

CSR-Politik in NRW

Zwischenbilanz



Muss man eigentlich im Jahr 2016 noch um die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen werben oder Überzeugungsarbeit leisten? Gesellschaftliche und unternehmerische Herausforderungen wie der Klimawandel, knapper werdende Ressourcen, aber auch die Ausbeutung von Mensch und Natur in Entwicklungs- und Schwellenländern sind ausreichend in das Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger und der Unternehmen gerückt. Vordergründig gesehen, scheint CSR im Mainstream angekommen zu sein. Aber selbst wenn viele Unternehmen auf ihre gesellschaftliche Verantwortung verweisen, heißt das nicht, dass über Nacht der Schalter zum verantwortlichen Wirtschaften umgelegt werden kann. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist kein Sprint, sondern ein Marathon.

Aber – das möchte ich in einer Rückschau auf fünf Jahre CSR-Politik in NRW ausdrücklich betonen: Wir sind in den letzten Jahren ein gutes Stück vorangekommen. Denn Erfolge im verantwortlichen Wirtschaften stecken an. Und je mehr gute Beispiele es gibt, desto mehr Unternehmen sind bereit, sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung zu stellen.

Schon jetzt steht fest: Von der Debatte um die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen haben alle profitiert: die Wirtschaft, die Wissenschaft, die Zivilgesellschaft und die Politik.

Dank und Anerkennung gebührt daher den vielen Akteuren und Initiativen, die das Thema in den letzten Jahren konstruktiv begleitet und zur Umsetzung beigetragen haben.

Garrelt Duin

Minister für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen

Inhalt

Vorwort	3
CSR als Politikziel in NRW	6
CSR-Verständnis	6
CSR in DAX 30-Unternehmen	7
CSR im Bankensektor	7
CSR im Mittelstand	8
CSR im Handwerk	9
Ziele der CSR-Strategie NRW	9
1. Wir machen gute Unternehmenspraxis sichtbar	9
2. Wir bieten kleinen und mittleren Unternehmen Information und Beratung an	10
3. Wir initiieren branchenbezogene CSR-Strategien	12
4. Wir tragen dazu bei, CSR-Themen in den Wirtschaftswissenschaften zu verankern und bringen Kooperationen zwischen Unternehmen und Hochschulen voran	12
5. Wir tragen zur Förderung von CSR in internationalen Geschäftsbeziehungen bei	14
6. Wir erleichtern den Marktzugang von Social Entrepreneurs	15
7. Wir helfen mit beim CSR-Netzwerken	16
8. Wir fördern den Dialog zwischen Unternehmen und Gesellschaft	17
9. Wir geben Anreize für verantwortungsvolles Wirtschaften im Rahmen öffentlicher Vergaben	20
10. Wir machen auf Verantwortungsthemen der Zukunft aufmerksam	20
11. Zwischenbilanz und künftige Projekte	20
Vorschläge zur Weiterentwicklung der CSR-Strategien NRW	21
Impressum	25

CSR als Politikziel in NRW

Die Koalitionsverträge von 2010 und 2012 halten als Politikziel die Förderung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR) fest. Am 20. Juni 2013 hat das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen (MWEIMH) im Kabinett die Eckpunkte der NRW-CSR-Strategie vorgestellt. Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen wurde beauftragt, das Konzept unter Beteiligung der Organisationen der Wirtschaft und in Abstimmung mit den Ressorts weiter zu entwickeln und erneut zu berichten.

CSR-Verständnis

In seinem CSR-Verständnis orientiert sich das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen an den Definitionen der Bundesregierung und der Europäischen Union, die richtungsweisend für die CSR-Debatte sind. Die Europäische Union hat in ihrem Grünbuch 2001 CSR als ein System definiert, „das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“¹.

Die Bundesregierung definiert CSR als „die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen über gesetzliche Anforderungen hinaus. CSR steht für eine nachhaltige Unternehmensführung im Kerngeschäft, die in der Geschäftsstrategie des Unternehmens verankert ist. CSR ist freiwillig, aber nicht beliebig“².

