehmen sollte ebenso die Auswirkung seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf Anspruchsgruppen berücksichtigen.

Ein Unternehmen, das seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen möchte, sollte sowohl bestehende rechtsverbindliche als auch andere Verpflichtungen berücksichtigen. Rechtsverbindliche Verpflichtungen umfassen anzuwendende Gesetze und Vorschriften, aber auch Verpflichtungen in Bezug auf wirtschaftliche, soziale und umweltbezogene Fragen, die in durchsetzbaren Verträgen vereinbart sein können. Ein Unternehmen sollte die von ihm eingegangenen Selbstverpflichtungen zur gesellschaftlichen Verantwortung beachten. Derartige Selbstverpflichtungen können in ethischen Verhaltenskodizes oder Leitfäden enthalten sein oder aus der Mitgliedschaft in Vereinigungen resultieren.

Gesellschaftliche Verantwortung anzuerkennen ist ein fortwährender Prozess. Die potentiellen Auswirkungen von Entscheidungen und Aktivitäten sollten bestimmt und während der Planungsphase neuer Aktivitäten berücksichtigt werden. Laufende Aktivitäten sollten wann immer notwendig bewertet werden, damit das Unternehmen sicher sein kann, dass es seine gesellschaftliche Verantwortung weiterhin wahrnimmt, und um festzulegen, ob zusätzliche Handlungsfelder berücksichtigt werden müssen.

3.3 Gesellschaftliche Verantwortung und der Einflussbereich eines Unternehmens

Ein Unternehmen ist ebenso verantwortlich für die Auswirkungen von Entscheidungen und Aktivitäten, über die es die formale und/oder eine De-facto-Kontrolle (liegt in Situationen vor, in denen ein Unternehmen die Fähigkeit hat, Dritten Entscheidungen und Aktivitäten vorzuschreiben, auch wenn sie keine rechtliche oder formale Befugnis dazu hat) hat. Solche Auswirkungen können weitreichend sein. Zusätzlich zur Verantwortung für ihre eigenen Entscheidungen und Aktivitäten hat ein Unternehmen in manchen Situationen die Möglichkeit, das Verhalten von Organisationen/Gruppen, mit denen es in einer Beziehung steht, zu beeinflussen. Solche Situationen fallen in den Einflussbereich des Unternehmens.

Dieser Einflussbereich umfasst Beziehungen innerhalb und außerhalb der Wertschöpfungskette eines Unternehmens, jedoch nicht zwangsläufig die gesamte Wertschöpfungskette. Zum Einflussbereich können formale oder nicht-formale Vereinigungen, in denen sich das Unternehmen beteiligt, ebenso gehören wie Partnerorganisationen oder Wettbewerber.

Ein Unternehmen hat nicht immer die Verantwortung, seinen Einfluss auszuüben nur weil es dazu in der Lage ist. Zum Beispiel kann es nicht für die Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten anderer Unternehmen, auf die sie Einfluss ausüben könnte, verantwortlich gemacht werden, wenn diese Auswirkungen nicht das Ergebnis seiner eigenen Entscheidungen und Aktivitäten sind. Dennoch kann es Situationen geben, in denen das Unternehmen die Verantwortung hat, seinen Einfluss auszuüben. Dies hängt davon ab, in welchem Ausmaß die Beziehung des Unternehmens zu den negativen Auswirkungen beiträgt. Im Übrigen gibt es Situationen, in denen ein Unternehmen seinen Einfluss freiwillig ausübt, weil es das möchte oder weil es von ihm erwartet wird, obwohl es nicht in seiner Verantwortung liegt.

Ein Unternehmen kann sowohl darüber entscheiden, ob es eine Beziehung zu einem anderen Unternehmen unterhält, als auch über die Art und den Umfang dieser Beziehung. Davon abhängig gibt es Situationen, in denen ein Unternehmen die Verantwortung hat, auf die Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten des anderen Unternehmens zu achten. Es sollte Maßnahmen ergreifen, um die negativen Auswirkungen, die aus dieser Beziehung entstehen, zu verhindern oder abzuschwächen.

Bei der Bewertung seines Einflussbereichs und bei der Bestimmung ihrer Verantwortlichkeiten sollte ein Unternehmen mit gebührender Sorgfalt vorgehen, um zu vermeiden, dass seine Beziehungen zu negativen Auswirkungen beitragen.

3.4 Identifizierung und Einbindung der Anspruchsgruppen

Die Identifizierung und Einbindung ihrer Anspruchsgruppen ist von zentraler Bedeutung für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch ein Unternehmen. Anspruchsgruppen sind Organisationen oder Einzelpersonen, die ein Interesse oder mehrere Interessen an einer Entscheidung oder Aktivität eines Unternehmens haben. Da diese Interessen durch ein Unternehmen beeinflusst werden können, entsteht eine Beziehung mit dem Unternehmen. Diese Beziehung muss keinen formalen Charakter haben. Die durch dieses Interesse geschaffene Beziehung besteht unabhängig davon, ob sich die Beteiligten dessen bewusst sind oder nicht. Ein Unternehmen kann sich nicht stets all seiner Anspruchsgruppen bewusst sein, obwohl es versuchen sollte, diese zu identifizieren. Gleichmaßen sind sich viele Anspruchsgruppen möglicherweise nicht im Klaren darüber, dass ein Unternehmen ihre Interessen beeinflussen könnte.

„Interesse“ bezieht sich in diesem Zusammenhang auf die tatsächliche oder mögliche Grundlage für einen Anspruch, das heißt, eine Schuld einzufordern, oder zu fordern, ein Recht zu achten. Ein solcher Anspruch muss nicht notwendigerweise mit finanziellen Forderungen oder Rechtsansprüchen verbunden sein. Manchmal kann er einfach in dem Recht bestehen, gehört zu werden. Ob ein Interesse relevant oder wesentlich ist, kann am besten durch seinen Bezug zur nachhaltigen Entwicklung bestimmt werden.

Wenn man versteht, in welcher Weise Einzelpersonen oder Gruppen von den Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens betroffen sind, wird es auch möglich die Interessen zu erkennen, durch die eine Beziehung zum Unternehmen hergestellt wird. Deshalb wird die Bestimmung der Auswirkungen seiner eigenen Entscheidungen und Aktivitäten dem Unternehmen dabei helfen, seine wichtigsten Anspruchsgruppen zu identifizieren.

Unternehmen können zahlreiche Anspruchsgruppen haben. Darüber hinaus haben verschiedene Anspruchsgruppen unterschiedliche und manchmal konkurrierende Interessen. Zum Beispiel könnten die Interessen der Bewohner einer Gemeinde sowohl durch positive Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens, wie Beschäftigung, als auch durch dessen negative Auswirkungen, wie Luftverschmutzung, betroffen sein.

Manche Anspruchsgruppen sind Teil des Unternehmens selbst. Dazu zählen die Beschäftigten oder Eigentümer des Unternehmens. Diese Anspruchsgruppen haben ein gemeinsames Interesse an dem Zweck des Unternehmens und an dessen Erfolg. Dies bedeutet jedoch nicht, dass sich alle ihre Interessen in Bezug auf das Unternehmen decken.

Die Interessen der meisten Anspruchsgruppen stehen im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens und gleichen oft den Interessen der Gesellschaft. Ein Beispiel ist das Interesse eines Grundstückseigentümers, dessen Grundstück aufgrund einer neuen Verschmutzungsquelle an Wert verliert.

Nicht alle Anspruchsgruppen eines Unternehmens gehören organisierten Gruppen an, die den Zweck verfolgen, gegenüber bestimmten Organisationen ihre Interessen zu vertreten. Zahlreiche Anspruchsgruppen sind überhaupt nicht organisiert und werden aus diesem Grund übersehen oder ignoriert. Dieses Problem kann in Bezug auf schutzbedürftige (vulnerable) Gruppen und zukünftige Generationen von besonderer Bedeutung sein. Gruppen, die soziale oder umweltbezogene Interessen vertreten, können Anspruchsgruppen eines Unternehmens sein, wenn deren Entscheidungen und Aktivitäten eine relevante und wesentliche Auswirkung auf diese Interessen haben.

Ein Unternehmen sollte überprüfen, ob Gruppen, welche den Anspruch erheben, im Namen bestimmter Anspruchsgruppen zu sprechen oder bestimmte Interessen zu vertreten, repräsentativ und glaubwürdig sind. In manchen Fällen wird es nicht möglich sein, dass wichtige Interessen direkt vertreten werden.

Zum Beispiel sind Kinder selten in Gruppen organisiert oder leiten solche. In dieser Situation sollte ein Unternehmen die Ansichten vertrauenswürdiger Gruppen berücksichtigen, die danach streben, derartige Interessen zu schützen.

Ein Unternehmen sollte sich bei der Identifizierung seiner Anspruchsgruppen die folgenden Fragen stellen:

- Wem gegenüber hat das Unternehmen gesetzliche Verpflichtungen?
- Wer könnte von den Entscheidungen oder Aktivitäten des Unternehmens positiv oder negativ betroffen sein?
- Wer wird voraussichtlich Bedenken zu Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmens äußern? Wer war in der Vergangenheit daran beteiligt, als mit ähnlichen Fragen umgegangen wurde?
- Wer kann dem Unternehmen dabei helfen, bestimmte Auswirkungen festzustellen?
- Wer kann die Fähigkeit des Unternehmens beeinflussen, seinen Verantwortlichkeiten nachzukommen?
- Wer wäre durch eine Nichteinbeziehung benachteiligt?
- Wer innerhalb der Wertschöpfungskette ist betroffen?

3.5 Einbindung von Anspruchsgruppen

Die Einbindung von Anspruchsgruppen beinhaltet den Dialog zwischen dem Unternehmen und einer oder mehrerer seiner Anspruchsgruppen. Die Einbindung von Anspruchsgruppen unterstützt das Unternehmen bei der Wahrnehmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung, indem sie ihm eine fundierte Grundlage für seine Entscheidungen bietet.

Die Einbindung von Anspruchsgruppen kann auf vielfältige Weise erfolgen. Sie kann durch ein Unternehmen selbst oder als Reaktion des Unternehmens auf eine oder mehrere Anspruchsgruppen initiiert werden. Sie kann sowohl im Rahmen informeller als auch formeller Treffen stattfinden und auf unterschiedlichen Wegen verwirklicht werden, wie z. B. in Form von Einzeltreffen, Konferenzen, Workshops, öffentlichen Anhörungen, Diskussionen am Runden Tisch, Beratungsausschüssen, regelmäßigen und strukturierten Informations- und Beratungsverfahren, Kollektivverhandlungen und internetbasierten Foren. Die Einbindung von Anspruchsgruppen sollte interaktiv erfolgen und soll ermöglichen, dass die Ansichten der Anspruchsgruppen Gehör finden. Ihr wesentliches Merkmal ist der wechselseitige Austausch.

Es gibt für ein Unternehmen unterschiedliche Gründe, seine Anspruchsgruppen einzubinden. Die Einbindung seiner Anspruchsgruppen kann von einem Unternehmen genutzt werden, um:

- die wahrscheinlichen Folgen seiner Entscheidungen und Aktivitäten für bestimmte Anspruchsgruppen besser zu verstehen;
- festzustellen, wie die positiven Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten am besten vergrößert und negative Auswirkungen vermindert werden können;
- festzustellen, ob seine Angaben zur gesellschaftlichen Verantwortung als glaubwürdig wahrgenommen werden;

- sich Unterstützung bei der Bewertung seiner Leistung mit dem Ziel der Verbesserung zu holen;
- Konflikte zwischen seinen eigenen Interessen, den Interessen seiner Anspruchsgruppen und den Erwartungen der Gesellschaft als Ganzes zu lösen;
- sich mit der Verknüpfung zwischen den Interessen der Anspruchsgruppen und seinen eigenen Verantwortlichkeiten gegenüber der Gesellschaft auseinanderzusetzen;
- zu einem kontinuierlichen Lernprozess beizutragen;
- gesetzliche Verpflichtungen (z. B. gegenüber Beschäftigten) zu erfüllen;
- mit in Konflikt stehenden Interessen, entweder zwischen dem Unternehmen und einer Anspruchsgruppe oder zwischen Anspruchsgruppen, umzugehen;
- von unterschiedlichen Sichtweisen zu profitieren;
- die Transparenz seiner Entscheidungen und Aktivitäten zu verbessern; und
- durch Bildung von Partnerschaften Ziele von wechselseitigem Nutzen zu erreichen.

In den meisten Fällen wird ein Unternehmen die Erwartungen der Gesellschaft, wie das Unternehmen mit den Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten umgehen sollte, bereits kennen oder kann sie leicht in Erfahrung bringen. In solchen Fällen ist es nicht erforderlich, sich auf die Einbindung bestimmter Anspruchsgruppen zu stützen, um diese Erwartungen zu verstehen, wenngleich auch der Prozess der Einbindung von Anspruchsgruppen weitere Vorteile hat.

Erwartungen der Gesellschaft spiegeln sich in Gesetzen und Vorschriften, in allgemein anerkannten gesellschaftlichen oder kulturellen Erwartungen und, zu bestimmten Themen, in bewährten Standards oder vorbildlichen Praktiken (Best Practices) wider. Erwartungen, die sich aus der Einbindung von Anspruchsgruppen ergeben, sollten bereits bestehende Erwartungen an das Verhalten eines Unternehmens eher ergänzen als ersetzen.

Zur Einbindung der Anspruchsgruppen mit der höchsten Relevanz sollte ein Prozess entwickelt werden. Das Interesse (oder die Interessen) der als Anspruchsgruppen identifizierten Organisationen oder Einzelpersonen sollte(n) authentisch sein. Der Identifikationsprozess sollte ergeben, ob die Anspruchsgruppen durch eine Entscheidung oder Aktivität des Unternehmens beeinflusst wurden oder künftig voraussichtlich beeinflusst werden. Wo möglich und praktikabel, sollten die für diese Interessen repräsentativsten Organisationen eingebunden werden. Eine erfolgreiche Einbindung beruht auf wechselseitigem Vertrauen und geht über bloße Öffentlichkeitsarbeit hinaus.

Bei der Einbindung von Anspruchsgruppen sollte ein Unternehmen keiner besonderen Gruppe den Vorrang geben, bloß weil diese „freundlicher“ ist oder die Ziele des Unternehmens besser unterstützt als eine andere Gruppe. Ein Unternehmen sollte die Einbindung bestimmter Anspruchsgruppen nicht unterlassen, nur weil diese sich nicht äußern. Ein Unternehmen sollte selbst keine Gruppen bilden oder unterstützen, um den Anschein zu erwecken, dass sie über einen Dialogpartner verfügt, wenn der angebliche Partner faktisch nicht unabhängig ist. Ein aufrichtiger Dialog mit den Anspruchsgruppen umfasst unabhängige Beteiligte und eine Offenlegung jeglicher finanzieller oder ähnlicher Unterstützung.

Ein Unternehmen sollte sich über die Wirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf die Interessen und Bedürfnisse seiner Anspruchsgruppen bewusst sein. Es sollte seine Anspruchsgruppen sowie deren unterschiedliche Möglichkeiten und Bedürfnisse, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten, gebührend beachten.

Die Wahrscheinlichkeit, dass die Einbindung der Anspruchsgruppen von Nutzen ist, steigt, wenn der Zweck der Einbindung verstanden wird; wenn die Interessen der Anspruchsgruppen identifiziert wurden; wenn die Beziehung, die diese Interessen zwischen dem Unternehmen und den Anspruchsgruppen herstellt, unmittelbar oder wichtig ist; wenn die Interessen der Anspruchsgruppen für die nachhaltige Entwicklung relevant und wesentlich sind; und wenn die Anspruchsgruppen über die notwendigen Informationen und das Verständnis verfügen, um ihre Entscheidungen zu treffen.

4. Empfehlungen zu den Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung

Um das Ausmaß ihrer gesellschaftlichen Verantwortung festzulegen, die relevanten Handlungsfelder zu identifizieren und Schwerpunkte zu setzen, sollte sich ein Unternehmen mit den folgenden sieben Kernthemen auseinandersetzen:

- **Unternehmensführung;**
- **Menschenrechte;**
- **Arbeitspraktiken;**
- **Umwelt;**
- **faire Geschäftspraktiken;**
- **Konsumentenangelegenheiten;**
- **Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft.**

Ökonomische Aspekte, Gesundheits- und Sicherheitsaspekte sowie Aspekte der Wertschöpfungskette werden gegebenenfalls in jedem der sieben Kernthemen behandelt. Ebenso werden die unterschiedlichen Auswirkungen der sieben Kernthemen auf Männer und Frauen berücksichtigt.

Jedes der sieben Kernthemen beinhaltet eine Reihe von Handlungsfeldern gesellschaftlicher Verantwortung, die im Folgenden gemeinsam mit entsprechenden Maßnahmen und Erwartungen beschrieben werden. Da gesellschaftliche Verantwortung ein dynamisches Konzept ist und die Fortentwicklung sozialer, wirtschaftlicher und umweltbezogener Anliegen widerspiegelt, können sich für die Zukunft weitere Handlungsfelder ergeben.

Maßnahmen zu diesen sieben Kernthemen und Handlungsfeldern sollten sich an den Grundsätzen und Ansätzen zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung orientieren. Ein Unternehmen sollte für jedes Kernthema alle Handlungsfelder identifizieren, die relevant oder wesentlich für seine Entscheidungen und Aktivitäten sind, und sich mit ihnen auseinandersetzen. Bei der Einschätzung der Relevanz eines Handlungsfelds sollten kurz- und langfristige Ziele berücksichtigt werden. Gleichwohl gibt es keine im Vorhinein festgelegte Reihenfolge, in der sich ein Unternehmen der Kernthemen und Handlungsfelder annehmen sollte; diese hängt vom jeweiligen Unternehmen und seiner besonderen Situation oder seinem Kontext ab.

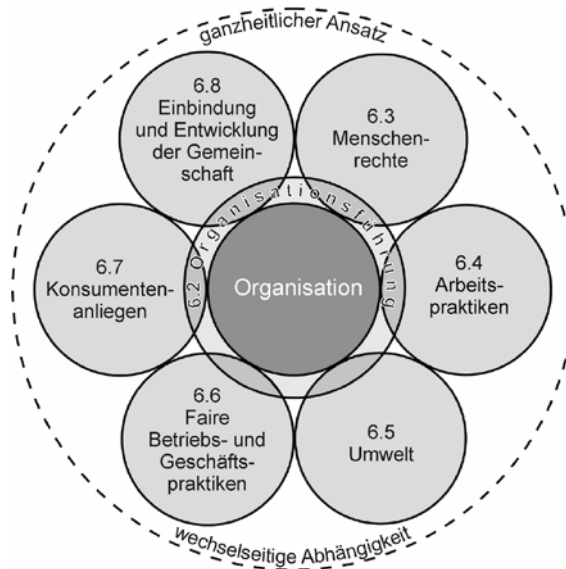
Obwohl alle sieben Kernthemen zusammenhängen und sich gegenseitig ergänzen, unterscheidet sich das Kernthema der Unternehmensführung in seiner Art von den anderen Kernthemen. Eine wirkungsvolle Unternehmensführung versetzt ein Unternehmen in die Lage, Maßnahmen zu/in den anderen Kernthemen und Handlungsfeldern zu ergreifen und die dargelegten Grundsätze umzusetzen.

Ein Unternehmen sollte die sieben Kernthemen ganzheitlich betrachten, das heißt, es sollte alle Kernthemen und Handlungsfelder sowie deren wechselseitige Abhängigkeit betrachten und sich weniger auf ein einzelnes Handlungsfeld konzentrieren. Unternehmen sollten sich bewusst sein, dass die Auseinandersetzung mit einem Handlungsfeld zu einem Zielkonflikt mit einem anderen führen kann. Verbesserungen in einem bestimmten Handlungsfeld sollten keine negativen Auswirkungen auf andere haben. Ebenso sollten sich daraus keine nachteiligen Auswirkungen auf den Lebenszyklus der Produkte oder Dienstleistungen, auf die Anspruchsgruppen oder die Wertschöpfungskette ergeben.

Sich mit den sieben Kernthemen und deren Handlungsfeldern auseinanderzusetzen und gesellschaftliche Verantwortung in ihre Entscheidungen und Aktivitäten zu integrieren kann für ein Unternehmen wichtige Vorteile bringen, denn es kann eher fundierte Entscheidungen treffen, wenn diese auf Grundlage eines verbesserten Verständnisses der Erwartungen der Gesellschaft, der mit gesellschaftlicher Verantwortung verbundenen Chancen (sowie besseres Management von Rechtsrisiken) und der Risiken, nicht gesellschaftlich verantwortlich zu handeln, getroffen werden.

Die Beziehungen des Unternehmens mit/zu ihren Anspruchsgruppen verbessern sich. Sie eröffnen dem Unternehmen neue Betrachtungsweisen und ermöglichen den Kontakt mit einer großen Bandbreite unterschiedlicher Anspruchsgruppen.

Schließlich verbessert sich die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens, unter anderem durch besseren Zugang zum Kapitalmarkt und den Status als bevorzugter Partner.



Die sieben Kernthemen

4.1 Unternehmensführung

Unter Unternehmensführung versteht man das System, mit dessen Hilfe ein Unternehmen zum Zweck der Verfolgung seiner Ziele Entscheidungen trifft und umsetzt.

Unternehmensführung kann sowohl formelle Führungs- und Steuerungsmechanismen auf Grundlage definierter Strukturen und Prozesse als auch informelle Mechanismen umfassen. Letztere entstehen in Verbindung mit der Kultur und den Werten des Unternehmens und werden oftmals von den Personen geprägt, die das Unternehmen führen. **Unternehmensführung ist eine Kernfunktion eines jeden Unternehmens, da sie den Rahmen für die Entscheidungsfindung im Unternehmen bildet.** Sie ist damit der entscheidende Erfolgsfaktor, der es einem Unternehmen ermöglicht, Verantwortung für die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten zu übernehmen und gesellschaftliche Verantwortung unternehmensweit und in seine Beziehungen zu integrieren.

Führungs- und Steuerungssysteme variieren je nach Größe und Art des Unternehmens und dem umweltbezogenen, wirtschaftlichen, politischen, kulturellen und sozialen Kontext, in dem es agiert. Diese Systeme werden von einer Person oder einer Personengruppe (Eigentümern, Mitarbeitern, Gesellschaftern oder anderen) geleitet, die die Befugnis und die Verantwortung hat/haben, die Ziele des Unternehmens zu verfolgen.

Unternehmensführung zeichnet sich im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung dadurch aus, dass sie sowohl ein Kernthema ist, mit dem sich Unternehmen auseinandersetzen sollten, als auch ein Instrument, das Unternehmen befähigt, mit Blick auf die anderen Kernthemen gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. Dieses besondere Merkmal ergibt sich aus der Tatsache, dass ein nach gesellschaftlicher Verantwortung strebendes Unternehmen über ein Führungs- und Steuerungssystem verfügen sollte, das es in die Lage versetzt, seiner Aufsichtspflicht nachzukommen und die zuvor erwähnten Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung zu leben.

Eine wirkungsvolle Unternehmensführung sollte die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung in die Entscheidungsfindung und -umsetzung einbeziehen. Diese Grundsätze sind Rechenschaftspflicht, Transparenz, ethisches Verhalten, Achtung der Interessen der Anspruchsgruppen, Achtung der Rechtsstaatlichkeit und internationaler Verhaltensstandards sowie Achtung der Menschenrechte. Zusätzlich zu diesen Grundsätzen sollte das Unternehmen beim Aufbau und bei der Bewertung seines Führungs- und Steuerungssystems die Ansätze zur Umsetzung, die Kernthemen und die Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung beachten.

Prozesse und Strukturen der Entscheidungsfindung, die die Anwendung der sieben Grundsätze und Ansätze fördern, unterstützen die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung.

Jedes Unternehmen verfügt über Prozesse und Strukturen der Entscheidungsfindung. In einigen Fällen sind diese formal, anspruchsvoll und unterliegen sogar Gesetzen und Vorschriften. In anderen Fällen sind sie eher informell und in der Unternehmenskultur sowie in den Werten des Unternehmens verwurzelt. Alle Unternehmen sollten Prozesse, Systeme, Strukturen und andere Mechanismen etablieren, die die Umsetzung der Grundsätze und Ansätze gesellschaftlicher Verantwortung ermöglichen und fördern. Die Prozesse und Strukturen der Entscheidungsfindung eines Unternehmens sollten es in die Lage versetzen:

- Strategien sowie strategische und operative Ziele zu entwickeln, die seine Selbstverpflichtung zur gesellschaftlichen Verantwortung widerspiegeln;
- die Selbstverpflichtung und Rechenschaftspflicht der Unternehmensleitung zu belegen;
- eine Umgebung und eine Kultur zu schaffen und zu fördern, in der die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung gelebt werden;
- ein System monetärer und nicht-monetärer Anreize zu schaffen, das auf gesellschaftliche Verantwortung abzielt;
- finanzielle und natürliche Ressourcen sowie Personal effizient zu nutzen;
- faire Chancen für unterrepräsentierte Gruppen zu fördern, damit diese leitende Stellungen im Unternehmen erreichen können;
- die Bedürfnisse des Unternehmens und seiner Anspruchsgruppen, und zwar sowohl deren unmittelbare Bedürfnisse als auch die Bedürfnisse zukünftiger Generationen, abzuwägen;
- dialogorientierte Kommunikationsprozesse mit seinen Anspruchsgruppen aufzubauen; diese haben zum Ziel, Bereiche zu identifizieren, in denen Einigkeit herrscht oder Meinungsverschiedenheiten bestehen und Lösungen für mögliche Konflikte auszuhandeln;
- alle Mitarbeiterebenen dazu zu ermutigen, sich aktiv in Aktivitäten des Unternehmens zur gesellschaftlichen Verantwortung einzubringen;
- für ein ausgewogenes Maß an Entscheidungsbefugnis, Verantwortung und Kompetenz der Personen zu sorgen, die im Namen des Unternehmens Entscheidungen treffen;
- die Umsetzung von Entscheidungen zu verfolgen, um sicherzustellen, dass diese auf gesellschaftlich verantwortliche Art und Weise umgesetzt werden, und um zu bestimmen, wer für die positiven wie negativen Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmens rechenschaftspflichtig ist; und
- regelmäßig die Führungsprozesse des Unternehmens zu überprüfen und zu beurteilen; ferner sollten Prozesse gemäß der Ergebnisse dieser Überprüfung angepasst und diese Änderungen im gesamten Unternehmen kommuniziert werden.

4.2 Menschenrechte

Menschenrechte sind die grundlegenden Rechte, auf die alle Menschen einen Anspruch haben. Es gibt im Wesentlichen zwei Kategorien von Menschenrechten. Die erste Kategorie umfasst Bürgerrechte und politische Rechte; sie beinhaltet Rechte wie das Recht auf Leben und Freiheit, das Recht auf Gleichheit vor dem Gesetz und das Recht auf freie Meinungsäußerung. Die zweite Kategorie bezieht sich auf wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte; sie beinhaltet Rechte wie das Recht auf Arbeit, das Recht auf Nahrung, das Recht auf das jeweils erreichbare Höchstmaß an Gesundheit, das Recht auf Bildung und das Recht auf soziale Sicherheit.

