

Nikolaus Bley/Veit Hartmann/Wolfgang Orians

CSR aus Arbeitnehmersicht

Ein Handbuch



All rights reserved
Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2015
Achter Verlag, Acht und Weinheim
www.achter-verlag.de

ISBN 9783981456288

Lektorat: Martina Leiber, Karlsruhe
Gestaltung: Maria Herrlich, Berlin
Satz: Röser MEDIA, Karlsruhe
Druck und Bindung: TZ-Verlag & Print GmbH, Roßdorf

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	17
Vorwort der Autoren	19
Wer sollte dieses Buch lesen?	21
Gebrauchsanweisung	22

Teil I

Corporate Social Responsibility: Eine Einführung von Wolfgang Orians

1. CSR – eine Begriffsbestimmung	26
1.1 Was ist gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen?	26
Ausgewählte Definitionen von Corporate Social Responsibility	30
Wie sich CSR entwickelt hat	32
1.2 Verantwortung	39
1.3 CSR und verwandte Bezeichnungen	41
1.3.1 Unterbegriffe von Corporate Social Responsibility	42
1.3.2 Das Unternehmen als guter Bürger	43
1.3.3 Nachhaltigkeit und CSR	44
1.3.4 Gute Unternehmensführung	45
Kritik am Deutschen Corporate Governance-Kodex	47
Corporate Citizenship – bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen	50

Corporate Sustainability – Nachhaltigkeit auf der Ebene des Unternehmens.	52
1.4 Das CSR-Modell von Carroll	53
Das Modell von Carroll: Kritik und Weiterentwicklung . .	56
1.5 Verschiedene Ansätze von CSR.	58
1.5.1 CSR als Wohltätigkeit	58
1.5.2 CSR als Gewinnmaximierung	59
1.5.3 CSR als Orientierung an den Anspruchsgruppen	60
1.5.4 CSR als werteorientiertes Unternehmenshandeln.	62
Kritische Betrachtung von Corporate Social Responsibility.	65
1.6 CSR, (Sozial-)Staat und Gesellschaft	67
Gegenseitige Abhängigkeit	69
1.7 CSR und Globalisierung	73
Prof. Dr. Ulrike Reisach: CSR international	76
Wolfgang Müller: China: Gemischte CSR-Bilanz	98
Interview mit Dr. Surinder Kapur „In Indien ist CSR verpflichtend“	111
1.8 Wie geht es weiter? CSR in Zeiten von Demografischem Wandel, Industrie 4.0 und Big Data	116
1.8.1 Demografischer Wandel.	116

Demografischer Wandel auf dem Arbeitsmarkt	118
1.8.2 Industrie 4.0	120
Industrie 4.0 – eine Erklärung	123
1.8.3 Big Data	125
2. Corporate Social Responsibility im Unternehmen	127
2.1 CSR als Managementstrategie	127
Prof. Dr. Klaus Kocks: Tue nur so und rede darüber – CSR als Opium für das Volk	129
2.2 CSR im Verhältnis zu Managementsystemen	138
EFQM-Themenfokus CSR	139
2.3 Was kann CSR für ein Unternehmen leisten?	140
2.3.1 CSR als Imagetreiber	141
2.3.1.1 Anlassbezogenes Marketing (Cause related-Marketing)	142
2.3.1.2 Stärkung der Arbeitgebermarke (Employer Branding)	143
2.4 CSR als Motivationsinstrument und Leitlinie für gute Führung	144
2.5 CSR als Instrument des Risikomanagements	145
3. CSR-Initiativen und -Leitlinien	147
3.1 CSR in Deutschland	147
3.1.1 Nationale Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung – Aktionsplan CSR der Bundesregierung	147

Maßnahmen zur Umsetzung der nationalen CSR-Strategie.	149
3.2 CSR und die Europäische Union.	153
3.2.1 Grünbuch: Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen.	154
3.2.2 Die EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen.	156
3.3 Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.	158
Nationale Kontaktstelle für die Umsetzung der OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen	161
IG-Metall gegen Hyundai	162
3.4 Global Compact der Vereinten Nationen.	164
Die Geschäftsstelle des deutschen Netzwerks.	167
3.5 UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.	167
3.6 Die Internationale Arbeitsorganisation (ILO).	169
3.6.1 Die Kernarbeitsnormen	169
3.6.2 Die Dreigliedrige Erklärung über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik.	171
Schlüsselbereiche der Erklärung über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik.	172
Internationale Arbeitsorganisation – Vertretung in Deutschland	174

