

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen

Freiwilligkeit und Verpflichtung

Inhalt

Zusammenfassung	3
Executive Summary	4
1 Einleitung: Unternehmerisches Handeln in der Gesellschaft	5
2 Wer meint was mit »Corporate Social Responsibility« (CSR)?	7
3 Bewusstsein schaffen und Lücken füllen: Chancen und Risiken von CSR	8
4 Transparenz oder Schönfärberei? Kritik an CSR-Kommunikation	10
5 Transparenz und Kontrolle? Zur Wirksamkeit aktueller CSR-Initiativen	11
6 Verantwortung zeigen! Anforderungen an die Wirtschaft	14
7 Verantwortlich machen! Anforderungen an die Politik	16
7.1. Handlungsempfehlungen für die internationale Ebene	16
7.2. Handlungsempfehlungen für die nationale Ebene	18
8 BUND-Forderungen: Verantwortung und Verpflichtung	20
9 Quellenhinweise	22
10 Weitere Informationen	23
11 Glossar	23

Zusammenfassung

Unternehmen haben einen erheblichen Einfluss auf die sozialen und ökologischen Bedingungen auf der Erde. Insbesondere multinationale Konzerne sind mächtige Akteure, die sich nationalstaatlichen Steuerungsversuchen oft effektiv entziehen.

Mit dem Konzept »Corporate Social Responsibility« (CSR) versuchen viele Unternehmen, Verantwortung für die sozialen und ökologischen Folgen ihres wirtschaftlichen Handelns zu demonstrieren oder tatsächlich zu übernehmen.

Mit diesem Papier will der BUND die gesellschaftliche Debatte über das wirtschaftliche und politische Handeln von Unternehmen stärken. Eine ernst genommene gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen bedeutet für uns die Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen. Mit den »Marktheidenfelder Beschlüssen« hat der BUND bereits 1995 verdeutlicht, was dies für seine konkreten Kooperationen mit Unternehmen bedeutet.

Bezüglich Corporate Social Responsibility kämpfen wir für verbindliche und einklagbare Regeln für Konzerne auf nationaler, europäischer und globaler Ebene. Wir begrüßen ehrlich gemeinte, transparente und progressive CSR-Aktivitäten; halten sie aber nicht für ausreichend. Menschenrechte, soziale und ökologische Normen und Werte können unserer Überzeugung nach nicht nur durch freiwillige Maßnahmen von Unternehmen in Form von oftmals gut gemeinten Absichtserklärungen sichergestellt werden.

Wir fordern

- Rechenschafts- und Publizitätspflichten für Unternehmen über die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Wirtschaftstätigkeit sowie über ihre politischen Lobby-Aktivitäten
- eine Reform des Systems der Nationalen Kontaktstellen für die OECD-Leitlinien zur Unternehmensverantwortung
- eine institutionalisierte Stakeholder-Beteiligung
- Anreize für nachhaltiges Wirtschaften, etwa soziale und ökologische Vergaberichtlinien für öffentliche Aufträge, entsprechende Kriterien für die Wirtschaftsförderung sowie die Förderung nachhaltigen Investments
- die Schaffung verbindlicher internationaler Rechtsnormen und die Verankerung von sozialen und ökologischen Unternehmenspflichten in internationalen Wirtschaftsabkommen
- und die politische Förderung zukunftsfähiger Konsum- und Produktionsmuster.

Es ist das zentrale Anliegen des BUND, auf einen Paradigmenwechsel zu einer ressourcenleichten, zukunftsfähigen Wirtschafts- und Lebensweise hinzuwirken. In Anerkennung möglicher Chancen aus CSR-Maßnahmen für Menschen und Umwelt und in der Überzeugung, dass CSR gegenüber verpflichtender demokratischer und internationaler Regulierung nachrangig ist, nehmen wir mit diesem BUND Standpunkt Stellung zur Verantwortung von Unternehmen in der Gesellschaft.

Executive Summary

Corporate Social Responsibility – voluntary and compulsory

Companies influence social and ecological conditions on earth considerably. In particular multinational corporations are powerful actors that often manage to defy attempts by national governmental to control them.

Many companies try to apply the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) for demonstrating or actually taking responsibility for the social and ecological consequences of their economic activities.

With this paper, Friends of the Earth Germany – BUND aims to promote the public debate about economic and political activities of companies. Corporate Social Responsibility in the true sense means in our opinion the implementation of sustainability within companies. With its »Decisions of Markt-Heidenfeld« of 1995, BUND spelled out the implications of this idea for its concrete cooperation with companies.

In the context of Corporate Social Responsibility we are fighting for legally binding rules for corporations on national, European and global levels. We welcome honest, transparent and progressive CSR activities, but do not think they are sufficient. We are convinced that human rights, social and ecological norms and values cannot be guaranteed solely by voluntary measures of companies through often well-intentioned declarations of intent.

We demand

- *accountability and disclosure obligations for companies concerning the social and ecological impacts of their economic operations as well as their political lobby activities*
- *a reform of the system of national contact points for OECD guidelines for corporate responsibility*
- *institutionalised stakeholder involvement*
- *incentives for sustainable management, e.g. social and ecological guidelines for public procurement procedures, in particular criteria for economic development promotion as well as the promotion of sustainable investments*
- *the development of binding international legal norms and the inclusion of social and ecological corporate duties in international economic agreements*
- *political promotion of sustainable consumption and production patterns.*

It is BUND's utmost concern to work for a paradigm shift towards a resource saving, sustainable economy and way of living. Appreciating possible chances of CSR measures for humankind and the environment and convinced that CSR is only second to compulsory democratic and international regulations, we use this BUND paper to take a stand concerning the responsibility of companies in our society.

1 Einleitung – Unternehmerisches Handeln in der Gesellschaft

Unternehmen beeinflussen alle Bereiche des gesellschaftlichen Lebens und sind die Akteure, die am stärksten auf die Umwelt- und Lebensbedingungen auf der Erde einwirken. Vor allem durch ihre Produkte und Produktionsverfahren und damit durch die Inanspruchnahme von Ressourcen und die Beeinflussung der Umweltmedien Boden, Luft und Wasser üben Unternehmen einen enormen Einfluss auf die natürlichen Lebensgrundlagen aus. So fördern Agrarkonzerne Monokulturen und verbreiten gegen den Willen der Bevölkerung gentechnisch verändertes Saatgut. Automobilunternehmen produzieren immer verbrauchsintensivere Modelle.

Die einflussreichsten und mächtigsten Unternehmen sind dabei die multinationalen Konzerne. Über die Produktion und die Produkte sowie die Arbeitsbedingungen der Menschen beeinflussen sie maßgeblich deren Lebensbedingungen. Sie treiben die Globalisierung der Wirtschaft voran und intensivieren die internationale Arbeitsteilung, indem sie Produktionsstätten auf der ganzen Welt errichten, mit Zuliefererbetrieben in einer weltumspannenden Wertschöpfungskette kooperieren und mit Produkten auf dem globalen Markt handeln.

Die Lieferanten der großen Handelsmarken und Konzerne lagern in der Regel die besonders arbeitsintensiven und umweltzerstörerischen Fertigungsschritte an Unterauftragnehmer aus, um den Flexibilitätsanforderungen ihrer Abnehmer gerecht werden zu können. Es entstehen vielgliedrige, verästelte Zulieferketten. Dazu kommen Auslagerungen in selbstständige Beschäftigungsgesellschaften, Heimarbeit, Schwarzarbeit und informelle Lieferbeziehungen. Viele der betroffenen Staaten verfügen durchaus über angemessene Gesetze und Bestimmungen für soziale und ökologische Standards in der Produktion. Die nationalen Gesetze kommen jedoch kaum zur Geltung, weil die Kapazitäten zur Rechtsdurchsetzung fehlen und Nachteile im globalen Standortwettbewerb befürchtet werden. Die Folge: Die globalisierte Produktion erfolgt häufig unter Ausnutzung geringer oder fehlender Rechte der Menschen und durch Raubbau an natürlichen Ressourcen. In vielen Entwicklungsländern sind unmenschliche Arbeitsbedingungen, Verletzung von Menschenrechten sowie niedrigste soziale und ökologische Produktionsstandards festzustel-

len. Schockierende Berichte über inhumane und umweltzerstörende Produktionsstätten vor allem in Asien, Lateinamerika und Afrika sind keineswegs die Ausnahme. Und die Verantwortung für diese Bedingungen tragen neben den dort tätigen Unternehmen auch die politischen Eliten dieser Länder.

Die Probleme einer ungesteuerten weltweiten Expansion von Konzernen und der damit einhergehenden Verschärfung des Konkurrenzkampfs auf Kosten von Menschen und der Natur lassen sich an einer Vielzahl von Beispielen aufzeigen: Banken finanzieren Regenwald-Rodung, Ölkonzerne schädigen Mensch und Umwelt durch fahrlässige Förder- und Transportprozesse. Auf der Suche nach Rohstoffen dringen transnationale Konzerne immer weiter in unerschlossene Gebiete vor. In manchen Fällen werden dabei Naturzerstörung, Vertreibung oder gar der Tod von Menschen wissentlich in Kauf genommen. Produktionsstätten verseuchen ungehindert Boden, Luft und Wasser. Verantwortungsbewusste Unternehmer und ManagerInnen stecken dabei in einer Zwickmühle: In einem unregulierten Markt können anspruchsvolle Umwelt- und Sozialstandards zur Existenzgefährdung werden, wenn die Konkurrenz nicht mitzieht und unter Ausnutzung von Öko- und Sozialdumping billiger produzieren kann. Der gleiche Effekt kann eintreten, wenn die KonsumentInnen diese Anstrengungen nicht honorieren, sondern Produkte nachfragen, für die Raubbau getrieben wird.

