

Die Europäische Kommission hat die soziale Verantwortung der Unternehmen definiert als ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Interessenvertretern zu

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

sozialen Verantwortung nachzukommen. Für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen ist eine strategische Sozialverantwortung von zunehmender Bedeutung. Er kann das Risikomanagement fördern, Kosteneinsparungen bringen sowie den Zugang zu Kapital, die Kundenbeziehungen, das Management von

Humanressourcen und die Innovationskapazitäten verbessern. Die soziale Verantwortung der Unternehmen setzt ein Zusammenspiel von internen und externen Interessenvertretern voraus und ermöglicht damit den Unternehmen, sich besser auf die Erwartungen der Gesellschaft und die Betriebsbedingungen, die

einem raschen Wandel unterliegen, einzustellen und daraus Nutzen zu ziehen. Die soziale Verantwortung für ein Unternehmen kann somit die Erschließung neuer Märkte vorantreiben und Wachstumsmöglichkeiten eröffnen. Wenn sich die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung stellen, können

sie bei den Beschäftigten, den Verbrauchern und den Bürgern allgemein dauerhaftes Vertrauen als Basis für nachhaltige Geschäftsmodelle aufbauen. Mehr Vertrauen wiederum trägt zur Schaffung eines Umfeldes bei, in dem die Unternehmen innovativ arbeiten und wachsen können. Durch eine unternehmerische

Sozialverantwortung können die Unternehmen erheblich zur Verwirklichung der im Vertrag der Europäischen Union angestrebten Ziele, nämlich eine nachhaltige Entwicklung und eine äußerst wettbewerbsfähige soziale Marktwirtschaft, beitragen. Die soziale Verantwortung der Unternehmen

untermauert die Ziele der Strategie Europa 2020, nämlich intelligentes, nachhaltiges und integratives Wachstum. Verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten erhält eine besondere Bedeutung, wenn Akteure der Privatwirtschaft öffentliche Dienstleistungen anbieten. Es gehört mit zur

sozialen Verantwortung der Unternehmen, die sozialen Auswirkungen der Wirtschaftskrise, unter anderem den Verlust von Arbeitsplätzen, abzufedern. Die soziale Verantwortung der Unternehmen bietet einen Wertekanon, auf dem eine von stärkerem Zusammenhalt geprägte Gesellschaft aufgebaut und die

schrittweise Einführung einer nachhaltigen Wirtschaftsordnung gegründet werden kann. Sowohl der Rat als auch das Europäische Parlament haben die Kommission aufgefordert, die Strategie der gesellschaftlichen Sozialverantwortung der Kommission weiterzuentwickeln. In der Strategie Europa 2020 hat sich die

Kommission verpflichtet, die Strategie der Europäischen Union zur Förderung der sozialen Verantwortung der Unternehmen zu erneuern. In ihrer 2010 verabschiedeten Mitteilung über die Industriepolitik versprach die Kommission, einen neuen Strategievorschlag zum Thema der sozialen Verantwortung der

Unternehmen vorzulegen. In der Binnenmarktakte hielt die Kommission fest, dass sie eine neue Mitteilung zur sozialen Verantwortung der Unternehmen annehmen werde. Die Wirtschaftskrise und ihre sozialen Folgen haben das Vertrauen in die Wirtschaft bis zu einem gewissen Grad erschüttert.

Dadurch wurde die Öffentlichkeit für die Leistungen der Unternehmen auf sozialem und ethischem Gebiet sensibilisiert. Die Kommission erneuert ihre Anstrengungen zur Förderung von sozialer Verantwortung der Unternehmen, um auf mittlere und lange Sicht günstige Bedingungen für nachhaltiges Wachstum,

verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten und die Entstehung dauerhafter Arbeitsplätze zu schaffen. Die Kommission hat bei der Entwicklung politischer Strategien Pionierarbeit geleistet. Die Kommission stellte eine neue Strategie vor, in deren Mittelpunkt die massive Unterstützung