Nach der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 veränderte die Europäische Kommission ihre CSR-Definition; sie bezeichnete CSR nun umfassend als „die Verantwortung der Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“³. Mit dieser Neudefinition betont die Europäische Kommission die wachsenden Anforderungen an Unternehmen im globalen Markt, die aus zum Teil wenig transparenten Verflechtungen transnationaler Wertschöpfungsketten und Produktionsprozesse resultieren.

Kern der genannten CSR-Definitionen ist der Begriff der Verantwortung. Er markiert die Ansprüche der Gesellschaft an Unternehmen und wendet sich gegen eine ausschließliche Orientierung am Gewinn und am Shareholder Value. Erwartet wird die Übernahme von Verantwortung in allen ökonomischen, ökologischen und sozialen Belangen des Unternehmens.

Insoweit verschiebt das CSR-Konzept den Blick von den Shareholdern auf die Stakeholder. Es stellt ein Gleichgewicht zwischen unternehmerischem Eigeninteresse und den berechtigten Anliegen Dritter her.

Damit verbunden sind Image- und Reputationsgewinne für die Unternehmen, bessere Chancen bei der Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter und eine bessere Positionierung des Unternehmens im Wettbewerb.

1 Europäische Kommission: Grünbuch, Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen, Brüssel 2001, S. 7.

2 Nationales CSR-Forum: Empfehlungsbericht des Nationalen CSR-Forums an die Bundesregierung, Berlin 2010, S. 7.

3 Europäische Kommission: Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR) Brüssel 2011, S. 7.

CSR in DAX 30-Unternehmen

In den letzten Jahren ist deutlich erkennbar, dass sich immer mehr Unternehmen in NRW ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen und CSR als zukunftsweisendes Konzept und Management-Tool nutzen.

Große Unternehmen mit über 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern haben ihre gesellschaftliche Verantwortung professionalisiert und im Kerngeschäft verankert. Zur Spitzengruppe gehören insbesondere die DAX 30-Unternehmen, die sich in vielen nationalen und internationalen Initiativen engagieren. Dazu zählt vor allem der Global Compact der Vereinten Nationen, die weltweit größte und wichtigste Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Zur Achtung und Förderung der zehn Prinzipien des Global Compact haben sich acht von neun DAX 30-Unternehmen verpflichtet. Auch in der CSR-Berichterstattung, die ab 2017 für kapitalmarktorientierte Unternehmen ab 500 Beschäftigten gilt, sind die DAX-Unternehmen gut aufgestellt. Acht von neun DAX 30-Unternehmen orientieren sich in ihrer Berichterstattung an der Global Reporting Initiative (GR 4), dem „Goldstandard“ der CSR-Berichterstattung. Damit unterstreichen sie ihre Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln gegenüber der Gesellschaft wie auch entlang der Wertschöpfungskette und halten wesentliche Fortschritte und Herausforderungen ihrer Tätigkeit fest. Die Berichterstattung dient dabei nicht nur der Kommunikation nach außen, sondern auch als Steuerungsinstrument nach innen. Das neunte Unternehmen ist erst im letzten Jahr in den DAX-30 aufgerückt und hat in diesem Jahr seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt.

NRW-Unternehmen im Deutschen Global Compact Netzwerk

Dem Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN) haben sich bundesweit bislang 325 Unternehmen angeschlossen – von Konzernen über Mittelständler bis hin zu kleinen Unternehmen. Von den 325 Unternehmen kommen 133 aus Nordrhein-Westfalen. Das heißt: Mehr als jedes dritte Unternehmen im Deutschen Global Compact hat seinen Sitz in NRW. Auf dem zweiten Platz folgt mit großem Abstand Bayern. Hier haben sich 72 Unternehmen dem Global Compact angeschlossen.