Zur Herstellung transparenter Wettbewerbsbedingungen sind Rahmensetzungen, vor allem die Rechenschaftspflicht zur Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards, zwingend erforderlich. Allerdings versuchen Industrieverbände und Einzelunternehmen auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene eben diese Regulierung zu verhindern. Auf deren massive politische Einflussnahme hin ist die EU-Kommission von ihren ursprünglichen Zielen zur Überprüfung der Einhaltung von Mindeststandards abgerückt und propagiert nun das Prinzip der freiwilligen und flexiblen Konzepte.¹ Mit der Macht ihrer freien Standortentscheidung erpressen multinationale Konzerne Entwicklungsländer, Produktionsstandards niedrig zu halten.²

Selbst in den entwickelten Ländern Europas und den USA wagen es die Regierungen nicht, der noch immer zunehmenden Beanspruchung des Umweltraumes durch Unternehmen einen Riegel vorzuschieben. Anstelle politisch gesetzter Schranken erklären sich Unternehmen selbst dafür zuständig, humane Arbeitsbedingungen einzuhalten und den Schutz der Umwelt in ihren Entscheidungen zu berücksichtigen. Auf diese Weise gewinnt die freiwillige Selbstverpflichtung von Unternehmen an Bedeutung. Im internationalen Wettbewerb setzen vor allem multinationale bzw. transnationale Unternehmen auf diese Strategie.

Gleichzeitig ist festzustellen, dass infolge des Drucks zivilgesellschaftlicher Organisationen (in erster Linie Menschenrechts- und Umweltverbände) und kritischer Konsumenten sich viele Konzerne und Handelsmarken mehr oder weniger freiwillig zur Gewährleistung sozialer und ökologischer Mindeststandards in der Produktion verpflichtet haben. Mit dem Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnen die Unternehmen ihre Maßnahmen zur Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Anforderungen der Produktionsbedingungen entlang ihrer Wertschöpfungsketten. Sie führen Umweltmanagementsysteme ein, versuchen Lieferanten auf unternehmenseigene oder branchenweite Verhaltenskodizes (Codes of Conduct) zu verpflichten und überprüfen deren Einhaltung mit unterschiedlichen Methoden und Instrumenten.

Die Glaubwürdigkeit und Schlagkraft dieser freiwilligen Maßnahmen variiert dabei stark. Während sich einige Unternehmen an die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) halten und die Anforderungen der Umweltmanagementsysteme EMAS oder ISO 14001 erfüllen, treten viele Unternehmen als Trittbrettfahrer in Erscheinung und ergreifen keine oder lediglich marginale Maßnahmen. Drastische Abweichungen von den selbst gesetzten Standards und Verhaltenskodizes, nicht nur bei Lieferanten, sondern auch innerhalb von Konzernen selbst, sind keine Einzelfälle und untergraben das Vertrauen von KonsumentInnen und Öffentlichkeit in die Wirksamkeit und Glaubwürdigkeit von CSR. Viele Maßnahmen im Rahmen der CSR dienen lediglich der Imagepflege. Zudem verfolgen Konzerne und ihre Verbände mit-

tels freiwilliger Deklarationen die Strategie, politische Regulierungen zur Durchsetzung gesetzlicher Mindeststandards zu verhindern bzw. zu unterlaufen.

2 Wer meint was mit »Corporate Social Responsibility« (CSR)?

Der etwas sperrige Begriff Corporate Social Responsibility, kurz: CSR, macht gegenwärtig in Wirtschaft und Politik Karriere und wird gerade von transnationalen Konzernen gerne benutzt, um die guten Absichten ihres Handelns einem interessierten Publikum näher zu bringen. CSR wird in der Regel verwendet für Maßnahmen von Unternehmen, ihrer Verantwortung für die Gesellschaft auf freiwilliger Basis nachzukommen.

Dabei wird CSR zunehmend in der öffentlichen Debatte vielfältig und widersprüchlich verwendet: Häufig erscheint der Begriff CSR in unmittelbarem Zusammenhang mit nachhaltigem Handeln von Unternehmen, weil neben wirtschaftlichen soziale und ökologische Aspekte in Entscheidungen einfließen.³ Unter dem Dach CSR werden jedoch nicht nur freiwillige Selbstverpflichtungen, Prinzipien oder Maßnahmen gefasst, die auf nachhaltiges unternehmerisches Handeln im Kerngeschäft (business case) abzielen, sondern zunehmend auch Marketing im Bereich sozialer oder ökologischer Themen, Sponsoring und bürgerschaftliches Engagement über die Geschäftstätigkeit hinaus.⁴ Letztere Maßnahmen verschleiern – in Anerkennung ihrer meist begrenzten, aber gegebenenfalls positiven Wirkungen – das tatsächliche, möglicherweise umweltbelastende Kerngeschäft oder lenken zumindest davon ab.

In der Regel ist CSR Teil eines Risikomanagements, mit dem Schäden an Image und Marke verhindert werden sollen,⁵ denn eine immer kritischere Öffentlichkeit entwickelt sich zunehmend zum Risiko für Marken- und Absatzstrategien.

Die Standards, denen sich ein Unternehmen unterworfen hat, werden in der Regel in Form eines Verhaltenskodex (Codes of Conduct) Beschäftigten, Partnern und Zulieferern als Vertragsbestandteil vorgelegt. Neben unternehmenseigenen Kodizes gibt es branchenspezifische Kodizes. Gegenüber unternehmensinternen Systemen hoffen die Teilnehmer branchenweiter Kodizes, durch gemeinsame Konzepte, Monitoringsysteme und Zertifizierungssysteme Kosten zu sparen. Ein kaum überschaubares Angebot freiwilliger Verhaltenskodizes ist entstanden.

3 Bewusstsein schaffen und Lücken füllen: Chancen und Risiken von CSR

»The main constraint on the market's ability to increase the supply of corporate virtue is the market itself. There is a business case for CSR, but it is much less important or influential than many proponents of civil regulation believe.« (Vogel 2005:36)

Viele Unternehmen und deren Verbände erkennen mittlerweile an, dass sie sich mit den Anforderungen aus Politik und Gesellschaft auseinandersetzen müssen. Beispiele dafür sind das »econsense – Forum für nachhaltige Entwicklung«, in dem sich über zwanzig DAX-Unternehmen mit den hier diskutierten Themen beschäftigen, und die »Social Accountability Initiative (SAI)«, in der einige Handelskonzerne auf internationaler Ebene gemeinsam mit Vertretern von Nichtregierungsorganisationen den Zertifizierungsstandard SA8000 für Arbeitnehmerrechte bei Herstellern, Verkäufern und Zulieferern entwickelt haben.

Viele der größten transnationalen Konzerne haben sich im Internet und mit Publikationen zu CSR bekannt gemacht und entsprechende Elemente und Leitsätze in ihre Firmenphilosophien und Gesamtstrategien integriert. Die Menge der relevanten Literatur für Manager ist schier unüberschaubar geworden.⁷ Diese hohe Medienpräsenz von CSR kann dazu beitragen, bei Entscheidern in Unternehmen Bewusstsein für die sozialen und ökologischen Dimensionen wirtschaftlichen Handelns zu schaffen und Handlungsalternativen aufzuzeigen. Damit kann gute CSR-Kommunikation für das Thema sensibilisieren und zur Bildung für eine nachhaltige Entwicklung beitragen. Optimistisch formuliert wäre mit CSR die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung für nachhaltige Entwicklung beschrieben. Im Wortsinne hieße das, die Wirtschaft verpflichtete sich der Einsicht, dass eine langfristig tragfähige Entwicklung nur mit Rücksicht auf die Grundrechte der Menschen und die natürlichen Lebensgrundlagen möglich ist. Unternehmen würden ihre Liefer- und Wertschöpfungsketten transparent machen, externe Kontrollen zulassen und ihr CSR-Instrumentarium partizipativ gestalten. Dann könnte CSR einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung leisten.

Im Einzelnen gibt es sie, die guten Beispiele für gelebte und effektive unternehmerische Verantwortung für nachhaltige Entwicklung. Das herausragende Engagement einzelner Unternehmen bzw. Initiativen würdigen wir hiermit ausdrücklich und fordern die Wirtschaft auf, ihren Vorbildern zu folgen. Hier sind vor allem die Unternehmerinitiativen B.A.U.M. – Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V., future e.V. – verantwortung unternehmen, UnternehmensGrün und deren Mitgliedsunternehmen zu nennen.

Die Praxis und zunehmend auch die wissenschaftliche Analysen⁸ zeigen aber deutlich, dass freiwillige Maßnahmen sowie zivilgesellschaftlicher Druck allein die Herausforderungen einer Wende zu einer nachhaltigen Entwicklung strukturell nicht bewältigen können, weder auf nationaler noch auf internationaler Ebene. Entscheidende Effekte von CSR auf Arbeitsbedingungen und Umweltverbrauch durch Produktion und Handel sind nur in Ausnahmefällen möglich: nämlich wenn die sozial und ökologisch bessere Handlungsalternative sich rechnet. Deshalb begrüßen wir ehrlich gemeinte, transparente und progressive CSR-Aktivitäten als »Lückenfüller« und notwendige Ergänzung auf dem Weg zu rechtlich verbindlichen und einklagbaren Rahmenwerken für soziale und ökologische Mindeststandards von Unternehmen. Darüber hinaus braucht es flankierende Anreize und Regulierung seitens der Politik. Dieses Regelwerk muss national wie international gelten, denn der globale Wettbewerb setzt nationaler Politik enge Grenzen. Wenn Unternehmen ihre Verpflichtung tatsächlich ernst nehmen würden, müssten sie daher vor allem dazu beitragen, gleiche Bedingungen für alle mittels institutioneller und rechtlicher Strukturen herzustellen, auf internationaler Ebene und in Staaten mit großen ordnungsrechtlichen Umsetzungsdefiziten.