Verschiedene moralische, rechtliche und philosophische Normen beruhen auf der Prämisse, dass Menschenrechte über Gesetzen oder kulturellen Traditionen stehen. Diesen Vorrang der Menschenrechte hat die internationale Gemeinschaft in der Internationalen Menschenrechtscharta und den zentralen Menschenrechtsinstrumenten unterstrichen. Unternehmen werden generell von einer gesellschaftlichen und internationalen Ordnung profitieren, in denen diese Rechte und Freiheiten vollständig verwirklicht werden können.

Die Anerkennung und Achtung der Menschenrechte gilt gemeinhin als unentbehrlich für den Grundsatz der Rechtsstaatlichkeit und für Vorstellungen von sozialer Gerechtigkeit und Fairness; sie bilden das Fundament der wichtigsten Institutionen einer Gesellschaft, wie z. B. das Rechtssystem. Staaten haben die Pflicht und Verantwortung, die Menschenrechte zu achten, zu schützen und zu erfüllen. Ein Unternehmen trägt die Verantwortung dafür, die Menschenrechte zu achten, auch innerhalb des eigenen Einflussbereichs.

Jeder Mensch hat als Mitglied der Gesellschaft wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte, die für seine Würde und persönliche Entwicklung unverzichtbar sind. Diese Rechte beinhalten: Bildung; Arbeit unter gerechten und günstigen Bedingungen; Vereinigungsfreiheit; einen zufriedenstellenden Gesundheitszustand; einen Lebensstandard, der ihm/ihr und seiner/ihrer Familie körperliche und geistige Gesundheit sowie Wohlbefinden ermöglicht; Nahrung, Kleidung, Unterkunft, medizinische Versorgung und notwendige soziale Absicherung, wie z. B. Absicherung im Falle von Arbeitslosigkeit, Krankheit, Behinderung, Tod des Ehepartners, Alter oder bei anderweitigem Verlust der Unterhaltsmittel durch unverschuldete Umstände; Ausübung einer Religion und Kultur; reelle Chancen, ohne Diskriminierung an Entscheidungen mitzuwirken, die zur Förderung positiver und zur Erschwerung negativer Praktiken in Bezug auf diese Rechte beitragen.

Um diese Rechte zu achten, hat ein Unternehmen die Verantwortung, mit gebührender Sorgfalt vorzugehen, um sicherzustellen, dass es nicht an Aktivitäten beteiligt ist, die die Ausübung dieser Rechte verletzen, verhindern oder erschweren. Im Folgenden finden sich Beispiele dafür, was ein Unternehmen tun sollte, um diese Rechte zu respektieren. Ein Unternehmen sollte bewerten, wie sich seine Entscheidungen, Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen sowie neue Projekte auf diese Rechte auswirken können, und dabei auch die Rechte der örtlichen Bevölkerung einbeziehen. Ferner sollte es weder direkt noch indirekt den Zugang zu einem wesentlichen Produkt oder einer so wesentlichen Ressource wie Wasser einschränken oder verweigern. Zum Beispiel sollten Produktionsprozesse die Versorgung mit knappen Trinkwasserreserven nicht gefährden. Unternehmen sollten gegebenenfalls in Erwägung ziehen, unternehmenspolitische Vorgaben zu verabschieden oder einzuhalten, um die effiziente Verteilung von Gütern und Dienstleistungen der Grundversorgung in jenen Fällen sicherzustellen, wo diese Verteilung gefährdet ist.

Ein gesellschaftlich verantwortliches Unternehmen kann gegebenenfalls auch selbst zur Erfüllung dieser Rechte beitragen. Dabei sollten aber stets die unterschiedlichen Aufgaben und Fähigkeiten von Regierungen, Organisationen und anderen Unternehmen in Bezug auf die Bereitstellung dieser Rechte im Blick behalten werden.

Ein Unternehmen kann zum Beispiel Folgendes in Betracht ziehen:

- Zugang zu Bildung und lebenslangem Lernen für die Mitglieder einer Gemeinschaft zu erleichtern und wenn möglich, Unterstützung und Infrastruktur zur Verfügung stellen;
- sich mit anderen Unternehmen und Regierungsinstitutionen zusammenzutun, die ebenfalls die Achtung und Umsetzung von wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Rechten unterstützen;
- nach Möglichkeiten zu suchen, wie sie im Zusammenhang mit ihren Kernaktivitäten zur Verwirklichung dieser Rechte beitragen kann; und
- Waren oder Dienstleistungen an die Kaufkraft von Menschen anzupassen, die in Armut leben.
- Wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte sollten, wie andere Rechte auch, im lokalen Kontext betrachtet werden.

4.3 Rechte bei der Arbeit, Arbeitspraktiken und sozialer Dialog

Grundlegende Prinzipien und **Rechte bei der Arbeit** setzen den Akzent auf arbeitsbezogene Themen. Sie wurden von der internationalen Gemeinschaft als grundlegende Menschenrechte angenommen und werden als solche im Abschnitt Menschenrechte behandelt. Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) hat grundlegende Rechte bei der Arbeit identifiziert. Diese umfassen:

- Vereinigungsfreiheit und tatsächliche Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen;
- die Abschaffung aller Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit;
- die tatsächliche Abschaffung von Kinderarbeit; und
- die Beseitigung von Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.

Ein Unternehmen sollte sicherstellen, dass seine organisationspolitischen Vorgaben frei von Diskriminierung auf Grundlage von Ethnie, Hautfarbe, Geschlecht, Religion, nationaler Herkunft, sozialer Herkunft, politischer Meinung, Alter oder Behinderung sind. Als unzulässige Gründe werden zunehmend auch die folgenden betrachtet: Ehe- oder Familienstand, persönliche Beziehungen und Gesundheitszustand wie z. B. HIV/AIDS-Status.

Dies entspricht dem allgemeinen Grundsatz, dass sich organisationspolitische Vorgaben und ihre praktische Umsetzung in Bezug auf Einstellungen sowie Vergütung, Beschäftigungsbedingungen, Zugang zu Schulungen und Beförderungen sowie die Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses ausschließlich nach den Anforderungen des Arbeitsplatzes richten sollten.

Darüber hinaus sollten Unternehmen Maßnahmen ergreifen, um **Belästigungen am Arbeitsplatz** zu verhindern indem sie die Auswirkungen ihrer organisationspolitischen Vorgaben und Aktivitäten zur Förderung von Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung regelmäßig auswerten sowie positive Maßnahmen zum Schutz und zur Förderung schutzbedürftiger (vulnerabler) Gruppen ergreifen. Dazu kann beispielsweise die Schaffung von Arbeitsplätzen für Personen mit Behinderung gehören, um ihnen zu helfen, ihren Lebensunterhalt unter geeigneten Bedingungen zu verdienen; desgleichen die Schaffung von oder Teilnahme an Programmen, die sich mit Themen befassen, wie Beschäftigungsförderung für junge Menschen und ältere Erwerbstätige, gleiche Beschäftigungschancen für Frauen sowie eine ausgewogenere Vertretung von Frauen in Führungspositionen.

Gesellschaftlich verantwortliche Arbeitspraktiken sind unverzichtbar für soziale Gerechtigkeit, Stabilität und Frieden und haben einen großen Einfluss auf die Achtung der Rechtsstaatlichkeit und auf das in der Gesellschaft herrschende Gerechtigkeitsgefühl. Die Arbeitspraktiken eines Unternehmens umfassen alle unternehmenspolitischen Vorgaben und deren praktische Umsetzung in Bezug auf Arbeit, die innerhalb, durch oder im Auftrag eines Unternehmens durchgeführt wird, einschließlich Arbeit bei Subunternehmen. Sie reichen über die Beziehung eines Unternehmens zu seinen direkten Beschäftigten und auch über die Verantwortlichkeiten eines Unternehmens für eine eigene oder von ihm kontrollierte Arbeitsstätte hinaus. Arbeitspraktiken umfassen die Einstellung und Beförderung von Erwerbstätigen; Disziplinar- und Beschwerdeverfahren; die Ver- und Umsetzung von Erwerbstätigen; Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses; Schulung und berufliche Qualifizierung; Gesundheit, Sicherheit und Arbeitshygiene; sowie alle organisationspolitischen Vorgaben oder Maßnahmen, die die Arbeitsbedingungen betreffen, insbesondere die Arbeitszeit und das Arbeitsentgelt. Arbeitspraktiken umfassen darüber hinaus die Anerkennung von Organisationen der Erwerbstätigen sowie die Vertretung und Beteiligung von Organisationen der Erwerbstätigen und Arbeitgeber bei Kollektivverhandlungen, dem sozialen Dialog und dreigliedrigen Konsultationen zu sozialen Aspekten der Beschäftigung.

Zu den wichtigsten wirtschaftlichen und sozialen Beiträgen eines Unternehmens zählen unter anderem die Schaffung von Arbeitsplätzen, aber auch Arbeitsentgelte und sonstige Entlohnungen, die für geleistete Arbeit gezahlt werden. Die Bedeutung der Beschäftigung für die menschliche Entwicklung ist allgemein anerkannt. Als Arbeitgeber trägt ein Unternehmen zu einem der am meisten akzeptierten Ziele der Gesellschaft bei, nämlich zur Verbesserung des Lebensstandards durch Vollbeschäftigung und sichere Arbeitsplätze sowie durch menschenwürdige Arbeit. Eine sinnvolle und produktive Arbeit ist ein wesentliches Element der menschlichen Entwicklung; Lebensstandards verbessern sich durch Vollbeschäftigung und sichere Arbeitsplätze. Fehlende Vollbeschäftigung und unsichere Arbeitsplätze sind eine Hauptursache für soziale Probleme.

Das Beschäftigungsverhältnis verleiht Rechte und erlegt Arbeitgebern und Beschäftigten im Interesse von Unternehmen und Gesellschaft Pflichten auf. Jedes Land bietet einen rechtlichen Rahmen, der das Verhältnis zwischen Arbeitgebern und Beschäftigten regelt. Obwohl die genauen Prüfungen und Kriterien für die Bestimmung, ob ein Beschäftigungsverhältnis besteht, von Land zu Land unterschiedlich sind, wird die Tatsache, dass die Macht der Vertragsparteien ungleich ist und dass Beschäftigte folglich einen zusätzlichen Schutz benötigen, allgemein akzeptiert und bildet die Grundlage für das Arbeitsrecht.

Arbeitsbedingungen beeinflussen in hohem Maße die Lebensqualität der Erwerbstätigen und ihrer Familien ebenso wie die wirtschaftliche und soziale Entwicklung. Die Qualität der Arbeitsbedingungen sollte in angemessener Weise berücksichtigt werden. Arbeitsbedingungen umfassen Arbeitsentgelte und sonstige Formen der Vergütung, Arbeitszeit, Ruhezeiten, Urlaub, Disziplinar- und Entlassungspraktiken, Mutterschutz und Angelegenheiten des Wohlergehens, wie z. B. sicheres Trinkwasser, sanitäre Anlagen, Kantinen und Zugang zu Gesundheitsdienstleistungen. Viele Arbeitsbedingungen werden durch nationale Gesetze und Vorschriften festgelegt oder durch rechtsverbindliche Vereinbarungen zwischen denjenigen, für die die Arbeit ausgeführt wird, und denjenigen, die die Arbeit ausführen, geregelt. Ein Unternehmen sollte jederzeit und an allen seinen Standorten sicherstellen, dass die Arbeitsbedingungen den nationalen Gesetzen und Vorschriften entsprechen und mit den einschlägigen internationalen Arbeitsnormen übereinstimmen

Der soziale Dialog beinhaltet alle Arten von Verhandlungen, Konsultationen oder Informationsaustausch zwischen oder unter Vertretern von Regierungen, Arbeitgebern und Erwerbstätigen zu Fragen von allgemeinem Interesse in Bezug auf wirtschaftliche und soziale Anliegen. Er könnte zwischen dem Arbeitgeber und Vertretern der Erwerbstätigen zu Fragen stattfinden, die ihre Interessen betreffen; er könnte aber auch Regierungen einbeziehen, wo weitere Einflussfaktoren, wie die Gesetzgebung und die Sozialpolitik, auf dem Spiel stehen. Der soziale Dialog kann zahlreiche Formen annehmen und auf unterschiedlichen Ebenen stattfinden.

Der soziale Dialog findet auf der Ebene des Unternehmens in unterschiedlicher Form statt, z. B. als Informations- und Beratungsmechanismen, wie Betriebsräte und Kollektivverhandlungen. Gewerkschaften und Arbeitgeberorganisationen spielen als die gewählten Vertreter ihrer jeweiligen Parteien eine besonders wichtige Rolle im sozialen Dialog. Für den sozialen Dialog sind unabhängige Parteien erforderlich. Vertreter der Erwerbstätigen sollten in Übereinstimmung mit nationalen Gesetzen, Vorschriften oder Kollektivvereinbarungen entweder durch die Mitglieder ihrer Gewerkschaft oder durch die betreffenden Erwerbstätigen frei gewählt werden.

Der soziale Dialog kann dazu beitragen, Mitbestimmung und demokratische Grundsätze am Arbeitsplatz zu etablieren. Darüber hinaus kann er das Verständnis zwischen dem Unternehmen und denjenigen, die ihre Arbeit ausführen, verbessern. Der soziale Dialog kann zudem für gesunde Beziehungen zwischen Erwerbstätigen und Arbeitgebern sorgen und so kostspielige Arbeitskämpfe vermeiden helfen. Der soziale Dialog ist ein kraftvolles Mittel, um Wandel zu bewältigen. Er kann genutzt werden, um Programme zur beruflichen Weiterbildung zu gestalten, die die menschliche Entwicklung fördern und die Produktivität steigern, oder um negative soziale Auswirkungen von Veränderungen in den Aktivitäten des Unternehmens zu minimieren. Sozialer Dialog könnte ebenso Transparenz in Bezug auf soziale Bedingungen bei Subunternehmern umfassen.

Gelegentlich kann der soziale Dialog strittige Angelegenheiten berühren, und in diesem Fall können die beteiligten Seiten ein Schlichtungsverfahren einleiten. Der soziale Dialog kann auch Missstände betreffen, für die ein Beschwerdeverfahren wichtig ist, vor allem in Ländern, in denen die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit nicht angemessen geschützt sind. Solch ein Beschwerdemechanismus kann auch Arbeitskräften bei Subunternehmen zur Verfügung gestellt werden.

Sofern angebracht, können Unternehmen ebenso in Betracht ziehen, Mitglied in Arbeitgeberorganisationen zu werden, um Möglichkeiten für sozialen Dialog zu schaffen und ihre gesellschaftliche Verantwortung auf diesem Weg stärker auszudrücken.

Das Thema **Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz** betrifft die Förderung und den Erhalt des höchsten Maßes an körperlichem, geistigem und sozialem Wohlergehen von Erwerbstätigen und die Vorbeugung von gesundheitlichen Schäden, die von Arbeitsbedingungen ausgelöst werden. Es bezieht sich auch auf den Schutz der Erwerbstätigen vor Gesundheitsrisiken und die Anpassung des beruflichen Umfeldes an die physiologischen und psychologischen Bedürfnisse der Erwerbstätigen.

Die finanziellen und sozialen Belastungen, die der Gesellschaft durch berufsbedingte Erkrankungen, Verletzungen und Todesfälle entstehen, sind hoch. Unfallbedingte und andauernde Verschmutzung und andere Gefahren am Arbeitsplatz, die für Erwerbstätige schädlich sind, können ebenso Auswirkungen auf Gemeinschaften und/oder die Umwelt haben. Gesundheits- und Sicherheitsfragen treten bei gefährlichen Anlagen, Prozessen, Arbeitsweisen und (chemischen, physikalischen und biologischen) Stoffen auf.

Ein Unternehmen sollte die Grundsätze des Gesundheits- und Sicherheitsmanagements verstehen und anwenden und alle mit seinen Aktivitäten verbundenen Gesundheits- und Sicherheitsrisiken analysieren und kontrollieren sowie Vorgaben zur Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (Occupational Safety and Health, OSH) entwickeln, umsetzen und einhalten, die auf dem Prinzip basieren, dass sich strenge Gesundheits- und Sicherheitsstandards und die Leistung des Unternehmens gegenseitig unterstützen und verstärken. Ferner sollte es die notwendige Sicherheitsausrüstung, einschließlich persönlicher Schutzausrüstung, bereitstellen, die zur Vermeidung berufsbedingter Verletzungen, Berufskrankheiten und Arbeitsunfällen notwendig sowie für die Behandlung von Notfällen erforderlich ist.

Ein Unternehmen sollte ferner:

- die Anordnung bekannt machen, dass Erwerbstätige zu jeder Zeit alle Sicherheitsmaßnahmen einhalten sollten, und sicherstellen, dass Erwerbstätige die richtigen Verfahren einhalten;
- alle gesundheits- und sicherheitsbezogenen Vorfälle und Probleme dokumentieren und untersuchen, um diese zu verringern oder zu beseitigen;
- sich damit befassen, wie sich betriebliche Sicherheits- und Gesundheitsrisiken unterschiedlich auf Frauen (wie z. B. Schwangere oder Frauen, die kürzlich entbunden haben oder stillen) und Männer oder auch auf Erwerbstätige in besonderer Lage auswirken, wie z. B. Menschen mit Behinderungen und unerfahrene oder jüngere Erwerbstätige;
- gleichen Gesundheits- und Sicherheitsschutz für Teilzeitkräfte und Zeitkräfte sowie Arbeitskräfte bei Subunternehmen bieten;
- bemüht sein, psychische Gefährdungen am Arbeitsplatz, die zu Stress und Krankheiten beitragen oder dazu führen können, zu beseitigen;
- angemessene Schulungen für das gesamte Personal zu allen relevanten Themen anbieten;
- den Grundsatz beachten, dass Erwerbstätigen aufgrund von Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz keine finanziellen Ausgaben entstehen sollten; und
- seine Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltschutzsysteme auf die Beteiligung der betreffenden Erwerbstätigen stützen, und die Rechte der Erwerbstätigen anerkennen und berücksichtigen.

Unternehmen können Arbeitsplatzrichtlinien und Initiativen zur Förderung der menschlichen Entwicklung nutzen, indem darin wichtige soziale Themen, wie die Bekämpfung von Diskriminierung, Vereinbarkeit mit familiären Pflichten, die Förderung von Gesundheit und Wohlergehen und die Verbesserung der Vielfalt in der Belegschaft, aufgegriffen werden. Sie können Arbeitsplatzrichtlinien und Initiativen auch dazu nutzen, das Leistungsvermögen und die Beschäftigungsfähigkeit des Einzelnen zu steigern. Beschäftigungsfähigkeit bezieht sich auf die Erfahrungen, Kompetenzen und Qualifikationen, die das Vermögen des Einzelnen steigern, menschenwürdige Arbeit zu finden und zu behalten.

Ein Unternehmen sollte allen seinen Beschäftigten in jedem Stadium ihrer Berufserfahrung den Zugang zu beruflicher Qualifizierung, Schulung und Lehrstellen ermöglichen, sowie Gelegenheiten zu beruflichem Weiterkommen auf gerechter und nicht diskriminierender Basis bieten

4.4 Das Unternehmen und die Umwelt

Die Entscheidungen und Aktivitäten von Unternehmen haben immer Auswirkungen auf die Umwelt. Diese Auswirkungen können mit der Nutzung von Ressourcen durch das Unternehmen verbunden sein, mit dem Ort, an dem es tätig ist, mit der Umweltverschmutzung und den Abfällen, die es erzeugt sowie mit den Folgen seiner Aktivitäten für natürliche Lebensräume. Um die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf die Umwelt zu verringern, sollten Unternehmen einen integrierten Ansatz anwenden, der die direkten und indirekten wirtschaftlichen, sozialen, gesundheits- und umweltbezogenen Folgen seiner Entscheidungen und Aktivitäten berücksichtigt.

Die Menschheit steht vor zahlreichen umweltrelevanten Herausforderungen. Dies sind beispielsweise der Abbau natürlicher Ressourcen, Umweltverschmutzung, Klimawandel, die Zerstörung von Lebensräumen, die Reduzierung der Artenvielfalt, der Zusammenbruch ganzer Ökosysteme sowie eine Verschlechterung der Qualität urbaner und ländlicher Siedlungsgebiete. In dem Maße, wie die Weltbevölkerung wächst und der Konsum steigt, werden diese Veränderungen zu einer wachsenden Bedrohung für die Sicherheit des Menschen, für die Gesundheit und das Wohlergehen der Gesellschaft. Es ist notwendig, alternative Möglichkeiten zu identifizieren, um nichtnachhaltige Mengen und Muster der Produktion und des Konsums zu reduzieren und zu beseitigen. So kann Sorge getragen werden dafür, dass Ressourcenverbrauch pro Kopf nachhaltig wird. Umweltthemen auf örtlicher, regionaler und globaler Ebene sind eng miteinander verknüpft. Sich damit zu befassen, erfordert eine umfassende, systematische und kollektive Herangehensweise.

Verantwortung für die Umwelt ist eine Vorbedingung für das Überleben und den Wohlstand der Menschen. Umweltthemen sind eng mit anderen Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung verbunden. Umweltbildung und Aufbau von Kompetenzen im Umweltbereich sind wesentlich für die Förderung der Entwicklung nachhaltiger Gesellschaften und Lebensstile.

Relevante technische Hilfsmittel wie beispielsweise die Normen der Reihe ISO 14000 können von Unternehmen als übergreifender Rahmen für den systematischen Umgang mit Umweltthemen genutzt werden. Diese sollten bei der Quantifizierung von und Berichterstattung über CO₂-Emissionen und bei der Erstellung von Ökobilanzen ebenso berücksichtigt werden, wie bei umweltgerechter Produktgestaltung und -entwicklung, bei der Umweltkennzeichnung und Umweltkommunikation.

Ein Unternehmen sollte folgende **umweltbezogene Grundsätze** achten und fördern:

Umweltverantwortung

Zusätzlich zur Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften sollte ein Unternehmen die Verantwortung für die durch seine Aktivitäten hervorgerufenen Umweltauswirkungen in ländlichen und städtischen Räumen sowie im weiteren Umfeld wahrnehmen. Angesichts ökologischer Grenzen sollte es danach streben, seine eigene Leistung zu verbessern, aber auch die Leistung Dritter innerhalb seines Einflussbereichs;

Vorsorgeansatz

Dieser Ansatz ist aus der Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung und nachfolgenden Erklärungen und Vereinbarungen abgeleitet. Darin wird das Konzept entwickelt, dass bei drohenden schwerwiegenden oder bleibenden Schäden an der Umwelt oder der menschlichen Gesundheit, ein Mangel an vollständiger wissenschaftlicher Gewissheit kein Grund dafür sein sollte, kostenwirksame Maßnahmen aufzuschieben, die zur Vermeidung einer Verschlechterung der Umwelt oder von Schäden für die menschliche Gesundheit beitragen. Bei Betrachtung der Kostenwirksamkeit einer Maßnahme sollte ein Unternehmen nicht nur die kurzfristigen, sondern auch die langfristigen Kosten sowie den langfristigen Nutzen dieser Maßnahme berücksichtigen;

Umweltrisikomanagement

Ein Unternehmen sollte aus einer Risiko- und Nachhaltigkeitsperspektive heraus Programme implementieren, um Umweltrisiken und -auswirkungen, die aus seinen Entscheidungen und Aktivitäten resultieren, zu bewerten, zu vermeiden, zu verringern und abzuschwächen. Ein Unternehmen sollte bewusstseinsbildende Aktivitäten und Notfallmaßnahmen entwickeln und umsetzen. Zum einen, um die durch Unfälle verursachten umwelt-, gesundheits- und sicherheitsbezogenen Auswirkungen zu verringern und abzuschwächen, zum anderen, um Informationen über Umweltstörfälle den zuständigen Behörden und lokalen Gemeinschaften gegenüber zu kommunizieren;

Verursacherprinzip

Ein Unternehmen sollte die Kosten der Verschmutzung tragen, die durch seine Aktivitäten verursacht wurden. Die Kosten richten sich entweder danach, wie groß die Umweltauswirkungen für die Gesellschaft sind und nach den erforderlichen Gegenmaßnahmen oder danach, in welchem Ausmaß durch die Verschmutzung ein zulässiger Grenzwert überschritten wird. Anstatt die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf Grundlage des Verursacherprinzips abzuschwächen, sollte ein Unternehmen eher bemüht sein, die Kosten der Verschmutzung zu internalisieren und den wirtschaftlichen und umweltbezogenen Nutzen zu bestimmen, der durch eine Vermeidung der Verschmutzung entsteht. Es steht einem Unternehmen frei, in Zusammenarbeit mit Dritten, ökonomische Instrumente, wie außerordentliche Rücklagenfonds, zu entwickeln, um die Kosten eines großen Umweltstörfalls zu bewältigen;

Lebenszyklusansatz

Die Hauptziele eines Lebenszyklusansatzes sind, die Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Umwelt zu reduzieren und deren sozioökonomische Leistung über den gesamten Lebenszyklus hinweg zu verbessern. Dies reicht von der Rohstoffgewinnung und der Energieerzeugung über die Produktion und die Nutzung bis hin zur Entsorgung oder Wiederverwertung am Ende des Lebenszyklus. Ein Unternehmen sollte sich darauf konzentrieren, innovative Lösungen zu entwickeln und nicht nur auf die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften. Zudem sollte es sich zur ständigen Verbesserung seiner Umweltleistung verpflichten;

Umweltverträglichkeitsprüfung

Bevor mit neuen Aktivitäten oder Projekten begonnen wird, sollte ein Unternehmen deren Umweltwirkungen abschätzen und die Ergebnisse dieser Abschätzung in seine Entscheidungsfindung einfließen lassen:

Umweltfreundlichere Produktion und Ökoeffizienz

Hierbei handelt es sich um Strategien zur Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse durch die effizientere Nutzung von Ressourcen und die Reduzierung von Verschmutzung und Abfall. Ein Hauptaugenmerk liegt darauf, Verbesserungen am Ursprung vorzunehmen und nicht erst am Ende eines Prozesses oder einer Tätigkeit.