3.7	Branchenkodizes	175
3.7.1	Spielzeugindustrie	175
3.7.2	Zuckerindustrie	175
3.7.3	Textilindustrie	176
3.7.3.1	Clean Clothes Campaign (Kampagne für saubere Kleidung)	176
3.7.3.2	Fair Labor Association (Vereinigung faire Arbeit)	180
4.	Kann man den Erfolg von CSR messen?	181
4.1	Zur Problematik der Messung immaterieller Vermögenswerte	182
4.2	Berichterstattungsstandards	183
4.2.1	Die Global Reporting-Initiative (GRI)	183
4.2.2	Deutscher Nachhaltigkeitskodex	186
4.2.3	DIN ISO 26000	188
4.2.4	SA 8000	189
4.2.5	EU-Richtlinien für CSR-Berichterstattung.	190

Teil II: Corporate Social Responsibility: Gewerkschaften und Mitbestimmung

von Nikolaus Bley

Reiner Hoffmann: Verantwortliches Wirtschaften heißt mitbestimmtes Wirtschaften	196
--	------------

1. Gewerkschaftliche Positionen zu Corporate Social Responsibility.	202
1.1 Der Deutsche Gewerkschaftsbund.	202

1.1.1 Die Thesen des DGB zu Mitbestimmung und CSR	202
Koalition (Vereinbarung)	205
1.1.2 Positionspapier der Hans-Böckler-Stiftung.	207
1.1.3 Zehn-Punkte-Papier des DGB Bundesvorstands	208
Geschichte der CSR in und bei den Gewerkschaften	211
1.2 Positionen deutscher Einzelgewerkschaften.	215
1.2.1 Die Position der IG BAU	215
1.2.2 Die Position der IG BCE	217
Helmut Krodel (IG BCE): Nachhaltigkeit als strategisches Handlungsfeld	218
1.2.3 Die Position von ver.di.	222
Uwe Wötzel (ver.di): Rechte für Beschäftigte – Regeln für Unternehmen	223
1.2.4 Die Position der IG Metall	228
Ingo Klötzer (IG Metall): Skeptisch, aber nicht ablehnend	229
1.2.5 Aktuelle gewerkschaftliche Politik zum Thema CSR	235
Bangladesch	235
Beschlusslage	242
1.3 Die europäische Gewerkschaftsbewegung	243
1.4 Die internationale Gewerkschaftsbewegung und internationale Abkommen	250

Colin Crouch: Das befremdliche Überleben des Neoliberalismus in der Postdemokratie	251
Wo ist die Dritte Welt?	257
Unternehmensverantwortung aus Sicht der Bürger – ein internationaler Vergleich	260
2. CSR und Mitbestimmung	265
Ordnung und Politik.	266
2.1 Aufsichtsrat und Betriebsrat.	270
2.2 Betriebsverfassung	271
2.2.1 Betriebsvereinbarungen	275
2.3 CSR und Betriebsrat	287
2.3.1 Betriebsrat und Lieferkette	292
2.3.2 Betriebsrat und Betriebsgröße	293
Veränderungsfassaden	298
2.3.3 CSR als Risiko für den Betriebsrat	302
2.3.4 CSR als Chance für den Betriebsrat	303
2.3.5 Die vier CSR-Felder und der Betriebsrat.	304
Landnahme	306
2.3.6 Beispiele für die Rolle des Betriebsrats	308
Geld oder Leben	312
2.4 Internationale Leitlinien und Standards	312
2.4.1 Die Kernarbeitsnormen der ILO	312
2.4.2 OECD-Leitsätze	314