CSR im Bankensektor

Auch die Banken beschäftigen sich – ausgelöst durch die Finanz- und Wirtschaftskrise – intensiv mit ihren Werten und ihrer Unternehmenskultur. Das ist von nicht zu unterschätzender Bedeutung, da die Banken aufgrund ihrer besonderen Stellung im Wirtschaftsgefüge mit ihren Entscheidungen über die Vergabe finanzieller Mittel Entwicklungen in anderen Wirtschaftssektoren beeinflussen. Die nachhaltigere Ausrichtung ihres Geschäftsmodells hilft den Banken, ökonomische Risiken und Reputationsrisiken zu vermeiden. Gleichzeitig reagieren die Geldinstitute damit auf Gesetzgebungsinitiativen beispielsweise zur besseren Eigenkapitalausstattung, zur Corporate Governance oder zu Vergütungsfragen und nicht zuletzt auf Forderungen von Investoren. Vor allem institutionelle Investoren, wie zum Beispiel Stiftungen oder Fondsgesellschaften, verlangen inzwischen ein klares Bekenntnis ihres Bankpartners zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell.

Folgerichtig wird gesellschaftliche Verantwortung mehr und mehr in Leitbildern, allgemeinen Handlungsanweisungen und Richtlinien von Banken festgehalten. Die Policies zeigen, wofür die Bank steht und sind grundlegende Richtschnur für Einzelentscheidungen. Einer Umfrage der Verbraucherzentrale NRW von 2016 zufolge bieten inzwischen rund drei Viertel der Genossenschaftsbanken, Sparkassen und Privatbanken nachhaltige Geldanlagen und rund 62 Prozent nachhaltige Investmentfonds an. Befragt wurden Privatbanken mit Sitz in Deutschland, regionale Sparkassen und Volksbanken in NRW sowie überregionale Genossenschaftsbanken und Landesbanken.

Einige Banken arbeiten in ihren Anlageentscheidungen mit harten Ausschlusskriterien. Sie meiden beispielsweise Unternehmen, die mit der Produktion von Waffen oder Munition in Verbindung gebracht werden. Auch Kreditanfragen werden mit Blick auf Nachhaltigkeitsrisiken geprüft.

Der Nachhaltigkeit sieht sich auch die Förderbank des Landes, die NRW.Bank verpflichtet. Seit 2013 bietet die NRW.Bank Green Bonds in Höhe von inzwischen 500 Millionen Euro an, um damit Projekte im Umwelt- und Klimaschutz in NRW zu refinanzieren. Am 16. Juni 2016 hat die Bank ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

Gleichwohl tun sich in der Praxis der Banken noch viele ungelöste ethische Fragen auf – beispielsweise zur Finanzierung bestimmter Unternehmensgruppen oder zu Einzelbereichen des Investmentbankings. Der eingeschlagene Weg zu mehr Unternehmensverantwortung im Bankensektor muss daher weiter fortgesetzt werden.

CSR im Mittelstand

Kleine und mittlere Unternehmen übernehmen oft im lokalen und regionalen Rahmen in vorbildlicher Weise gesellschaftliche Verantwortung. Sie engagieren sich aus ihrer Tradition heraus für ihre Mitarbeiter und den Standort, an dem sie tätig sind. Anders als die großen Unternehmen verknüpfen sie ihr Handeln allerdings selten strategisch mit ihrem Kerngeschäft und vergeben damit eine Vielzahl von Chancen.

Umso deutlicher tritt eine noch kleine Gruppe von kleinen und mittleren Unternehmen in Erscheinung, die CSR professionell als Instrument für die Entwicklung zusätzlicher Ressourcen, für die Mitarbeiter- und Kundengewinnung und für den Aufbau von Vertrauen, dem wichtigsten Sozialkapital von Unternehmen nutzen.

Nach Schätzungen von Experten machen diese „CSR-Pioniere“ inzwischen fünf bis acht Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen in NRW aus.



