

Bayerisches Staatsministerium für
Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen

Grußwort von Ministerialdirektor

Friedrich Seitz

beim 7. „Runden Tisch Bayern:
Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen“

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich heiße Sie persönlich und im Namen von Frau Staatsministerin alle sehr herzlich willkommen im Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen. Ich freue mich ganz besonders über die Kooperation mit dem „Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.“ Auch im Namen von Herr Staatssekretär Sackmann, der heute aufgrund schwerer Erkrankung leider nicht anwesend sein kann, darf ich Sie ganz herzlich grüßen.

Gerade in diesen Tagen stehen die Globalisierung und ihre Folgen wieder im Zentrum der Aufmerksamkeit, wenn es z.B. darum geht, wie wir die Schuldenkrisen in unseren europäischen Staaten abwenden. Oder wenn die Welt gebannt nach Doha blickt, wo der 18. Weltklimagipfel stattfindet und nach Wegen gesucht wird, den Klimaschutz global zu verbessern. Auch die Frage der Verantwortung ist in unserer krisenreichen Zeit omnipräsent. Das Thema CSR bietet die Möglichkeit, positive Antworten auf diese Fragen wahrgenommener Verantwortung zu geben.

Durch die Globalisierung vernetzen sich Menschen, Institutionen und Nationen: ihre Beziehungen in Wirtschaft, Politik, Kultur werden weltweit immer stärker, die Kommunikation und Umweltfragen immer globaler: Unternehmen haben Produktionsstätten auf unterschiedlichen Kontinenten, sie

arbeiten mit internationalen Zulieferbetrieben und sie verkaufen ihre Produkte weltweit. Der Ordnungsrahmen für unternehmerisches Handeln ist nicht mehr auf das jeweilige Staatsgebiet begrenzt. Daher muss er international und über die Landesgrenzen hinweg in einem gemeinsamen Prozess mit den Unternehmen, der Politik und der Zivilgesellschaft neu gesteckt werden.

Der wachsende globale Markt und der zunehmende Wettbewerb vergrößern auch die Einflussphären der Unternehmen auf die Lebenssituation der Menschen in aller Welt, auf die Umwelt und auf die politischen Strukturen. Aber mehr Einfluss und Macht bedeuten auch mehr Verantwortung auf Seiten der Unternehmen. Die Globalisierung erfordert einen aktiven Gestaltungswillen

- für einen nachhaltigen Umgang mit den begrenzten Ressourcen,
- für die Einhaltung von Sozialstandards und
- für den Umweltschutz.

So gut wie alle großen Unternehmen haben sich mit CSR sicherlich auseinandergesetzt. Es gibt natürlich divergierende Auffassungen darüber, wie gut und umfassend die Umsetzung im Einzelfall ist – aber, dass das Thema CSR angekommen ist, steht fest.

Auch für viele kleinere und mittlere Unternehmen ist verantwortliches Handeln gegenüber der Belegschaft, der Umwelt und dem Gemeinwesen selbstverständlich. Wenn Sie so möchten: Die Fuggerei in Augsburg war nichts anderes als CSR. Aber viele kleinere Unternehmen sind aus eigener Kraft nicht in der Lage, die notwendigen Schritte hin zu einer strategischen Unternehmensführung einzuleiten und sich systematisch dem Thema Verantwortungsübernahme zu widmen. Neben der täglichen Arbeit fällt es Unternehmen oft schwer, Zeit und Personal für diese Thematik einzusetzen. Zunehmend müssen sich aber auch kleine und mittelständische Unternehmen im globalen Wettbewerb stärker mit dem Thema unternehmerischer Verantwortung auseinandersetzen und sich mit umfangreichen Fragebögen multinationaler Geschäftspartner beschäftigen. Hier möchten wir ansetzen und den Unternehmen Hilfestellung geben. Heute arbeiten viele Betriebe

noch mit „informellen und selbstgestrickten“ CSR-Programmen. Im Vordergrund steht häufig noch das philanthropische Engagement, das nicht an die Kernkompetenzen des Unternehmens angebunden ist. Eine systematische Integration in das unternehmerische Leitbild ist aber wichtig. CSR wirkt positiv in die Gesellschaft hinein und mindert gleichzeitig negative Effekte unternehmerischen Handelns. Es zeigt sich deutlich, dass CSR keine Maßnahme ist, die neben die eigentliche Geschäftstätigkeit tritt, sondern in diese integriert ist. Die Berücksichtigung sozialer und moralisch-ethischer Prinzipien wird immer stark konjunkturabhängig bleiben, wenn sie nicht in die eigene Unternehmenskultur eingebunden werden.

Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit sind wesentliche Faktoren dafür, dass verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln tatsächlich als Wettbewerbsvorteil wahrgenommen wird. Verantwortungsübernahme für die Belegschaft ist z. B. ein wichtiger Faktor, der ein Unternehmen zu einem beliebten und begehrten Arbeitgeber macht und gerade beim drohenden Fachkräftemangel eine herausragende Rolle spielt.