Ansätze einer umweltfreundlicheren, sichereren Produktion und der Ökoeffizienz beinhalten: Verbesserung der Instandhaltungspraktiken; Verbesserung oder Einführung neuer Technologien oder Prozesse; Verringerung des Materialeinsatzes und Energieverbrauchs; Verwendung erneuerbarer Energien; rationelle Wassernutzung; Beseitigung oder sichere Handhabung giftiger und gefährlicher Stoffe und Abfälle sowie Verbesserung der Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen;

Umweltfreundlichere Produktion und Ökoeffizienz

Hierbei handelt es sich um Strategien zur Befriedigung der menschlichen Bedürfnisse durch die effizientere Nutzung von Ressourcen und die Reduzierung von Verschmutzung und Abfall. Ein Hauptaugenmerk liegt darauf, Verbesserungen am Ursprung vorzunehmen und nicht erst am Ende eines Prozesses oder einer Tätigkeit. Ansätze einer umweltfreundlicheren, sichereren Produktion und der Ökoeffizienz beinhalten: Verbesserung der Instandhaltungspraktiken; Verbesserung oder Einführung neuer Technologien oder Prozesse; Verringerung des Materialeinsatzes und Energieverbrauchs; Verwendung erneuerbarer Energien; rationelle Wassernutzung; Beseitigung oder sichere Handhabung giftiger und gefährlicher Stoffe und Abfälle sowie Verbesserung der Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen;

Produkt-Dienstleistungs-Ansatz

Mit diesem Ansatz kann der Schwerpunkt vom reinen Verkauf oder Angebot von Produkten (d. h. Übertragung des Eigentums durch einmaligen Verkauf oder Leasing/Miete) auf den Verkauf oder das Angebot eines integrierten Systems von Produkten und Dienstleistungen verschoben werden. Dadurch können die Bedürfnisse der Kunden leistungsübergreifend erfüllt werden (durch vielfältige Dienstleistungen und Liefermechanismen). Produkt-Dienstleistungs-Ansätze beinhalten das Produktleasing, die Produktvermietung oder das Produkt-Sharing, die Produktbündelung und das Zahlung-pro-Leistung-Prinzip. Derartige Systeme können den Materialverbrauch verringern, Materialflüsse und Umsatzerlöse entkoppeln sowie die Anspruchsgruppen an der Förderung einer erweiterten Herstellerverantwortung während des Lebenszyklus des Produktes und der einhergehenden Dienstleistung beteiligen;

Anwendung umweltverträglicher Technologien und Verfahrensweisen

Ein Unternehmen sollte bestrebt sein, die Entwicklung und Verbreitung umweltverträglicher Technologien und Verfahrensweisen durchzuführen, und gegebenenfalls zu fördern;

Nachhaltige Beschaffung

Bei seinen Beschaffungsentscheidungen sollte ein Unternehmen die Leistung des zu beschaffenden Produkts oder der zu beschaffenden Dienstleistung in umweltbezogener, sozialer und ethischer Hinsicht über den gesamten Lebenszyklus hinweg berücksichtigen. Wo möglich, sollte das Unternehmen Produkten oder Dienstleistungen mit geringstmöglichen Umweltauswirkungen den Vorzug geben. Dabei sollte es auf verlässliche und wirkungsvolle Kennzeichnungssysteme oder andere Prüfungssysteme zurückgreifen, wie z. B. Öko-Gütesiegel oder Audits, die durch unabhängige Dritte überprüfbar sind; und

Bewusstseinsbildung und Lernen

Ein Unternehmen sollte Bewusstsein schaffen und entsprechendes Lernen fördern, um die umweltbezogenen Bemühungen in seiner Organisation und in seinem Einflussbereich zu unterstützen.

Ein Unternehmen kann Umweltbelastungen vermeiden, dazu zählen:

Emissionen in die Luft

Die von einem Unternehmen in die Luft emittierten Schadstoffe, wie Blei, Quecksilber, flüchtige organische Verbindungen (VOC), Schwefeloxide (SO_x), Stickoxide (NO_x), Dioxine, Feinstaub und Ozon abbauende Stoffe können umweltbezogene und gesundheitliche Auswirkungen verursachen, die Einzelpersonen in unterschiedlichem Ausmaß betreffen. Diese Emissionen können direkt aus den Anlagen und von den Aktivitäten eines Unternehmen stammen oder indirekt verursacht werden, und zwar durch die Nutzung oder Entsorgung seiner Produkte oder Dienstleistungen oder durch die Erzeugung der Energie, die es verbraucht.

Einleitungen in Gewässer

Ein Unternehmen kann Wasserverschmutzung verursachen durch direkte, absichtliche oder versehentliche Einleitungen in Oberflächengewässer, einschließlich der Meeresumwelt, unbeabsichtigten Abfluss in das Oberflächenwasser oder durch Versickerung in das Grundwasser. Diese Einleitungen können direkt aus den Anlagen des Unternehmens stammen oder indirekt durch die Nutzung seiner Produkte oder Dienstleistungen verursacht werden.

Abfallmanagement

Die Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens können zur Erzeugung flüssiger oder fester Abfälle führen, die, falls nicht sachgerecht behandelt, eine Verschmutzung von Luft, Wasser, Flächen, Boden und Weltraum verursachen können. Ein verantwortungsbewusstes Abfallmanagement strebt Abfallvermeidung an. Es folgt der Abfallwirtschaftshierarchie: Abfallvermeidung und Abfallverringerung, Wiederverwendung, Recycling und Wiederaufarbeitung, Abfallbehandlung und Abfallbeseitigung. Die Abfallwirtschaftshierarchie sollte flexibel auf Grundlage des Lebenszyklusansatzes angewendet werden. Gefährlicher Abfall, wie z. B. radioaktiver Abfall, sollte angemessen und auf transparente Weise behandelt werden.

Verwendung und Entsorgung giftiger und gefährlicher Chemikalien

Ein Unternehmen, das giftige und gefährliche Chemikalien verwendet oder herstellt (sowohl natürliche als auch künstlich hergestellte Stoffe), kann Ökosysteme und die menschliche Gesundheit durch akute (unmittelbare) oder chronische (längerfristige) Wirkungen infolge der Emissionen oder Freisetzungen nachteilig beeinflussen. Einzelpersonen können davon, abhängig von Alter und Geschlecht, unterschiedlich beeinträchtigt werden; und

Weitere Formen von Umweltbelastungen

Die Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens können weitere Formen von Umweltbelastungen hervorrufen, die die Gesundheit und das Wohl von Gemeinschaften negativ beeinträchtigen und Einzelpersonen in unterschiedlichem Maße betreffen können. Hierzu gehören Lärm, Gerüche, optische Eindrücke, Lichtverschmutzung, Erschütterungen, elektromagnetische und andere Strahlung, infektiöse Stoffe (z. B. Viren oder Bakterien), Emissionen aus indirekten Quellen oder Streuquellen und biologische Gefährdungen (z. B. invasive Arten).

Zur besseren **Vermeidung von Umweltbelastungen**, die aus seinen Aktivitäten entstehen, sollte ein Unternehmen:

- die Aspekte und Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf die umgebende Umwelt identifizieren;
- die Quellen von Verschmutzung und Abfall im Zusammenhang mit seinen Aktivitäten identifizieren;
- die wesentlichen Verschmutzungsquellen sowie die Verringerung der Verschmutzung, des Wasserverbrauchs, der Entstehung von Abfall und des Energieverbrauchs messen, aufzeichnen und darüber Bericht erstatten;
- Maßnahmen einführen und umsetzen, die darauf abzielen, Umweltbelastungen und Abfall zu vermeiden. Dabei ist die Abfallwirtschaftshierarchie anzuwenden und ein sachgerechter Umgang mit nicht vermeidbaren Umweltbelastungen und Abfällen sicherzustellen;
- lokale Gemeinschaften einbinden im Hinblick auf tatsächliche und potentielle Schadstoffemissionen und Abfall, auf entsprechende Gesundheitsrisiken sowie auf aktuelle und geplante Maßnahmen zu deren Abschwächung;
- Maßnahmen einführen und umsetzen, um direkte oder indirekte Verschmutzung innerhalb seines Kontroll- oder Einflussbereichs stufenweise zu reduzieren und zu minimieren, insbesondere durch Entwicklung und Förderung einer raschen Verbreitung umweltfreundlicherer Produkte und Dienstleistungen;
- Umfang und Art relevanter und wesentlicher giftiger und gefährlicher Stoffe, die verwendet und freigesetzt wurden, offenlegen. Offengelegt werden sollten auch die bekannten Risiken dieser Stoffe für Mensch und Umwelt, sowohl unter normalen Betriebsbedingungen als auch bei unfallbedingter Freisetzung;

Ferner sollte ein Unternehmen den Gebrauch folgender Stoffe identifizieren und vermeiden:

- verbotene Chemikalien, die durch nationale Gesetze definiert sind, oder unerwünschte Chemikalien, die in internationalen Übereinkommen angeführt sind; und
- sofern möglich, Chemikalien, die durch wissenschaftliche Einrichtungen oder eine andere Anspruchsgruppe mit plausiblen und überprüfbaren Gründen als bedenklich identifiziert wurden. Zu vermeidende Chemikalien sind nicht nur, aber auch: Ozonabbauende Substanzen, persistente organische Schadstoffe (POPs) und Chemikalien, die unter das Rotterdamer Übereinkommen fallen, gefährliche Chemikalien und Pestizide, als karzinogen oder mutagen eingestufte Chemikalien wie auch Chemikalien, die die Fortpflanzung beeinträchtigen, zu endokrinen Störungen führen oder persistent, bioakkumulierbar und toxisch (PBT) oder sehr persistent und sehr bioakkumulierbar (vPvB) sind; und
- ein Programm zur Vermeidung und zum Notfallmanagement von Umweltunfällen einführen. Zu einer Notfallplanung sollten in diesem Kontext sowohl Maßnahmen bei Unfällen und Vorfällen unmittelbar vor Ort als auch außerhalb des Betriebsgeländes gehören. Zudem sollten in die Notfallplanung Erwerbstätige, Partner, Behörden und lokale Gemeinschaften sowie andere relevante Anspruchsgruppen einbezogen werden. Unter anderem sollte ein solches Programm die Früherkennung und Risikobewertung von Gefahren, Benachrichtigungs- und Rückrufverfahren sowie Kommunikationssysteme und die Information und Aufklärungsmaßnahmen der Öffentlichkeit umfassen.

Um die **Verfügbarkeit von Ressourcen** auch in Zukunft zu sichern, ist eine Veränderung der gegenwärtigen Verbrauchs- und Produktionsmuster sowie der jeweilige Mengen erforderlich, damit die ökologische Tragfähigkeit der Erde nicht überschritten wird. Die nachhaltige Nutzung erneuerbarer Ressourcen bedeutet, dass diese mit einer geringeren oder mit der gleichen Rate verbraucht werden, mit der sie sich auf natürliche Weise wieder neu bilden. Für nichterneuerbare Ressourcen (wie z. B. fossile Brennstoffe, Metalle und Mineralien) bedeutet dauerhafte Nachhaltigkeit, dass sie mit einer geringeren Rate verbraucht als sie durch eine erneuerbare Ressource ersetzt werden können. Ein Unternehmen kann seine Ressourcen nachhaltiger nutzen, indem es Elektrizität, Brennstoffe, Rohstoffe und verarbeitete Materialien, Flächen und Wasser verantwortungsbewusster nutzt. Nicht erneuerbare sollten durch nachhaltige, erneuerbare Ressourcen, z. B. durch die Verwendung innovativer Technologien, ersetzt bzw. diese miteinander kombiniert werden. **Vier Schlüsselbereiche für Effizienzsteigerungen** sind:

Energieeffizienz

Ein Unternehmen sollte Energieeffizienzprogramme einführen und umsetzen, um den Energiebedarf von Gebäuden, für das Transportwesen, für Produktionsprozesse, für Anlagen und Elektrogeräte, für die Bereitstellung von Dienstleistungen oder für andere Zwecke zu senken. Neben Effizienzverbesserungen beim Energieverbrauch sollte auch die nachhaltige Nutzung erneuerbarer Ressourcen, wie z. B. Sonnenenergie, Erdwärme, Elektrizität aus Wasserkraft, Gezeiten- und Wellenenergie, Windenergie und Biomasse, vorangetrieben werden.

Wasserreinhaltung, Wassernutzung und Zugang zu Wasser

Der Zugang zu sicheren, verlässlichen Trinkwasservorräten und zur Abwasserentsorgung stellt ein fundamentales menschliches Bedürfnis und ein grundlegendes Menschenrecht dar. Die Millennium-Entwicklungsziele beinhalten den nachhaltigen Zugang zu sicherem Trinkwasser. Ein Unternehmen sollte im Rahmen seiner eigenen Aktivitäten Gewässer reinhalten, Wasserverbrauch reduzieren, Wasser wiederverwenden sowie zur Wasserreinhaltung innerhalb ihres Einflussbereichs anregen.

Effizienz bei der Materialverwendung

Ein Unternehmen sollte Materialeffizienzprogramme einführen und umsetzen. Diese dienen dazu, Umweltauswirkungen zu verringern, die durch den Einsatz von Rohstoffen für Produktionsprozesse oder für Endprodukte hervorgerufen werden, die im Rahmen der Aktivitäten eines Unternehmens und/oder beim Erbringen seiner Dienstleistungen verwendet werden. Materialeffizienzprogramme zeigen Möglichkeiten auf, wie die Effizienz des Rohstoffeinsatzes innerhalb des Einflussbereichs des Unternehmens erhöht werden kann. Die Verwendung von Materialien verursacht zahlreiche direkte und indirekte Umweltauswirkungen. Diese ergeben sich z. B. aus den Auswirkungen von Bergbau und Forstwirtschaft auf Ökosysteme oder aus den Emissionen bei Nutzung, Transport und Verarbeitung von Materialien; und

Minimierter Ressourcenbedarf eines Produkts

Der Ressourcenbedarf eines Produkts während seiner Verwendungszeit sollte berücksichtigt werden.

Im Zusammenhang mit all seinen Aktivitäten sollte ein Unternehmen:

- die genutzten Quellen für Energie, Wasser und sonstige Ressourcen identifizieren;
- seinen wesentlichen Verbrauch an Energie, Wasser und sonstigen Ressourcen messen, aufzeichnen und darüber berichten;
- Maßnahmen zur Ressourceneffizienz umsetzen, um seinen Verbrauch an Energie, Wasser und sonstigen Ressourcen zu verringern. Dabei sollten Indikatoren vorbildlicher Praxis und andere Vergleichswerte herangezogen werden;
- nicht erneuerbare Ressourcen, wo dies möglich ist, durch alternative nachhaltige, erneuerbare Ressourcen sowie Ressourcen mit geringen Auswirkungen ergänzen bzw. durch diese ersetzen;
- soweit wie möglich Recycling-Materialien verwenden und Wasser wiederverwenden;
- Wasserressourcen wirtschaftlich handhaben, um für alle Nutzer innerhalb eines Einzugsgebiets den gerechten Zugang zu diesen sicherzustellen;
- nachhaltige Beschaffung fördern;
- erweiterte Herstellerverantwortung erwägen; und nachhaltigen Konsum vorantreiben.

4.5 Abschwächung des Klimawandels und Anpassung

Es ist anerkannt, dass Treibhausgasemissionen aus menschlichen Aktivitäten (THG, GHG), wie Kohlenstoffdioxid (CO₂), Methan (CH₄) und Lachgas (N₂O), höchstwahrscheinlich einer der Ursachen für den weltweiten Klimawandel sind, der seinerseits wesentliche Auswirkungen auf die natürliche und menschliche Umwelt hat. Zu den beobachteten und erwarteten Trends gehören: steigende Temperaturen, Veränderungen von Niederschlagsmustern, gehäuftes Auftreten extremer Wetterereignisse, steigende Meeresspiegel, erhöhte Wasserknappheit sowie Veränderungen der Ökosysteme, in der Landwirtschaft und in der Fischerei. Es ist zu erwarten, dass der Klimawandel einen Punkt überschreiten kann, ab dem die Folgen spürbarer werden und es schwieriger werden würde, Maßnahmen dagegen zu ergreifen. Jedes Unternehmen ist für bestimmte THG-Emissionen (entweder direkt oder indirekt) verantwortlich und auf eine gewisse Weise selbst vom Klimawandel betroffen. Dies hat für ein Unternehmen dahingehend Konsequenzen, dass es einerseits seine eigenen THG-Emissionen minimieren (Abschwächung), sich andererseits aber auch selbst auf ein sich veränderndes Klima einstellen müsste (Anpassung). Die Anpassung an den Klimawandel hat gesellschaftliche Folgen in Form von Auswirkungen auf Gesundheit, Wohlstand und die Menschenrechte.

Um die mit ihren Aktivitäten verbundenen **Auswirkungen des Klimawandels** abzuschwächen, sollte ein Unternehmen:

- die Quellen direkter und indirekter THG-Gesamtemissionen identifizieren und die Grenzen (den Umfang) seiner Verantwortung festlegen;
- seine wesentlichen THG-Emissionen messen, aufzeichnen und darüber berichten, vorzugsweise mit Hilfe der in international vereinbarten Standards klar festgelegten Verfahren;
- optimierte Maßnahmen umsetzen, um die direkten und indirekten THG-Emissionen, innerhalb seines Kontrollbereichs schrittweise zu reduzieren und zu minimieren, und um innerhalb seines Einflussbereichs zu vergleichbarem Handeln zu ermutigen;
- die Höhe und die Art des wesentlichen Kraftstoffverbrauchs im Unternehmen bewerten und Programme einführen und umsetzen, die Effizienz und Effektivität verbessern. Mit Hilfe des Lebenszyklusansatzes sollte eine Nettoreduktion der THG-Emissionen sichergestellt werden, selbst dann, wenn emissionsarme Technologien und erneuerbare Energien in Erwägung gezogen werden;
- die Freisetzung von THG-Emissionen vermeiden oder reduzieren (insbesondere auch derjenigen, die zu einem Abbau der Ozonschicht führen). Dies betrifft THG-Emissionen aus Landnutzung und Veränderung der Landnutzung sowie aus Prozessen oder Anlagen, unter anderem Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage;
- Energieeinsparungen realisieren, wo immer im Unternehmen möglich, z. B. durch die Beschaffung von energieeffizienten Produkten und durch die Entwicklung energieeffizienter Produkte und Dienstleistungen; und

- Klimaneutralität anstreben, indem Maßnahmen zum Ausgleich der verbleibenden THG-Emissionen ergriffen werden, z. B. durch Unterstützung verlässlicher und transparenter Programme zur Emissionsreduktion sowie CO₂-Abscheidung und -Speicherung oder Kohlenstoffbindung.

Ein Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung stärken, indem es sich einsetzt für den Schutz der Umwelt und für die Wiederherstellung natürlicher Lebensräume und verschiedener Funktionen und Leistungen, die Ökosysteme bietet (z. B. Nahrung und Wasser, Regulierung des Klimas, Bodenbildung und Möglichkeiten zur Erholung). Schlüsselaspekte dieses Handlungsfelds umfassen:

Biodiversität wertschätzen und schützen

Biodiversität steht für die Vielfältigkeit des Lebens in all seinen Formen, auf allen Ebenen und in allen Kombinationen. Sie umfasst die Vielfalt der Ökosysteme, die Artenvielfalt und die genetische Vielfalt. Der Schutz der Biodiversität zielt darauf ab, das Überleben der Arten an Land und im Wasser, die genetische Vielfalt und die natürlichen Ökosysteme sicherzustellen.

Leistungsfähigkeit von Ökosystemen wertschätzen, schützen und wiederherstellen

Ökosysteme tragen zum Gemeinwohl bei, indem sie Nahrung, Wasser, Brennstoff, Hochwasserschutz, Boden, Bestäuber, Naturfasern, Erholungsmöglichkeiten sowie die Aufnahme von Verschmutzungen und Abfall bieten. Werden Ökosysteme geschädigt oder zerstört, verlieren sie die Fähigkeit, dies zu leisten.

Boden und natürliche Ressourcen nachhaltig nutzen

Die Projekte eines Unternehmens zur Bodennutzung können Lebensräume, das Wasser, den Boden und Ökosysteme schützen oder schädigen; und

umweltverträgliche Entwicklung von Stadt und Land fördern

Entscheidungen und Aktivitäten von Unternehmen können wesentliche Auswirkungen auf die urbane oder ländliche Umgebung und die mit ihnen verbundenen Ökosysteme haben. Diese Auswirkungen können z. B. mit der Stadtplanung, mit Bautätigkeiten, Verkehrssystemen, der Abfall- und Abwasserentsorgung und mit landwirtschaftlichen Anwendungen zusammenhängen.

Im Zusammenhang mit all seinen Aktivitäten sollte ein Unternehmen:

- potentielle nachteilige Auswirkungen auf die Biodiversität und auf die Leistungsfähigkeit von Ökosystemen identifizieren und Maßnahmen ergreifen, um diese Auswirkungen zu beseitigen oder zu minimieren;
- sich gegebenenfalls an Marktmechanismen beteiligen, um die Kosten seiner Umweltauswirkungen zu internalisieren und durch den Schutz der Ökosystemleistungen wirtschaftlichen Wert zu schaffen;
- der Bewahrung natürlicher Ökosysteme höchste Priorität einräumen, gefolgt von der Wiederherstellung von Ökosystemen, und schließlich, sofern die beiden ersten Maßnahmen nicht möglich oder nicht erfolgreich sind, die Verluste durch Maßnahmen ausgleichen, die mit der Zeit zu einem Nettozuwachs der Leistungsfähigkeit des Ökosystems führen;
- ein integriertes Vorgehen für die Verwaltung von Land, Wasser und Ökosystemen schaffen und umsetzen, das den Erhalt und die nachhaltige Nutzung sozial gerecht fördert;
- Maßnahmen ergreifen, um alle endemischen, bedrohten oder gefährdeten Arten oder Lebensräume zu schützen, die negativ beeinflusst werden können;
- Planungs-, Gestaltungs- und Betriebspraktiken als eine Möglichkeit nutzen, um die möglichen Umweltauswirkungen infolge seiner Entscheidungen zur Bodennutzung sowie der Entscheidungen zur landwirtschaftlichen und städtischen Entwicklung zu minimieren;
- den Schutz natürlicher Lebensräume, von Feuchtgebieten, Wäldern, Wildtierschneisen, Schutzgebieten und landwirtschaftlichen Flächen in die Entwicklung von Baumaßnahmen einbeziehen;
- nachhaltige Praktiken in Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft übernehmen, unter Einbeziehung von Aspekten des Tierschutzes, wie in maßgeblichen Standards und Zertifizierungssystemen festgelegt;
- schrittweise in größerem Umfang Produkte von Lieferanten verwenden, die nachhaltigere Technologien und Prozesse anwenden;

- berücksichtigen, dass wild lebende Tiere und ihre Lebensräume Teil unserer natürlichen Ökosysteme sind und daher geschätzt und geschützt und auf ihr Wohlergehen Rücksicht genommen werden sollte; und
- Ansätze vermeiden, die das Überleben von Arten bedrohen oder zu ihrer globalen, regionalen oder örtlichen Auslöschung führen oder zur Verbreitung oder Ausbreitung invasiver Arten.

4.6 Unternehmen und faire Geschäftspraktiken

Faire Geschäftspraktiken beziehen sich auf ethische Verhaltensweisen eines Unternehmens im Umgang mit anderen Unternehmen. Hierzu gehören Beziehungen zwischen Unternehmen und Regierungsbehörden ebenso wie zwischen Unternehmen und seinen Partnern, Lieferanten, Auftragnehmern, Kunden, Mitbewerbern und den Verbänden, denen sie angehören.

Handlungsfelder fairer Geschäftspraktiken entstehen in folgenden Bereichen: bei Korruptionsbekämpfung, verantwortungsbewusstem Engagement im öffentlichen Bereich, beim fairen Wettbewerb und gesellschaftlich verantwortlichem Verhalten, in Beziehungen zu anderen Unternehmen sowie bei der Achtung von Eigentumsrechten.

Faire Geschäftspraktiken beziehen sich darauf, wie ein Unternehmen seine Beziehungen zu anderen Unternehmen nutzt, um positive Ergebnisse zu fördern. Positive Wirkungen können erzielt werden, indem eine Vorbildrolle eingenommen und die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung in der Einflussphäre des Unternehmens gefördert wird.

Die Beachtung, Förderung und der Einsatz für ethisches Verhalten bilden die Grundlage fairer Geschäftspraktiken. Korruptionsprävention und verantwortungsbewusste politische Mitwirkung beruhen auf der Achtung der Rechtsstaatlichkeit, der Einhaltung ethischer Standards, der Rechenschaftspflicht sowie auf Transparenz. Ein fairer Wettbewerb und die Achtung von Eigentumsrechten können nur erreicht werden, wenn Unternehmen aufrichtig, gleichberechtigt und integer miteinander umgehen.

4.7 Korruptionsbekämpfung

Korruption ist der Missbrauch anvertrauter Macht zum eigenen Vorteil. Korruption kann viele unterschiedliche Formen annehmen. Beispiele für Korruption sind unter anderem: Bestechung (d. h. Einfordern, Anbieten oder Annehmen von Bestechungsgeldern oder Sachleistungen) von Amtsträgern oder Personen in der Privatwirtschaft, Interessenskonflikte, Betrug, Geldwäsche, Unterschlagung, Verschleierung, Behinderung der Justiz sowie Einflussnahme.

Korruption untergräbt die Funktionstüchtigkeit und das moralische Ansehen eines Unternehmens und setzt es der Strafverfolgung sowie Zivil- und Verwaltungsanktionen aus. Korruption kann zu Menschenrechtsverletzungen, zur Aushöhlung politischer Prozesse, zur Verelendung von Gesellschaften sowie zur Schädigung der Umwelt führen. Darüber hinaus kann sie den Wettbewerb verzerren und die Verteilung von Wohlstand und Wirtschaftswachstum verfälschen.

Um Korruption vorzubeugen, sollte ein Unternehmen:

- Korruptionsrisiken identifizieren und organisationspolitische Vorgaben einführen und umsetzen, die Korruption und Erpressung entgegenwirken;
- sicherstellen, dass seine Leitung bei der Korruptionsbekämpfung mit gutem Beispiel vorangeht, sich selbst zur Einhaltung der Anti-Korruptionsrichtlinien verpflichtet und deren Umsetzung aktiv vorantreibt und überwacht;
- Beschäftigte und Repräsentanten bei ihren Bemühungen unterstützen, Bestechung und Korruption zu beseitigen und sie darin schulen; Zur Unterstützung des Fortschritts sollten Anreizsysteme geschaffen werden;
- das Bewusstsein für Korruption und deren wirksame Bekämpfung bei seinen Beschäftigten, Repräsentanten, Auftragnehmern und Lieferanten schärfen;

- sicherstellen, dass die Vergütung seiner Beschäftigten und Repräsentanten angemessen ist und nur für rechtmäßige Leistungen erfolgt;
- ein wirkungsvolles System zur Bekämpfung von Korruption schaffen und aufrechterhalten;
- seine Beschäftigten, Partner, Repräsentanten und Lieferanten ermutigen, Verletzungen der organisationspolitischen Vorgaben sowie unethische und unfaire Behandlung zu melden. Dazu sollten Mechanismen etabliert werden, die eine Meldung und Folgemaßnahmen ohne Angst vor Repressalien ermöglichen;
- die zuständigen Vollzugsbehörden über Verletzungen des Strafrechts informieren; und
- Korruption dadurch bekämpfen, dass Dritte, mit denen das Unternehmen Geschäftsbeziehungen unterhält, ermutigt werden, ähnliche Anti-Korruptionsansätze und Maßnahmen zu übernehmen.