Es ist immer wieder zu betonen: Entscheidendes Defizit aller CSR-Initiativen ist ihre Freiwilligkeit. Im globalen Wettbewerb um Aufträge und Kapital gilt schließlich jedes Abweichen vom ökonomischen Fokus auf Marktanteile, Rendite und Kostenoptimierung als existenzgefährdend. Es muss davon ausgegangen werden, dass in konkreten

unternehmerischen Entscheidungssituationen dann grundsätzlich gegen die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards entschieden wird, wenn damit Kostennachteile in Kauf genommen werden müssten. Trotz zum Teil ambitionierter Selbstverpflichtungen bleibt in der Regel der shareholder value oberstes Ziel und Gewinnmaximierung erstes Funktionsprinzip von Unternehmen. Die Jagd nach dem kurzfristigen wirtschaftlichen Erfolg drängt soziale Effekte des Wettbewerbs (zum Beispiel den Verlust von Arbeitsplätzen) und ökologische Beeinträchtigungen (zum Beispiel den Einfluss auf den Klimawandel) in den Hintergrund.

Ohne einen klaren Ordnungsrahmen mit eindeutigen Regeln und Rechenschaftspflichten, die bindenden Charakter haben, bestehen für Unternehmen kaum Anreize, sich gegenüber Menschen und Natur verantwortungsbewusst zu verhalten.⁹

Schädliche Wirkung entfaltet CSR dort, wo es bewusst dazu eingesetzt wird, gesetzliche Regelungen zum Schutz von Mensch und Umwelt zu verhindern. Als Beispiele dienen die enttäuschenden Erfahrungen mit Selbstverpflichtungen der deutschen Wirtschaft in den Bereichen PKW/CO₂, Kraft-Wärme-Kopplung sowie dem Versprechen der vermehrten Einstellung älterer Arbeitnehmer bei Lockerung des Kündigungsschutzes.

4 Transparenz oder Schönfärberei? Kritik an CSR-Kommunikation

Unternehmen – auch solche, die die rechtlich bindende Regulierung ihrer Aktivitäten zu verhindern versuchen – erklären, ihrer Verantwortung mithilfe freiwilliger Selbstverpflichtungen auf soziale und ökologische Standards nachkommen zu wollen und zu können. Sie selbst könnten passgenauere und somit effizientere Lösungen für Missstände entwickeln und implementieren. Die Ziele und Maßnahmen innerhalb ihres CSR-Engagements präsentieren sie einer interessierten Öffentlichkeit in so genannten Umwelt- oder Nachhaltigkeitsberichten.

Im Grundsatz ist diese freiwillige Kommunikationspolitik der Unternehmen zu begrüßen, allerdings nur, wenn die Berichterstattung ehrlich und nachvollziehbar erfolgt. Der Zweck solcher Internetseiten und illustrierter Handbücher ist jedoch in der Regel die Entwicklung des Firmen- bzw. Markenimages. Steht dies im Mittelpunkt, so verkommt der Kern glaubwürdiger CSR, nämlich eine transparente und nachprüfbar Kommunikation der sozialen und ökologischen Leistung, zur Öffentlichkeitsarbeit (PR) und zum zielgruppenspezifischem Marketing. Solche Berichterstattung ist nichts anderes als Schönfärberei (green washing) und angesichts der globalen Problemlagen eine Irreführung der Öffentlichkeit. Bei dieser Vorgehensweise werden tatsächliche Maßnahmen und Fortschritte der Unternehmen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung weitgehend irrelevant. Doch Verbraucher und Öffentlichkeit wollen erkennen können, ob die Berichterstattung über unternehmerisches Engagement für nachhaltige Entwicklung der Wahrheit entspricht. Deshalb fordern wir gesetzliche Berichtspflichten und Mindeststandards für Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Nicht nur die tatsächlichen Auswirkungen unternehmerischen Handelns sind von öffentlichem Interesse, sondern auch die Beeinflussung von Politik und Gesetzgebung durch Lobbyarbeit, durch abhängige »Experten«-kommissionen und PR-Agenturen bzw. Denkfabriken. Experten schreiben die Vorlagen für Gesetze, Lobbyisten machen Druck, PR-Agenturen und Denkfabriken beeinflussen gezielt die öffentliche Meinung. So wurde in der Vergangenheit hartnäckig und mit höchstem Aufwand versucht, Informationen über die Bedrohung von Mensch und

Umwelt durch Dioxin, Asbest, Gentechnik, Klimawandel, Rauchen oder Raubbau an der Natur zurückzuhalten, zu verschleiern und schützende Gesetze zu verhindern. Für die Zukunft muss es deshalb Ziel sein, dass Bürger sich ohne viel Aufwand ein Bild der Integrität eines Unternehmens machen können, so dass Zielkonflikte und nicht Erreichtes offenbar werden. Deshalb benötigen wir im politischen Geschäft in Deutschland und in der EU klare Regeln für die Offenlegung finanzieller Abhängigkeiten von Politikern, Beratern, Instituten und Lobbyisten.

5 Transparenz und Kontrolle? Zur Wirksamkeit aktueller CSR-Initiativen

Ein kleiner Durchbruch für eine transparentere CSR-Kommunikation in Europa gelang in den neunziger Jahren mit der EG-Öko-Audit Verordnung (EMAS), die eine verbindliche Offenlegung von Fortschritten und Defiziten vorsieht. Auf internationaler Ebene entwickelte die Global Reporting Initiative (GRI, früher: CERES¹⁰) branchenübergreifend anwendbare Richtlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. In ihr arbeiten zivilgesell-

schaftliche Akteure und Unternehmen zusammen. Wäre ihr Standard zur Berichterstattung, der »GRI-Index«, verbindlich für alle größeren oder multinationalen Konzerne, zum Beispiel im Rahmen eines internationalen Abkommens und/oder als nationales Gesetz, wären externe Überprüfungen leichter möglich und somit die Anreize für wirksame CSR-Maßnahmen höher.

Berichterstattung nach GRI – Global Reporting Initiative

Berichtselemente

- Profile der Organisation
- Managementansatz
- Leistungsindikatoren hinsichtlich Ökonomie, Umwelt und Soziales

Grundlegender Zusammenhang

Vision und Strategie: Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung; Stellungnahme der Geschäftsführung;
Struktur: Organisationsprofil; Berichtsabgrenzung
Governance Strukturen und Managementsysteme: Struktur und Governance; Einbindung von Stakeholdern; Umfassende Geschäftsgrundsätze und Managementsysteme

Leistungsindikatoren

- **Ökonomische Leistung**
Kennzahlen, wie Nettoumsatz, Kosten aller eingekauften Waren, Materialien und Dienstleistungen; Summe der Lohnzahlungen und Zusatzleistungen
Marktpräsenz – geografische Aufteilung der Märkte; Beziehung zu Lieferanten; Beziehung zum öffentlichen Sektor (Subventionen; Steuern; Spenden)
Indirekte ökonomische Einflüsse – Infrastrukturinvestitionen
- **Umweltleistungsindikatoren**
Material: Materialverbrauch; Einsatz von Recyclingmaterial

Energie: Direkter/indirekter Energieverbrauch; Nutzung regenerativer Energie und Steigerung der Energieeffizienz; Lebenszyklusweiter Energiebedarf

Wasser: Gesamter Wasserverbrauch

Biodiversität: Flächenbeanspruchung; geschützte Flächen etc.

Emissionen, Abwässer und Abfälle: Emissionen klimarelevanter Gase; NO_x; SO_x und andere signifikante Luftemissionen

Rechtskonformität: Einhaltung der Rechtsvorschriften

Transport: Signifikante Umweltauswirkungen durch den Transport von Produkten oder anderen Gütern
Produkte und Dienstleistungen: Signifikante Umweltbelastungen wesentlicher Produkte und Dienstleistungen

- **Gesellschaftliche Leistungsindikatoren**
Arbeitspraxis und Arbeitsqualität: Beschäftigung; Beziehung zwischen Arbeitnehmern und Management; Gesundheit und Sicherheit; Training und Weiterbildung; Vielfalt und Chancen
Menschenrechte: Strategie und Management; Nicht-Diskriminierung; Kinderarbeit; Zwangsarbeit und Arbeitsverpflichtung
Gerechte Gesellschaft: Bestechung und Korruption; Politische Unterstützungen; Wettbewerb und Preisfestsetzung
Produktverantwortung: Konsumentengesundheit und -sicherheit; Produkte und Dienstleistungen

Quelle: www.globalreporting.org

Auf internationaler Ebene wird seit einigen Jahren verstärkt über Verfahren zur Vereinbarung von Regeln für multinationale Unternehmen diskutiert. Die bestehenden zwischenstaatlichen Handlungsansätze sind allerdings noch nicht ausreichend wirksam:

- Die OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen und das diesen angeschlossene Beschwerdeverfahren haben sich wegen inhärenter Mängel und wegen mangelhafter Umsetzung bislang nicht bewährt. Dass dieser Ansatz keine oder jedenfalls nicht die alleinige Grundlage zur Lösung für die Probleme der Globalisierung ist, zeigt eine aktuelle Studie von OECDWatch unmissverständlich.¹¹ Um zumindest besonders krasse Fälle unternehmerischer Verantwortungslosigkeit im politischen Prozess und für eine öffentliche Diskussion wahrnehmbar zu machen, muss die nationale Beschwerdestelle (National Contact Point) auf höchster politischer Ebene angesiedelt sowie die Beschwerdeverfahren transparenter gestaltet werden.

OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen

Die OECD hat sich mit diesen Leitsätzen für multinationale Unternehmen an internationalen Referenzsystemen, wie den Arbeitsnormen der ILO, der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, der Rio-Erklärung und Agenda 21 von 1992 sowie der Kopenhagener Erklärung zur Sozialentwicklung orientiert.

Unter der Überschrift »Umwelt« ist einleitend zu lesen: »Die Unternehmen sollten im Rahmen der Gesetze, Bestimmungen und Verwaltungspraktiken der Länder, in denen sie tätig sind, und unter Berücksichtigung der einschlägigen internationalen Abkommen, Grundsätze, Ziele und Standards der Notwendigkeit des Schutzes von Umwelt, öffentlicher Gesundheit und Sicherheit in gebührender Weise Rechnung tragen und ihre Geschäftstätigkeit allgemein so ausüben, dass sie einen Beitrag zu dem allgemeineren Ziel der nachhaltigen Entwicklung leistet.« (OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Neufassung 2000, S. 21)

Insbesondere wird von Unternehmen erwartet, dass sie möglichst ein Umweltmanagementsystem einrichten und aufrechterhalten, um die Verbesserung ihrer Umweltergebnisse sich ständig bemühen sowie einen Beitrag zur Konzipierung einer ökologisch sinnvollen und ökonomisch effizienten staatlichen Umweltpolitik leisten.

Nach Einschätzung des OECD Berlin Centre gehen die OECD-Leitsätze über gängige Unternehmenskodizes und die anderer internationaler Initiativen, wie dem Global Compact hinaus. Damit werde ein pro-aktives Handeln von den multinationalen Unternehmen erwartet. Es werde Druck auf die Unternehmen durch Offenlegung von Fehlverhalten ausgeübt. Es bestehe für jeden in der Zivilgesellschaft das Recht, Beschwerde gegen ein Unternehmen einzulegen, »sofern ein berechtigtes Interesse an einer solchen Beschwerde besteht«. Zudem werde die Zulieferkette in diesen Leitsätzen mit einbezogen.

Die kritischen Einwände gegen die OECD-Leitsätze sind der Organisation ebenfalls bekannt. Vor allem die schwachen Umsetzungsmechanismen und die fehlenden Sanktionsmöglichkeiten bei Fehlverhalten von Unternehmen sind hervorzuheben. Außerdem ist die Berichterstattung der Unternehmen nicht standardisiert. Es besteht zudem ein nicht gelöster Widerspruch zwischen Vertraulichkeit und Transparenz in einem Beschwerdeverfahren.

Quelle: www.oecd.org/deutschland

- Der auf rein freiwilliger Basis arbeitende UN Global Compact von Kofi Annan hat bis heute kaum greifbare Ergebnisse – zum Beispiel in Form sektorbezogener, überprüfbarer Selbstverpflichtungen – entfaltet. Da im GC weder Kontrollen noch Sanktionen vorgesehen sind, degeneriert er zu einem kooperativen Instrument für Imagepflege, während Verstöße gegen selbst gesetzte Standards folgenlos verschwiegen werden können.¹² Wohl deshalb hat das UN Global Compact Büro die Notwendigkeit zwischenstaatlicher, verbindlicher Regelungen in seinem Bericht »GlobalCompact 2005: Gearing-

up Public Policy«¹³ ausdrücklich anerkannt und selbst gefordert. Der Bericht stellt fest, dass Gesetze und Rechtsnormen oft als wichtige Triebfedern unternehmerischen Engagements wirken und in jedem Fall die notwendige Verstetigung bzw. Verbreiterung freiwilliger, punktueller Initiativen im Bereich CSR darstellen.

Global Compact – Die 10 Prinzipien Menschenrechte



1. Unternehmen sollen den Schutz der international verkündeten Menschenrechte unterstützen und achten und
2. sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligen.

Arbeitsbeziehungen

3. Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlungen wahren sowie ferner für
4. die Beseitigung aller Formen der Zwangs- und Pflichtarbeit,
5. die tatsächliche Abschaffung der Kinderarbeit und
6. die Beseitigung von Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf eintreten.

Umwelt

7. Unternehmen sollen umsichtig mit ökologischen Herausforderungen umgehen,
8. Initiativen zur Förderung eines verantwortlichen Umgangs mit der Umwelt durchführen und
9. sich für die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien einsetzen.

Anti-Korruption

10. Unternehmen sollen gegen alle Formen der Korruption handeln, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Welche Verpflichtungen gehen Unternehmen ein, wenn sie dem Global Compact beitreten?

Unternehmen, die dem Global Compact unterzeichnen, verpflichten sich, in regelmäßigen Abständen (in der Regel jährlich) über ihre Aktivitäten zur Verfolgung der Prinzi-

pien zu berichten. Adressat dieser Berichte ist die UN-Organisation in New York, die über die Internet-Seite www.unglobalcompact.org zu erreichen ist. Die Berichte der Unternehmen sind unter dem Link der Teilnehmer auf der Internetseite abrufbar, und zwar unter COP – Communication on Progress. In Zukunft sollen die Unternehmen Berichte über ihr Engagement zu den zehn Prinzipien des Global Compact nach den GRI-Guidelines zu verfassen.

- Die Initiative der EU für eine CSR-Richtlinie¹⁴ ist in der Bedeutungslosigkeit versunken und geht nicht über folgenlose Ermutigungen zu mehr Engagement von Wirtschaftsseite hinaus. Da im Rahmen von EU-Konsultationsprozessen zur CSR-Richtlinie Anliegen der Zivilgesellschaft nach einer verbindlichen Gestaltung von CSR – selbst im Sinne von verbindlichen Standards für die CSR-Berichterstattung – nicht einmal in abschließende Dokumente aufgenommen wurden, haben sich viele Organisationen bis auf weiteres explizit aus diesem Dialog zurückgezogen.
- In der Entwicklung befindet sich derzeit die ISO-Norm 26000 zu Social Responsibility.¹⁵ Die Arbeit an der Norm der mächtigen ISO scheint wohl nur deshalb relativ reibungslos zu laufen, da hier die Industrie einen zahnlosen Tiger zu erwarten hat. Die ISO26000 wird lediglich ein Guidance-Standard werden, was letztlich einem simpel gehaltenen Leitfaden gleichkommt. Zertifizierbare, inhaltlich anspruchsvolle Anforderungen an das Management von CSR wird die Norm nicht enthalten.
- Den noch hoffnungsvollsten Ansatz bieten die noch im Entwurfsstadium befindlichen UN Human Rights Norms for Business.¹⁶ Mit der Ernennung eines Special Representative Anfang 2007 kann davon ausgegangen werden, dass ihre Entwicklung auf UN-Ebene weiter vorangetrieben wird und nicht im Sande verlaufen wird. Sie bieten in der gegenwärtigen Form – ebenso wie die OECD-Leitlinien – eine angemessene Struktur, um mittel- bis langfristig zu einem gültigen Rechtsrahmen für die Rechenschaftspflicht unternehmerischen Handelns zu werden.¹⁷ Allerdings lassen erste Berichte des Special Representative befürchten, dass die Inhalte stark aufgeweicht und die rechtliche Form verwässert werden.

6 Verantwortung zeigen! Anforderungen an die Wirtschaft

Durch freiwilliges Engagement im Rahmen von CSR im Kerngeschäft tragen Unternehmen dazu bei, ein Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung entlang der Wertschöpfungskette zu fördern. Gerade in Ländern mit ordnungsrechtlichen und damit strukturellen Umsetzungsdefiziten handeln Unternehmen in ihrem eigenen Interesse, da sie ökonomische Risiken vermindern und die Basis für eine sichere und zuverlässige Produktion aufbauen.

- Der Ansatz, jeweils für einzelne Sektoren gemeinsame Vereinbarungen zu entwickeln, erscheint hier viel versprechend (z.B. Common Code for the Coffee Community¹⁸).
- Die europaweite und globale Harmonisierung bestehender Auditing- und Berichts-Systeme liegt im Interesse der Wirtschaft und muss weiterverfolgt werden. In diesem Zusammenhang ist der EMAS III-Prozess zu erwähnen und die Entwicklung von standardisierten Umweltleistungskennzahlen, die von externen Gutachtern überprüft werden. Unternehmen sollen demnach über diese Umweltleistungen anhand klarer Strukturvorgaben informieren und erhalten hierfür eine Bewertung durch eine neutrale Expertise.
- Unternehmen müssen ihre Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette inklusive der Zulieferer und aller Unterauftragnehmer anerkennen. Die bereits bestehenden, vielfältigen Bemühungen um verantwortliches Handeln entlang der Wertschöpfungskette muss sie fortführen und verstärken.¹⁹
- Indem Unternehmen die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Wirtschaftsweise den Verbrauchern transparent und nachprüfbar machen, erleichtern sie verantwortungsbewusste Kaufentscheidungen. Auch hier können Sektor-Vereinbarungen helfen, Transparenz ohne Wettbewerbsnachteile zu ermöglichen.
- Werbung, PR und Lobbyarbeit müssen als Teile des verantwortlichen Unternehmenshandelns verstanden werden. Hier sind Unternehmen gefordert, transparent und integer zu agieren sowie sich für einen sozial und öko-

logisch zukunftsfähigen Ordnungsrahmen einzusetzen. Dazu gehört die Offenlegung finanzieller Verflechtungen und Zuwendungen. Klare, verbindliche unternehmensinterne Richtlinien für die Mitarbeiter und eine klare Corporate Identity sind hierfür ebenfalls eine Unterstützung.