2.4.3 Global Compact	315
2.4.4 DIN ISO 26000	315
2.4.5 GRI (Global Reporting-Initiative)	316
3. CSR und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	319
3.1 Die Situation der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in verschiedenen Branchen	322
3.1.1 Textil- und Bekleidungsindustrie	322
Boykott	327
3.1.2 Spielzeugindustrie	330
Skandal, just in time	331
3.1.3 Elektronikindustrie	331
Macht der Konsumenten?	333
4. CSR und „Gute Arbeit“	336
5. Ein Ausblick	342
Global(er) handel(n)	344
Literatur- und Quellenverzeichnis	349

Teil III

Das Programm

„Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ und das Projekt MIT^{Drei}

von Wolfgang Orians

1. Das Förderprogramm „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“	352
2. Das Projekt MIT^{Drei}	353
2.1 Befragungen als Einstieg in das Thema	354
2.1.1 Unternehmen im Münsterland	354
2.1.2 Besuche von Seminaren für Betriebsräte	356
2.2 Tagungen und Veranstaltungen für Multiplikatoren ..	357
2.3 Studienprojekt an der Universität Münster: „CSR kontrovers – was Betriebsräte und Funktionäre über Chancen und Risiken wissen sollten“	358
Ergebnisse des Studienprojekts an der Universität Münster „CSR kontrovers“	360
2.4 Das Beratungsangebot von MIT ^{Drei} an die Unternehmen.	384
3. Erfolge der Beratung durch das Projekt MIT^{Drei}	386
3.1 Sona BLW Präzisionsschmiede, Remscheid: CSR-Broschüre	386
3.2 RÜTGERS Group, Standorte Duisburg und Castrop- Rauxel: Grundlagenpapier zur CSR-Strategie	390
3.3 RÜTGERS-Stiftung, Castrop-Rauxel: Erweiterung der Stiftungsaktivitäten	393

3.4 IBENA, Bocholt/Rhede: Mission Statement zur gesellschaftlichen Verantwortung	396
IBENA	
Mission Statement	399
3.5 Weitere Beispiele	402
4. Was wir aus dem Projekt gelernt haben	403
Kontaktdaten der MITDrei-Projektpartner	405

Teil IV: Werkzeuge und Arbeitshilfen für Praktiker von Veit Hartmann

1. Gebrauchsanweisung für die Werkzeugkiste	408
2. Checklisten und Handlungshilfen	409
2.1 „Handbuch Nachhaltige Betriebsratsarbeit“ der Hans-Böckler-Stiftung	409
Kontaktdaten: Hans-Böckler-Stiftung	413
2.2 Der Nachhaltigkeits-Check	413
2.3 CSR-Selbsttest und CSR-Ratgeber der Initiative respACT	417
Kontaktdaten: respACT - austrian business council for sustainable development	423
2.4 Gute Arbeit am Bau: „CASA-bauen“ – Ein Instrument für Betriebsräte	423
Kontaktdaten: Offensive Gutes Bauen	426
2.5 INQA-Handlungshilfe „Kein Stress mit dem Stress“ .	427

Interview mit Achim Sieker: „Praxisgerechte Unterstützungsangebote“	431
2.6 INQA – „Vielfalt als Stärke“	436
Kontaktdaten: Vielfalt und Diversity	442
2.7 Demografiekompass der TBS NRW e. V.	443
Technologieberatungsstelle beim DGB NRW e. V.	446
2.8 „Label-Online“ des Bundesverbands Die Verbraucherinitiative e. V.	446
Kontaktdaten: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.	449
2.9 „Kompass Nachhaltigkeit für KMU“ der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ)	450
Kontaktdaten: (GIZ)	453
2.10 VCD-Leitfaden „Effizienter Fuhrpark“	454
Verkehrsclub Deutschland e.V.	457
2.11 TAT-Handlungshilfe „Gutes Produkt“	457
Kontaktdaten: TAT Technik Arbeit Transfer GmbH	459
3. Weitere Hilfsmittel	460
3.1 DIN ISO 26000 – Kurzbeschreibung	460
3.2 Betriebs- und Dienstvereinbarungen	465
3.3 Argumentationshilfen oder Warum man CSR betreiben sollte	468
3.4 Ansätze zum Erkennen von „Greenwashing“	474
3.5 Tariftreue- und Vergabegesetz Nordrhein-Westfalen (TVgG NRW)	478