4.8 Fairer Wettbewerb

Fairer und freier Wettbewerb fördert Innovation und Effizienz, reduziert die Kosten für Produkte und Dienstleistungen, stellt gleiche Chancen für alle Unternehmen sicher, unterstützt die Entwicklung neuer oder besserer Produkte bzw. Prozesse und erhöht auf lange Sicht auch das Wirtschaftswachstum und den Lebensstandard. Wettbewerbswidriges Verhalten kann das Ansehen eines Unternehmens bei seinen Anspruchsgruppen beschädigen und zu rechtlichen Problemen führen. Indem Unternehmen sich wettbewerbswidrigem Verhalten verweigern, unterstützen sie die Entstehung eines Klimas, in dem derartige Verhalten nicht geduldet wird, wovon wiederum alle profitieren.

Es gibt zahlreiche Formen wettbewerbswidrigen Verhaltens. Einige Beispiele sind: Preisabsprachen, bei denen Akteure heimlich verabreden, das gleiche Produkt oder die gleiche Dienstleistung zum selben Preis zu verkaufen; Scheingebote und Absprachen bei Ausschreibungen, bei der Akteure heimlich zusammenwirken, um ein Konkurrenzgebot zu manipulieren; und sogenannte „Kampfpreise“, bei denen ein Produkt oder eine Dienstleistung zu einem sehr niedrigen Preis verkauft wird, mit der Absicht Mitbewerber aus dem Markt zu drängen bzw. ungerechtfertigt ihren Marktzugang zu erschweren.

Um fairen Wettbewerb zu fördern, sollte ein Unternehmen:

- seine Aktivitäten in Übereinstimmung mit dem Wettbewerbsrecht und entsprechenden Richtlinien durchführen und mit den zuständigen Behörden zusammenarbeiten;
- geeignete Verfahren und darüber hinausgehende Präventionsmaßnahmen einführen, um einer Beteiligung oder Mittäterschaft an wettbewerbswidrigem Verhalten vorzubeugen;
- das Bewusstsein der Beschäftigten für die Bedeutung der Einhaltung des Wettbewerbsrechts und des fairen Wettbewerbs schärfen;
- kartellfeindliche und Antidumpingmaßnahmen ebenso unterstützen wie politische Maßnahmen zur Wettbewerbsförderung; und
- den gesellschaftlichen Kontext beachten, in dem sie tätig ist und bestimmte soziale Bedingungen, z. B. Armut, nicht als unfairen Wettbewerbsvorteil nutzen.

4.9 Verantwortung in der Wertschöpfungskette

Ein Unternehmen kann andere Unternehmen durch seine Beschaffungs- und Kaufentscheidungen beeinflussen. Durch Vorbildwirkung und praktische Anleitung entlang der Wertschöpfungskette kann es die Anerkennung und Unterstützung der Grundsätze und Maßnahmen gesellschaftlicher Verantwortung fördern.

Ein Unternehmen sollte die möglichen Auswirkungen oder nichtbeabsichtigten Folgen seiner Beschaffungs- und Kaufentscheidungen auf andere Unternehmen berücksichtigen und die erforderliche Sorgfalt walten lassen, um negative Auswirkungen zu vermeiden oder zu minimieren. Außerdem kann es die Nachfrage nach gesellschaftlich verantwortlichen Produkten und Dienstleistungen fördern. Aktivitäten dieser Art sollten nicht als Ersatz für die Aufgabe von Behörden angesehen werden, Gesetze und Vorschriften einzuführen und durchzusetzen.

Für die Einhaltung anzuwendender Gesetze und Vorschriften und für die Auswirkungen der eigenen Entscheidungen und Aktivitäten auf Gesellschaft und Umwelt, ist jedes Unternehmen in der Wertschöpfungskette selbst verantwortlich.

Zur Förderung gesellschaftlicher Verantwortung innerhalb der eigenen Wertschöpfungskette sollte ein Unternehmen:

- ethische, soziale, umweltbezogene und auf die Gleichstellung der Geschlechter bezogene Kriterien sowie Gesundheit und Sicherheit in seine organisationspolitischen Einkaufs-, Vertriebs- und Vertragsvorgaben und deren praktische Umsetzung aufnehmen, um so die Übereinstimmung mit den Zielen gesellschaftlicher Verantwortung zu verbessern;
- andere Unternehmen ermutigen, ähnliche Vorgaben einzuführen, ohne sich dabei wettbewerbswidrig zu verhalten;
- Unternehmen, mit denen es in Beziehung steht, überprüfen und gebührende Sorgfalt anwenden, damit die Einhaltung seiner Selbstverpflichtungen zur gesellschaftlichen Verantwortung nicht gefährdet wird;
- die Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) in Betracht ziehen. Dies beinhaltet auch, das Bewusstsein für Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung und für vorbildliche Praktiken (Best Practice) zu stärken, sowie zusätzliche Hilfestellung (z. B. technische Unterstützung, Kompetenzaufbau oder andere Ressourcen) zu geben, um die Ziele gesellschaftlicher Verantwortung zu erreichen;
- sich aktiv daran beteiligen, das Bewusstsein für die Grundsätze und Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung bei den Unternehmen und Organisationen zu stärken, mit denen es in Beziehung steht; und
- eine faire und angemessene Handhabung der Kosten und Nutzen für die Umsetzung gesellschaftlich verantwortlicher Maßnahmen entlang der Wertschöpfungskette fördern. Wo möglich, gehört dazu auch die Verbesserung der Fähigkeit, Ziele gesellschaftlicher Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette zu verfolgen. Dies beinhaltet angemessene Beschaffungspraktiken, z. B. die Sicherstellung fairer Preise, angemessener Lieferzeiten und dauerhafter Verträge.

4.10 Eigentumsrechte achten

Das Recht auf Eigentum, ist als Menschenrecht in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte anerkannt. Eigentumsrechte umfassen sowohl materielles als auch geistiges Eigentum und schließen Ansprüche auf Grundbesitz und andere materielle Vermögensformen, Urheberrechte, Patente, rechtmäßige Herkunftsbezeichnungen, Geldmittel, moralische Rechte und sonstige Rechte ein. Auch die Beachtung weiter gefasster Rechtsansprüche, wie das überlieferte Wissen bestimmter Gruppen, beispielsweise indigener Völker, sowie das geistige Eigentum von Beschäftigten oder Dritter können Teil von Eigentumsrechten sein.

Die Anerkennung von Eigentumsrechten fördert Investitionen, gibt wirtschaftliche und materielle Sicherheit und belebt Kreativität und Innovation.

Ein Unternehmen sollte:

- Vorgaben einführen und praktisch umsetzen, die die Achtung von Eigentumsrechten und überliefertem Wissen fördern;
- ordentliche Untersuchungen durchführen, um sicher zu gehen, dass es einen rechtmäßigen Eigentumsanspruch hat, der ihm die Nutzung oder Veräußerung gestattet;
- sich nicht an Aktivitäten beteiligen, die Eigentumsrechte verletzen. Hierzu gehören auch der Missbrauch eines Machtverhältnisses, Fälschung und Piraterie;
- für das Eigentum, das es erwirbt oder nutzt, eine faire Entschädigung zahlen; und
- bei der Ausübung oder dem Schutz eigener geistiger und materieller Eigentumsrechte die Erwartungen der Gesellschaft, die Menschenrechte und die Grundbedürfnisse des Einzelnen berücksichtigen.

4.11 Unternehmen und Kunden- bzw. Konsumenten Anliegen

Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen anbieten, haben gegenüber ihren Kunden bestimmte Verantwortlichkeiten. Zu den Verantwortlichkeiten gehört es unter anderem, Bildung und korrekte Informationen zur Verfügung zu stellen. Dabei sollten Vertriebsinformationen und Prozesse zur Anbahnung und Abwicklung von Verträgen fair, transparent und nützlich sein. Ebenso sollte auch nachhaltiger Konsum gefördert werden, und Produkte und Dienstleistungen so gestaltet werden, dass sie für alle zugänglich sind – insbesondere auch für schutzbedürftige und benachteiligte Gruppen. Der Begriff Konsument bezieht sich auf alle Einzelpersonen oder Gruppen, welche die Produkte und Ergebnisse der Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens nutzen, und bedeutet nicht zwangsläufig, dass diese Konsumenten für Produkte oder Dienstleistungen Geld zahlen. Die Verantwortlichkeiten beziehen sich darüber hinaus auch auf die Verringerung von Risiken, die aus dem Gebrauch der Produkte oder Dienstleistungen stammen können. Diese Risikominimierung soll erreicht werden durch Ausgestaltung oder Bauweise, Herstellung, Vertrieb, Art der Auskunft und Information, durch Kundendienst, Rücknahme- und Rückrufverfahren. Viele Unternehmen sammeln oder verarbeiten personenbezogene Daten und haben eine Verantwortung, die Sicherheit solcher Angaben und die Privatsphäre von Konsumenten zu schützen.

Die Grundsätze in diesem Abschnitt gelten für alle Unternehmen in ihrer Rolle als Dienstleistungserbringer gegenüber ihren Konsumenten – trotzdem können die Handlungsfelder von sehr unterschiedlicher Relevanz sein, abhängig von der Art des Unternehmens und den jeweiligen Umständen. Unternehmen können durch die von ihnen angebotenen Produkten und Dienstleistungen sowie durch die von ihnen zur Verfügung gestellten Informationen (inklusive Angaben zu Gebrauch, Reparatur und Entsorgung) zu nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Entwicklung wesentlich beitragen.

Kundenanliegen mit Blick auf gesellschaftliche Verantwortung beziehen sich unter anderem auf faire Werbe- und Vertriebspraktiken, den Schutz von Gesundheit und Sicherheit, auf nachhaltigen Konsum, Schlichtungsverfahren und Rechtsbehelfe, Schutz und Vertraulichkeit von Daten, Sicherung der Grundversorgung, Befassung mit den Bedürfnissen schutzbedürftiger und benachteiligter Konsumenten sowie Konsumentenbildung. Die Leitsätze der Vereinten Nationen zum Verbraucherschutz bieten wichtige Hinweise zu Konsumenten Anliegen und zu nachhaltigem Konsum.

Die UN-Leitsätze zum Verbraucherschutz und der Internationale Pakt über wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte („Sozialpakt“) formulieren Grundsätze, die als Richtschnur für gesellschaftlich verantwortliches Handeln mit Blick auf die legitimen Bedürfnisse von Konsumenten gelten sollten. Diese legitimen Bedürfnisse umfassen die Befriedigung der Grundbedürfnisse und das Recht eines jeden auf einen angemessenen Lebensstandard, einschließlich ausreichender Ernährung, Bekleidung und Unterbringung, auf eine stetige Verbesserung der Lebensbedingungen sowie auf die Verfügbarkeit von Gütern der Grundversorgung, einschließlich finanzieller Güter. Des Weiteren beinhalten sie das Recht, eine angemessene, gerechte und nachhaltige wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung und den Schutz der Umwelt voranzutreiben. Im Einzelnen gehören zu diesen legitimen Bedürfnissen:

Sicherheit

Das Recht auf Zugang zu sicheren und gesundheitlich unbedenklichen Produkten und den Schutz von Konsumenten gegenüber Gesundheits- und Sicherheitsrisiken, die ihre Ursache in Produktionsprozessen, Produkten und Dienstleistungen haben;

Information

Zugang von Konsumenten zu angemessenen Informationen, die sie in die Lage versetzen, sachkundige Entscheidungen in Übereinstimmung mit persönlichen Wünschen und Bedürfnissen zu treffen, und sie vor betrügerischer oder irreführender Werbung oder Kennzeichnung schützen;

Freie Wahl

Förderung und Schutz der wirtschaftlichen Interessen von Konsumenten, einschließlich ihrer Befähigung, aus einem preisgünstigen Produkt- und Dienstleistungsangebot unter Zusicherung einer zufriedenstellenden Qualität auswählen zu können;

Anhörung

Freiheit, Konsumentenvertretungen und andere relevante Gruppen oder Organisationen zu bilden. Diese Organisationen sollten zudem die Chance erhalten, ihre Ansichten in Entscheidungsbildungsprozesse einzubringen, von denen sie betroffen sind; dies gilt insbesondere für die Gestaltung und Durchführung von Regierungspolitik und bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen;

Wiedergutmachung erlittenen Schadens

Verfügbarkeit wirksamer Maßnahmen zur Rechtsdurchsetzung von Konsumenten, insbesondere in Form einer fairen Abfindung bei berechtigten Ansprüchen, der Wiedergutmachung bei falschen Angaben, schlecht hergestellten Produkten oder nicht zufrieden stellenden Dienstleistungen;

Verbraucherbildung

Verbraucherbildung ermöglicht es Konsumenten, sachkundige und unabhängige Entscheidungen für Produkte und Dienstleistungen zu treffen und sich gleichzeitig der eigenen Rechte und Pflichten und den daraus resultierenden Handlungsmaximen bewusst zu sein; und

Intakte Umwelt

Darunter versteht man eine Umwelt, die das Wohlergehen heutiger und zukünftiger Generationen nicht bedroht. Nachhaltiger Konsum beinhaltet, die Bedürfnisse heutiger und zukünftiger Generationen nach Produkten und Dienstleistungen in einer Weise zu befriedigen, die in wirtschaftlicher, sozialer und umweltbezogener Hinsicht nachhaltig ist.

Achtung des Rechts auf Privatsphäre

Dieser Grundsatz ist aus der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, Artikel 12 abgeleitet. Er besagt, dass niemand willkürlichen Eingriffen in sein Privatleben, seine Familie, seine Wohnung und seinen Schriftverkehr oder Beeinträchtigungen seiner Ehre und seines Rufes ausgesetzt werden darf und dass jeder Anspruch auf rechtlichen Schutz gegen solche Eingriffe oder Beeinträchtigungen hat;

Vorsorgeansatz

Dieser Ansatz ist aus der Rio-Erklärung über Umwelt und Entwicklung und nachfolgenden Erklärungen und Vereinbarungen abgeleitet. Darin wird das Konzept entwickelt, dass bei drohenden schwerwiegenden oder bleibenden Schäden an der Umwelt oder der menschlichen Gesundheit, ein Mangel an vollständiger wissenschaftlicher Gewissheit kein Grund dafür sein sollte, kostenwirksame Maßnahmen aufzuschieben, die zur Vermeidung einer Verschlechterung der Umwelt oder von Schäden für die menschliche Gesundheit beitragen.

Bei Betrachtung der Kostenwirksamkeit einer Maßnahme sollte ein Unternehmen nicht nur die kurzfristigen, sondern auch die langfristigen wirtschaftlichen Kosten sowie den langfristigen Nutzen dieser Maßnahme berücksichtigen;

Förderung der Gleichstellung der Geschlechter und Stärkung der Rolle der Frau

Dieser Grundsatz leitet sich aus der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und den Millenniums-Entwicklungszielen ab. Er stellt eine zusätzliche Grundlage dar, um Konsumentenangelegenheiten genauer zu untersuchen und die Aufrechterhaltung von Geschlechterstereotypen zu vermeiden; und

Förderung eines Universellen Designs

Dieser Grundsatz bezieht sich auf die Gestaltung von Produkten und Umgebungen, die von so vielen Menschen wie möglich genutzt werden können, ohne dass es weiterer Anpassungen oder spezieller Gestaltung bedarf. Es gibt sieben Grundsätze des Universellen Designs: breitestmögliche Nutzbarkeit, Flexibilität in der Benutzung, einfache und intuitive Benutzung, sensorisch wahrnehmbare Informationen, Fehlertoleranz, niedriger körperlicher Aufwand sowie Größe und Platz für Zugang und Benutzung.

Schutzbedürftige (vulnerable) Gruppen haben unterschiedliche Fähigkeiten und in ihrer Rolle als Konsumenten besondere Bedürfnisse, auf die eingegangen werden sollte. In manchen Fällen benötigen sie unter Umständen speziell darauf zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen. Zu den besonderen Bedürfnissen kann gehören, dass sie möglicherweise ihre Rechte und Pflichten nicht kennen oder nicht in der Lage sind, sich nach diesem Wissen zu richten. Es ist auch möglich, dass sie sich potentieller Risiken, die von Produkten oder Dienstleistungen ausgehen können, nicht bewusst sind oder nicht in der Lage sind, diese abzuschätzen und demzufolge auch nicht zu einem ausgewogenen Urteil kommen können.

4.12 Faire Werbe-, Vertriebs-, Vertrags- und Informationspraktiken

Faire Werbe-, Vertriebs- und Vertragspraktiken sowie sachliche und unverfälschte, nicht irreführende Informationen stellen Informationen über Produkte und Dienstleistungen in einer Form zur Verfügung, die von Kunden verstanden werden kann. Dies ermöglicht es Kunden, sachkundige Konsum- und Kaufentscheidungen zu treffen und die Eigenschaften unterschiedlicher Produkte und Dienstleistungen miteinander zu vergleichen. Faire Anbahnung und Abwicklung von Verträgen soll die berechtigten Interessen sowohl von Anbietern als auch von Kunden schützen, indem das Ungleichgewicht der Verhandlungsmacht zwischen den beteiligten Seiten abgeschwächt wird. Verantwortliche Vermarktung kann auch die Bereitstellung von Informationen über die wirtschaftlichen, sozialen und umweltbezogenen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen über deren gesamten Lebenszyklus und die gesamte Wertschöpfungskette hinweg bedeuten. Anbieterangaben zu Produkten und Dienstleistungen spielen oft eine wichtige Rolle im Kaufprozess, weil diese Informationen unter Umständen die einzigen Angaben sind, die für den Konsumenten direkt verfügbar sind. Unfaire, unvollständige, irreführende oder täuschende Informationen sowie Werbe- und Vertriebspraktiken können zum Kauf von Produkten oder Dienstleistungen führen, die Bedürfnisse des Kunden nicht erfüllen, Zeit-, Geld- und Ressourcenverschwendung bedeuten und sogar für den Kunden oder die Umwelt gefährlich sein können. Die mögliche Folge ist ein Vertrauensverlust bei den Konsumenten, die nicht wissen, wem oder was sie glauben sollen. Dadurch kann wiederum das Wachstum von Märkten für nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen nachteilig beeinflusst werden.

Im Austausch mit seinen Kunden und Konsumenten sollte ein Unternehmen:

- nicht mit Methoden arbeiten, die täuschend, irreführend, betrügerisch oder unfair, unklar oder mehrdeutig sind; das beinhaltet auch das Weglassen entscheidender Informationen;
- einwilligen, dass relevante Informationen transparent gemacht werden, so dass Konsumenten einfachen Zugang dazu haben und auf der Grundlage von Vergleichen sachkundige Entscheidungen treffen können;
- Werbung und Marketingangaben eindeutig als solche kennzeichnen;
- alle Endpreise und Steuern, allgemeine Geschäfts- und Nutzungsbedingungen der Produkte und Dienstleistungen (sowie jegliches für den Gebrauch erforderliche Zubehör) und die Lieferkosten offenlegen. Wird ein Konsumentenkredit angeboten, sind die Einzelheiten zu dem aktuellen Nominalzinssatz sowie zum effektiven Jahreszinssatz anzugeben; das beinhaltet alle anfallenden Kosten, den zu zahlenden Betrag, die Anzahl der Raten und die Fälligkeitsdaten der Ratenabzahlung;
- Behauptungen oder Versicherungen belegen, indem die Basisdaten und -informationen auf Nachfragen zur Verfügung gestellt werden;
- keine Texte oder audiovisuelle Inhalte verwenden, die eine Stereotypisierung beispielsweise in Bezug auf Geschlechterrollen, Religion, Ethnie, Behinderung oder persönliche Beziehung aufrechterhält;
- bei Werbung und Vermarktung den wohlverstandenen Interessen schutzbedürftiger Gruppen (einschließlich Kindern) besondere Beachtung schenken und sich nicht an Aktivitäten beteiligen, die diesen Interessen abträglich sind;
- vollständige, richtige und verständliche Informationen zur Verfügung stellen, die in der Landessprache oder den am Verkaufsort üblichen Sprachen verglichen werden können und geltendem Recht entsprechen.

Angaben sollten gemacht werden zu:

- allen wichtigen Merkmalen der Produkte oder Dienstleistungen, auch bei Finanz- und Investmentprodukten, im Idealfall unter Berücksichtigung des gesamten Lebenszyklus;
- den zentralen Qualitätseigenschaften der Produkte und Dienstleistungen, so wie sie unter Zuhilfenahme standardisierter Prüfverfahren festgestellt und, wo möglich, mit Durchschnittsleistungen oder vorbildlichen Praktiken (Best Practices) verglichen wurden. Die Bereitstellung von Informationen dieser Art sollte sich auf jene Situationen und Umstände beschränken, in denen diese Vorgehensweise angemessen und anwendbar ist und für den Konsumenten hilfreich wäre;

- Gesundheits- und Sicherheitsaspekte der Produkte und Dienstleistungen, wie z. B. potentiell gefährliche Nutzungsform, gefährliche Materialien und gefährliche Chemikalien, die in den Produkten enthalten sind oder im Verlauf ihres Lebenszyklus freigesetzt werden;
- Informationen über den Zugang zu Produkten und Dienstleistungen; und
- Standort, Postanschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmens bei nationalem oder grenzüberschreitendem Versandhandel; das beinhaltet den Versandhandel über Internet oder andere elektronische Kommunikationsmittel (E-Commerce) sowie den klassischen Katalogversand.

Es sollten Verträge verwendet werden, die:

- in einer klaren, lesbaren und verständlichen Sprache abgefasst sind;
- keine unlauteren Vertragsbedingungen beinhalten, wie z. B. unbilligen Haftungsausschluss, ein Recht auf einseitige Änderung von Preisen und Vertragsbedingungen, die Übertragung des Insolvenzrisikos auf die Konsumenten oder übergebührlig lange Vertragslaufzeiten; zudem sollten Darlehenspraktiken mit Wucherzinsen und unangemessenen Kreditraten vermieden werden; und
- eindeutige und ausreichende Angaben zu Preisen, Besonderheiten, Zahlungs- und Geschäftsbedingungen, Kosten, Vertragsdauer und Kündigungsfristen beinhalten.

4.13 Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Kunden und Konsumenten

Zum Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten gehört das Angebot von Produkten und Dienstleistungen, die sicher sind und deren Nutzung oder Verbrauch kein unzumutbares Gefährdungsrisiko in sich bergen. Schutzmaßnahmen sollten sowohl den bestimmungsgemäßen Gebrauch als auch eine vorhersehbare missbräuchliche Verwendung abdecken. Eindeutige Anleitungen für den sicheren Gebrauch, einschließlich Zusammenbau und Instandhaltung, sind ebenfalls ein wichtiger Bestandteil des Gesundheits- und Sicherheitsschutzes.

Das Ansehen eines Unternehmens kann unmittelbar davon beeinflusst werden, welche Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit von Konsumenten von den eigenen Produkten und Dienstleistungen ausgehen.

Produkte und Dienstleistungen sollten sicher sein, gleichgültig, ob es gesetzliche Sicherheitsanforderungen gibt oder nicht. Sicherheit bedeutet auch die Antizipation potentieller Risiken, um Schaden und Gefahren von vornherein zu vermeiden. Da nicht alle Risiken vorhersehbar sind oder ausgeschlossen werden können, sollten Maßnahmen zum Schutz der Sicherheit auch Mechanismen zum Rückruf von Produkten einschließen.

Zum Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten sollte ein Unternehmen die nachfolgenden Maßnahmen ergreifen. Besonderes Augenmerk sollte dabei schutzbedürftigen Gruppen (insbesondere Kindern) gelten, da diese unter Umständen nicht in der Lage sind, potentielle Gefahren zu erkennen oder einzuschätzen.

Ein Unternehmen sollte:

- Produkte und Dienstleistungen anbieten, die unter üblichen und vernünftigerweise vorhersehbaren Nutzungsbedingungen sicher sind, und zwar für die Benutzer, für weitere Personen, deren Eigentum und die Umwelt;
- die Angemessenheit von Gesundheits- und Sicherheitsgesetzen, Vorschriften, Normen und sonstigen Anforderungen abschätzen, um sich mit allen Aspekten von Gesundheit und Sicherheit zu befassen. Ein Unternehmen sollte über die Mindestanforderungen hinausgehen, sofern es Anhaltspunkte dafür gibt, dass durch höhere Anforderungen ein wesentlich besseres Schutzniveau erreicht werden kann. Solche Anhaltspunkte können sein: das Auftreten von Unfällen im Zusammenhang mit Produkten und Dienstleistungen, die den Mindestanforderungen entsprechen, oder die Verfügbarkeit von Produkten oder einer Produktgestaltung, welche die Zahl oder Schwere von Unfällen reduzieren können;

- die Dienstleistung einstellen oder sämtliche Produkte zurückrufen, die sich noch im Vertrieb befinden, wenn ein Produkt, nachdem es auf den Markt gebracht wurde, eine unvorhergesehene Gefahr darstellt, schwere Mängel aufweist oder irreführende oder falsche Angaben enthält. Um Produkte zurückzurufen, sollte ein Unternehmen geeignete Verfahren und Medien nutzen, um jene Menschen zu erreichen, die das Produkt gekauft oder die Dienstleistungen in Anspruch genommen haben; Konsumenten sollten für erlittene Verluste entschädigt werden. Maßnahmen zur Rückverfolgbarkeit innerhalb der Wertschöpfungskette können angemessen und nützlich sein;

Ein Unternehmen sollte die Risiken in der Produktgestaltung minimieren, indem:

- die wahrscheinliche(n) Nutzergruppe(n), der bestimmungsgemäße Gebrauch und der zu erwartende Missbrauch des Prozesses, Produkts oder der Dienstleistung identifiziert werden. Ebenso sollten Gefahren ermittelt werden, die auf allen Stufen und unter allen Bedingungen der Nutzung des Produkts oder der Dienstleistung auftreten können. Schutzbedürftigen Gruppen sollten unter Umständen speziell zugeschnittene Produkte und Dienstleistungen angeboten werden;
- das Risiko der festgestellten Gefahren für jede der ermittelten Nutzer- oder Kontaktgruppen, abgeschätzt und bewertet wird; und
- folgende Prioritäten bei der Verringerung des Risikos gesetzt werden: eigensichere Gestaltung, Schutzvorrichtungen und Nutzerinformation.
- eine geeignete Gestaltung von Informationen zu Produkten und Dienstleistungen gewährleisten. Dabei sollten unterschiedliche Konsumentenbedürfnisse ebenso berücksichtigt werden, wie die unterschiedliche oder eingeschränkte Aufnahmefähigkeit von Konsumenten. Dies gilt insbesondere hinsichtlich der Zeit, die für die Informationssuche und -aufnahme aufgewendet wird;
- bei der Produktentwicklung die Verwendung von gefährlichen Chemikalien vermeiden. Das schließt unter anderem Chemikalien ein, die krebserregend, erbgutschädigend, schädlich für die Fortpflanzungsfähigkeit (reproduktionstoxisch) oder schwer abbaubar und bioakkumulierend sind. Sofern Produkte, die derartige Chemikalien enthalten, zum Verkauf angeboten werden, sollten sie eindeutig gekennzeichnet sein;
- sofern erforderlich, vor der Einführung neuer Materialien, Technologien oder Produktionsverfahren eine Risikobewertung für Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit durchführen. Wo es dienlich erscheint, sollte das Belegmaterial den Konsumenten zugänglich gemacht werden;
- wann immer es möglich ist, Konsumenten die entscheidenden Sicherheitsinformationen zusätzlich zu schriftlichen Angaben auch mit Hilfe von Zeichen vermitteln, vorzugsweise mit Hilfe der international vereinbarten Symbole;
- Konsumenten mit dem richtigen Gebrauch der Produkte vertraut machen und sie vor den Risiken warnen, die mit dessen beabsichtigtem bestimmungsgemäßen oder absehbarem Gebrauch verbunden sind; und
- Maßnahmen ergreifen, die verhindern, dass Produkte in der Obhut von Konsumenten durch eine unsachgemäße Handhabung oder Lagerung zum Sicherheitsrisiko werden.