Mitgliederversammlung des Vereins „Handwerk mit Verantwortung“ 2016 (Foto: Handwerk mit Verantwortung)



Steinbildhauer Timothy C. Vincent bei der Arbeit
(Foto: Privat)

Zu den Vorreiter-Unternehmen im Handwerk gehört die 2003 in Wetter gegründete Steinbildhauerei Timothy C. Vincent. Sie stellt Kunstobjekte und Grabmale aus Natursteinen her. Leitlinie des Unternehmens ist es, sich durch seine Nachfrage nach Natursteinen weder mittelbar noch unmittelbar an Menschenrechtsverletzungen zu beteiligen und die Umwelt zu schützen. 2015 hat das Unternehmen erstmals nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex einen CSR-Bericht erstellt. Dieses Engagement lohnt: In den 13 Jahren der Geschäftstätigkeit konnten immer mehr Kunden gewonnen und für das Thema Nachhaltigkeit im Natursteinbereich sensibilisiert werden. Der Handwerksbetrieb wächst und weitet seinen Einzugsbereich mehr und mehr aus.

CSR im Handwerk

Zu den Unternehmen, die CSR professionell im Kerngeschäft verankern wollen, gehören u.a. die Mitgliedsunternehmen des Vereins „Handwerk mit Verantwortung“. Die Initiative, die im November 2015 gegründet wurde, bietet Handwerksbetrieben, wie beispielsweise Bäckereien, Holzbildhauern, Steinmetzen und Designern Hilfestellung und Unterstützung an.

Ziele der CSR-Strategie NRW

Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und CSR gehören zusammen. Daher ist es das Ziel der Wirtschaftspolitik, CSR in die Breite der Unternehmen zu tragen. Ziel ist, dass sich immer mehr Unternehmen zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bekennen und sich über gesetzliche Anforderungen hinaus für Umweltschutz, für gute Arbeit, faire Lieferbeziehungen und für einen offenen Dialog mit der Gesellschaft engagieren – und zwar nicht nur im eigenen Land, sondern auch im globalen Markt. Denn auch hier gilt, dass Unternehmen nicht nur mit Qualität und Innovationskraft, sondern auch durch nachhaltiges Handeln überzeugen müssen.

Vor diesem Hintergrund wurden in den vergangenen fünf Jahren eine Reihe von Maßnahmen und Instrumenten entwickelt, die auf Bewusstseinsbildung, die Vermittlung von CSR-Kompetenz und den Ausbau von Netzwerken zielen:

1. Wir machen gute Unternehmenspraxis sichtbar.

Die Sichtbarkeit von CSR ist eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass die für Unternehmen entscheidenden Zielgruppen – die Kunden, Lieferanten, Investoren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen würdigen und auf dem Markt honorieren können. Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen stellt deshalb in vielen Veranstaltungen, Foren und Informationsangeboten die Vielfalt des freiwilligen gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen dar und hebt gute CSR-Praxis hervor.

Diesem Ziel dienen u.a. die neue Internetseite www.csr.nrw.de sowie die CSR-Botschafter der CSR-Kompetenzzentren – erfolgreiche Unternehmer, die für gesellschaftliche Verantwortung, Nachhaltigkeit und aktives Engagement in ihrer Region stehen. Sie stellen sich als Sympathie- und Know-how-Träger zur Verfügung, geben Hinweise zur Umsetzung von CSR im Unternehmen und tragen zur Vernetzung der CSR-Unternehmen untereinander bei.