für das Europäische Bündnis und für die soziale Verantwortung der Unternehmen, eine Initiative unter der Federführung der Wirtschaft, stand. Im Rahmen dieser Strategie wurden auch acht Bereiche aufgezeigt, in denen die Europäische Union vorrangig tätig werden soll: Sensibilisierung und Austausch von

vorbildlichen Verfahren, Unterstützung von Initiativen der Interessengruppen, Zusammenarbeit mit den Mitgliedsstaaten, Verbraucherinformation und Transparenz, Forschung, Bildung, kleine und mittlere Unternehmen sowie die internationale Dimension von der sozialen Verantwortung der Unternehmen.

Diese Strategie hat zu Fortschritten beigetragen. Im Rahmen des Europäischen Bündnisses haben führende Unternehmen eine Reihe von praktischen Instrumenten zu zentralen Fragen entwickelt. Rund 180 Unternehmen bekundeten ihre Unterstützung für das Bündnis. Nationale Unternehmerverbände unterstützten

das Bündnis ebenfalls und ergriffen eine Reihe von Maßnahmen zur Förderung der sozialen Verantwortung der Unternehmen. Trotz dieser Fortschritte sind noch große Herausforderungen zu bewältigen. Viele Unternehmen in der Europäischen Union haben soziale und ökologische Belange noch nicht in vollem Umfang in

die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert. Nach wie vor stehen Anschuldigungen im Raum, wonach eine kleine Minderheit von europäischen Unternehmen gegen die Menschenrechte verstößt und grundlegende Arbeitsnormen nicht einhält. Nur 15 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union

verfügen über einen nationalen strategischen Rahmen für die Förderung der sozialen Verantwortung der Unternehmen. Die Kommission hat eine Reihe von Faktoren ermittelt, die zur weiteren Verstärkung der Auswirkungen beitragen. Im Folgenden wird ein modernes Verständnis von der sozialen Verantwortung

der Unternehmen dargelegt. Ferner werden eine aktualisierte Definition und ein neuer Aktionsplan vorgestellt. Durch diese Mitteilung soll der weltweite Einfluss der Europäischen Union im Bereich der sozialen Verantwortung der Unternehmen bekräftigt werden, damit die Europäische Union im Rahmen ihrer

Beziehungen zu anderen Regionen und Ländern besser für ihre Interessen und Werte eintreten kann. Sie leistet auch einen Beitrag zur Ausrichtung und zur Koordination von Strategien, die auf der Ebene der Mitgliedsstaaten konzipiert werden. Dadurch sinkt das Risiko, das mit abweichenden Konzepten

verbunden ist, die zusätzliche Kosten für in mehr als einem Mitgliedsstaat tätige Unternehmen verursachen könnten. Die Kommission legt eine neue Definition vor, wonach die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft von Bedeutung ist. Nur wenn die geltenden

Rechtsvorschriften und die zwischen Sozialpartnern bestehenden Tarifverträge eingehalten werden, kann diese Verantwortung wahrgenommen werden. Damit die Unternehmen ihrer sozialen Verantwortung in vollem Umfang gerecht werden, sollten sie auf ein Verfahren zurückgreifen können, mit dem soziale,

ökologische, ethische, Menschenrechts- und Verbraucherbelange in enger Zusammenarbeit mit den Interessenvertretern in die Betriebsführung und in ihre Kernstrategie integriert werden. Die Komplexität dieses Verfahrens hängt von Faktoren wie Unternehmensgröße und Art der Geschäftstätigkeit ab. Im Falle

der meisten kleinen und mittleren Unternehmen und insbesondere der Kleinstunternehmen dürfte das Verfahren zur gesellschaftlichen Verantwortung informell und intuitiv bleiben. Im Sinne einer optimierten Schaffung gemeinsamer Werte werden die Unternehmen ermutigt, ein langfristiges