4.14 Nachhaltiger Konsum

Nachhaltiger Konsum bezeichnet den Verbrauch von Produkten und Ressourcen in einem Umfang, der mit dem Ziel der nachhaltigen Entwicklung vereinbar ist. Das Konzept besagt, dass zur Vollendung einer nachhaltigen Entwicklung und zur Erreichung einer höheren Lebensqualität für alle Menschen, Staaten nicht-nachhaltige Produktions- und Konsumgewohnheiten reduzieren und beseitigen sollten.

Der Beitrag eines Unternehmens zum nachhaltigen Konsum ist auf die von ihm angebotenen Produkte und Dienstleistungen, deren Lebenszyklen und Wertschöpfungsketten sowie die Art der Informationen, die Verbrauchern dazu zur Verfügung gestellt werden, zurückzuführen.

Die gegenwärtigen Verbrauchsdaten sind eindeutig nicht nachhaltig und tragen zur Schädigung der Umwelt und zum Abbau von Ressourcen bei. Konsumenten spielen bei der nachhaltigen Entwicklung eine wichtige Rolle, indem sie bei Kaufentscheidungen ethische, soziale, wirtschaftliche und umweltbezogene Faktoren berücksichtigen, und zwar auf der Grundlage korrekter Auskünfte.

Um einen Beitrag zum nachhaltigen Konsum zu leisten, sollte ein Unternehmen gegebenenfalls:

- eine wirkungsvolle Aufklärung fördern, welche Konsumenten dazu befähigt, die Auswirkungen ihrer Kaufentscheidungen auf ihr Wohlergehen und auf die Umwelt zu verstehen. Dazu können auch praktische Ratschläge gehören, wie das Konsumverhalten angepasst und notwendige Veränderung umgesetzt werden kann;
- den Konsumenten Produkte und Dienstleistungen anbieten, die unter Berücksichtigung ihres gesamten Lebenszyklus sozial- und umweltverträglich sind, und gegebenenfalls negative Auswirkungen auf die Gesellschaft und Umwelt verringern, indem:
- jegliche gesundheitliche und umweltbezogene negative Auswirkung der Produkte und Dienstleistungen, wo immer möglich, beseitigt oder minimiert wird. Wo weniger schädliche und effizientere Alternativen existieren, sollte eine entsprechende Auswahl von Produkte und Dienstleistungen angeboten werden, die weniger ungünstige Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt haben;
- Produkte und Verpackungen so gestaltet werden, dass sie ohne Umstände benutzt, wiederverwendet, repariert oder wiederverwertet werden können. Sofern möglich, können auch Recycling- und Entsorgungslösungen angeboten oder vorgeschlagen werden;
- Zubehör und Betriebsstoffe bevorzugt werden, die zur nachhaltigen Entwicklung beitragen;
- qualitativ hochwertige Produkte mit einer längeren Produktlebensdauer zu erschwinglichen Preisen angeboten werden;
- den Konsumenten wissenschaftlich glaubwürdige, widerspruchsfreie, wahrheitsgemäße, richtige, vergleichbare und überprüfbare Angaben über umweltbezogene und soziale Faktoren, die mit der Produktion und Auslieferung ihrer Produkte oder Dienstleistungen verbunden sind, zur Verfügung gestellt werden; dies beinhaltet gegebenenfalls Informationen zur Ressourceneffizienz unter Berücksichtigung der Wertschöpfungskette;
- die Konsumenten über Produkte und Dienstleistungen informiert werden, einschließlich Angaben zu: Leistungsmerkmalen, gesundheitlichen Auswirkungen, Herkunftsland, Energieeffizienz (sofern zutreffend), Inhalt oder Zutaten (gegebenenfalls einschließlich der Verwendung von genetisch veränderten Organismen und Nanopartikeln); außerdem: Informationen zu Tierschutzfragen und artgerechter Tierhaltung (gegebenenfalls auch über die Durchführung von Tierversuchen), sicheren Gebrauch, Instandhaltung, Lagerung und Entsorgung der Produkte und ihrer Verpackungen; und
- zuverlässige und gültige, durch unabhängige Dritte überprüfte Kennzeichnungssysteme oder andere Verifizierungssysteme (wie z. B. Umweltkennzeichen oder Audits) genutzt werden, um über positive Umweltaspekte, Energieeffizienz und andere der Gesellschaft und Umwelt dienliche Merkmale von Produkten und Dienstleistungen zu informieren.

4.15 Kundendienst, Beschwerdemanagement und Schlichtungsverfahren

Kundendienst, Beschwerdemanagement und Schlichtungsverfahren sind die Mechanismen, die ein Unternehmen nutzt, um auch nach dem Kauf eines Produktes oder nachdem eine Dienstleistung erbracht ist, auf die Belange von Konsumenten einzugehen. Zu solchen Mechanismen gehören ordnungsgemäßer Einbau, Gewährleistungen und Garantien, technische Unterstützung beim Gebrauch, sowie Bestimmungen für Rückgabe, Reparatur und Instandhaltung.

Produkte und Dienstleistungen, die entweder aufgrund von Mängeln, Störungen oder infolge unsachgemäßen Gebrauchs nicht zufrieden stellend funktionieren, können sowohl zu einer Verletzung von Konsumentenrechten als auch zu einer Verschwendung von Geld, Ressourcen und Zeit führen.

Anbieter von Produkten und Dienstleistungen können die Konsumentenzufriedenheit erhöhen und die Anzahl von Beschwerden verringern, indem sie hochwertige Produkte und Dienstleistungen anbieten. Sie sollten den Konsumenten eindeutige Empfehlungen zum sachgerechten Gebrauch sowie zu Ersatzansprüchen oder Nachbesserung bei Schlechterfüllung geben. Die Wirksamkeit des Kundendienstes und der Schlichtungsverfahren können sie zudem durch die Befragung ihrer Nutzer überprüfen.

Ein Unternehmen sollte:

- Maßnahmen ergreifen, um Beschwerden vorzubeugen, indem es allen Konsumenten, auch denjenigen, die Produkte über den Versandhandel bezogen haben, die Möglichkeit zur Rückgabe innerhalb einer bestimmten Frist oder Zugang zu anderen angemessenen Rechtsmitteln einräumt;
- Beschwerden prüfen und ihren Umgang mit Beschwerden vervollkommen;
- wo erforderlich, Gewährleistungsfristen anbieten, die die gesetzlich garantierten Fristen überschreiten und der erwarteten Länge des Produktlebens angemessen sind;
- Konsumenten gegenüber eindeutige Angaben dazu machen, wie sie sowohl auf Kundendienst als auch auf Schlichtungs- und Rechtsdurchsetzungsmechanismen zugreifen können;
- angemessene und wirksame Hilfs- und Beratungssysteme anbieten;
- Instandhaltung und Reparatur zu einem angemessenen Preis und an erreichbaren Stellen anbieten; Angaben über die erwartete Verfügbarkeit von Ersatzteilen sollten leicht zugänglich sein; und
- Verfahren zur alternativen Beilegung von Rechtsstreitigkeiten, Konfliktlösung und Rechtsdurchsetzung nutzen, die auf nationalen oder internationalen Normen beruhen. Diese sollten für die Konsumenten gebührenfrei oder zu minimalen Kosten zugänglich sein und sie nicht zum Verzicht auf den ordentlichen Rechtsweg zwingen.

4.16 Schutz und Vertraulichkeit von Kundendaten

Datenschutz und -sicherheit für Konsumenten sollen das Recht der Konsumenten auf Privatsphäre schützen, indem die Art der gesammelten Daten, sowie die Art der Erhebung, Nutzung und Sicherung eingeschränkt wird. Die zunehmende Nutzung elektronischer Kommunikation (auch für Geldgeschäfte) und von Gentests lassen ebenso wie der Zuwachs an umfangreichen Datenbanken Bedenken darüber aufkommen, wie die Privatsphäre der Konsumenten geschützt werden kann, insbesondere mit Blick auf personenbezogene Daten.

Unternehmen können dazu beitragen, ihre Glaubwürdigkeit zu behaupten und das Vertrauen der Konsumenten zu behalten, indem sie strenge Systeme für die Erfassung bzw. Erhebung, Nutzung und den Schutz von Konsumentendaten etablieren.

Um einer Verletzung der Privatsphäre durch die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten vorzubeugen, sollte ein Unternehmen:

- die Erhebung persönlicher Daten auf Angaben begrenzen, die entweder entscheidend für das Anbieten von Produkten oder Dienstleistungen sind, oder mit der bewussten und freiwilligen Zustimmung des Konsumenten erlangt wurden;
- es unterlassen, die Nutzung einer Dienstleistung oder die Inanspruchnahme von Sonderangeboten von der Einwilligung des Konsumenten zur eigentlich unerwünschten Nutzung von Daten für Werbe- und Vertriebszwecke abhängig zu machen;
- Daten nur auf legalen und fairen Wegen erheben;
- den Zweck konkretisieren, zu dem die persönlichen Daten gesammelt werden, und dies entweder vor oder zum Zeitpunkt der Datenerfassung;
- personenbezogene Daten für keine anderen als die angegebenen Zwecke, Vermarktung inbegriffen, offenlegen, zugänglich machen oder anderweitig nutzen; ausgenommen sind nur die Fälle, in denen eine sachkundige und freiwillige Einverständniserklärung des Konsumenten vorliegt oder es gesetzlich verlangt ist;
- den Konsumenten das Recht gewähren, das Vorhalten personenbezogener Daten im Unternehmen zu prüfen und dagegen im Rahmen der gesetzlichen Festlegungen vorzugehen. Im Falle einer erfolgreichen Anfechtung sollten die Daten, soweit erforderlich, gelöscht, berichtigt, vervollständigt oder geändert werden;
- personenbezogene Daten durch geeignete Sicherheitsmaßnahmen schützen;
- transparent sein in Bezug auf Entwicklungen, Umsetzungs- und organisationspolitische Vorgaben zum Umgang mit personenbezogenen Daten sowie leicht zugängliche Wege eröffnen, um das Vorhandensein, die Art und die hauptsächliche Nutzung persönlicher Daten festzustellen; und

- die Identität und übliche Erreichbarkeit (Kontakt Daten) der Person mitteilen, die in dem Unternehmen für den Datenschutz verantwortlich ist (auch: Datenschutzbeauftragter); diese Person sollte für die Einhaltung der hier genannten Maßnahmen und die Einhaltung der einschlägigen Gesetze zur Rechenschaft gezogen werden.

4.17 Verbraucherbildung und Sensibilisierung

Initiativen zur Verbraucherbildung und Sensibilisierung versetzen Konsumenten in die Lage, dass sie gut informiert sind, sich ihrer Rechte und Pflichten bewusst werden, mit größerer Wahrscheinlichkeit eine aktive Rolle übernehmen und fähig sind, sachkundige Kaufentscheidungen zu treffen und verantwortungsbewusst zu konsumieren. Benachteiligte Konsumenten sowohl in ländlichen als auch in städtischen Gegenden haben dabei besondere Bedürfnisse hinsichtlich Aufklärung und Bewusstseinsbildung. Bei jedem förmlichen Vertrag zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten sollte das Unternehmen überprüfen, ob der Konsument über alle einschlägigen Rechte und Pflichten richtig informiert ist.

Das Ziel der Verbraucherbildung ist nicht nur die Vermittlung von Wissen, sondern auch die Konsumenten dahingehend zu befähigen, dass sie auf der Grundlage dieses Wissens handeln können. Dazu gehört die Ausbildung von Fähigkeiten, um Produkte und Dienstleistungen zu bewerten und vergleichen zu können. Darüber hinaus zielen solche Aufklärungsmaßnahmen auch darauf ab, für die Auswirkung der Konsumentenentscheidungen auf Dritte und auf das Ziel nachhaltiger Entwicklung zu sensibilisieren. Verbraucherbildung und -aufklärung enthebt jedoch kein Unternehmen seiner Verantwortung, für den Fall, dass ein Konsument bei der Benutzung von Produkten und Dienstleistungen zu Schaden kommt.

Bei der Aufklärung und Bildung von Konsumenten sollte sich ein Unternehmen, sofern angebracht, mit folgenden Punkten auseinandersetzen:

- Gesundheit und Sicherheit, einschließlich Produktgefahren;
- Aufklärung über anwendbare Gesetze und Vorschriften, über Rechtsbehelfe, sowie über Behörden und Organisationen zum Schutz der Verbraucher;
- Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen sowie Bereitstellung von Informationen in Handbüchern und Gebrauchsanleitungen;
- Informationen zu Gewichten und Maßen, Preisen, Qualität, Kreditbedingungen und Verfügbarkeit von Diensten der Grundversorgung;
- Informationen über Risiken, die mit der Nutzung verbunden sind, sowie notwendige Vorsichtsmaßnahmen;
- Finanz- und Investmentprodukte und -dienstleistungen; Umweltschutz;
- effiziente Nutzung von Materialien, Energie und Wasser; nachhaltiger Konsum; und
- ordnungsgemäße Entsorgung von Verpackungen, Abfall und Produkten.

4.18 Einbindung der Gemeinschaft

Es ist heute weithin anerkannt, dass Unternehmen eine Beziehung zu den Gemeinschaften haben, in denen sie tätig sind. Diese Beziehung sollte jeweils auf der Einbindung der Gemeinschaft fußen, damit sie zu deren Entwicklung beitragen kann. Die Einbindung der Gemeinschaft trägt zur Stärkung der Zivilgesellschaft bei, gleich ob Einzelne eingebunden werden, oder Vereinigungen, die die Mehrung des Gemeinwohls zum Ziel haben. Unternehmen, die sich in ihrer Gemeinschaft und deren Institutionen respektvoll engagieren, spiegeln die demokratischen und bürgerlichen Werte wider und verstärken sie.

„Gemeinschaft“ bedeutet im Sinne dieses Abschnitts Wohngebiete oder andere soziale Einheiten, die geographisch in unmittelbarer Nähe zu den Standorten des Unternehmens liegen oder sich in Gebieten befinden, auf die sich die Aktivitäten des Unternehmens auswirken. Das Gebiet und die Mitglieder der Gemeinschaft, die von diesen Auswirkungen betroffen sind, hängen vom Kontext und insbesondere vom Ausmaß und der Art der Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmens ab. Im Allgemeinen kann jedoch unter dem Begriff Gemeinschaft auch eine Gruppe von Menschen mit bestimmten gemeinsamen Merkmalen verstanden werden, z. B. eine virtuelle Gemeinschaft, die sich mit einem bestimmten Thema befasst.

Einbindung der Gemeinschaft bedeutet nicht nur, die von den Aktivitäten eines Unternehmens betroffenen Anspruchsgruppen (interessierte Kreise, Stakeholder) zu erkennen und einzubinden; sie umfasst ebenso die Unterstützung der Gemeinschaft und den Aufbau einer Beziehung zu ihr. Einbindung der Gemeinschaft bedeutet vor allem, den Wert einer Gemeinschaft anzuerkennen. Bindet ein Unternehmen seine Gemeinschaft ein, sollte es dabei bedenken, dass das Unternehmen in seiner Gemeinschaft selbst eine Anspruchsgruppe ist und folglich bestimmte Interessen mit ihr teilt.

Ein Unternehmen kann mit seinem Beitrag zur Entwicklung der Gemeinschaft die Steigerung des Wohlergehens in der Gemeinschaft unterstützen. Darunter versteht man im Allgemeinen die Verbesserung der Lebensqualität einer Bevölkerungsgruppe. Die Entwicklung der Gemeinschaft ist kein linearer, sondern vielmehr ein langfristiger Prozess, in dem verschiedene, miteinander in Konflikt stehende Interessen sichtbar werden. Historische und kulturelle Merkmale machen jede Gemeinschaft einzigartig und beeinflussen ihre Entwicklungsmöglichkeiten. Daher ist die Entwicklung der Gemeinschaft das Ergebnis sozialer, politischer, wirtschaftlicher und kultureller Merkmale und hängt von den Eigenschaften der beteiligten gesellschaftlichen Kräfte ab. Anspruchsgruppen in einer Gemeinschaft können verschiedene – sogar miteinander in Konflikt stehende – Interessen haben. Geteilte Verantwortung ist notwendig, um das Wohlergehen der Gemeinschaft als gemeinsames Ziel zu fördern.

Handlungsfelder, zu denen ein Unternehmen im Rahmen der Entwicklung der Gemeinschaft beitragen kann, sind unter anderem die Schaffung von Arbeitsplätzen durch Erweiterung und Diversifizierung von Wirtschaftstätigkeiten sowie die technologische Entwicklung. Ein Unternehmen kann ebenso seinen Beitrag leisten durch gemeinwohlförderliche Investitionen in Wohlstand und Einkommensentwicklung über örtliche Initiativen zur Wirtschaftsentwicklung; desgleichen durch die Erhöhung des Bildungsgrads und Erweiterung von Programmen zur beruflichen Qualifizierung, durch Förderung und Erhalt der Kultur und der Künste, sowie durch das Angebot und/oder die Förderung von Gesundheitsdienstleistungen in ihrer Gemeinschaft. Zur Entwicklung der Gemeinschaft kann darüber hinaus die institutionelle Stärkung der Gemeinschaft, ihrer Gruppen und gemeinschaftlichen Foren gehören, aber auch kulturelle, soziale und umweltbezogene Programme sowie örtliche Netzwerke, an denen sich mehrere Institutionen beteiligen.

Die Entwicklung der Gemeinschaft wird in der Regel dadurch begünstigt, dass sich die gesellschaftlichen Kräfte in einer Gemeinschaft darum bemühen, öffentliche Teilhabe zu fördern, und gleiche Rechte sowie menschenwürdige Lebensstandards für alle Bürger anstreben, ohne dabei Einzelne zu diskriminieren. Dies ist ein Prozess innerhalb der Gemeinschaft, der bestehende Beziehungen berücksichtigt und Hindernisse überwindet, damit alle die gleichen Rechte genießen. Gesellschaftlich verantwortliches Verhalten fördert diese Entwicklung der Gemeinschaft.

Investitionen zugunsten des Gemeinwohls, die zur Entwicklung der Gemeinschaft beitragen, können die Beziehung des Unternehmens mit seinen Gemeinschaften lebendig halten und verbessern. Sie können, müssen aber nicht, mit den Kernaktivitäten eines Unternehmens verbunden sein.

Obgleich manche Aspekte, die in diesem Abschnitt behandelt werden, als Philanthropie verstanden werden können, kann das Ziel, gesellschaftliche Verantwortung in ein Unternehmen zu integrieren, mit philanthropischen Tätigkeiten allein nicht erreicht werden.

In Ergänzung zu den sieben Grundsätzen gesellschaftlicher Verantwortung lassen sich bei der Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft folgende spezifische Grundsätze anwenden. Ein Unternehmen sollte:

- sich bei der Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft selbst als ein Teil der Gemeinschaft ansehen und sich nicht davon distanzieren;
- das Recht der Mitglieder einer Gemeinschaft anerkennen und gebührend berücksichtigen, Entscheidungen mit Blick auf ihre Gemeinschaft zu treffen, und dabei auf die von ihnen bevorzugte Art und Weise die Maximierung ihrer Ressourcen und Chancen zu verfolgen;
- im Austausch mit der Gemeinschaft deren Charakteristika, wie Kulturen, Religionen, Traditionen und Geschichte, anerkennen und gebührend berücksichtigen; und
- den Wert partnerschaftlicher Zusammenarbeit anerkennen und dabei den Austausch von Erfahrungen, Ressourcen und Leistungen unterstützen.

Bei der Einbindung der Gemeinschaft sollte ein Unternehmen in Betracht ziehen, die öffentliche Politik in diesem Bereich zu unterstützen. Daraus kann die Möglichkeit entstehen, durch eine gemeinsame Vision und ein gemeinsames Verständnis von Entwicklungsprioritäten sowie durch Partnerschaften bessere Ergebnisse als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu erzielen.

Unternehmen gehen oft Partnerschaften ein und verbinden sich mit Dritten, um ihre eigenen Interessen zu verteidigen oder voranzubringen. Bei der Interessensvertretung ihrer Mitglieder sollten derartige Verbände jedoch das Recht anderer Gruppen und Einzelpersonen achten, sich ebenfalls zu verbinden. Ihr Handeln sollte stets dazu beitragen, die Achtung von Rechtsstaatlichkeit und demokratischen Prozessen zu steigern.

Bevor ein Unternehmen entscheidet, wie es sich dem Thema Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft nähert, sollte es die möglichen Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gemeinschaft untersuchen und sich überlegen, wie negative Auswirkungen verringert und positive Auswirkungen verstärkt werden können.

Bei der Entwicklung von Plänen zur Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft sollte ein Unternehmen nach Möglichkeiten suchen, eine Vielzahl unterschiedlicher Anspruchsgruppen einzubinden. Zusätzlich ist es wichtig, schutzbedürftige, diskriminierte, unterrepräsentierte oder Randgruppen zu erkennen, sich mit ihnen zu beraten und diese, wo möglich, zu unterstützen.

Welche Bereiche die größte Bedeutung für die Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft haben, hängt von der jeweiligen Gemeinschaft ab, und von dem spezifischen Wissen sowie den spezifischen Ressourcen und Kompetenzen, die jedes Unternehmen in die Gemeinschaft einbringen wird. Manche Aktivitäten eines Unternehmens können ausdrücklich darauf ausgerichtet sein, zur Entwicklung der Gemeinschaft beizutragen, während andere eher auf private Zwecke abzielen, die allgemeine Entwicklung aber indirekt fördern.

Ein Unternehmen kann die negativen Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten verringern oder vermeiden und den Nutzen ihrer Aktivitäten ebenso wie die nachhaltige Entwicklung in der Gemeinschaft maximieren, indem es das Konzept der Einbindung der Gemeinschaft in seine Entscheidungen und Aktivitäten einbezieht. Ein Unternehmen kann die ihm eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten als Grundlage für die Einbindung der Gemeinschaft nutzen.

Ein Unternehmen kann mit humanitären Krisen oder anderen Umständen konfrontiert sein, die die Gefahr in sich bergen, dass das Leben in der Gemeinschaft zum Erliegen kommt, soziale und wirtschaftliche Probleme in der Gemeinschaft sich verschärfen und dadurch auch das Risiko von Menschenrechtsverletzungen steigt. Beispiele solcher Situationen sind Notfälle bei der Lebensmittelsicherheit, Naturkatastrophen, wie Überflutungen, Dürren, Tsunamis und Erdbeben, die Vertreibung der Bevölkerung sowie bewaffnete Konflikte.

Unternehmen mit Aktivitäten sowie Partnern oder anderen Anspruchsgruppen in einem derart betroffenen Gebiet sollten in Erwägung ziehen, zur Verbesserung solcher Situationen beizutragen. Sie könnten sich jedoch auch aus rein humanitären Gründen dazu entschließen. Unternehmen können dazu auf vielfältige Weise einen Beitrag leisten, von der Katastrophenhilfe bis hin zu Maßnahmen zum Wiederaufbau. In jedem Fall sollte es sich mit dem menschlichen Leid auseinandersetzen, wobei insbesondere den Schutzbedürftigsten, wie Frauen und Kindern, sowohl in der konkreten Situation als auch in der ganzen Bevölkerung Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Die Würde und die Rechte aller Opfer sollten geachtet und gestärkt werden. In Krisensituationen ist es wichtig, dass koordinierte Maßnahmen ergriffen werden. Daher ist es wichtig, mit Behörden und, wo möglich, mit internationalen humanitären Organisationen und anderen einschlägigen Stellen zusammenzuarbeiten.

Die Einbindung der Gemeinschaft ist der proaktive Kontakt eines Unternehmens zur Gemeinschaft. Die Einbindung der Gemeinschaft zielt darauf ab, Problemen vorzubeugen und sie zu lösen, Partnerschaften mit örtlichen Organisationen und Anspruchsgruppen zu pflegen und danach zu streben, als Unternehmen ein gutes Mitglied der Gemeinschaft zu sein. Dies befreit das Unternehmen nicht davon, Verantwortung für die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auf die Gesellschaft und auf die Umwelt zu übernehmen. Unternehmen leisten einen Beitrag für die jeweilige Gemeinschaft indem sie sich an gesellschaftliche Institutionen beteiligen und diese unterstützen sowie sich in Netzwerken von Gruppen und Einzelpersonen, die die Zivilgesellschaft bilden, engagieren.

Die Einbindung der Gemeinschaft hilft Unternehmen darüber hinaus, sich mit den Bedürfnissen und Prioritäten der Gemeinschaft vertraut zu machen, damit die entwicklungsbezogenen und andere Bemühungen des Unternehmens mit denen der Gemeinschaft und der Gesellschaft vereinbar sind. Ein Unternehmen kann sich dadurch engagieren, dass es beispielsweise an Foren teilnimmt, die von örtlichen Behörden und Anwohnervereinigungen gegründet wurden, oder indem es selbst solche Foren gründet. Bestimmte traditionelle oder indigene Gemeinschaften, Nachbarschaftsvereinigungen oder Internet-Netzwerke agieren als „Organisation“, ohne formal eine solche zu bilden. Ein Unternehmen sollte sich bewusst sein, dass es viele Arten von Gruppen, formelle und informelle, gibt, die zur Entwicklung beitragen können. Ein Unternehmen sollte die kulturellen, sozialen und politischen Rechte dieser Gruppen achten.

Es ist wichtig, dass bei Maßnahmen zur Einbindung der Gemeinschaft die Achtung der Rechtsstaatlichkeit gewährleistet ist. Ferner sollte in partizipativen Prozessen sichergestellt werden, dass die Rechte Dritter, ihre eigenen Interessen zum Ausdruck zu bringen und zu verteidigen, geachtet werden, und dass andere Ansichten gebührend respektiert werden.