Konkrete Eckpunkte für die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, sowohl im Hinblick auf freiwilliges unternehmerisches Engagement als auch im Hinblick auf die Anforderungen einer möglichen EU-weiten CSR-Richtlinie, wären folgende:

- Die Nachhaltigkeitspolitik sollte in der Geschäftsführung direkt verankert sein. Es sollte neben der organisatorischen Verantwortung eine Gehaltskomponente geben, deren Höhe sich nach dem Erreichen der Nachhaltigkeitsziele richtet.
- Damit im Unternehmen die Nachhaltigkeitsziele umgesetzt werden, müssen die Mitarbeiter und ihre Vertretungen, Betriebsräte und Vertrauensleute mit ins Boot geholt werden. Verantwortung für ökonomische, soziale und ökologische Dimensionen der Nachhaltigkeit in Unternehmen funktioniert nur im Zusammenwirken aller Beschäftigten – der Geschäftsleitung und der MitarbeiterInnen.
- Vorstand beziehungsweise Geschäftsführung sollten ein Risiko- beziehungsweise Chancenmanagement angesichts der auf Nachhaltigkeit bezogenen Fragestellungen implementieren.

Wenn mit Corporate Social Responsibility die Umsetzung des Konzeptes einer nachhaltigen Entwicklung auf Unternehmensebene²⁰ gemeint wird, dann muss es auch einen nachvollziehbaren und verlässlichen Beleg dafür geben, wie die Unternehmen ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft gerecht werden. Daher fordern wir für die Nachhaltigkeitsberichterstattung:

- Alle finanziell relevanten und monetär erläuterbaren Nachhaltigkeitsaspekte sollten im Geschäftsbericht dargestellt sein, finanziell relevante und nicht monetär aus-

drückbare im Lagebericht. Die nicht finanzrelevanten Nachhaltigkeitsaspekte sollten im Nachhaltigkeitsbericht benannt werden, der nach einem gängigen und akzeptierten Standard verfasst ist und Lage sowie Strategie des Unternehmens erläutert (Grundlage hierfür wären z. B. die aktuellen Guidelines (G3) der Global Reporting Initiative, www.globalreporting.org).

- Unternehmen sollten die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit für Gesellschaft und Umwelt kalkulieren beziehungsweise erheben und allen Anteilseignern und gesellschaftlichen Anspruchsgruppen mitteilen. Externe Auditoren sollten zertifizieren, dass keine schwerwiegenden Auslassungen gemacht werden.²¹
- Um den Anspruch der Glaubwürdigkeit einzulösen, müssten die Unternehmen des Global Compact dazu verpflichtet werden, ihre Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Leitlinien (G3) zu erarbeiten und zu veröffentlichen. Dann lägen verbindliche und vergleichbare Informationen über die sozialen und ökologischen Auswirkungen der Unternehmen vor. Aufbereitet für unterschiedliche Ziele (Verbraucher, Aktienmarkt, Beschäftigte, Vergabe öffentlicher Aufträge, Nichtregierungsorganisationen, Medien, etc.) könnten diese Informationen nicht unerhebliche Marktanreize für mehr unternehmerische Verantwortung darstellen.

Die Wirtschaft ist darüber hinaus dazu aufgefordert, sich in ihren Lobbybemühungen auf internationaler Ebene direkt oder über Interessenvertretungen nicht weiter gegen die Schaffung eines Rechtsrahmens zur unternehmerischen Verantwortung einzusetzen, sondern an der Umsetzung und der Harmonisierung effizienter, gerechter und handhabbarer Methoden und Verfahren der Berichterstattung, des Monitorings sowie der Ahndung bei gravierenden Verstößen mitzuwirken. Der langfristige Nutzen eines anspruchsvollen, einklagbaren Level-Playing-Fields im Bereich Umwelt- und Sozialstandards muss stärkere Berücksichtigung in den unternehmerischen Strategien und Maßnahmen finden.

7 Verantwortlich machen! Anforderungen an die Politik

Mit diesem BUND-Standpunkt appellieren wir nicht nur an Unternehmen, sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung zu stellen, sondern fordern zuallererst von der Politik, Unternehmen auf die Gewährleistung sozialer und ökologischer Mindeststandards zu verpflichten – hierzulande und weltweit entlang der kompletten Wertschöpfungsketten. Unternehmen müssen nicht nur von Kapitalgebern rechtswirksam verantwortlich gemacht werden können, sondern auch von Politik, Zivilgesellschaft und Verbrauchern. Deshalb fordern wir eine weltweit wirkende und einklagbare Rechenschaftspflicht für die sozialen und ökologischen Folgen unternehmerischen Handelns, vergleichbar mit den Vorschriften zur Rechnungslegung von Unternehmen nach dem Aktiengesetz. Diese Rechenschaftspflicht fordern wir, wenn wir von Instrumenten der »Corporate Accountability« sprechen. Darüber hinaus muss die Politik mit vielfältigen Mitteln sicherstellen, dass Unternehmen ihrer Verantwortung gerecht werden.

7.1 Handlungsempfehlungen für die internationale Ebene

Corporate Social Responsibility (CSR) kann ein Bindeglied auf dem Weg zu einem weltweiten Regime sozialer und ökologischer Mindeststandards in Unternehmen sein. CSR ist jedoch kein Ersatz für verbindliche Regelungen und darf nicht dazu führen, dass eine internationale Beliebigkeit in sozialen und ökologischen Bereichen entsteht.

Nur ein starkes, internationales Regime unter der Überschrift »Corporate Accountability« (CA) kann gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle und die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards gewährleisten. Diese Rechte müssen darüber hinaus einklagbar sein, damit sie wirken können.

Die Bundesregierung hat sich auf dem Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung in Johannesburg 2002 unter dem Begriff »Corporate Accountability« (Rechenschaftspflicht von Unternehmen) dazu verpflichtet, verbindliche zwischenstaatliche Rechtsnormen für unternehmerische Tätigkeit zu fördern und umzusetzen.²² Die SPD-Fraktion und die Fraktion Bündnis90/DieGrünen haben diese Verpflichtung Mitte März 2005 im Bundestag bekräftigt.²³ Vor

allem das Bundeswirtschaftsministerium unter dem früheren Minister Clement hat bindende Regelungen entgegen der Verpflichtung der Bundesregierung in Johannesburg immer wieder abgelehnt. Der Verantwortung für eine global nachhaltige, risikoärmere Entwicklung muss die gegenwärtige Bundesregierung – langfristig gesehen im eigenen Interesse – nun endlich gerecht werden.

Die Bundesregierung ist daher aufgefordert, verbindliche Standards zur Verantwortung und Rechenschaftspflicht privatwirtschaftlicher Unternehmen in Bezug auf die Menschenrechte weiterzuentwickeln und dazu beizutragen, die in der UN-Menschenrechtskommission begonnene Diskussion offen und transparent weiterzuführen. Grundlage dieser Diskussion sollten ambitionierte und sanktionierbare UN Human Rights Norms for Business wie auch der zur 61sten Sitzung der Menschenrechtskommission vorgelegte Bericht der UN Hochkommissarin für Menschenrechte sein.

In der Europäischen Union besteht aktuell die Möglichkeit, einen ersten Schritt zu unternehmen, um soziale, menschenrechtliche und ökologische Handlungsfelder für Unternehmen einheitlich zu regeln. Die ernsthafte Beschäftigung mit diesem Thema von Seiten der Bundesregierung und von Seiten der Zivilgesellschaft sendet an die Wirtschaft und an alle Staaten in der Welt die richtigen Signale: Eine verbindliche Regelung wird kommen. Wer sich jetzt durch verstärkte Bemühungen um Corporate Accountability (CA) auf die neuen Ansprüche einstellt und entsprechende Strukturen schafft, wird als Vorreiter im Vorteil sein.