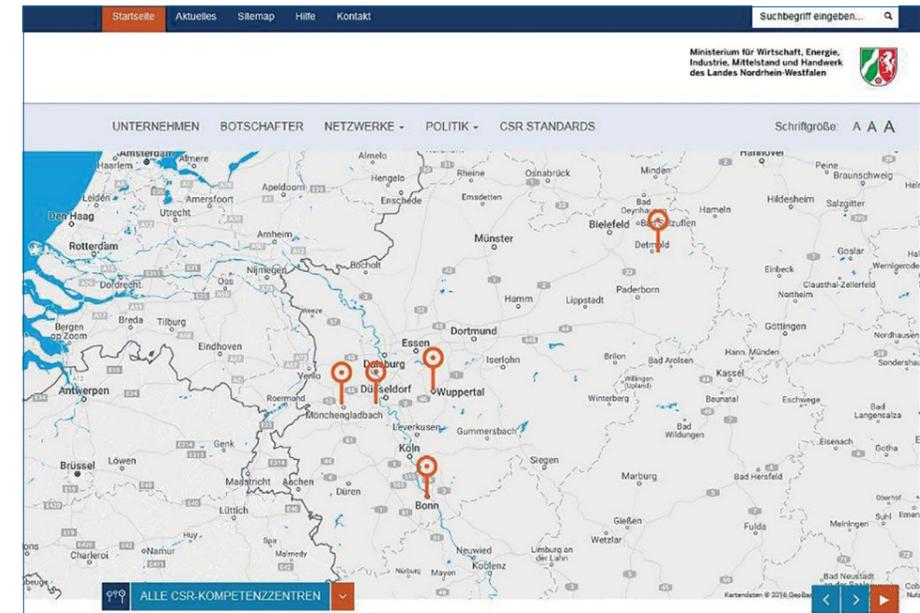
Zu den CSR-Botschaftern in NRW gehören die Geschäftsführer des Tanzhauses Bonn, Sandór Krönert und Timo Müller (Foto links: Tanzhaus Bonn). Das Tanzhaus bietet Unterricht in allen Tanzformen, Choreografien, Bühnenshows, Moderation und Veranstaltungsorganisation an. Viel Spaß haben Menschen mit Handicap beim Paradance, dem CSR-Projekt des Tanzhauses. (Foto rechts: MWEIMH/Roberto Pfeil)

Zur Sichtbarmachung von CSR gehört auch die Prämierung vorbildlicher Akteure. Dies geschieht mit Hilfe von bundesweiten CSR-Preisen wie dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis, der seit 2008 in Düsseldorf verliehen wird, aber auch durch viele kleinere Preise, die besondere Leistungen in Einzelthemen, Branchen und Regionen honorieren. Zu nennen sind beispielsweise der CSR-Preis Ostwestfalen-Lippe, der vom CSR-Kompetenzzentrum Ostwestfalen-Lippe und der Initiative für Beschäftigung OWL e.V. verliehen wird, der Unternehmerpreis „erfolgreich nachhaltig“ des Sozialinstituts Kommende in Dortmund oder der Fair Trade-Award des TransFair e.V. Köln. Die Preise würdigen das gesellschaftliche Engagement der Wirtschaft, fördern den Wissenstransfer und regen zur Nachahmung an.



2. Wir bieten kleinen und mittleren Unternehmen Information und Beratung an.

Anfang 2016 haben fünf CSR-Kompetenzzentren ihre Arbeit aufgenommen, die im Rahmen eines Interessenbekundungsverfahrens von einer unabhängigen Jury ausgewählt worden sind. Die CSR-Kompetenzzentren sind in ihrer Region breit vernetzt und haben direkte Zugänge zu den Unternehmen. Projektträger sind die Gilde Gewerbe- und Innovationszentrum Lippe-Detmold GmbH (Region Ostwestfalen-Lippe), die Wirtschaftsförderung des Rhein-Kreis Neuss (Region Rhein-Kreis Neuss), die Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg (Regionen Bonn und Aachen), die Wirtschaftsförderung Mönchengladbach und das Wuppertaler Collaborating Center on Sustainable Consumption and Production (CCSCP) in Kooperation mit dem Business Angels Netzwerk Deutschland e.V.



CSR-Internetseite des Landes NRW: csr.nrw.de

Die CSR-Kompetenzzentren Rhein-Kreis Neuss, Ostwestfalen-Lippe und Bonn/Rhein-Sieg richten sich mit ihrem Angebot an kleine und mittlere Unternehmen aller Branchen; das CSR-Kompetenzzentrum Textil und Bekleidung in Mönchengladbach adressiert die Unternehmen der Textil- und Bekleidungsindustrie, der CSR-Hub NRW in Wuppertal die Gründerinnen und Gründer.