Konzept einzuführen und Möglichkeiten zur Entwicklung innovativer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle auszuloten, die zum Wohlergehen der Gesellschaft und zur Schaffung hochwertigerer und produktiverer Arbeitsplätze beitragen. Damit etwaige negative Auswirkungen aufgezeigt,

verhindert und abgefedert werden, müssen große Unternehmen sowie Unternehmen, die von derartigen Auswirkungen besonders betroffen sein könnten, darin bestärkt werden, eine risikobasierte Sorgfaltsprüfung vorzunehmen. Für einige Arten von Unternehmen, wie Genossenschaften,

Gegenseitigkeitsgesellschaften und Familienbetriebe, können die Eigentums- und Führungsstrukturen für ein verantwortliches unternehmerisches Verhalten besonders förderlich sein. Unternehmen, die sich um ein offizielles Konzept der sozialen Verantwortung der Unternehmen bemühen, insbesondere

Großunternehmen, können sich an maßgeblichen international anerkannten Grundsätzen und Leitlinien orientieren, vor allem an den jüngst aktualisierten Leitsätzen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit für multinationale Unternehmen. Dieser Kernbestand an international anerkannten Grundsätzen

und Leitlinien steht für einen sich weiterentwickelnden und kürzlich aufgewerteten globalen Rahmen der sozialen Verantwortung der Unternehmen. Ihre europäische Strategie sollte mit diesem Rahmen voll und ganz in Einklang gebracht werden. Im Sinne dieser Grundsätze und Leitlinien ist die

soziale Verantwortung der Unternehmen zumindest in den folgenden Bereichen relevant: Menschenrechte, Arbeits- und Beschäftigungspraktiken und Ökologie sowie Bekämpfung von Bestechung und Korruption. Für die Einbindung und Weiterentwicklung der Gemeinschaft, die Integration von

Menschen mit Behinderungen sowie die Vertretung der Verbraucherinteressen, einschließlich des Schutzes des privaten Bereichs, spielt die soziale Verantwortung der Unternehmen ebenfalls eine wichtige Rolle. Die Förderung der sozialen und ökologischen Verantwortung über die gesamte

Lieferkette und die Offenlegung nicht-finanzieller Informationen sind als wichtige bereichsübergreifende Fragen anerkannt. Die Kommission hat eine Mitteilung über Politik der Europäischen Union und Freiwilligentätigkeit angenommen, in der freiwilliges Engagement von Beschäftigten als Ausdruck der

sozialen Verantwortung anerkannt wird. Darüber hinaus fördert die Kommission die Anwendung der drei Grundsätze des verantwortungsvollen Handelns im Steuerbereich, nämlich Transparenz, Informationsaustausch und fairer Steuerwettbewerb in den zwischenstaatlichen Beziehungen. Die Unternehmen werden

aufgefordert, soweit angemessen ebenfalls auf die Umsetzung dieser Grundsätze hinarbeiten. Bei der Entwicklung von der sozialen Verantwortung der Unternehmen sollten sie selbst federführend sein. Behörden sollten eine unterstützende Rolle spielen und dabei eine intelligente Kombination aus

freiwilligen Maßnahmen und nötigenfalls ergänzenden Vorschriften einsetzen, die etwa zur Förderung der Transparenz und zur Schaffung von Marktanreizen für verantwortliches unternehmerisches Handeln beitragen und die Rechenschaftspflicht von Unternehmen sicherstellen sollen.

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

ausgewogeneren Wettbewerbsbedingungen fördern. Gewerkschaften und Organisationen der Zivilgesellschaft zeigen Probleme auf, erzeugen Druck, um Verbesserungen zu erreichen, und können gemeinsam mit den Unternehmen auf konstruktive Weise Lösungen erarbeiten. Verbraucher und Investoren sorgen durch ihre

Konsum- und Anlageentscheidungen dafür, dass sozial verantwortlich handelnde Unternehmen vom Markt belohnt werden. Die Medien können sowohl auf positive als auch auf negative Auswirkungen, die von Unternehmen ausgehen, aufmerksam machen. Behörden und die übrigen Interessenvertreter sollten, auch im