Neben der aktiven Unterstützung dieser Prozesse kann die Bundesregierung die Umsetzung unternehmerischer Verantwortung gerade in den außen- und entwicklungspolitischen Beziehungen konkret unterstützen, indem sie

- bei allen Institutionen und Instrumenten der deutschen Außenwirtschaftsförderung gleichermaßen die Berücksichtigung der Menschenrechte und des Umweltschutzes gewährleistet (Kohärenzprinzip);

Freiwillige Maßnahmen versus Ordnungsrecht

Corporate
Citizenship (CC)

Corporate Social
Responsibility (CSR)

Branchenabkommen,
Partnerschaften

Corporate
Accountability (CA)

Sponsoring, soziales oder philanthropisches Engagement
Unternehmensphilosophie, Ethik-Richtlinie, Nachhaltigkeits- Mission Statement
Selbstverpflichtung, Code of Conduct, Managementsysteme
Sektorvereinbarungen, Branchenkodizes
Projektorientierte Public-Private-Partnerships
Einklagbare öffentlich-private Verträge
Regulierung, Gesetze, int. Abkommen

Verbindlichkeit, Nachhaltigkeit, Glaubwürdigkeit:

Vorteile:

Awareness Rising
lokales Engagement

Maßgeschneiderte,
effiziente Instrumente,
Win-Win-Geschäft,
Marketing

Level-Playing-Field,
pragmatische Lösungen
Kosten werden geteilt

Level-Playing-Field,
Sanktionierbarkeit,
demokratische Kontrolle

Nachteile:

Greenwashing, verschleiert
nicht nachhaltiges Handeln
im Kerngeschäft

Greenwashing, externe
Kontrolle fehlt, die Ehrlichen
sind die Dummen

Greenwashing, Standards
auf niedrigstem Nenner,
Bremsen der Vorreiter

Langfristiger politischer
Prozess, komplex,
Durchsetzung und
Kontrollen schwierig

- Unternehmen, die sich um Export-Risikogarantien bewerben, auf die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen verpflichtet, um sicherzustellen, dass alle Maßnahmen der Außenwirtschaftsförderung eine Analyse der möglichen Auswirkungen auf die Menschenrechts- und Umweltsituation vor Ort enthalten;²⁴
- Parlament, Öffentlichkeit und Betroffene an der Entscheidung über »Hermes-Bürgschaften« beteiligt und bei deren Vergabe menschenrechtliche, soziale und ökologische Kriterien, wie sie bspw. in den UN-Normen niedergelegt sind, anlegt;
- Fördermaßnahmen mit der Pflicht zur detaillierten Berichterstattung verbindet und projektbegleitend sowie nach Projektabschluss unabhängig evaluiert. Dabei wird es eine Kernaufgabe sein, die Gegenargumente vieler Entwicklungsländer gegen die verbindliche Festschreibung ökologischer oder sozialer Standards auf dem internationalen Markt zu entkräften. Das Recht auf Entwicklung und der Aufbau gegenseitigen Vertrauens auf verbindlichen Grundlagen müssen hier im Vordergrund stehen.

Zur Unterstützung der Bemühungen um eine Standardisierung der Berichterstattung zur unternehmerischen Verantwortung sollte die Bundesregierung

- auf europäischer Ebene für eine anspruchsvolle Regelung eintreten, die die Bemühungen um verbindliche Regelungen auf UN-Ebene anerkennt und unterstützt und u.a. die EU-weite Harmonisierung der Berichterstattung über soziale und umweltrelevante Belange weiter vorantreibt. So könnte eine größere Transparenz der sozialen und ökologischen Auswirkungen und Rechenschaftspflicht weltweiten Handelns europäischer Unternehmen sichergestellt werden. Die unter »Anforderungen an die Wirtschaft« aufgeführten »Eckpunkte« sind als Grundlage eines verbindlichen Rahmens für die Rechenschaftspflicht von transnationalen Unternehmen mit Sitz in der EU zu verstehen. Eine Ausdifferenzierung der Adressaten (Mögliche Kriterien: Größe, internationale Verflechtung, Aktiengesellschaft, Sektor) könnte hier bestehende Blockaden auflösen. Kernpunkte sind: Berichtspflicht, Einhaltung von Qualitätsstandards für die Berichte, Verankerung auf Leitungsebene, finanzielle Anreize für Geschäftsführung, externes Monitoring. Detaillierte Vorschläge finden sich im Germanwatch-Positionspapier vom Juli 2005: Ökologische und soziale Nachhaltigkeit als Werttreiber.²⁵
- die Bemühungen um standardisierte Umweltleistungskennzahlen im Prozess der Novellierung von EMAS (Eco Management and Audit Scheme), dem europäischen Umweltmanagementsystem positiv begleiten. Im Rahmen der Diskussion um EMAS III – einer Weiterentwicklung des bestehenden Umweltmanagementsystems – sollen Standards für die Berichterstattung (Umwelterklärung) entworfen werden. Die externen Gutachter überprüfen die umweltbezogenen Leistungen des Unternehmens und attestieren, ob die Anforderungen erfüllt wurden oder nicht. Mit Hilfe allgemeiner und branchenbezogener standardisierter Umweltleistungskennzahlen kann der beliebigen und damit nicht problembezogenen Berichterstattung Einhalt geboten werden.

7.2 Handlungsempfehlungen für die nationale Ebene

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung schlägt vor, den Ordnungsrahmen weiter zu entwickeln. Um irreführende Werbung einzuschränken, sollte das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb und die Prospekthaftung verschärft werden. Damit soll der Verlockung zur Schönfärberei und irreführender Werbung Einhalt geboten werden. Ferner empfiehlt der Rat, die Bundesregierung solle mit ihrer eigenen wirtschaftlichen Tätigkeit ein Vorbild für Verantwortlichkeit setzen.²⁶ Das würde etwa die Unterstützung sozial-ethischer Fonds durch die Renten- und Gesundheitspolitik oder eine Überprüfung des öffentlichen Beschaffungswesens nach CSR-Kriterien bedeuten. Ebenso sollen öffentliche Aufträge nur an solche Unternehmen vergeben werden, die die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sowie die Kernarbeitsnormen der ILO einhalten. Den Empfehlungen des Rates schließt sich der BUND an, allerdings können die genannten Maßnahmen keinesfalls als ausreichend angesehen werden, um Unternehmen in Deutschland auf einen zukunftsfähigen Kurs zu bringen. Vielmehr muss der Gesetzgeber Verstöße gegen soziale und ökologische Mindeststandards deutscher und in Deutschland tätiger Unternehmen sowie bei ihren Zulieferern und Sublieferanten als gravierende Rechtsverstöße im Rahmen eines Wirtschaftstrafrechts und des Haftungsrechts ahnden.

Konsumentenverantwortung für Nachhaltigkeit ist ohne einen klaren Ordnungsrahmen nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich. Dem Staat kommt die Aufgabe zu, die notwendigen Voraussetzungen für Transparenz und Information der VerbraucherInnen zu schaffen. Damit der Markt seine positiven Kräfte entfalten kann, ist eine größere verbindliche Transparenz der Unternehmenstätigkeit notwendig. Nur wenn VerbraucherInnen erfahren können, welche sozialen, menschenrechtlichen und ökologischen Auswirkungen mit der Bereitstellung eines Produktes verbunden sind, haben sie eine Entscheidungsgrundlage. Die Forderungen des von einer breiten Allianz in der Zivilgesellschaft aufgestellten »Memorandums zur Transparenz in der Unternehmensverantwortung« an die Bundesregierung Ende August 2005²⁷ sind und bleiben deshalb aktuell.

Darüber hinaus²⁸ könnten Bundesregierung, Länder und Kommunen die Projekte zur Stärkung unternehmerischer Verantwortung unterstützen, indem

- in den einschlägigen Gesetzen und Verordnungen (AktG, GmbHG, Umweltrecht) verankert wird, dass mindestens ein Mitglied des Vorstands bzw. der Geschäftsführung für Nachhaltigkeitsfragen verantwortlich sein muss. Eine in der Hierarchie hoch stehende und für Nachhaltigkeit verantwortliche Person sollte regelmäßig und direkt an die Geschäftsführung berichten. Geschäftstätigkeit, Unternehmenslage sowie Unternehmensstrategien sollten im Rahmen der Unternehmenspolitik regelmäßig mit den Nachhaltigkeitsherausforderungen in Bezug gesetzt werden und diese integrieren. Es sollte eine deutliche und proaktive Erklärung des Unternehmens zu Nachhaltigkeit geben.
- die Bundesregierung den Prozess zu mehr Rechenschaftspflicht auf Regierungsebene unterstützt. Die Zielsetzung für verbindliche Anforderungen an deutsche Unternehmen müssen in die Nachhaltigkeitsstrategie integriert werden. Mögliches Ergebnis könnte eine Koordinationsstelle für Corporate Accountability (CA) auf der Ebene des Kanzleramts sein, die die bis jetzt zersplitterte internationale Arbeit der Bundesregierung (in den diversen Ministerien: AA, BMZ, BMU, BMWA) im Bereich CA abstimmt und koordiniert, Sektorabsprachen initiiert und kleine und mittlere Unternehmen (KMU) durch Information und Finanzierung in ihren Bemühungen zur Umsetzung einer nachhaltigen Wirtschaftsweise unterstützt. Die momentane Blockade des Themas könnte so überwunden werden.
- die Umsetzung der OECD-Leitsätze über die Nationalen Kontaktstellen verbessert wird, indem diese transparenter arbeiten und die Leitsätze stärker bekannt machen, mehr Kapazitäten (für Recherche etc.) erhalten, die Leitsätze auch für Zuliefer- und Handelsbeziehungen anwenden und Sanktionen bei Verstößen verhängt werden.
- die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen im öffentlichen Beschaffungswesen als ein Kriterium bei der Auftragsvergabe berücksichtigt werden.
- die Bundesregierung nachhaltiges Investment unterstützt, zum Beispiel durch steuerliche Anreize für besonders zertifizierte Geldanlagen im Rahmen der privaten Altersvorsorge und die Förderung von langfristiger Geldanlage, z.B. durch die Nutzung von Potenzialen im Rahmen der geplanten Änderung des Aktiengesetzes, geringere Gewinnsteuern für Aktienverkauf nach langfristigem Halten der Aktie und eine höhere Stimmrechtsgewichtung für Langfristinvestoren in der Hauptversammlung. Es ist allerdings anzumerken, dass es abzuwarten bleibt, ob die Reform durch das Gesetz zur Unternehmensintegrität und Modernisierung des Anfechtungsgesetzes (UMAG) diese Ansprüche erfüllt.²⁹
- auch bei den anstehenden Modernisierungen des Bilanzmodernisierungsgesetzes (BilModG) Nachhaltigkeitsaspekte bei der Rechnungslegung von Unternehmen festgeschrieben werden.
- die öffentliche Hand ihre Vorbildfunktion wahrnimmt: Im öffentlichen Vergaberecht müssen Anreize für ökologisch und sozial verantwortliche Beschaffung festgeschrieben werden (z.B. nur Einkauf bei Unternehmen und von Produkten, die gewisse Standards wie EMAS erfüllen, Labels wie FairTrade, Bio tragen, auf Schwarzlisten stehen etc.).³⁰