Ein Unternehmen sollte:

- repräsentative Gruppen der Gemeinschaft zu Rate ziehen, um Prioritäten bei Investitionen zugunsten des Gemeinwohls und Aktivitäten zur Entwicklung der Gemeinschaft festzulegen. Besondere Aufmerksamkeit sollte schutzbedürftigen, diskriminierten, nicht repräsentierten, unterrepräsentierten und Randgruppen geschenkt werden. Sie sollten in einer Weise eingebunden werden, die dazu beiträgt, ihre Möglichkeiten auszubauen und ihre Rechte zu stärken;
- sich mit Gemeinschaften, insbesondere indigenen Völkern, im Hinblick auf die Bedingungen von Entwicklungsmaßnahmen, die sie betreffen, beraten und auf sie eingehen. Der Konsultationsprozess sollte vor etwaigen Entwicklungsmaßnahmen stattfinden und auf vollständiger, genauer und zugänglicher Information beruhen;
- sich, wo möglich und angemessen, an örtlichen Vereinigungen beteiligen mit dem Ziel, zum Gemeinwohl und zu den Entwicklungszielen der Gemeinschaft beizutragen;
- transparente Beziehungen zu örtlichen Regierungsbeamten und politischen Repräsentanten pflegen, die frei von Bestechung oder unangemessener Einflussnahme sind;
- Menschen dazu ermutigen und dabei unterstützen, ehrenamtlich gemeinnützige Arbeit zu leisten.

4.19 Bildung und Kultur

Bildung und Kultur sind Grundvoraussetzungen gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Entwicklung und Teil der Identität einer Gemeinschaft. Der Erhalt und die Förderung von Kultur und Bildung, die mit dem Grundsatz der Achtung der Menschenrechte in Einklang stehen, haben eine positive Auswirkung auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die gesellschaftliche Entwicklung.

Ein Unternehmen sollte:

- Bildung auf allen Ebenen fördern und unterstützen sowie sich an Maßnahmen beteiligen, die darauf abzielen, die Bildungsqualität und den Zugang zu Bildung zu verbessern, lokales Wissen zu fördern und zur Beseitigung des Analphabetismus beizutragen;
- Lernmöglichkeiten insbesondere für schutzbedürftige oder diskriminierte Gruppen fördern;
- die Aufnahme von Kindern in das offizielle Schulsystem unterstützen und dazu beitragen, die Zugangsbeschränkungen von Kindern zu Bildungsmaßnahmen zu beseitigen (wie z. B. Kinderarbeit);
- gegebenenfalls kulturelle Aktivitäten fördern sowie örtliche Kulturen und kulturelle Traditionen, die mit den Menschenrechten im Einklang stehen, anerkennen und wertschätzen. Maßnahmen zur Unterstützung kultureller Tätigkeiten, die historisch benachteiligte Gruppen stärken, sind ein wichtiges Mittel zur Bekämpfung von Diskriminierung;
- in Erwägung ziehen, Schulungen zu Menschenrechten und eine entsprechende Bewusstseinsbildung zu fördern;
- helfen, das kulturelle Erbe zu bewahren und zu schützen, insbesondere dort, wo sich die Aktivitäten des Unternehmens darauf auswirken; und
- gegebenenfalls die Anwendung überlieferten Wissens und traditioneller Technologien indigener Gemeinschaften fördern.

4.20 Schaffung von Arbeitsplätzen und berufliche Qualifizierung

Beschäftigung ist im Rahmen von wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung ein international anerkanntes Ziel. Mit der Schaffung von Arbeitsplätzen können alle Unternehmen, große wie kleine, einen Beitrag zur Verringerung der Armut und zur Förderung der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung leisten. Bei der Schaffung von Arbeitsplätzen sollten Arbeitgeber zuvor dargestellten Handlungsempfehlungen beachten.

Berufliche Qualifizierung ist ein wesentlicher Bestandteil der Beschäftigungsförderung und trägt dazu bei, dass Menschen angemessene und produktive Arbeitsplätze zur Verfügung stehen. Der Aufbau von Kompetenzen ist zudem von überaus wichtiger Bedeutung für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung.

Ein Unternehmen sollte:

- die Auswirkung ihrer Investitionsentscheidungen auf die Schaffung von Arbeitsplätzen analysieren und, sofern wirtschaftlich vertretbar, direkte Investitionen vornehmen, um durch Schaffung von Arbeitsplätzen Armut zu mindern;
- die Auswirkung ihrer Technologiewahl auf die Beschäftigung berücksichtigen, und, sofern auf lange Sicht wirtschaftlich vertretbar, Technologien wählen, die Beschäftigungschancenvergrößern;
- die Auswirkung berücksichtigen, die sich aus Entscheidungen zur Ausgliederung von Tätigkeiten auf die Beschäftigungssituation ergibt – sowohl innerhalb des Unternehmens, das die Entscheidung trifft, als auch innerhalb externer Organisationen, die von diesen Entscheidungen betroffen sind;
- den Nutzen direkter Beschäftigung anstelle von Zeitarbeit in Betracht ziehen;
- eine Beteiligung an örtlichen und nationalen Programmen zur beruflichen Qualifizierung in Betracht ziehen. Hierzu gehören unter anderem Ausbildungsprogramme, Programme, die auf bestimmte benachteiligte Gruppen ausgerichtet sind, Programme für lebenslanges Lernen sowie Programme zur Anerkennung und Zertifizierung von Kompetenzen;
- in Erwägung ziehen, die Entwicklung oder Verbesserung von Programmen zur beruflichen Qualifizierung in der Gemeinschaft zu unterstützen, wenn diese unzureichend sind. Dies kann möglicherweise durch Zusammenarbeit mit Partnern aus der Gemeinschaft erfolgen;
- schutzbedürftigen Gruppen im Hinblick auf Beschäftigung und Kompetenzaufbau besondere Beachtung schenken; und
- in Betracht ziehen, die Schaffung beschäftigungsrelevanter Rahmenbedingungen zu unterstützen.

4.21 Technologien entwickeln und Zugang dazu ermöglichen

Um die Förderung der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung zu unterstützen, benötigen die Gemeinschaften und ihre Mitglieder unter anderem einen unbeschränkten und sicheren Zugang zu moderner Technologie. Unternehmen können zur Entwicklung der Gemeinschaften, in denen sie tätig sind, beitragen, indem sie durch den Einsatz von Fachwissen, Fertigkeiten und Technologien Personalentwicklung und die Verbreitung von Technologie unterstützen.

Informations- und Kommunikationstechnologien bestimmen einen Großteil des heutigen Lebens und sind eine wertvolle Grundlage für zahlreiche wirtschaftliche Aktivitäten. Zugang zu Information ist ein entscheidender Faktor, um die bestehenden Unterschiede zwischen Ländern, Regionen, Generationen, Geschlechtern usw. zu überwinden. Ein Unternehmen kann durch Schulungen, Partnerschaften und andere Aktivitäten den Zugang zu diesen Technologien verbessern.

Ein Unternehmen sollte:

- in Betracht ziehen, einen Beitrag zur Entwicklung innovativer Technologien zu leisten, die helfen können, soziale und umweltbezogene Probleme in der örtlichen Gemeinschaft zu lösen;
- in Betracht ziehen, zur Entwicklung kostengünstiger Technologien beizutragen, die leicht reproduzierbar sind und eine deutlich positive Auswirkung auf die Beseitigung von Hunger und Armut haben;
- in Betracht ziehen, vorhandenes lokales und überliefertes Wissen sowie entsprechende Technologien weiterzuentwickeln, sofern dies wirtschaftlich vertretbar ist. Dabei sollte das Recht der Gemeinschaft auf dieses Wissen und diese Technologie geschützt werden;

- in Betracht ziehen, Partnerschaften mit Organisationen wie Universitäten oder Forschungslaboratorien einzugehen, um die wissenschaftliche und technologische Entwicklung gemeinsam mit Partnern aus der Gemeinschaft zu stärken. Dabei sollten Einheimische beschäftigt werden; und
- Verfahren einführen, die, sofern wirtschaftlich vertretbar, den Transfer und die Verbreitung von Technologien ermöglichen. Gegebenenfalls sollte ein Unternehmen angemessene Bedingungen für die Lizenzvergabe oder den Technologietransfer festlegen, um so zur Entwicklung der Gemeinschaft beizutragen. Dabei sollte die Fähigkeit der Gemeinschaft, mit dieser Technologie umzugehen, berücksichtigt und verbessert werden.

4.22 Schaffung von Wohlstand und Einkommen und Gesundheit

Ein vielfältiges Spektrum an wettbewerbsfähigen Unternehmen und Genossenschaften/Kooperativen ist in jeder Gemeinschaft eine notwendige Bedingung um Wohlstand zu schaffen. Unternehmen können dazu beitragen, ein Umfeld zu schaffen, in dem Unternehmertum gedeiht und dauerhaften Nutzen für die jeweiligen Gemeinschaften stiftet. Unternehmen können einen positiven Beitrag zu Wohlstand und zur Schaffung von Einkommen leisten, z. B. durch Programme für Unternehmertum, durch die Entwicklung lokaler Lieferanten und durch die Beschäftigung von Mitgliedern der Gemeinschaft. Durch übergreifende Bemühungen können Unternehmen auch dazu beitragen, wirtschaftliche Ressourcen und gesellschaftliche Beziehungen zu stärken, die wirtschaftlichen Wohlstand und soziale Fürsorge ermöglichen oder andere Vorteile für die Gemeinschaft mit sich bringen. Außerdem können Unternehmen durch ihren Beitrag zur Schaffung von Wohlstand und Einkommen auf lokaler Ebene und durch die Förderung einer ausgewogenen Verteilung des wirtschaftlichen Nutzens unter den Mitgliedern der Gemeinschaft eine wesentliche Rolle bei der Verringerung von Armut spielen. Programme für Unternehmertum sowie Genossenschaften/ Kooperativen, die sich speziell an Frauen richten, sind von besonderer Bedeutung, da weithin anerkannt ist, dass die Stärkung der Rolle der Frau in hohem Maß zum Gemeinwohl beiträgt.

Die Schaffung von Wohlstand und Einkommen hängt auch von der gerechten Verteilung der Erträge aus der wirtschaftlichen Tätigkeit ab. Regierungen sind darauf angewiesen, dass Unternehmen ihren Steuerverpflichtungen nachkommen, um Staatseinnahmen für den Umgang mit dringenden Entwicklungsfragen zu erhalten.

In vielen Fällen kann die physische, soziale und wirtschaftliche Isolation von Gemeinschaften ein Hindernis für ihre Entwicklung sein. Unternehmen können eine wichtige Rolle bei der Entwicklung von Gemeinschaften übernehmen, indem sie Menschen, Gruppen und Organisationen vor Ort in ihre Aktivitäten oder in ihre Wertschöpfungskette einbinden. Auf diese Weise können Betrachtungen zur Entwicklung der Gemeinschaft ein integraler Bestandteil der Kerntätigkeiten von Unternehmen werden.

Ein Unternehmen trägt zu Entwicklung durch die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften bei. In manchen Fällen ist es eine Folge von Armut oder Entwicklungsbedingungen, wenn Gruppen der Gemeinschaft scheitern, sich innerhalb des vorgesehenen rechtlichen Rahmens zu bewegen. In diesen Fällen sollte sich ein Unternehmen, das mit Gruppen in Verbindung steht, die außerhalb des rechtlichen Rahmens tätig sind, zum Ziel setzen, die Armut zu verringern und die Entwicklung zu fördern. Ein Unternehmen sollte zudem versuchen, Möglichkeiten zu schaffen, die diese Gruppen in die Lage versetzen, das Gesetz in stärkerem Maße und schließlich vollständig einzuhalten. Dies gilt insbesondere im Kontext wirtschaftlicher Beziehungen.

Ein Unternehmen sollte:

- die wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen seines Ein- oder Austritts aus einer Gemeinschaft berücksichtigen. Dies gilt insbesondere für die Auswirkungen auf die grundlegenden Ressourcen, die für die nachhaltige Entwicklung der Gemeinschaft notwendig sind;

- erwägen, geeignete Initiativen zur Förderung der Diversifikation von bestehenden Wirtschaftstätigkeiten in der Gemeinschaft zu unterstützen;
- erwägen, lokalen Lieferanten von Produkten und Dienstleistungen den Vorzug zu geben und, wo möglich, zur Entwicklung lokaler Lieferanten beizutragen;
- erwägen, Initiativen zur Stärkung von lokalen Lieferanten zu starten, im Hinblick auf ihre Fähigkeiten und Möglichkeiten zur Wertschöpfungskette beizutragen. Dabei sind benachteiligte Gruppen der Gemeinschaft besonders zu beachten;
- in Betracht ziehen, Organisationen dabei zu unterstützen, innerhalb des entsprechenden Rechtsrahmens tätig zu sein;

Ein Unternehmen sollte sich an wirtschaftlichen Aktivitäten mit Organisationen, die aufgrund des niedrigen Entwicklungsstands Schwierigkeiten haben, die rechtlichen Anforderungen einzuhalten, nur dann beteiligen, wenn der Zweck darin besteht, sich mit Armut auseinanderzusetzen und wenn bei den Aktivitäten dieser Organisationen die Menschenrechte geachtet werden und es eine begründete Erwartung gibt, dass diese Organisationen beständig daran arbeiten, ihre Aktivitäten innerhalb des entsprechenden Rechtsrahmens durchzuführen.

Ein Unternehmen sollte:

- Möglichkeiten in Betracht ziehen, durch die Organisationen aus der Gemeinschaft der Zugang zu Auftragsvergaben erleichtert werden kann. Dies kann zum Beispiel dadurch geschehen, dass Kompetenzen hinsichtlich der Erfüllung technischer Spezifikationen aufgebaut oder Informationen über Beschaffungsmöglichkeiten zur Verfügung werden;
- die Unterstützung von Organisationen und Einzelpersonen in Betracht ziehen, die der Gemeinschaft benötigte Produkte und Dienstleistungen zur Verfügung stellen. Dies kann sowohl Arbeitsplätze vor Ort schaffen als auch die Verflechtung mit örtlichen, regionalen und städtischen Märkten stärken, sofern dies für den Wohlstand der Gemeinschaft von Nutzen ist;
- Möglichkeiten in Betracht ziehen, um beim Aufbau von Unternehmervereinigungen in der Gemeinschaft zu helfen;
- ihren steuerlichen Verpflichtungen nachkommen und den Behörden die erforderlichen Informationen zu deren Bemessung zur Verfügung stellen; und
- in Betracht ziehen, zu Alterszulagen und Pensionen von Beschäftigten beizutragen.

Gesundheit ist ein wesentliches Element für das Leben in einer Gesellschaft und ein anerkanntes Menschenrecht. Gefährdungen des Gesundheitswesens können schwerwiegende Auswirkungen auf Gemeinschaften haben und ihre Entwicklung behindern. Dementsprechend sollten alle Unternehmen, sowohl große als auch kleine, das Recht auf Gesundheit achten und innerhalb ihrer Möglichkeiten gegebenenfalls dazu beitragen, Gesundheit zu fördern, gesundheitlichen Bedrohungen und Krankheiten vorzubeugen und Schäden für die Gemeinschaft abzuschwächen. Dazu kann beispielsweise die Teilnahme an Kampagnen für die öffentliche Gesundheit gehören. Unternehmen sollten auch, wo möglich und sinnvoll, dazu beitragen, den Zugang zu Gesundheitsleistungen zu verbessern, insbesondere durch Stärkung und Unterstützung des öffentlichen Systems. Selbst in Ländern, in denen es die Rolle des Staates ist, für ein öffentliches Gesundheitssystem zu sorgen, können Unternehmen in Betracht ziehen, zu Gesundheit in Gemeinschaften beizutragen. Eine gesunde Gemeinschaft verringert die Belastung des öffentlichen Sektors und trägt zu einem guten wirtschaftlichen und sozialen Umfeld für alle Unternehmen bei.

Ein Unternehmen sollte:

- bestrebt sein, die negativen gesundheitlichen Auswirkungen seiner Produktionsprozesse, Produkte oder Dienstleistungen zu beseitigen.
- die Förderung einer guten Gesundheit in Betracht ziehen. Hierzu kann beispielsweise gehören, den Zugang zu Arzneimitteln und Schutzimpfungen zu erleichtern, zu einem gesunden Lebensstil mit körperlicher Bewegung und guter Ernährung zu ermutigen, die Früherkennung von Krankheiten zu fördern, das Bewusstsein über empfängnisverhütende Methoden zu stärken oder vom Verzehr ungesunder Produkte und Stoffe abzuraten. Besondere Beachtung sollte dabei der Ernährung von Kindern geschenkt werden.

- erwägen, das Bewusstsein für Gesundheitsrisiken und schwere Erkrankungen zu wecken und entsprechende Vorbeugung zu stärken. Solche Gesundheitsrisiken und Erkrankungen sind beispielsweise HIV/AIDS, Krebs, Herzkrankheiten, Malaria, Tuberkulose und Adipositas (Fettleibigkeit); und
- erwägen, zur Vermeidung von Erkrankungen einen dauerhaften und uneingeschränkten Zugang zu wesentlichen Gesundheitsvorsorgeleistungen und zu sauberem Wasser sowie zu einer angemessenen Abfall- und Abwasserentsorgung zu fördern.

4.23 Investition zugunsten des Gemeinwohls

Eine Investition zugunsten des Gemeinwohls liegt vor, wenn Unternehmen ihre Finanzmittel in Initiativen und Programme investieren, die darauf abzielen, soziale Aspekte der Gemeinschaft zu verbessern. Investitionen zugunsten des Gemeinwohls können Projekte in den Bereichen Bildung, Schulungen, Kultur, Gesundheitswesen, Schaffung von Einkommen, Infrastrukturentwicklungen, Verbesserung des Informationszugangs beinhalten, oder jede andere Aktivität, die aller Voraussicht nach die wirtschaftliche und soziale Entwicklung fördert.

Bei der Suche nach Möglichkeiten zur Investition zugunsten des Gemeinwohls sollte ein Unternehmen seinen Beitrag an den Bedürfnissen und Prioritäten der Gemeinschaften ausrichten, in denen es tätig ist. Dabei sollte es die von örtlichen oder nationalen politischen Entscheidungsträgern festgelegten Prioritäten berücksichtigen. Informationsaustausch, Beratungen und Verhandlungen sind nützliche Hilfsmittel, um Investitionen zugunsten des Gemeinwohls in einem partizipativen Prozess zu identifizieren und umzusetzen.

Investitionen zugunsten des Gemeinwohls schließen Philanthropie (z. B. Zuschüsse, ehrenamtliche Tätigkeiten und Spenden) nicht aus.

Unternehmen sollten auch bei der Entwicklung und Umsetzung von Projekten die Gemeinschaft einbinden, um Projekte auch dann zu sichern und voranzutreiben, wenn das Unternehmen selbst nicht mehr daran beteiligt ist. Bei Investitionen zugunsten des Gemeinwohls sollte Projekten Priorität eingeräumt werden, welche langfristige Bestand haben und zur nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Ein Unternehmen sollte:

- bei der Planung von Investitionsprojekten zugunsten des Gemeinwohls berücksichtigen, wie die Entwicklung der Gemeinschaft gefördert werden kann. Alle Maßnahmen sollten die Chancen der Bürger mehren. So kann beispielsweise Auftragsvergabe in der Region und eventuelle Auslagerung von Aktivitäten die lokale Entwicklung unterstützen;
- Maßnahmen vermeiden, die die Abhängigkeit der Gemeinschaft vom philanthropischen Engagement, der andauernden Präsenz oder der Unterstützung durch das Unternehmen fördern;
- die eigenen gemeinschaftsbezogenen Initiativen bewerten, die Gemeinschaft sowie die Personen im Unternehmen darüber informieren und ermitteln, wo Verbesserungen vorgenommen werden könnten;
- Partnerschaften mit anderen Organisationen (z. B. Regierungsstellen, Unternehmen oder Nichtregierungsorganisationen) in Betracht ziehen, um Synergien auszubauen. Dabei können die Partner auf die Ressourcen, das Wissen und die Fähigkeiten der jeweils anderen zurückgreifen; und
- einen Beitrag zu Programmen in Erwägung ziehen, die den Zugang zu Nahrungsmitteln und lebensnotwendigen Produkten für schutzbedürftige oder diskriminierte Gruppen und Personen mit niedrigem Einkommen ermöglichen. Dabei ist zu berücksichtigen, welchen wichtigen Beitrag diese Programme zur Steigerung des Leistungsvermögens, der Ressourcen und der Chancengleichheit der genannten Gruppen leisten.

5. Unternehmensweite Integration gesellschaftlicher Verantwortung

Die vorhergehenden Abschnitte haben die Grundsätze, Praktiken, Kernthemen und Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung herausgestellt. Dieser Abschnitt bietet nun Handlungsempfehlungen zur praktischen Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung in einem Unternehmen. In den meisten Fällen können Unternehmen auf die bestehenden Systeme, Richtlinien, Strukturen und Netzwerke des Unternehmens aufbauen, um gesellschaftliche Verantwortung in die Praxis umzusetzen, wenngleich einige Tätigkeiten vermutlich auf neue Art und Weise oder unter Berücksichtigung einer größeren Bandbreite von Faktoren durchgeführt werden müssen.

Einige Unternehmen verfügen bereits über bewährte Verfahren bzw. Prozesse zur Einführung neuer Ansätze in ihre Entscheidungsfindung und in ihre Aktivitäten, desgleichen über wirkungsvolle Systeme für Kommunikation und interne Bewertung. Andere werden weniger gut entwickelte Systeme der Organisationsführung oder im Hinblick auf andere Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung haben. Die folgenden Handlungsempfehlungen sollen allen Unternehmen, unabhängig von ihrem jeweiligen Ausgangspunkt, dabei helfen, gesellschaftliche Verantwortung in ihre spezifischen Tätigkeiten zu integrieren.



Unternehmensweite Integration gesellschaftlicher Verantwortung

Um eine solide Grundlage für die Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung im Unternehmen zu schaffen, ist es für das Unternehmen nützlich zu bestimmen, wie seine unternehmensspezifischen Schlüsselmerkmale mit gesellschaftlicher Verantwortung zusammenhängen. Diese Bewertung wird auch bei der Bestimmung der relevanten Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung innerhalb jedes Kernthemas und bei der Identifizierung der Anspruchsgruppen des Unternehmens helfen.

Sofern anwendbar sollte die Bewertung folgende Faktoren berücksichtigen:

- die Art, den Zweck und die Größe des Unternehmens sowie die Art seiner Aktivitäten; Standorte, an denen das Unternehmen tätig ist, einschließlich;
- der Überlegung, ob dort ein starkes Rechtssystem vorhanden ist, das viele Entscheidungen und Aktivitäten gesellschaftlicher Verantwortung reguliert;
- soziale, umweltbezogene und wirtschaftliche Merkmale der Betätigungsfelder;
- jegliche Information darüber, inwieweit ein Unternehmen in der Vergangenheit seine gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen hat;
- typische Merkmale der Belegschaft oder der Beschäftigten des Unternehmens, einschließlich der Arbeitskräfte bei Subunternehmen;
- Branchenverbände, in denen das Unternehmen mitwirkt, sowie die von diesen Verbänden im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Verantwortung durchgeführten Aktivitäten und die von diesen Verbänden im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Verantwortung geförderten Kodizes oder sonstigen Anforderungen;
- die eigene Mission, Vision, die eigenen Werte, Grundsätze und den Verhaltenskodex (Code of Conduct) des Unternehmens;
- Anliegen der internen und externen Anspruchsgruppen, die gesellschaftliche Verantwortung betreffen;
- Strukturen und Art der Entscheidungsfindung im Unternehmen; und die Wertschöpfungskette des Unternehmens.

Ferner ist es für ein Unternehmen wichtig, sich bewusst zu sein, wie seine Führung zum Thema gesellschaftliche Verantwortung eingestellt ist, wie sie das Thema versteht und inwieweit sie sich dem Thema verpflichtet fühlt. Die Integration gesellschaftlicher Verantwortung in das gesamte Unternehmen und in ihrem Einflussbereich wird besser gelingen, wenn die Grundsätze, Kernthemen und Vorteile gesellschaftlicher Verantwortung vollständig verstanden werden.

5.0 Gebührende Sorgfalt

Im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung ist gebührende Sorgfalt (Due Diligence) ein umfassender, vorausschauender Prozess, mit dessen Hilfe die tatsächlichen und möglichen negativen sozialen, umweltbezogenen und wirtschaftlichen Auswirkungen der Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens identifiziert werden können. Der Prozess zielt darauf ab, diese Auswirkungen zu vermeiden oder zu verringern.

Das Vorgehen mit gebührender Sorgfalt kann auch zur Folge haben, dass auf das Verhalten Dritter Einfluss genommen wird, wenn festgestellt wird, dass diese Menschenrechts- und andere Verletzungen verursachen, und das Unternehmen selbst darin verwickelt sein könnte.

In jedem Prozess, in dem mit gebührender Sorgfalt vorgegangen wird, sollte ein Unternehmen den Länderkontext berücksichtigen, in dem es tätig ist oder in dem seine Aktivitäten stattfinden. Es sollte die möglichen und tatsächlichen Auswirkungen seiner eigenen Entscheidungen und Aktivitäten berücksichtigen, aber auch die möglichen negativen Folgen der Handlungen anderer Gruppen oder Personen, deren Aktivitäten maßgeblich mit denen des eigenen Unternehmens verbunden sind.

In einem Prozess, in dem mit gebührender Sorgfalt vorgegangen wird, sollten die folgenden Komponenten entsprechend der Größe und der Situation des Unternehmens berücksichtigt werden:

- Organisationspolitische Vorgaben zu den relevanten Kernthemen des Unternehmens, die als aussagekräftige Orientierung dienen, sowohl für die Mitarbeiter des Unternehmens als auch für jene, mit denen es eng verbunden ist;
- Methoden zur Beurteilung, wie gegenwärtige und geplante Aktivitäten die mit den unternehmerischen Vorgaben verfolgten Ziele beeinflussen können;
- Verfahren zur unternehmensweiten Integration der Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung;
- Methoden, um die Entwicklung der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung fortlaufend nachzuvollziehen, damit erforderliche Anpassungen bei Prioritäten und Vorgehensweise vorgenommen werden können; und
- Maßnahmen zum Umgang mit negativen Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten.
- Bei der Bestimmung möglicher Handlungsbereiche sollte ein Unternehmen bestrebt sein, Herausforderungen und Dilemma-Situationen aus Sicht der potentiell geschädigten Einzelpersonen oder Gruppen besser zu verstehen.

Zusätzlich zu dieser Selbstbeurteilung kann ein Unternehmen feststellen, dass es in manchen Fällen sowohl möglich als auch angemessen ist, zu versuchen das Verhalten Dritter zu beeinflussen, damit diese verstärkt ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Dies gilt insbesondere dann, wenn das Unternehmen mit diesen in einer engen Beziehung steht, oder wenn es um Themen geht, die das Unternehmen als besonders überzeugend oder für seine eigene Situation als relevant erachtet. Mit zunehmender Erfahrung bei der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, wird die Fähigkeit und Bereitschaft eines Unternehmens wachsen, bei Dritten für dieses Ziel einzutreten.