Umgang mit Unternehmen, soziale Verantwortung zeigen. Die soziale Verantwortung ist für alle Unternehmen relevant. Diese Mitteilung wird zusammen mit der komplementären, aber anders angelegten Initiative für soziales Unternehmertum angenommen, wobei konkret jene Unternehmen unterstützt werden, die in

erster Linie ausdrücklich soziale und ökologische Unternehmenszwecke verfolgen, Gewinne dafür reinvestieren und deren gesellschaftliche Ziele sich in ihrer internen Struktur widerspiegeln. Im Mittelpunkt verhaltensbezogenen Feedbacks steht das Ökosystem, in dem sich soziales Unternehmertum und

soziale Innovation entfalten und einen Beitrag zur europäischen sozialen Marktwirtschaft leisten können. In den vergangenen Jahren haben einige Ausschüsse für den sozialen Dialog bewährte Praktiken der sozialen Verantwortung von Unternehmen auf Branchenebene gefördert und entsprechende

Leitlinien aufgestellt. Die Kommission unterstützt derartige Initiativen und erkennt die soziale Verantwortung der Unternehmen als Beitrag und Ergänzung zum sozialen Dialog an. Innovative und effiziente Strategien wurden auch durch länderübergreifende Betriebsvereinbarungen zwischen

Unternehmen und europäischen oder internationalen Arbeitnehmerorganisationen entwickelt. Die Europäische Union setzt sich aktiv für derartige Vereinbarungen ein und wird eine Datenbank einrichten, in der diesbezügliche Informationen abrufbar sind. Dieser Aktionsplan umfasst Verpflichtungen für

die Kommission selbst sowie Anregungen für Unternehmen, Mitgliedsstaaten und andere Interessengruppen. Bei der Umsetzung dieses Aktionsplans wird die Kommission die Besonderheiten von kleinen und mittleren Unternehmen und insbesondere deren begrenzte Ressourcen stets berücksichtigen

und dafür sorgen, dass kein unnötiger Verwaltungsaufwand entsteht. Wenn die Europäische Union die Leistungen von Unternehmen im Bereich der sozialen Verantwortung der Unternehmen öffentlich würdigt, kann sie dazu beitragen, dass bewährte Verfahren verbreitet werden und Unternehmen

voneinander lernen. Ferner kann sie mehr Unternehmen dazu ermutigen, ihre eigenen strategischen Konzepte zu entwickeln. Die Kommission wird auf der Grundlage der Erkenntnisse, die bei Initiativen in verschiedenen Mitgliedsstaaten gewonnen wurden, Interessenverbände der kleinen und mittleren

Unternehmen beim Aufbau von Kapazitäten unterstützen, die es ihnen ermöglichen, die Qualität und die Verfügbarkeit von Beratungsleistungen im Bereich der sozialen Verantwortung für Unternehmen zu verbessern. Die Kommission hat eine Fülle von Programmen auf den Weg gebracht, um sich gemeinsam mit

Unternehmen und anderen Interessenvertretern mit schwierigen sozialen und ökologischen Fragen zu beschäftigen. Die Kommission intensiviert daher den Dialog mit Unternehmen und anderen Interessengruppen über Beschäftigungsfähigkeit, demografischen Wandel und aktives Altern sowie über

Herausforderungen in der Arbeitswelt, wie zum Beispiel Management, Gleichstellung von Frauen und Männern, Aus- und Weiterbildung, Gesundheit und Wohlbefinden der Arbeitnehmer usw. Der Schwerpunkt liegt dabei auf branchenspezifischen Konzepten und auf der Verbreitung von verantwortlichen

unternehmerischen Handlungsweisen in der gesamten Lieferkette. Die Unternehmen brauchen wie alle Organisationen und auch die Regierungen und die Europäische Union das Vertrauen der Bürgerinnen und Bürger. Die europäischen Unternehmen sollten danach streben, zu den Gruppen von Organisationen zu gehören,