CSR aus Arbeitnehmersicht

3.6 Betriebliche Gesundheit.	489
3.7 Der Index „Gute Arbeit“	491
3.8 Schnellcheck: Lohnt sich CSR für mein Unternehmen?	495
3.9 Beispiele für Kernindikatoren und Zusatzindikatoren bei der Global Reporting-Initiative	496
3.10 OECD-Leitsätze für multinational tätige Unternehmen: Möglichkeit der Beschwerdeeinreichung im Falle von Verstößen	497
Autorinnen und Autoren	501
Dank	504

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abbildung 1:	Das Eisberg-Modell der CSR	28
Abbildung 2:	Die Entwicklung von CSR	38
Abbildung 3:	Grundsätzliche Anhaltspunkte für strategische Corporate Citizenship	51
Abbildung 4:	Die begriffliche Einordnung von CSR	52
Abbildung 5:	Das CSR-Modell von Carroll	55
Abbildung 6:	Das Drei-Bereichs-Modell von Carroll und Schwartz	58
Abbildung 7:	Interessengruppen eines Unternehmens	61
Abbildung 8:	Primäre und sekundäre Stakeholder	63
Abbildung 9:	CSR als wertorientierte Unternehmenshandeln	64
Abbildung 10:	Dimensionen der Freiwilligkeit von CSR	69
Abbildung 11:	Gegenseitige Abhängigkeit von Wirtschaft und Regierungen	72
Abbildung 12:	Entwicklung der Erwerbsbevölkerung nach Altersgruppen 2000 bis 2060	119
Abbildung 13:	Größte Herausforderungen bei der Umsetzung von Industrie 4.0	125
Abbildung 14:	CSR und Risikomanagement	147
Abbildung 15:	Internationale Arbeitsnormen und ihre Wirkung auf die Unternehmen	171
Abbildung 16:	Akzeptanz von CSR bei den Gewerkschaften und Exposition auf dem Weltmarkt	246
Abbildung 17:	Vergleich der Maslow'schen Bedürfnispyramide und der Anforderungen an gute Arbeit	340
Abbildung 18:	Ausgewählte Ergebnisse einer Unternehmensumfrage im Münsterland	355
Abbildung 19:	Das Beratungsangebot von MIT ^{Drei}	385

Abbildung 20: Bestandsaufnahme der CSR-Aktivitäten von Sona BLW Remscheid	388
Abbildung 21: Ziele und Zielgruppen einer CSR-Broschüre für Sona BLW Remscheid	389
Abbildung 22: Das Konzept der Familienorientierung bei RÜTGERS	391
Abbildung 23: Die Fördertreppe der RÜTGERS-Stiftung	396
Abbildung 24: Prozess der Strategieentwicklung	422

Tabellen

Tabelle 1: Das Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft aus CSR-Sicht	67
Tabelle 2: CSR in den USA, Deutschland und in der VR China - ein Vergleich	95
Tabelle 3: Entwicklung der Weltbevölkerung	117
Tabelle 4: Anforderungen ausgewählter Textillabels	398
Tabelle 5: Themenfelder in der nachhaltigen Betriebsratsarbeit	411
Tabelle 6: CSR-Themen im Rahmen des Nachhaltigkeitschecks	415
Tabelle 7: Bewertungsskala für den CSR-Selbsttest nach respACT	418
Tabelle 8: Anzahl der Fragen pro Kapitel in der Broschüre „Vielfalt als Stärke“	439
Tabelle 9: Bewertungsraster von „Label-Online“	449
Tabelle 10: Zuordnung der Instrumente und Methoden beim Kompass „Nachhaltigkeit“	452
Tabelle 11: Themen, Paragraphen und inhaltliche Spezifizierung im Tarifreue- und Vergabegesetz Nordrhein-Westfalen	489
Tabelle 12: Beispiele für Leistungsindikatoren nach GRI	497

Vorwort der Autoren

Die Zahl der wissenschaftlichen Bücher zum Thema Corporate Social Responsibility (CSR) ist nahezu unüberschaubar. Unser Ziel war es nicht, diese Liste zu verlängern oder gar den akademischen Diskurs zu befeuern. Wir wollten ein praxis- und handlungsorientiertes Buch schreiben, das einen praktischen Nutzen für die Leserinnen und Leser bringt. Deshalb haben wir einen klaren Fokus auf die Zielgruppe der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer gelegt und eine eindeutige inhaltliche Positionierung gewählt.