Sobald ein Unternehmen die für seine Entscheidungen und Aktivitäten relevanten Handlungsfelder umfassend bestimmt hat, sollte es die identifizierten Handlungsfelder sorgfältig betrachten und einen Bewertungsmaßstab entwickeln, mit dessen Hilfe entschieden werden kann, welche Handlungsfelder die größte Bedeutung für das Unternehmen haben. Mögliche Bewertungskriterien beinhalten:

- wie groß die mit einem Handlungsfeld verbundenen Auswirkungen auf die Anspruchsgruppen oder auf nachhaltige Entwicklung sind;
- die möglichen Folgen, der Maßnahmen, die zu einem Handlungsfeld ergriffen werden beziehungsweise, wenn es versäumt wird, solche Maßnahmen einzuleiten;
- wie stark die Bedenken der Anspruchsgruppen in Bezug auf ein Handlungsfeld sind; und
- welche Erwartungen die Gesellschaft an verantwortliches Verhalten im Umgang mit diesen Auswirkungen hat.
- Handlungsfelder, die im Allgemeinen als wesentlich erachtet werden, ergeben sich daraus, dass Gesetze und internationale Verhaltensstandards nicht eingehalten werden, Menschenrechte verletzt werden oder aus der Ausübung von Praktiken, die Leben oder Gesundheit gefährden oder die Umwelt erheblich beeinträchtigen können.

Der Einflussbereich eines Unternehmens ergibt sich aus folgenden Faktoren:

Inhaberschaft und Unternehmensführung

Dazu gehört Art und Umfang der Inhaberschaft oder falls vorhanden der Vertretung im Entscheidungsgremium eines anderen Unternehmens;

wirtschaftliche Beziehung

Dazu gehört das Ausmaß der wirtschaftlichen Beziehung und die relative Bedeutung dieser Beziehung für das jeweilige Unternehmen: Ist für ein Unternehmen eine solche Beziehung von größerer Bedeutung, kann dies zur Folge haben, dass das andere Unternehmen dadurch einen größeren Einfluss auf dieses Unternehmen hat;

gesetzliche/politische Befugnis

Diese beruht zum Beispiel auf Bestimmungen in rechtsverbindlichen Verträgen oder auf einem gültigen Mandat, das dem Unternehmen die Möglichkeit gibt, gegenüber Dritten ein bestimmtes Verhalten durchzusetzen; und

öffentliche Meinung

Dazu gehört einerseits die Fähigkeit des Unternehmens, die öffentliche Meinung zu beeinflussen und andererseits die Auswirkung der öffentlichen Meinung auf jene, die durch sie beeinflusst werden sollen.

Der **Einfluss eines Unternehmens** kann von zahlreichen Faktoren, wie räumliche Nähe, Umfang, Dauer und Stärke der Beziehung, abhängen.

Ein Unternehmen kann Einfluss auf ein anderes Unternehmen ausüben, entweder um positive Auswirkungen für die nachhaltige Entwicklung zu verstärken oder um negative Auswirkungen zu minimieren, oder beides. Ein Unternehmen sollte mit gebührender Sorgfalt bei der Beurteilung seines Einflussbereichs und bei der Festlegung seiner Verantwortung vorgehen.

Methoden, Einfluss auszuüben, beinhalten:

- Festlegung von vertraglichen Bestimmungen oder Anreizen; Erklärungen des Unternehmens;
- Kontakt mit der Gemeinschaft, politischen Führern und anderen Anspruchsgruppen; Entscheidungen über Investitionen;
- Teilen von Wissen und Informationen; Durchführung von Gemeinschaftsprojekten;
- Pflege von verantwortungsbewusster Lobbyarbeit und Medienarbeit; Förderung bewährter Praxislösungen (Good Practices); und
- Bilden von Partnerschaften mit Branchenvereinigungen, Organisationen und anderen.

Ein Unternehmen sollte umweltbezogene und soziale Aspekte, Aspekte der Unternehmensführung (Organizational Governance) sowie die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen berücksichtigen, mit denen es in Beziehung steht oder eine solche anstrebt.

Ein Unternehmen kann seine Anspruchsgruppen durch seine Entscheidungen und Aktivitäten beeinflussen und durch die zur Verfügung gestellten Informationen, mit denen es über die Beweggründe für diese Entscheidungen und Aktivitäten informiert.

Beim Ausüben ihres Einflusses sollte ein Unternehmen stets von ethischem Verhalten und anderen Grundsätzen und Ansätzen zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung geleitet sein. Wenn es seinen Einfluss geltend macht, sollte ein Unternehmen als Erstes in Betracht ziehen, sich an einem Dialog zu beteiligen, der darauf abzielt, das Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung zu stärken und zu gesellschaftlich verantwortlichem Verhalten zu ermutigen. Wenn der Dialog nicht erfolgreich verläuft, sollten alternative Maßnahmen in Erwägung gezogen werden, beispielsweise eine Änderung der Art der Beziehung.

Wo ein Unternehmen de facto Kontrolle über andere hat, kann seine Verantwortung zum Handeln der Verantwortung gleichen, die dort besteht, wo sie die tatsächliche Kontrolle hat. De-facto-Kontrolle bezieht sich auf Situationen, in denen ein Unternehmen die Fähigkeit hat, Dritten Entscheidungen und Tätigkeiten vorzuschreiben, auch wenn sie keine rechtliche oder formelle Befugnis dazu hat.

Ein Unternehmen sollte seine **Prioritäten zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung** innerhalb seiner Organisation und im Tagesgeschäft festlegen und sich zu diesen verpflichten. Die Prioritäten sollten für jene Handlungsfelder festgelegt werden, die als wesentlich und relevant erachtet werden. Zur Bestimmung der Prioritäten sollte ein Unternehmen seine Anspruchsgruppen einbeziehen. Die Prioritäten werden sich wahrscheinlich mit der Zeit verändern.

Unternehmen sollten bei der Priorisierung von Maßnahmen zum Umgang mit einem Handlungsfeld folgendes berücksichtigen:

- die aktuelle Leistung des Unternehmens in Bezug auf die Einhaltung von Gesetzen, internationale Normen, internationale Verhaltensstandards, zeitgemäße und vorbildliche Praktiken;
- ob das Handlungsfeld die Fähigkeit des Unternehmens wesentlich beeinflussen kann, wichtige Ziele zu erreichen;
- die möglichen Auswirkungen der entsprechenden Maßnahmen im Verhältnis zu dem Aufwand, der für die Umsetzung notwendig ist;
- den benötigten Zeitrahmen für das Erreichen der erwünschten Ergebnisse;
- ob wesentliche Kosten entstehen können, wenn die Auseinandersetzung mit diesem Handlungsfeld aufgeschoben wird; und
- die leichte und schnelle Umsetzung, die sich auf die Bewusstseinsstärkung und Motivation zur Durchführung von Maßnahmen zu gesellschaftlicher Verantwortung innerhalb des Unternehmens auswirken kann.

Die Reihenfolge der Prioritäten wird von Unternehmen zu Unternehmen variieren. Zusätzlich zur Festlegung von Prioritäten für Sofortmaßnahmen kann die Behandlung jener Handlungsfelder vorgezogen werden, die für zukünftige Entscheidungen und Aktivitäten des Unternehmen relevant sind, wie z. B. Bauausführung, Beschäftigung neuer Mitarbeiter, Beauftragung von Subunternehmern oder Beschaffung von finanziellen Mitteln. Die aufgestellten Prioritäten werden dann ein Bestandteil bei der Planung dieser zukünftigen Aktivitäten sein. Die Prioritäten sollten in für das Unternehmen geeigneten Abständen überprüft und aktualisiert werden.

Die Einbeziehung gesellschaftlicher Verantwortung in alle Bereiche eines Unternehmens erfordert Engagement und Verständnis auf allen Ebenen des Unternehmens. In den Anfangsphasen der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung eines Unternehmens sollte der Fokus der Bewusstseinsbildung darauf liegen, das Verständnis für die verschiedenen Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung, wie Grundsätze, Kernthemen und Handlungsfelder, zu vertiefen.

Dieses Verständnis sowie die Selbstverpflichtung sollten an der Spitze des Unternehmens beginnen. Die Vorteile gesellschaftlicher Verantwortung für das Unternehmen zu verstehen, kann eine wichtige Rolle beim Aufbau der Selbstverpflichtung der Leitung spielen. Die Bemühungen sollten daher dahin gehen, die Geschäftsleitung mit einem umfassenden Verständnis über die Folgen und Vorteile gesellschaftlicher Verantwortung auszustatten.

Einige Beschäftigte und einige Bereiche des Unternehmens werden stärker daran interessiert und dafür aufgeschlossen sein, Maßnahmen zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung zu ergreifen, als andere. Um die Bedeutung gesellschaftlicher Verantwortung für die Praxis hervorzuheben, kann es für ein Unternehmen hilfreich sein, erste Bemühungen auf Bereiche zu konzentrieren, in denen Akzeptanz für das Thema vorhanden ist.

Die Entwicklung einer Kultur gesellschaftlicher Verantwortung innerhalb eines Unternehmens kann beträchtliche Zeit dauern. Jedoch hat sich das systematische Vorgehen, ausgehend von bestehenden Werten und vorhandener Kultur, in vielen Unternehmen bereits als erfolgreich erwiesen.

Die Ausbildung von Fähigkeiten um Maßnahmen gesellschaftlicher Verantwortung umzusetzen, kann es in einigen Bereichen notwendig machen, Fertigkeiten zu stärken oder zu entwickeln. Beispiele sind die Einbindung von Anspruchsgruppen und die Erweiterung von Wissen und Verständnis bei der Anwendung der Kernthemen. Die Bemühungen sollten auf vorhandenem Wissen und Kompetenzen der Mitarbeiter aufbauen. Wo angebracht, sollten diese Bemühungen auch die Qualifizierung und Schulung von Führungskräften und Erwerbstätigen in der Lieferkette beinhalten. Bei bestimmten Handlungsfeldern können spezifische Schulungen sinnvoll sein.

Um gesellschaftliche Verantwortung erfolgreich zu integrieren, kann das Unternehmen unter Umständen einen Veränderungsbedarf bei den Entscheidungsfindungsprozessen und in der Führung feststellen. So kann es erforderlich sein, ein größeres Maß an Freiheit, Zuständigkeit und Motivation zu fördern, um neue Vorgehensweisen und Ideen zu entwickeln. Ein Unternehmen kann auch feststellen, dass es seine Instrumente zur Überprüfung und Messung bestimmter Aspekte der Umsetzung verbessern sollte.

Bildung und lebenslanges Lernen sind von zentraler Bedeutung für Bewusstseinsbildung und Kompetenzaufbau im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung. In diesem Zusammenhang geben Weiterbildungsangebote zum Thema nachhaltige Entwicklung eine neue Richtung vor, die Personen befähigt, Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung zu erschließen. Durch die Weiterbildung werden sie ermutigt, jene Werte zu beachten, die ein energisches und vorausschauendes Handeln fördern.

Die Aussagen und Handlungen der Unternehmensleitung sowie der Zweck, die Ansprüche, die Werte, die Ethik und die Strategie des Unternehmens bestimmen seine Ausrichtung. Damit gesellschaftliche Verantwortung ein wichtiger und wirkungsvoller Bestandteil der Arbeitsweise des Unternehmens wird, sollte sich die gesellschaftliche Verantwortung in diesen Aspekten wiederfinden.

Ein Unternehmen sollte seine Ausrichtung festlegen, indem es gesellschaftliche Verantwortung zu einem wesentlichen Bestandteil seiner internen Vorgaben, seiner Organisationskultur, seiner Strategien, Strukturen und Arbeitsabläufe macht. Exemplarische Vorgehensweisen dabei sind:

- Integration einer Aussage bzw. Position in die übergeordneten Ziele oder in die Vision des Unternehmens, wie gesellschaftliche Verantwortung Einfluss auf ihre Aktivitäten nehmen soll;
- in die Beschreibung des Zwecks des Unternehmens oder in seine Mission spezifische, klare und präzise Verweise auf wichtige Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung, wie deren Grundsätze und Handlungsfelder, aufzunehmen, die dabei helfen, die Arbeitsweise des Unternehmens festzulegen;
- schriftliche Verhaltens- oder Ethikkodizes einzuführen, die die Selbstverpflichtung des Unternehmens zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung konkretisieren, indem die allgemeinen Grundsätze und Werte in konkrete Aussagen für angemessenes Verhalten übertragen werden. Derartige Kodizes sollten auf den Grundsätzen gesellschaftlicher Verantwortung beruhen;
- gesellschaftliche Verantwortung als ein Schlüsselement in die Unternehmensstrategie einzubeziehen, durch deren Integration in Systeme, Vorgaben, Prozesse und in das Entscheidungsfindungssystem; und
- Prioritäten zur Umsetzung der Kernthemen und Handlungsfelder in handhabbare Organisationsziele zu übertragen, mithilfe von Strategien, Prozessen und Zeitvorgaben. Ziele sollten spezifisch sowie messbar oder nachprüfbar sein. Zur Unterstützung dieses Prozesses können Beiträge der Anspruchsgruppen wertvoll sein. Detaillierte Pläne zur Zielerreichung – Verantwortlichkeiten, Zeitvorgaben, Finanzplanung sowie Auswirkung auf andere Tätigkeiten des Unternehmens eingeschlossen – sollten bei der Festlegung der Ziele und Strategien eine große Rolle spielen.

Die Unternehmensführung ist das System, mit dem ihre Entscheidungen zur Verfolgung ihrer Ziele getroffen und umgesetzt werden. Sie ist ein wichtiger und erfolgversprechender Ansatzpunkt, um gesellschaftliche Verantwortung in das Unternehmen zu integrieren

Ein Unternehmen sollte die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten in Bezug auf jedes Kernthema gewissenhaft und methodisch handhaben. Weiterhin sollte es die Auswirkungen der Aktivitäten von Organisationen in seinem Einflussbereich überprüfen, um sowohl die Gefahr sozialer und umweltbezogener Schäden zu minimieren als auch Chancen und positive Auswirkungen zu maximieren. Wenn Entscheidungen – auch im Hinblick auf neue Aktivitäten – getroffen werden, sollte ein Unternehmen die voraussichtlichen Auswirkungen dieser Entscheidungen auf Anspruchsgruppen bedenken. Auch bei diesem Vorgehen sollte ein Unternehmen berücksichtigen, wie es die schädlichen Auswirkungen seiner Aktivitäten am besten minimieren und die positiven Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt verstärken kann. Die für diesen Zweck benötigten Ressourcen und Planungsprozesse sollten bei der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden.

Ein Unternehmen sollte sich vergewissern, dass die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung für seine Organisationsführung (Corporate Governance) gelten und sich in ihrer Struktur und Kultur widerspiegeln. Es sollte Abläufe und Prozesse in angemessenen Abständen überprüfen, um sicherzustellen, dass diese die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung des Unternehmens unterstützen.

Nützliche Ansatzpunkte dabei sind beispielsweise:

- sicherzustellen, dass etablierte Managementpraktiken die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens widerspiegeln und sich damit auseinandersetzen;
- zu erfassen, wie die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung sowie die Kernthemen und Handlungsfelder in den unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens zum Tragen kommen;
- je nach Größe und Art des Unternehmens, der Abteilungen oder Gruppen innerhalb des Unternehmens zu bilden, welche seine (betrieblichen) Prozesse bewerten und dahingehend anpassen, dass sie mit den Grundsätzen und Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung in Einklang stehen;
- darauf zu achten, dass bei der Durchführung von Tätigkeiten für das Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen wird; und
- gesellschaftliche Verantwortung in Beschaffungs- und Investitionspraktiken, in das Personalwesen und in andere Führungsfunktionen aufzunehmen.

Die bestehenden Werte und die Kultur des Unternehmens können sich wesentlich darauf auswirken, mit welcher Leichtigkeit und in welchem Tempo gesellschaftliche Verantwortung durchgängig in dem Unternehmen integriert werden kann. Bei Unternehmen, deren Werte und Kultur bereits eng an denjenigen gesellschaftlicher Verantwortung ausgerichtet sind, kann der Integrationsprozess eher unkompliziert verlaufen. In anderen Fällen kann es vorkommen, dass bestimmte Bereiche des Unternehmens die Vorteile der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung nicht erkennen und entsprechenden Veränderungen Widerstände entgegenbringen. Um einen gesellschaftlich verantwortlichen Ansatz (auch) in diesen Bereichen zur Geltung zu bringen, kann ein systematisches Vorgehen über einen längeren Zeitraum hinweg erforderlich werden.

Ferner ist es wichtig, sich bewusst zu machen, dass der Prozess der unternehmensweiten Integration gesellschaftlicher Verantwortung nicht für jedes Kernthema zeitgleich oder mit der gleichen Geschwindigkeit stattfindet. Es kann hilfreich sein, einen Plan zu entwickeln, mit welchen Handlungsfeldern gesellschaftlicher Verantwortung sich das Unternehmen kurzfristig und mit welchen eher längerfristig auseinandersetzt. Ein solcher Plan sollte realistisch sein und die Möglichkeiten des Unternehmens, die verfügbaren Ressourcen und die Prioritäten der Handlungsfelder und der entsprechenden Maßnahmen berücksichtigen.

Zahlreiche Ansätze zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung setzen irgendeine Form interner und externer Kommunikation voraus. Kommunikation ist für zahlreiche Aufgaben unterschiedlichster Art im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung entscheidend, zum Beispiel für folgende:

- für die Bewusstseinsbildung sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens bezüglich seiner Strategien und Ziele, seiner Pläne, seiner Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung und damit verbundener Herausforderungen;
- für den Nachweis, dass es die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung achtet; als Hilfe, um Anspruchsgruppen einzubinden und mit ihnen in einen Dialog zu treten;
- für den Umgang mit rechtlichen und sonstigen Anforderungen zur Offenlegung von Informationen bezüglich gesellschaftlicher Verantwortung;
- für die Darlegung, wie das Unternehmen seine Selbstverpflichtung zu gesellschaftlicher Verantwortung erfüllt und auf die Interessen von Anspruchsgruppen und auf die Erwartungen der Gesellschaft (insgesamt) eingeht;
- zur Information darüber, wie sich die Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens auswirken verbunden mit Einzelheiten, wie sich diese Auswirkungen mit der Zeit verändern;
- als Hilfe, um Beschäftigte ebenso wie Dritte einzubinden und zu motivieren, die Aktivitäten des Unternehmens im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung zu unterstützen;
- um einen Vergleich mit gleichrangigen Unternehmen zu ermöglichen, der zur Verbesserung der Wahrnehmung der eigenen gesellschaftlicher Verantwortung anregen kann; und
- zur Verbesserung des Ansehens des Unternehmens bezüglich der Wahrnehmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung, bezüglich seiner Offenheit, Integrität und Rechenschaftspflicht, mit dem Ziel das Vertrauen seiner Anspruchsgruppen zu stärken.

5.1 Eigenschaften von Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung

Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung sollten:

vollständig sein: Informationen sollten alle wesentlichen Aktivitäten und Auswirkungen gesellschaftlicher Verantwortung behandeln.

verständlich sein: Informationen sollten das Wissen und den kulturellen, sozialen, Bildungs- und wirtschaftlichen Hintergrund derjenigen berücksichtigen, die in die Kommunikation eingebunden sein werden. Sowohl die verwendete Sprache als auch die Art und Weise, wie das Material vorgelegt wird und wie es aufgebaut ist, sollte den Anspruchsgruppen zugänglich sein, die als Empfänger der Informationen vorgesehen sind.

interessensbezogen sein: Informationen sollten auf die Interessen der Anspruchsgruppen eingehen.

präzise sein: Informationen sollten sachlich richtig sein und genügend Einzelheiten enthalten, um nützlich und zweckmäßig zu sein.

ausgewogen sein: Informationen sollten ausgewogen und angemessen sein und keine relevanten negativen Informationen über die Auswirkungen der Aktivitäten eines Unternehmens auslassen.

zeitgerecht sein: Veraltete Informationen können irreführend sein. Wo Informationen Aktivitäten während eines bestimmten Zeitraums beschreiben, erlaubt die Angabe des abgedeckten Zeitraums den Anspruchsgruppen, die Leistung des Unternehmens mit ihrer früheren Leistung und mit der Leistung anderer Unternehmen zu vergleichen.

zugänglich sein: Informationen zu speziellen Handlungsfeldern sollten den betroffenen Anspruchsgruppen zur Verfügung stehen.

5.2 Arten der Kommunikation zur gesellschaftlichen Verantwortung

Im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Verantwortung gibt es zahlreiche unterschiedliche Arten der Kommunikation. Dazu gehören beispielsweise:

- Sitzungen oder Besprechungen mit Anspruchsgruppen;
- Kommunikation mit Anspruchsgruppen zu spezifischen Handlungsfeldern oder Projekten gesellschaftlicher Verantwortung. Wo möglich und angemessen sollte zu dieser Kommunikation auch der Dialog mit Anspruchsgruppen gehören;
- Kommunikation zwischen dem Management und den Beschäftigten des Unternehmens, um das allgemeine Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung und damit verbundene Aktivitäten zu fördern und diese zu unterstützen. Eine solche Kommunikation ist im Allgemeinen dann am erfolgversprechendsten, wenn sie den Dialog einschließt;
- Teamarbeiten, die auf die organisationsweite Integration gesellschaftlicher Verantwortung gerichtet sind;
- Kommunikation mit Anspruchsgruppen zu Aussagen im Zusammenhang mit der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung im Rahmen der Aktivitäten des Unternehmens. Diese Aussagen können durch interne Bewertung und Kontrolle, zur Verbesserung der Glaubwürdigkeit auch extern, überprüft werden. Gegebenenfalls sollten Kommunikationswege existieren, die Anspruchsgruppen Rückmeldungen ermöglichen;
- Kommunikation mit Lieferanten über Beschaffungsanforderungen im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung;
- Kommunikation mit der Öffentlichkeit über Notfallsituationen, die Folgen für die gesellschaftliche Verantwortung haben. Vor dem Eintreten von Notfallsituationen sollte die Kommunikation mit der Öffentlichkeit darauf abzielen, das Bewusstsein dafür zu schärfen und sie auf mögliche Konsequenzen vorzubereiten. Beim Eintreten von Notfallsituationen sollten Anspruchsgruppen über Maßnahmen zum Umgang mit dieser Situation kontinuierlich informiert werden;
- produktbezogene Kommunikation, wie Produktkennzeichnung, Produktinformationen und weitere Konsumenteninformationen. Möglichkeiten, Rückmeldung zu geben, können diese Form der Kommunikation verbessern;
- Artikel zu Aspekten gesellschaftlicher Verantwortung in Magazinen oder Rundschreiben, die auf gleichrangige Unternehmen abzielen;
- Werbebotschaften oder sonstige öffentliche Aussagen, um bestimmte Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung zu fördern;
- Vorlagen für Regierungsbehörden oder öffentliche Anfragen;
- regelmäßige öffentliche Berichterstattung mit Möglichkeiten zur Rückmeldung seitens Anspruchsgruppen.

Es gibt viele unterschiedliche Methoden und Medien, die zur Kommunikation verwendet werden können. Dazu gehören Sitzungen, öffentliche Veranstaltungen, Foren, Berichte, Rundschreiben, Magazine, Poster, Werbung, Briefe, Mailbox, Live-Auftritte, Videos, Websites, Podcasts (Website Audio-Broadcast), Blogs (Website-Diskussionsforen), Produktbeilagen und Produktkennzeichnungen. Auch über die öffentlichen Medien kann kommuniziert werden, beispielsweise anhand von Pressemitteilungen, Interviews, Leitartikeln und Artikeln.

5.3 Berichterstattung zur gesellschaftlichen Verantwortung

Ein Unternehmen sollte in angemessenen Abständen den betroffenen Anspruchsgruppen über die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung berichten. Eine wachsende Anzahl von Unternehmen tut dies bereits regelmäßig. Die Berichterstattung an Anspruchsgruppen kann auf viele unterschiedliche Arten erfolgen, z. B. durch Sitzungen mit Anspruchsgruppen, durch Briefe, die die Aktivitäten des Unternehmens im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung innerhalb eines bestimmten Zeitraums beschreiben, durch Informationen auf Websites und die regelmäßige Veröffentlichung von Berichten zur Gesellschaftlichen Verantwortung.

In die Berichterstattung gegenüber ihren Anspruchsgruppen sollte ein Unternehmen Informationen über seine Ziele und über die reale Umsetzung der Kernthemen und der relevanten Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung aufnehmen. Es sollte beschreiben, wie und wann Anspruchsgruppen in diese Berichterstattung eingebunden worden sind.

Einen Bericht zur gesellschaftlichen Verantwortung zu veröffentlichen kann ein wertvoller Teil der Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung eines Unternehmens sein. Bei der Vorbereitung eines solchen Berichts sollte ein Unternehmen folgendes bedenken:

- der Anwendungsbereich und der Umfang eines Unternehmensberichts sollten der Größe und der Art des Unternehmens angemessen sein;
- der Detaillierungsgrad kann dabei widerspiegeln, wie viel Erfahrung das Unternehmen mit einer derartigen Berichterstattung schon gesammelt hat. Oftmals beginnen Unternehmen ihre Bemühungen mit eingeschränkten Berichten zu einigen wenigen Aspekten. In dem Maße, in dem sie weitere Erfahrungen sammeln und über die notwendigen Angaben für einen umfangreicheren Bericht verfügen, dehnen sie dann in den nachfolgenden Jahren ihre Berichterstattung aus;
- der Bericht sollte die Ziele, die betriebliche Leistung, die Produkte und Dienstleistungen im Kontext nachhaltiger Entwicklung darstellen; und
- abhängig von der Art des Unternehmens und den Bedürfnissen seiner Anspruchsgruppen kann ein Bericht in einer Vielzahl von Formen erstellt werden. Der elektronische Versand eines Berichts kann dazu ebenso gehören wie web-basierte interaktive Versionen oder Druckversionen. Er kann auch ein eigenständiges Dokument oder Teil des Jahresberichts eines Unternehmens sein.

Vom Dialog mit ihren Anspruchsgruppen kann ein Unternehmen vor allem dadurch profitieren, dass es unmittelbare Einblicke in deren Ansichten erhält und sich mit ihnen darüber austauscht. Ein Unternehmen sollte den Dialog mit seinen Anspruchsgruppen suchen, um die Angemessenheit und Wirksamkeit von Inhalt, Medium, Häufigkeit und Anwendungsbereich der Kommunikation zu bewerten und sie gegebenenfalls verbessern zu können, Prioritäten für den Inhalt zukünftiger Kommunikation festzulegen, die Überprüfung der berichteten Informationen durch Anspruchsgruppen sicherzustellen, sofern dieser Überprüfungsansatz verwendet wird und vorbildliche Praktiken (Best Practice) zu ermitteln.