8 BUND-Forderungen: Verantwortung und Verpflichtung

Der BUND fordert von der Bundesregierung, der Europäischen Union und den Wirtschaftsverbänden, folgende Rahmenbedingungen für unternehmerische Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu setzen:

- ▶ Klare und transparente Regelungen im Bereich Lobbying und Interessenverflechtungen. Wir fordern strenge Karenzpflichten für Politiker und Register für Lobbyisten und Beratungsinstitute unter Offenlegung der finanziellen Strukturen. Anstatt immer neuer »Kommissionen«, die hinter verschlossenen Türen neue Gesetze entwerfen, brauchen wir transparente Beteiligungsverfahren sowie umfassendere Gesetzesfolgenabschätzung,³¹ die auch die Umweltfolgen mit einbezieht.³²
- ▶ Verbindliche und transparente Informationen über die ökologischen und sozialen Auswirkungen unternehmerischer Aktivität. Nur wenn Verbraucher und Aktienmarkt vergleichbare und verbindliche Informationen erhalten, kann der Markt wirken. Neben dem Verbraucherinformationsgesetz müssen auch die Vorschriften des Lauterbarkeitsrechts (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) und der Prospekthaftung (bei irreführender Werbung) in diese Richtung hin überarbeitet werden. Verbrauchernahe Ansätze wie die CSR-Tests der Stiftung Warentest müssen gefördert und in Richtung Verbindlichkeit weiterentwickelt werden.
- ▶ Anreize für verantwortliches Verhalten schaffen. Der BUND fordert die Bundesregierung und die Europäische Union auf, Beschaffungswesen, Wirtschaftsförderung und die Vergabe öffentlicher Aufträge darauf auszurichten, eine verantwortliche Unternehmensführung zu fördern. Nicht der niedrigste Preis darf das entscheidende Kriterium für die Auftragvergabe der öffentlichen Hand sein.
- ▶ Gleiche Wettbewerbsbedingungen herstellen. Das Hauptargument gegen eine verantwortliche Unternehmensführung ist der Standortwettbewerb. Deshalb

fordern der BUND und sein internationales Netzwerk Friends of the Earth die Bundesregierung dazu auf, sich in der EU und auf zwischenstaatlicher Ebene für die Durchsetzung höherer Sozial- und Umweltstandards einzubringen.

- ▶ Der BUND und das Netzwerk CorA fordern von der Politik darüber hinaus langfristig eine Umsetzung von verbindlichen zwischenstaatlichen Rechtsnormen für unternehmerische Tätigkeit. Bewusst weicht das Netzwerk von der Wortwahl der Unternehmen und der Bundesregierung ab. Statt »Corporate Social Responsibility« wird »Corporate Accountability« verlangt, also nicht nur eine unverbindliche Verantwortung, sondern eine rechtswirksame Verantwortlichkeit. Konkret heißt das »... verbindliche Instrumente, mit denen diese Unternehmen verpflichtet werden, die Menschenrechte sowie international anerkannte soziale und ökologische Normen und Standards zu respektieren«. Wenn Unternehmen klar gegen ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele und Werbesprüche verstoßen, sollen diese öffentlich gemacht werden, die Angaben in ihren freiwilligen Verpflichtungen müssen überprüfbar sein. Diese Forderungen setzen sich deutlich von der Freiwilligkeit ab und waren auch die Forderungen, die u.a. auf Druck des internationalen Netzwerks Friends of the Earth in die Abschlusserklärung des Weltgipfels in Johannesburg 2002 aufgenommen wurden.³³

Kernpunkte der BUND-Forderung zur Rechenschaftspflicht von Unternehmen

- ▶ Berichtspflicht über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange,
- ▶ Einhaltung von Qualitätsstandards für die Berichte,
- ▶ Verankerung der Verantwortung auf der obersten Managementebene,
- ▶ externes Monitoring der Berichte.



»Im Netzwerk Unternehmensverantwortung ("Corporate Accountability") haben sich zivilgesellschaftliche Organisationen im Bereich Corporate Accountability (CA) zusammengeschlossen. Gemeinsam wollen wir Unternehmen für die Auswirkungen ihres Handelns auf Mensch und Umwelt zur Rechenschaft ziehen und sie zur Einhaltung der Menschenrechte sowie internationaler Sozial- und Umweltsstandards verpflichten.«

(Quelle: www.cora-netz.de)

9 Quellenhinweise

- 1 EU COM (2006): Making Europe a Pole of Excellence on CSR. [<http://ec.europa.eu/enterprise/csr/policy.htm> (4.05.2007)].
- 2 Bickel, J.: Die Rolle der Multis in der Globalisierung [globalisierung-online.de/info/text5.php (26.02.2007)].
- 3 Vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit: Corporate Social Responsibility. Eine Orientierung aus Umweltsicht, Berlin 2006
- 4 Vgl. die Position des Bundesverbandes der Deutschen Industrie, die u.a. in den Publikationen von econsense – Forum für nachhaltige Entwicklung zu CSR zum Ausdruck kommt. Siehe: www.econsense.de/csr
- 5 Vgl. De Carlo, L. (2004): Corporate Social Responsibility. Möglichkeit zur Unterstützung durch die deutsche EZ. Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, Bonn: 8f.
- 6 Vogel, David (2005): The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility. Brookings: Washington, US-DC:3.
- 7 Vgl. u.a. Publikation: Harvard Business Manager, Januar 2007 mit dem Titel: Verantwortung.
- 8 Ausführliche Studien z.B. auf www.unrisd.org und www.weed-online.org.
- 9 Vgl. hierzu: Deborah Doane (2005): The Myth of CSR. The problem with assuming that companies can do well while also doing good is that markets don't really work that way. Stanford Social Innovation Review, S. 23 – 29. Stanford Graduate School of Business, Stanford.
- 10 Vgl. www.ceres.org/
- 11 www.oecdwatch.org/
- 12 Vgl. Fonari, A. (Hg.) (2004): Menschenrechts-, Arbeits- und Umweltstandards bei multinationalen Unternehmen. Germanwatch/Europäische Akademie. München: 24ff
- 13 www.sustainability.com/insight/scalingup-article.asp?id=133
- 14 http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/index.htm;
- 15 www.iso.org/wgscr
- 16 Hintergrundmaterial: www.escc-net.org/General/Docs/Briefing_Kit_En.pdf
- 17 Beispiele dafür, wie ein anspruchsvoller globaler Rechtsrahmen für Corporate Accountability aussehen könnte liefert z.B. das FOEI-Positionspapier »Towards Binding Corporate Accountability«. www.foei.org/publications/corporates/accountability.html
- 18 www.sustainable-coffee.net
- 19 Entsprechende Beispiele auf: www.corporate-accountability.org/biz/bestpractice.htm
- 20 Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2006): Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsche Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung, Berlin 2006: 22.
- 21 Entnommen aus: www.germanwatch.org/rio/si05pos
- 22 Auszug aus dem Durchführungsplan des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung, Johannesburg 2002, Punkt V. »Nachhaltige Entwicklung in einer sich globalisierenden Welt«, Artikel 49: »Auf der Grundlage der Grundsätze von Rio aktiv die Unternehmensverantwortung und die Rechenschaftspflicht von Unternehmen (Corporate Accountability) fördern, namentlich durch die volle Ausarbeitung und wirksame Umsetzung zwischenstaatlicher Übereinkünfte und Maßnahmen, internationaler Initiativen und öffentlich-privater Partnerschaften sowie geeigneter einzelstaatlicher Regelungen, und die fortlaufende Verbesserung der Unternehmenspraktiken in allen Ländern unterstützen.« CONF.199/20; S.42
- 23 www.gruene-bundestag.de/cms/presse/dok/63/63270.ja_zu_menschenrechtsnormen_fuer_transnat.htm
- 24 Das BMWA widersetzt sich der Möglichkeit zur Förderung der OECD-Leitsätze durch deren Kopplung an andere staatliche Instrumente z.B. in der Außenwirtschaftsförderung (Hermesbürgschaften oder Investitionsgarantien). Eine solche Verknüpfung würde aus Sicht des BMWA an die Grenzen der Leitsätze stoßen, die auf dem Grundsatz der Freiwilligkeit beruhen würden. Hingegen müssen Investitionsgarantien den bindenden Leitsätzen der OECD zu Exportgarantien (siehe www.agaportal.de/) bereits genügen. Zwar sind die weiter reichenden Leitsätze für multinationale Unternehmen nur Empfehlungen, aber die Regierungen haben sich zu deren Umsetzung verpflichtet und sollten deshalb alle ihre Instrumente nutzen, um den Leitsätzen zu mehr Wirksamkeit zu verhelfen. In den Niederlanden müssen sich beispielsweise Firmen zur bestmöglichen Einhaltung der Leitsätze verpflichten, wenn sie Exportbürgschaften oder Investitionsgarantien erhalten wollen. In Deutschland werden dagegen Bewerber nur über die OECD-Leitsätze informiert, zudem auch nur bei einem Antrag für Investitionsgarantien – für Hermesbürgschaften gilt dies nicht.
- 25 Hierzu siehe auch: www.germanwatch.org/rio/si05pos.htm Corporate Governance, Unternehmensverantwortung und Berichterstattung
- 26 Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung: Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung, Berlin 2006 (texte Nr. 17, September 2006), S. 6 f. (download unter: www.nachhaltigkeitsrat.de)
- 27 www.verbraucher.org/pdf/43.pdf
- 28 Für eine umfassendere Auflistung von Aspekten, durch die die Bundesregierung unternehmerische Verantwortung fördern könnte siehe z.B. die Große Anfrage der LINKEN zu CSR im Bundestag vom 1.11.2006 auf www.cora-netz.de/wp-content/uploads/1603557-grosseanfrage-die-linke-unternehmensverantwortung.pdf sowie die Antwort der Bundesregierung www.cora-netz.de/wp-content/uploads/antwort_br_groesseanfrage_unternehmensverantwortung.pdf.
- 29 www.boerse-online.de/tools/ftd/801176.html
- 30 Ausführliche Infos zum Thema öffentliches Vergaberecht gibt es auf www.cora-netz.de.
- 31 Vgl. <http://ec.europa.eu/environment/eia/home.htm>
- 32 Papier von Friends of the Earth Europe zu Transparenz im EU-Politikprozess: www.foeeurope.org/publications/2006/Transparency_in_EU_decision_making_May2006.pdf
- 33 Paragraph 45 etwa fordert Staaten auf, »aktiv« die Unternehmensverantwortung voranzutreiben und zwar basierend auf existierenden nationalen und internationalen Abkommen (wie z.B. die Standards der Internationalen Arbeiterorganisation ILO).