Zudem bringen CSR-Aktivitäten einen Produktivitätsgewinn. Zufriedene Mitarbeiter sind weniger krank, die Fluktuation ist geringer, die Identifikation mit dem Unternehmen steigt.

Darüber hinaus achten auch immer öfter Geschäftspartner darauf, welche ökologischen oder sozialen Gefährdungspotentiale sie im Rahmen einer Geschäftspartnerschaft in Kauf nehmen möchten. Bei der Frage der Gewinnchancen und des Unternehmenserfolgs spielen zudem wir Bürger eine wichtige Rolle. Wir sind diejenigen, die mit unserer Kaufentscheidung beeinflussen:

- welches Unternehmen am Markt Bestand hat,
- welche Arbeitsbedingungen wir unterstützen und welche wir nicht tolerieren
- ob Produkte, die in ihrer Herstellung Menschen und Umwelt nachhaltig schädigen, noch Abnehmer finden oder nicht.

Das Bayerische Arbeits- und Sozialministerium möchte das CSR-Engagement in Bayern voranbringen. Insofern verstehen wir uns als Partner des „Runden Tisches Bayern: Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen“. Ich möchte aber nicht unter den Tisch kehren, dass wir in einem Punkt auch unterschiedlicher Meinung sind: Nach unserer Auffassung sollte CSR auf Freiwilligkeit beruhen. Wenn ich einen provokativen Vergleich bringen darf: Ihr Kind treiben Sie auch nicht mit Zwang zu guten Leistungen, sondern durch liebevolle Zuwendung, Vorbild und Motivation. Und so bin ich überzeugt, dass wir auch die Verbreitung, Akzeptanz und Wahrnehmung von verantwortungsbewusstem unternehmerischen Handeln steigern können, wenn alle gesellschaftlichen Akteure – also auch die Politik – unterstützend und motivierend tätig werden.

Mit einer bayerischen CSR-Strategie wollen wir auf unsere bisherigen Maßnahmen, wie die CSR-Tage in 2011, Besuche von vorbildlichen Unternehmen, die den gestiegenen Erwartungen der Menschen an die soziale Verantwortung der Unternehmen bereits gerecht werden, anknüpfen. Die Strategie besteht aus einem Drei-Säulen-Konzept. Die erste Säule betrifft die Bewusstseinsbildung, die zweite Säule beschäftigt sich mit der Vernetzung, die dritte Säule ist dem Thema Weiterbildung und Beratung zum Thema CSR gewidmet.

In einem ersten Schritt wollen wir kleinere und mittlere Unternehmen für CSR gewinnen und die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR erhöhen. Daher planen wir die Herausgabe eines CSR-Leitfadens. Er soll kleineren und mittleren Unternehmen den Einstieg in das Thema CSR erleichtern und Unternehmen, die sich engagieren möchten, bei der Entwicklung einer CSR-Strategie an die Hand nehmen.

Getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ planen wir einen CSR-Preis, um besonders vorbildliche Unternehmensbeispiele hervorzuheben. Im Zentrum der Strategie werden kleine und mittlere Unternehmen stehen. In Bayern hat die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung schon lange eine gute Tradition. Bisher lief dies zwar nicht unter der neudeutschen Bezeichnung CSR – aber die bewusste Wahrnehmung gesellschaftlichen Engagements hat bereits den sogenannten ehrbaren Kaufmann ausge-

zeichnet. Dieses Engagement möchten wir weiter fördern und in die Fläche bringen.

Zur Etablierung von CSR in Bayern müssen wir neben den Unternehmen auch Verbände, die Zivilgesellschaft, die Wohlfahrtsverbände sowie die Kirchen mit ins Boot holen:

- Wir brauchen kooperative und dialogische Strukturen, um CSR weiter zu entwickeln.
- Wir müssen auf starke Netzwerke, Allianzen und Partnerschaften zwischen den Unternehmen, der Zivilgesellschaft und der Politik setzen.
- Auch gemeinnützige Organisationen und Wohlfahrtsverbände tun gut daran, sich auf diese neuen Formen des Zusammenwirkens mit der Wirtschaft einzustellen und gemeinsam neue Projektideen zu entwickeln.

Wir wissen alle, dass das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen immer auch wirtschaftliche Anlässe und Motivationen hat. Denn: Unternehmen müssen sowohl ihrer ökonomischen als auch ihrer sozialen Verantwortung gerecht werden. Das Engagement von Unternehmen wird in einer polyzentrischen Gesellschaft in Zukunft einen noch höheren wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Stellenwert haben. Wo die Verantwortungsbereiche immer schwerer auszumachen sind, wollen wir Unternehmen, die ihre Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft ernst nehmen, in ihrem Tun weiter bestärken.