Anlass und Treiber, dieses Buch zu schreiben, war das Projekt MIT^{Drei}. Im Rahmen eines vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales aufgesetzten und vom Europäischen Sozialfond geförderten Programms wollten wir die Rolle der Arbeitnehmervertreterinnen und -vertretern sowie ihrer Organisationen in Bezug auf CSR, also die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, beleuchten, Informationen vermitteln und bei der Umsetzung eigener Projekte unterstützen. Wir wussten, dass CSR bei Arbeitnehmervertreterinnen und -vertretern beziehungsweise bei den Beschäftigten kein Thema war, das einen vorderen Platz auf der Agenda einnimmt. Dies mag an der relativ guten Gesetzeslage in Bezug auf Mitbestimmung, Arbeitssicherheit oder Umweltschutz in Deutschland liegen, die freiwilliges Engagement der Unternehmen weniger dringlich erscheinen lässt, oder an der angelsächsischen Tradition von CSR, die auf dem alten Kontinent nicht so richtig Fuß gefasst hat. Unabhängig von den Gründen ist die Vorsicht von Arbeitnehmervertreterinnen und -vertretern sowie Gewerkschaften gegenüber dem Thema seiner tatsächlichen Bedeutung nicht angemessen. Sehr verkürzt kann man sagen, dass Globalisierung ohne CSR aus der Sicht der Beschäftigten zu einem unbeherrschbaren Monster zu werden droht. Diese

These werden wir auf den folgenden Seiten untermauern. Betrachtet man die unterschiedlichen Aktivitäten der Vereinten Nationen, der OECD, der EU oder der Bundesregierung, die in den vergangenen Jahren versucht haben und weiter versuchen, das Thema in der Wirtschaft zu verankern, steht außer Frage, dass sich auch Arbeitnehmervertreterinnen und -vertreter damit befassen müssen.

Im Rahmen des Projekts MIT^{Drei} haben wir mit mehr als 1.500 betrieblichen Akteuren gesprochen, Workshops veranstaltet und Projekte konzipiert beziehungsweise umgesetzt. Zwar war der Begriff CSR überwiegend unbekannt, jedoch hatten alle Unternehmen, die wir besucht haben, in der ein oder anderen Weise auch im engeren Sinne unter CSR zu subsumieren Aktivitäten aufzuweisen. Was aber nahezu flächendeckend fehlte, war ein strategischer Ansatz. Mit diesem Buch wollen wir die Bedeutung von CSR verdeutlichen und Handlungsmöglichkeiten aufzeigen. Darüber hinaus haben wir Expertinnen und Experten aus verschiedenen Gebieten gebeten, Hintergrundbeiträge zu verfassen oder unsere Fragen zu beantworten. Unser Ziel war es, mit diesem Handbuch ein Werkzeug für alle betrieblichen Akteure zu schaffen, die sich mit dem immer wichtiger werdenden Thema Corporate Social Responsibility beziehungsweise der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen beschäftigen.

Bei aller Sorgfalt ist niemand gegen Fehler, Unterlassungen oder „blinde Flecken“ gefeit. Deshalb freuen wir uns über Hinweise, konstruktive Kritik und Verbesserungsmöglichkeiten, am besten per E-Mail über den Verlag (achter-verlag@t-online.de). Zuvor wünschen wir Ihnen jedoch eine interessante Lektüre, neue Erkenntnisse und viele Anregungen für Ihre tägliche Arbeit.

Recklinghausen, Rheine, Weinheim im Frühjahr 2015

Nikolaus Bley, Veit Hartmann und Wolfgang Orians