denen von der Gesellschaft am meisten Vertrauen entgegengebracht wird. Häufig entsprechen die Erwartungen der Menschen nicht der von ihnen wahrgenommenen Realität unternehmerischen Verhaltens. Dies ist teils auf Fälle zurückzuführen, in denen sich Unternehmen unverantwortlich

verhalten oder ihr ökologisches oder soziales Engagement übertrieben darstellen. Zuweilen ist die Ursache aber auch darin zu suchen, dass es bestimmten Unternehmen an Verständnis für die sich rasch ändernden Erwartungen der Gesellschaft fehlt und dass sich die Bürger nicht in vollem Umfang bewusst

sind, was Unternehmen unter oft schwierigen Bedingungen leisten. Die Kommission beabsichtigt, eine offene Debatte mit Bürgern, Unternehmen und anderen Interessenvertretern über die Rolle und das Potenzial von Unternehmen im 21. Jahrhundert einzuleiten, damit gegenseitiges Verständnis und gemeinsame

Erwartungen entstehen und regelmäßige Erhebungen über das Vertrauen der Bürger in Unternehmen und ihre Einstellung zur sozialen Verantwortung der Unternehmen durchzuführen.

Unternehmen beteiligen sich häufig an Selbst- und Koregulierungsprozessen, beispielsweise an branchenweiten





Verhaltensregeln, in denen für den jeweiligen Wirtschaftszweig relevante gesellschaftliche Fragen geregelt werden. Derartige Prozesse können, wenn sie entsprechend konzipiert sind, die Unterstützung durch die Interessenvertreter sichern und ein effizientes Mittel zur Gewährleistung von verantwortlichem

unternehmerischem Handeln darstellen. Selbst- und Koregulierung werden von der Europäischen Union als Bestandteil der Agenda für bessere Rechtsetzung anerkannt. Die Erfahrung zeigt, dass Selbst- und Koregulierungsprozesse unter den folgenden Voraussetzungen am effizientesten sind. Die

Grundlage bildet eine erste offene Analyse der Fragen mit allen betroffenen Interessenvertretern, die im Beisein von Behörden wie etwa der Europäischen Kommission erfolgt und gegebenenfalls von diesen eingeleitet wird. Es ist zunehmend anerkannt, dass sich die soziale Verantwortung der Unternehmen

positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirkt. Trotzdem stehen Unternehmen immer noch vor einem Dilemma. Ein sozial besonders verantwortungsvolles Vorgehen ist, zumindest auf kurze Sicht, wirtschaftlich nicht immer am einträglichsten. Die Europäische Union sollte sich für Maßnahmen in den Bereichen Verbrauch,

öffentliches Auftragswesen und Investitionen einsetzen und dadurch stärkere Marktanreize für die soziale Verantwortung der Unternehmen schaffen. Obwohl sich die Verbraucher in den vergangenen Jahren verstärkt für diese Fragen interessieren, sind noch nicht alle großen Hindernisse ausgeräumt. Es fehlt

an Aufklärung, gelegentlich sind Preisaufschläge in Kauf zu nehmen und die für bewusste Kaufentscheidungen notwendigen Informationen sind nur schwer zugänglich. Einige Unternehmen leisten Pionierarbeit mit ihren Bemühungen, die Verbraucher bei nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu unterstützen. Die

Überarbeitung des Aktionsplans für nachhaltigen Verbrauch und nachhaltige Produktion könnte eine Gelegenheit bieten, neue Maßnahmen zur Förderung eines verantwortungsvolleren Verbraucherverhaltens zu konzipieren. Die Kommission führte in ihrem Leitfaden über die sozial verantwortliche

Auftragsvergabe aus, wie soziale Überlegungen in die Vergabe öffentlicher Aufträge einfließen können und dabei der bestehende rechtliche Rahmen der Europäischen Union eingehalten wird. Die sozial verantwortliche Auftragsvergabe kann positive Maßnahmen von Behörden umfassen, durch die

unterrepräsentierte oder kleine und mittlere Unternehmen leichter Zugang zum Markt für öffentliche Aufträge erhalten. Die Mitgliedsstaaten und Behörden auf allen Ebenen werden dazu aufgefordert, alle Möglichkeiten des derzeitigen rechtlichen Rahmens für das öffentliche Auftragswesen voll auszuschöpfen.