5.4 Verbessern der Glaubwürdigkeit im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung

Es gibt verschiedene Wege, wie ein Unternehmen Glaubwürdigkeit schaffen kann. Eine Möglichkeit ist die Einbindung von Anspruchsgruppen, zu der auch der Dialog mit ihnen gehört. Die Einbindung von Anspruchsgruppen ist wichtig, um das Vertrauen darauf, dass die Interessen und Absichten aller Beteiligten verstanden werden, zu stärken. Ein Dialog dieser Art kann Vertrauen schaffen und Glaubwürdigkeit stärken. Die Einbindung von Anspruchsgruppen kann Grundlage dafür sein, Anspruchsgruppen zur Überprüfung der Aussagen eines Unternehmens, dass und wie sie ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt, heranzuziehen. Das Unternehmen und seine Anspruchsgruppen können miteinander vereinbaren, dass die Anspruchsgruppen bestimmte Aspekte des vom Unternehmen Erreichten regelmäßig bewerten oder anderweitig verfolgen.

In Bezug auf bestimmte Handlungsfelder kann die Glaubwürdigkeit manchmal auch durch die **Beteiligung an entsprechenden Zertifizierungsprogrammen** verbessert werden. So wurden beispielsweise Initiativen gegründet, um die Produktsicherheit zu zertifizieren oder um Prozesse bzw. Produkte hinsichtlich ihrer umweltbezogenen Auswirkungen, damit verbundener Arbeitsbedingungen und weiterer Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung zu zertifizieren. Derartige Programme sollten unabhängig und in sich glaubwürdig sein. Unter bestimmten Umständen beziehen Unternehmen unabhängige Stellen in ihre Aktivitäten ein, um Glaubwürdigkeit zu schaffen. Ein Beispiel dafür ist die Etablierung von Beratungs- oder Bewertungsgremien, die mit Personen besetzt sind die aufgrund ihrer Glaubwürdigkeit ausgewählt wurden.

Unternehmen können ihre Glaubwürdigkeit dadurch stärken, dass sie sich in erkennbarer Weise zu den Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten bekennen, angemessene Maßnahmen ergreifen, ihre Leistung bewerten sowie über Fortschritt und Mängel berichten.

Es gibt viele Möglichkeiten, die Glaubwürdigkeit von Berichten und Aussagen zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung zu verbessern. Diese beinhalten:

- eine Berichterstattung zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, die den Vergleich, sowohl im zeitlichen Verlauf als auch mit den Berichten gleichrangiger Unternehmen erlaubt. Dabei ist zu beachten, dass Berichte von der Art, Größe und der Leistungsfähigkeit eines Unternehmens abhängig sind;
- eine kurze Erklärung, warum Themen in der Berichterstattung ausgelassen wurden, um zu zeigen, dass das Unternehmen sich bemüht hat, alle wesentlichen Fragen zu behandeln;
- die Anwendung eines gründlichen und verantwortungsbewussten Überprüfungsprozesses. Die Daten und Informationen werden dabei auf eine zuverlässige Quelle zurückgeführt, um ihre Korrektheit zu belegen;
- die Einbindung einer oder mehrerer Einzelpersonen zur Unterstützung des Überprüfungsprozesses. Diese Personen können entweder aus dem Unternehmen selbst oder von außerhalb kommen, sollten aber nicht an der Berichterstellung beteiligt gewesen sein;
- die Veröffentlichung einer Erklärung, die die Überprüfung bescheinigt, als Bestandteil des Berichts;
- die Unterstützung durch Anspruchsgruppen, um folgende Aspekte festzulegen: dass der Bericht die für das Unternehmen relevanten und wesentlichen Handlungsfelder beinhaltet, dass er auf die Bedürfnisse der Anspruchsgruppen eingeht und dass er diese Handlungsfelder vollständig abdeckt;
- zusätzliche Maßnahmen der Transparenzsteigerung, indem Informationen auf eine Art und Weise zur Verfügung gestellt werden, dass sie von Dritten leicht überprüft werden können. So kann zum Beispiel ein Unternehmen nicht nur Ergebnisstatistiken in ihren Bericht aufnehmen, sondern auch Einzelheiten zu den Informationsquellen und zu den Verfahren, mit deren Hilfe die statistischen Angaben erhoben wurden. Indem sie die Orte mit aufnimmt, an denen sie tätig ist, kann ein Unternehmen unter Umständen die Glaubwürdigkeit von Aussagen zu seiner Lieferkette, stärken; und
- die Übereinstimmung mit den Berichtsanforderungen eines anderen Unternehmens bestätigen.

5.5 Lösen von Konflikten zwischen dem Unternehmen und seinen Anspruchsgruppen

Bei der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung kann es zu Unstimmigkeiten oder Konflikten eines Unternehmens mit einzelnen oder mehreren seiner Anspruchsgruppen kommen. Spezifische Beispiele für Konfliktarten und Methoden zu deren Behandlung werden im Kontext der Menschenrechte und der Konsumentenbelange thematisiert. Formale Verfahren zur Konfliktlösung oder zur Beseitigung von Unstimmigkeiten sind üblicherweise auch Bestandteil von Arbeitsvereinbarungen.

Ein Unternehmen sollte Mechanismen/Methoden entwickeln, um Konflikte oder Unstimmigkeiten mit den Anspruchsgruppen zu lösen. Sie sollten der Art des Konflikts oder der Unstimmigkeit angemessen und für die betroffenen Anspruchsgruppen hilfreich sein. Methoden dieser Art sind beispielsweise die folgenden:

- direkte Diskussionen mit den betroffenen Anspruchsgruppen; schriftliche Informationen, um auf Missverständnisse einzugehen;
- Foren, auf denen die Anspruchsgruppen sowie das Unternehmen ihre Sichtweisen und Lösungsvorstellungen darlegen können;
- formelle Verfahren für den Umgang mit Beschwerden; Schlichtungs- oder Schiedsverfahren;
- Systeme, die es ermöglichen ohne Angst vor Repressalien über Fehlverhalten zu berichten; und weitere Verfahrensarten zur Beseitigung von Missständen.
- Ein Unternehmen sollte seinen Anspruchsgruppen detaillierte Informationen über die verfügbaren Verfahren zur Lösung von Konflikten und Unstimmigkeiten zur Verfügung stellen. Diese Verfahren sollten gerecht und transparent sein. Genauere Informationen zu Verfahren in Bezug auf Menschenrechte und Konsumentenbelange sind unter den entsprechenden Kernthemen im vorigen Abschnitt zu finden.

5.6 Bewertung, Verbesserung und Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung

Erfolgreiche Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung hängt unter anderen von folgenden Faktoren ab: von der Selbstverpflichtung eines Unternehmens von der gewissenhaften Beaufsichtigung, Beurteilung und Bewertung der durchgeführten Aktivitäten, von ihren Fortschritten, vom Erreichen identifizierter Ziele, von seinen Ressourcen und weiteren Aspekten seiner Bemühungen.

Die laufende Überwachung und Beobachtung der Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung zielt in erster Linie darauf ab, sicherzustellen, dass diese wie vorgesehen verlaufen, dass Krisen oder ungewöhnliche Vorkommnisse aufgedeckt und (gegebenenfalls) das Vorgehen geändert wird.

Leistungsbewertungen in angemessenen Zeitabständen können dazu dienen, Fortschritte bei der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung zu bestimmen, die Ziele entsprechender Programme im Blick zu behalten, änderungsbedürftige Bereiche zu erkennen und so zur Leistungsverbesserung beizutragen. Bei der Bewertung inwieweit ein Unternehmen seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachkommt, können Anspruchsgruppen eine wichtige Rolle spielen.

Zusätzlich zur Bewertung ihrer bisherigen Aktivitäten sollte ein Unternehmen auch neue Entwicklungen im Blick behalten, die sich auf die gesellschaftliche Verantwortung auswirken. Die Veränderung von Rahmenbedingungen oder Erwartungen kann dazu ebenso gehören wie neue Gesetze oder Vorschriften, aber auch neue Chancen, um die eigenen Bemühungen zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung zu verstärken. Dieser Unterabschnitt vermittelt eine Reihe von Verfahren, die Unternehmen dazu nutzen können, die Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung zu überwachen, zu bewerten und zu verbessern.

5.7 Überwachung der Aktivitäten zur gesellschaftlichen Verantwortung

Um Vertrauen in die Effektivität und Effizienz zu schaffen, mit der gesellschaftliche Verantwortung organisationsweit in die Praxis umgesetzt wird, ist es wichtig, die laufenden Aktivitäten zu den Kernthemen und relevanten Handlungsfeldern zu überwachen. Es liegt auf der Hand, dass der Umfang dieser Bemühungen in Abhängigkeit von der Reichweite der erfassten Kernthemen, der Art und der Größe des Unternehmens sowie anderen Faktoren variiert.

Bei der Festlegung der zu überwachenden Aktivitäten sollte sich ein Unternehmen auf die wesentlichen Aktivitäten konzentrieren und bestrebt sein, die Überwachungsergebnisse leicht verständlich, verlässlich und zeitnah zu gestalten. Dabei sollte es auf die Anliegen der Anspruchsgruppen eingehen.

Es gibt viele unterschiedliche Verfahren zur Überwachung der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung. Dazu gehören beispielsweise: Bewertungen in angemessenen Zeitabständen, Benchmarking-Methoden sowie Rückmeldungen seitens der Anspruchsgruppen. Unternehmen können oftmals Erkenntnisse über ihre eigenen Prozesse gewinnen, indem sie ihre Merkmale und Leistungen mit den Aktivitäten anderer Unternehmen vergleichen. Solche Vergleiche können sich auf Aktivitäten zu bestimmten Kernthemen oder auf umfassendere Ansätze zur Integration gesellschaftlicher Verantwortung beziehen.

Eines der gängigeren Verfahren ist die Bewertung mit Hilfe von Indikatoren. Indikatoren sind qualitative oder quantitative Informationen über Erfolge oder Ergebnisse des Unternehmens, die vergleichbar sind und Veränderungen im zeitlichen Verlauf darlegen. Indikatoren können zum Beispiel dazu dienen, das Erreichen von Projektzielen im zeitlichen Verlauf zu überwachen oder zu bewerten. Indikatoren sollten eindeutig, informativ, zweckmäßig, vergleichbar, genau, glaubwürdig und zuverlässig sein. Weitere Einzelheiten zur Auswahl und Verwendung von Indikatoren sind in zahlreichen Quellenverweisen zur gesellschaftlichen Verantwortung und zur Nachhaltigkeit ausführlich beschrieben.

Wenngleich Indikatoren, die quantitative Ergebnisse hervorbringen, relativ einfach anzuwenden sind, kann es sein, dass sie nicht alle Aspekte gesellschaftlicher Verantwortung erfassen. So können zum Beispiel auf dem Gebiet der Menschenrechte die Sichtweisen von Frauen und Männern darüber, ob sie gerecht behandelt werden, aussagekräftiger sein, als manch quantitativer Indikator zur Diskriminierung. Quantitative Indikatoren, die sich auf die Ergebnisse von Umfragen oder Fokusgruppen-Gesprächen stützen, können mit qualitativen Indikatoren verbunden werden, die Meinungen, Trends, Bedingungen oder Zustände beschreiben. Ferner ist es wichtig anzuerkennen, dass die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung über spezifische Erfolge bei messbaren Tätigkeiten, wie z. B. das Verringern von Umweltbelastungen oder das Reagieren auf Beschwerden, hinausgeht. Da gesellschaftliche Verantwortung auf Werten, auf der Anwendung von Grundsätzen gesellschaftlicher Verantwortung und auf Haltungen beruht, sollte ihre Überwachung auch subjektivere Ansätze umfassen. Dazu gehören beispielsweise individuelle Befragungen, Beobachtung und andere Methoden zur Bewertung von Verhalten und Selbstverpflichtungen.

Zusätzlich zur tagtäglichen Beaufsichtigung und Überwachung der Aktivitäten gesellschaftlicher Verantwortung sollte ein Unternehmen in angemessenen Zeitabständen Fortschrittsbewertungen durchführen. Damit soll festgestellt werden, ob es seine Aufgaben im Sinne der strategischen und operativen Ziele zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung erfüllt und ob Änderungen an den Programmen und Verfahren notwendig sind.

Im Rahmen dieser Bewertungen wird typischerweise verglichen, inwieweit sich die Leistung quer über alle Kernthemen gesellschaftlicher Verantwortung seit der letzten Bewertung verändert hat. Damit wird der Fortschritt ermittelt und gemessen, inwieweit das Unternehmen seine operativen und strategischen Ziele erreicht hat. Dazu sollte auch eine Untersuchung der weniger leicht zu messenden Merkmale gehören, wie die Einstellung gegenüber gesellschaftlicher Verantwortung, die organisationsweite Integration gesellschaftlicher Verantwortung, sowie die Einhaltung der Grundsätze, des Wertekodex und der Verfahren. Auch die Teilnahme von Anspruchsgruppen an derartigen Bewertungen kann wertvoll sein.

Fragen, die im Zuge solcher Bewertungen gestellt werden können, sind beispielsweise:

- Wurden die operativen und strategischen Ziele wie angestrebt erreicht?
- Waren die Strategien und Prozesse auf die Ziele abgestimmt?
- Was hat funktioniert und warum? Was hat nicht funktioniert und warum? Waren die Ziele angemessen?
- Was hätte besser gemacht werden können? Waren alle relevanten Personen beteiligt?
- Auf Grundlage der Bewertungsergebnisse sollte ein Unternehmen gegebenenfalls den Änderungsbedarf ihrer Programme ermitteln, um Mängel zu beseitigen und die Wahrnehmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung zu verbessern.

5.8 Zuverlässigkeit bei der Erfassung und Behandlung von Daten und Informationen

Unternehmen, die dazu verpflichtet sind, Leistungsnachweise für die Regierung, Nichtregierungsorganisationen, andere Organisationen oder für die Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen oder Datenbanken zu pflegen, die sensible Informationen enthalten, können das Vertrauen in ihre Datenerfassungs- und -verarbeitungssysteme durch detaillierte Prüfungen dieser Systeme stärken. Ziel derartiger Überprüfungen sollte sein:

- das Vertrauen des Unternehmens darin zu stärken, dass die Daten, die es anderen zur Verfügung stellt, korrekt sind;
- die Glaubwürdigkeit der Daten und Informationen zu verbessern; und
- gegebenenfalls die Zuverlässigkeit der Systeme bezüglich Datensicherheit und Datenschutz zu bestätigen.
- Veranlasst werden können detaillierte Prüfungen dieser Art durch gesetzliche oder sonstige Anforderungen. Diese Anforderungen betreffen beispielsweise die Freigabe von Daten zu Emissionen von Treibhausgasen oder Umweltschadstoffen, die Bereitstellung von Programmdateien für Geldgeber oder Aufsichtsabteilungen, Bestimmungen im Rahmen von umweltbezogenen Bewilligungen oder Genehmigungen sowie Bedenken bezüglich des Schutzes vertraulicher Informationen, z. B. finanzbezogene, medizinische oder persönliche Daten.

Als Bestandteil derartiger Überprüfungsprozesse sollten unabhängige Personen oder Gruppen, innerhalb oder außerhalb des Unternehmens, untersuchen, wie Daten erfasst, aufgezeichnet oder gespeichert, behandelt und unternehmensweit genutzt werden. Die Ergebnisse können helfen, Schwachstellen bei Datenerfassungs- und -verarbeitungssystemen aufzudecken, welche wiederum dazu führen könnten, dass Daten durch Fehler verfälscht werden oder Unberechtigten der Zugang ermöglicht wird. Die Prüfungsergebnisse können daher das Unternehmen dabei unterstützen, ihre Systeme zu stärken und zu verbessern. Die Genauigkeit und Zuverlässigkeit von Daten kann darüber hinaus durch ein gutes Training der Personen, die Daten erfassen, und durch deren eindeutig geregelte Rechenschaftspflicht für die Genauigkeit der Daten verbessert werden. Auch direkte Rückmeldungen an Einzelpersonen, die Fehler gemacht haben sowie Prozesse zur Datenqualität, die gemeldete Daten mit zurückliegenden Daten und mit jenen aus vergleichbaren Situationen abgleichen, können zur Verbesserung beitragen.

5.9 Freiwillige Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung

Auf Grundlage der regelmäßig durchgeführten Bewertungen oder in anderen angemessenen Zeitabständen sollte ein Unternehmen überlegen, wie es die Wahrnehmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung verbessern könnte. Die Bewertungsergebnisse sollten so verwendet werden, dass sie zu einer kontinuierlichen Verbesserung bei der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung des Unternehmens führen. Um sich ändernden Bedingungen oder steigenden eigenen Ansprüchen an das, was man erreichen möchte, gerecht zu werden, kann zu solchen Verbesserungsmaßnahmen auch die Anpassung von strategischen und operativen Zielen gehören. Auch der Umfang der Aktivitäten und Programme zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung kann vergrößert werden. In Betracht gezogen werden könnte zudem, für Aktivitäten im Zusammenhang mit gesellschaftlicher Verantwortung zusätzliche oder andersartige Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Schließlich könnten mit Verbesserungsmaßnahmen auch Programme oder Aktivitäten verbunden sein, die dazu dienen, von neu entdeckten Chancen zu profitieren.

Die Sichtweisen von Anspruchsgruppen, die diese im Verlauf der Bewertungsprozesse geäußert haben, können ein Unternehmen beim Erkennen neuer Chancen und veränderter Erwartungen unterstützen und ihm dabei helfen, die Ergebnisse seiner Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung zu verbessern.

Um die Verwirklichung ihrer Vorgaben und Ziele zu fördern, verknüpfen einige Unternehmen das Erreichen bestimmter strategischer Ziele gesellschaftlicher Verantwortung mit der jährlichen oder anderweitig regelmäßigen Leistungsbewertung von Vorständen und Managern. Maßnahmen dieser Art belegen, dass das Handeln des Unternehmens zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung Ausdruck einer ernsthaften Selbstverpflichtung ist.

Zahlreiche Unternehmen haben freiwillige Initiativen ins Leben gerufen, die Organisationen bei ihren Bemühungen unterstützen sollen, gesellschaftliche Verantwortung stärker wahrzunehmen. Bei einigen dieser Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung handelt es sich um Organisationen, die ausdrücklich zur Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Aspekten gesellschaftlicher Verantwortung gegründet wurden. Das Ergebnis ist eine große Vielfalt an Initiativen, an die sich interessierte Organisationen wenden können. Manche Initiativen sehen auch die Unterstützung oder den Beitritt zu anderen Organisationen vor.

Einige dieser Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung behandeln Aspekte aus einem oder mehreren Kernthemen oder Handlungsfeldern; andere Initiativen beziehen sich auf unterschiedliche Herangehensweisen, wie gesellschaftliche Verantwortung in die Entscheidungen und Aktivitäten eines Unternehmens integriert werden kann. Manche Initiativen entwickeln oder fördern bestimmte Hilfsmittel oder praktische Handlungsempfehlungen, die zur unternehmensweiten Integration gesellschaftlicher Verantwortung genutzt werden können, andere entwickeln oder fördern Mindestexpectationen gesellschaftlicher Verantwortung. Diese Erwartungen können in vielerlei Formen dargestellt sein, zum Beispiel als Verhaltensstandards, Handlungsempfehlungen, Grundsatzklärungen und Wertekodizes. Einige Initiativen wurden von verschiedenen Branchen in dem Bestreben entwickelt, sich bestimmten branchenspezifischen Herausforderungen zu widmen. Die Existenz einer Initiative gesellschaftlicher Verantwortung in einer bestimmten Branche bedeutet nicht zwingend, dass diese Branche mehr Verantwortung wahrnimmt oder ein größeres Schadenspotential aufweist.

Es ist nicht notwendig, dass ein Unternehmen an einer dieser Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung teilnimmt oder eines dieser Hilfsmittel verwendet, um gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. Darüber hinaus ist die Beteiligung an einer solchen Initiative oder die Verwendung von Hilfsmitteln einer Initiative an sich kein zuverlässiger Indikator für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch das Unternehmen. Bei der Beurteilung von Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung sollte sich ein Unternehmen bewusst sein, dass nicht jede Initiative von Anspruchsgruppen positiv eingeschätzt wird oder in ihren Augen als glaubwürdig gilt. Ein Unternehmen sollte auch objektiv ermitteln, ob eine bestimmte Initiative ihm bei der Wahrnehmung seiner gesellschaftlichen Verantwortung tatsächlich helfen wird oder ob es sich bei der Initiative vielleicht eher um eine Form von Öffentlichkeitsarbeit oder um ein Mittel zum Schutz des Ansehens der teilnehmenden Organisationen oder ihrer Mitglieder selbst handelt. Gesellschaftliche Verantwortung sollte nicht nur als eine Form des Risikomanagements behandelt werden. Eine besonders wichtige Überlegung bei der Beurteilung einer Initiative zur gesellschaftlichen Verantwortung ist die Frage, ob diese nicht bereits bestehende und anerkannte Erwartungen an gesellschaftlich verantwortliches Verhalten einseitig neu interpretiert.

Die gelungene Einbindung von Anspruchsgruppen und der Einsatz von Multi-Stakeholder-Verfahren in der Führung und Entwicklung der Initiative sind Schlüsselmerkmale, anhand derer zwischen unterschiedlichen Initiativen differenziert werden kann. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Initiativen, die nur für eine einzelne Branche oder einen Organisationstyp entwickelten wurden, Führungsstrukturen aufweisen können, die sich nur aus einer einzelnen Anspruchsgruppe konstituieren. Es sollte beachtet werden, ob eine Initiative unter Beteiligung betroffener Organisationen und Anspruchsgruppen entwickelt wurde.

Es kann für ein Unternehmen hilfreich sein, an einer oder mehrerer Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung mitzuwirken oder deren bereitgestellte Hilfsmittel zu nutzen. Eine Beteiligung sollte zu konkreten Aktivitäten innerhalb des Unternehmens führen, wie z. B. Unterstützung zu erhalten oder von anderen zu lernen. Eine Beteiligung kann insbesondere dann wertvoll sein, wenn das Unternehmen beginnt, die Hilfsmittel oder die praktischen Handlungsempfehlungen, die mit der Initiative einhergehen, anzuwenden oder sich darauf zu stützen.

Unternehmen können Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung nutzen, um eine bestimmte Form der Anerkennung zu erhalten. Einige Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung sind weithin anerkannt. Sie stellen eine glaubwürdige Grundlage dafür dar, dass die Einhaltung bestimmter Verfahren bzw. die Leistungen in Bezug auf bestimmte Handlungsfelder öffentlich anerkannt werden. Handlungsempfehlungen, die von diesen Initiativen zur gesellschaftlichen Verantwortung angeboten werden, reichen von Methoden zur Selbstbewertung bis hin zur Überprüfung durch Dritte.

Bei der Entscheidung, ob ein Unternehmen sich an einer Initiative zu gesellschaftlicher Verantwortung beteiligt oder diese nutzt, sollte es die folgenden Faktoren berücksichtigen:

- ob die Initiative mit zuvor beschriebenen Grundsätzen übereinstimmt;
- ob die Initiative wertvolle und praktische Orientierung bietet, um das Unternehmen zu unterstützen, einzelne Kernthemen oder Handlungsfelder zu behandeln und/oder gesellschaftliche Verantwortung in ihre Aktivitäten zu integrieren;
- ob die Initiative auf diese bestimmte Organisationsart oder ihre Interessensbereiche ausgerichtet ist;
- ob die Initiative örtlich oder regional agiert oder ob sie eine globale Reichweite hat und ob sie für alle Organisationsarten anwendbar ist;
- ob die Initiative das Unternehmen unterstützen wird, spezifische Anspruchsgruppen zu erreichen;
- die Art der Organisation oder Organisationen, die die Initiative entwickelt haben und führen, z. B. die Regierung, Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften, Privatwirtschaft oder Wissenschaft;
- das Ansehen der Organisation oder der Organisationen, die diese Initiative entwickelt haben und leiten, insbesondere deren Glaubwürdigkeit und Seriosität;
- die Art des Entwicklungs- und Führungsprozesses der Initiative, beispielsweise, ob die Initiative in einem transparenten, offenen und zugänglichen Multi-Stakeholder-Prozess entwickelt oder geführt wurde, mit Teilnehmern aus Industrie- oder sich entwickelnden Ländern; und
- die Zugänglichkeit der Initiative, z. B., ob das Unternehmen einen Vertrag für die Teilnahme unterzeichnen muss oder ob eine Beteiligung an der Initiative mit Kosten verbunden ist.

Unter Berücksichtigung dieser und anderer Faktoren sollte ein Unternehmen bei der Interpretation der Ergebnisse Vorsicht walten lassen. Zum Beispiel kann die weitverbreitete Akzeptanz einer Initiative ein Indikator für ihre Umsetzbarkeit, ihren Wert, ihr Ansehen oder ihre Relevanz sein. Es könnte allerdings auch ein Anzeichen dafür sein, dass die Initiative weniger strikte Anforderungen stellt. Im Gegensatz dazu kann eine neue und weniger weit verbreitete Initiative mit noch nicht erwiesenem Wert und noch nicht erwiesener Umsetzbarkeit innovativer oder herausfordernder sein. Darüber hinaus kann eine kostenlos verfügbare Initiative ansprechend erscheinen; eine nur zu einem bestimmten Preis verfügbare Initiative hingegen wird vielleicht eher aktuell gehalten und kann folglich langfristig von höherem Wert sein. Ob eine Initiative oder ein Hilfsmittel kostenlos oder für eine bestimmte Gebühr zur Verfügung stehen, sollte daher nicht als ein Indiz für den Wert dieser Initiative oder dieses Hilfsmittels angesehen werden.

Es ist wichtig, den Wert, die Relevanz und/oder Anwendbarkeit jeder ausgewählten Initiative regelmäßig zu überprüfen.

Abkürzungen

APR	effektiver Jahreszins (Annual Percentage Rate)
CH₄	Methan
CO₂	Kohlenstoffdioxid
CSR	gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility)
THG	Treibhausgas
ILO	Internationale Arbeitsorganisation (International Labour Organization)
MDG	Millennium-Entwicklungsziel (Millennium Development Goal)
NRO	Nichtregierungsorganisation
NO_x	Stickoxide
N₂O	Lachgas
OSH	Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (Occupational Safety and Health)
PBT	persistente, bioakkumulierbare und toxische Substanz
POP	persistenter organischer Schadstoff (Persistent Organic Pollutant)
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
SO_x	Schwefeloxide
UN	Vereinte Nationen (United Nations)
UNFCCC	Rahmenabkommen der Vereinten Nationen über Klimaänderungen
VOC	flüchtige organische Verbindung
vPvB	sehr persistent und sehr bioakkumulierbar
WTO	Welthandelsorganisation (World Trade Organization)