10 Weitere Informationen (Auswahl)

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2006): Corporate Social Responsibility. Eine Orientierung aus Umweltsicht, Berlin 2006
- Global Compact Deutschland 2007. Herausgegeben von der Mediengruppe macondo, Münster 2008
- Loew, Thomas/Ankele, Kathrin/Braun, Sabine/Clausen, Jens (2004): Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und die sich ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus Berichterstattung, Berlin, Münster (Download unter Publikationen zu CSR; www.4sustainability.org)
- Loew, Thomas (2006): CSR in der Supply Chain. Herausforderungen und Ansatzpunkte für Unternehmen, Berlin 2006 (Download unter www.4sustainability.org)
- Lüth, Arved/Welzel, Carolin: Vom engagierten Unternehmer zum Verantwortungspartner – CSR im deutschen Mittelstand. In: UmweltWirtschaftsForum (uwf), Heft 3/2007, S. 148–154
- Porter, Michael E./Kramer, Mark R.: Wohltaten mit System. In: Harvard Business Manager, Januar 2007, S. 16–34 (Originaltitel: Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Veröffentlicht in Harvard Business Review Nr. 12, Dezember 2006)
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (2006): Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung, Berlin 2006 (texte Nr. 17, September 2006)

Internetquellen

www.cora-netz.de
www.globalreporting.org
www.econsense.de
www.foeurope.org/corporates/Index.htm
www.forum-csr.net
www.germanwatch.org
www.lobbycontrol.de
www.oecd.org
www.nachhaltigkeitsrat.de
www.unglobalcompact.org
www.weed-online.de

11 Glossar

- CERES: Netzwerk US-amerikanischer Investoren, Unternehmen und NGOs mit dem Ziel, Nachhaltigkeit in der Unternehmenstätigkeit zu fördern. Entwickelte u.a. die Global Reporting Initiative GRI.
- Code of Conduct: unternehmenseigener oder branchenspezifischer Verhaltenskodex; in der Regel von Unternehmen oder ihren Verbänden selbst entwickelt
- EMAS: Eco Management and Audit Scheme. System der Europäischen Union, nach dem Unternehmen ihr Umweltmanagementsystem zertifizieren lassen können. Im Deutschen auch Öko-Audit genannt.
- EMAS III: Überarbeitung der EMAS-Verordnung, soll im Jahr 2010 fertig gestellt sein. EMAS soll globalisiert werden und besser für kleine und mittlere Unternehmen anwendbar sein.
- G3: Aktuell gültige Version der Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) Hermes-Bürgschaften: Exportbürgschaften des deutschen Staates. Sie sichern das Risiko ab, dass der ausländische Käufer zahlungsunfähig ist, und dienen der Exportförderung.
- ILO: International Labor Organization, Internationale Arbeitsorganisation
- ISO 14001 – Internationale Norm für Umweltmanagementsysteme, herausgegeben von der International Organization for Standardization.
- Level playing field («ebenes Spielfeld»): Harmonisierung von Anforderungen an Unternehmen, so dass für alle Marktteilnehmer gleiche Bedingungen herrschen
- Nationale Kontaktstellen: Nationale Kontaktstellen sind Regierungsstellen, die die OECD-Leitsätze fördern und Beschwerdefälle bearbeiten sollen.
- Öko-Audit: siehe EMAS.
- Prospekthaftung: Haftung des Emittenten (Ausgebers) eines Wertpapiers für entstandene Schäden, falls der Emissionsprospekt (die Information Informationen über die Arte, Inhalte und Risiken des Papiers) unwahre oder irreführende Angaben zum Nachteil von Käufern des Papiers enthält.
- Special Representative: Berichterstatter der Vereinten Nationen, vom Generalsekretär ernannt, zuständig für ein Land oder bestimmtes Thema
- UN Human Rights Norms for Business: UN Menschenrechtsnormen für Unternehmen; entwickelt von der ehemaligen Subkommission für die Förderung und den Schutz der Menschenrechte der UN-Menschenrechtskommission.

Die Erde braucht Freundinnen und Freunde

Der BUND ist ein Angebot: an alle, die unsere Natur schützen und den kommenden Generationen die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten wollen. Zukunft mitgestalten – beim Schutz von Tieren und Pflanzen, Flüssen und Bächen vor Ort oder national und international für mehr Verbraucherschutz, gesunde Lebensmittel und natürlich den Schutz unseres Klimas.

Der BUND ist dafür eine gute Adresse. Wir laden Sie ein, dabei zu sein.

Ich will mehr Natur- und Umweltschutz

Bitte (kopieren und) senden an:

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V.,
Friends of the Earth Germany, Am Köllnischen Park 1, 10179 Berlin

Ich möchte

- ... mehr Informationen über den BUND
- ... Ihren E-Mail-Newsletter _____

Ich will den BUND unterstützen

Ich werde BUNDmitglied

Jahresbeitrag:

- Einzelmitglied (ab 50 €)
- Familie (ab 65 €)
- SchülerIn, Azubi,
StudentIn (ab 16 €)
- Erwerbslose, Alleinerziehende,
KleinrentnerIn (ab 16 €)
- Lebenszeitmitglied (ab 1.500 €)

Wenn Sie sich für eine Familienmitgliedschaft entschieden haben, tragen Sie bitte die Namen Ihrer Familienmitglieder hier ein. Familienmitglieder unter 25 Jahren sind automatisch auch Mitglieder der BUNDjugend.

Name, Geburtsdatum

Name, Geburtsdatum

Ich unterstütze den BUND mit einer Spende

- Spendenbetrag €
- einmalig
- jährlich

Um Papier- und Verwaltungskosten zu sparen, ermächtige ich den BUND, den Mitgliedsbeitrag/die Spende von meinem Konto abzubuchen. Diese Ermächtigung erlischt durch Widerruf bzw. Austritt.

Name

Vorname

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Kreditinstitut

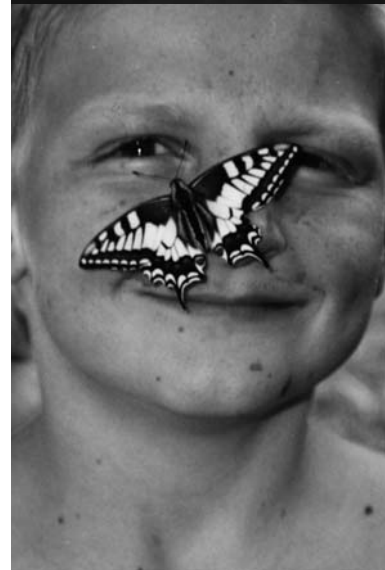
Bankleitzahl

Kontonummer

E-Mail, Telefon

Datum, Unterschrift

Ihre persönlichen Daten werden ausschl. für Vereinszwecke elektronisch erfasst und – ggf. durch Beauftragte des BUND e.V. – auch zu vereinsbezogenen Informations- und Werbezwecken verarbeitet und genutzt.



ViSdP: Dr. Norbert Franck
Herstellung: Natur & Umwelt Verlag,
Oktober 2008

Redaktion: Irene Lucius
Autor: Federführung AK Wirtschaft und
Finanzen (Sprecher: Dr. Sven Rudolph) in
Zusammenarbeit mit AK Internationales
(Sprecherin: Dr. Corinna Fischer)

Telefon: (030) 27586-40
Telefax: Fax: (030) 27586-440
E-Mail: info@bund.net
Internet: www.bund.net

Impressum
Herausgeber:
Bund für Umwelt und Naturschutz
Deutschland e.V. (BUND)
Friends of the Earth Germany
Am Köllnischen Park 1
10179 Berlin