Ökologische und soziale Kriterien müssen vor allem so in das öffentliche Auftragswesen einbezogen werden, dass kleine und mittlere Unternehmen nicht diskriminiert und zugleich die Bestimmungen des Vertrags der Europäischen Union über Nichtdiskriminierung, Gleichbehandlung und Transparenz

eingehalten werden. Durch die entsprechende Berücksichtigung relevanter nicht-finanzieller Informationen können Anleger dazu beitragen, dass Kapital effizienter eingesetzt wird und langfristige Investitionsziele besser verwirklicht werden. Die Kommission unterstützt Maßnahmen, durch die Anleger die

Kompetenz zur Einbeziehung nicht-finanzieller Informationen in ihre Investitionsentscheidungen erhalten sollen. In diesem Zusammenhang fordert die Kommission die Unternehmen auf, Informationen über die Umsetzung von Grundsätzen des verantwortungsvollen Handelns im Steuerbereich offenzulegen.

Europäische Verwalter und Eigentümer von Anlagevermögen, insbesondere Pensionsfonds, werden aufgefordert, die Grundsätze der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Investitionen zu übernehmen. Die Behörden tragen besondere Verantwortung für die Förderung von sozialer Verantwortung in

den Unternehmen, die in ihrem Besitz stehen oder in die sie investieren. Die Kommission beabsichtigt, für alle Investmentfonds und Finanzinstitute die Auflage in Erwägung zu ziehen, all ihre Kunden über die von ihnen angewendeten Kriterien für eine ethische und verantwortungsvolle

Investitionstätigkeit oder über die von ihnen befolgten Normen und Regelungen zu informieren. Durch die Offenlegung von sozialen und ökologischen – darunter auch klimabezogenen – Informationen können die Kontakte zu Interessenvertretern erleichtert und konkrete Gefahren für die Nachhaltigkeit

aufgezeigt werden. Ferner kann die Offenlegung als wesentliches Element der Rechenschaftspflicht auch dazu beitragen, dass die Öffentlichkeit den Unternehmen Vertrauen entgegenbringt. Damit die Informationen den Ansprüchen von Unternehmen und anderen Interessenvertretern gerecht werden,

sollten sie konkret und mit geringem Kostenaufwand zu beschaffen sein. Einige Mitgliedsstaaten haben Anforderungen an die Offenlegung nicht-finanzieller Informationen eingeführt, die über bestehendes europäisches Recht hinausgehen. Eventuell entstehen durch unterschiedliche

einzelstaatliche Anforderungen zusätzliche Kosten für in mehr als einem Mitgliedsstaat tätige Unternehmen. Immer mehr Unternehmen legen soziale und ökologische Informationen offen. Kleine und mittlere Unternehmen tun dies häufig informell oder auf freiwilliger Basis. Es gibt eine Reihe internationaler

Rahmen für die Offenlegung sozialer und ökologischer Informationen. Die integrierte finanzielle und nicht-finanzielle Berichterstattung stellt mittel- und langfristig ein wichtiges Ziel dar, und die Kommission verfolgt mit Interesse die Tätigkeit des International Integrated Reporting

Committee. Um gleiche Ausgangsbedingungen zu gewährleisten, wird die Kommission, wie in der Binnenmarktakte angekündigt, einen Vorschlag für eine Rechtsvorschrift über die Transparenz der sozialen und ökologischen Informationen präsentieren, die von den Unternehmen aller Branchen bereitgestellt werden. Eine

Folgenabschätzung möglicher Optionen für diesen Vorschlag, zu denen auch ein Verfahren zur Prüfung der Wettbewerbsbedingungen und ein Test der kleinen und mittleren Unternehmen gehören, wird derzeit vorgenommen.