Auf der Textil- und Bekleidungsindustrie liegt ein besonderer Fokus, weil die Textilbranche wegen der schlechten Arbeitsbedingungen in ihren weltweiten Produktionsstätten in der Kritik steht. Das CSR-Kompetenzzentrum bietet den Unternehmen Handlungshilfen an, um Transparenz in der Lieferkette herzustellen, die Standards der Zulieferbetriebe weiterzuentwickeln und zu einer Verbesserung der Arbeitsbedingungen beizutragen. Es ergänzt damit das 2014 gestartete Bündnis für nachhaltige Textilien auf der Bundesebene, indem es Unternehmen über konkrete Ansatzpunkte des Lieferkettenmanagements informiert.

Gründerinnen und Gründer werden durch den CSR Hub NRW in Wuppertal angesprochen, dessen Zielgruppe Start-ups und ihre Finanzierungspartner sind. Ihnen werden die positiven Auswirkungen von CSR-Maßnahmen auf den Unternehmenserfolg von Anfang an vor Augen geführt; gleichzeitig erhalten sie einen Überblick über CSR-Instrumente, die auch für Kleinunternehmen geeignet sind.

Nahezu alle CSR-Kompetenzzentren arbeiten mit den örtlichen Hochschulen zusammen, um neuestes CSR-Wissen in ihre Arbeit einfließen zu lassen. Das CSR-Kompetenzzentrum Ostwestfalen hat gemeinsam mit der Fachhochschule des Mittelstands in Bielefeld einen Business Talk zum Thema „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“ durchgeführt. Das CSR-Kompetenzzentrum Rhein-Kreis-Neuss kooperiert mit der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf, die einen CSR-Check für Unternehmen anbietet und mit einem neu entwickelten CSR-Barometer einmal im Jahr den CSR-Kennnisstand in der Region misst. Das CSR-Kompetenzzentrum Bonn-Rhein-Sieg und die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bieten gemeinsam CSR-Frühstücke mit Unternehmen und Studierenden an. Der Austausch dient auch dazu, einen Pool für Masterarbeiten der Studierenden zu generieren und deren Ergebnisse zu verbreiten. Darüber hinaus können in diesem Zusammenhang Stellenanzeigen von CSR-Unternehmen bei den Studierenden kommuniziert werden.

Das CSR-Kompetenzzentrum Textil + Bekleidung hat Vertreter der Hochschule Niederrhein und der Forschungsstelle für allgemeine und textile Marktwirtschaft der Universität Münster als Kooperationspartner gewonnen; in Vorbereitung ist eine Studie zur bisherigen Nutzung von CSR in Unternehmen der Textil- und Bekleidungsindustrie.

Die Instrumente der CSR-Kompetenzzentren reichen von CSR-Checks und CSR-Sprechstunden über Unternehmensbesuche in vorbildlichen Unternehmen, bis hin zu Informationsveranstaltungen, Workshops, Mailings oder Direktansprachen von kleinen und mittleren Unternehmen bei Veranstaltungen und Messen.

Im Mittelpunkt der Veranstaltungen und Workshops stehen die Bedarfe der Unternehmen. Zentrale Themen sind die Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterpartizipation am Arbeitsplatz, Mitarbeitervielfalt in der Personalauswahl (Diversity), Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz, die Achtung von Verbraucherinteressen, die Übernahme von Verantwortung für die Lieferkette, die Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität und eine offene und sachgerechte Kommunikation mit den Anspruchsgruppen. Dabei verfolgen die CSR-Kompetenzzentren einen ganzheitlichen Beratungsansatz, der die Bereiche Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen umfasst.

In den ersten Monaten ihrer Tätigkeit haben die CSR-Kompetenzzentren zusammen rund 4.800 Unternehmenskontakte hergestellt. An Informationsveranstaltungen und Workshops haben 663 Unternehmen teilgenommen.

Die Rückmeldungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu den angebotenen Veranstaltungen sind positiv. Die Unternehmen begrüßen es, sich zu dem komplexen Thema CSR austauschen zu können und regen an, CSR-Module auch in Veranstaltungen Dritter zu integrieren. Als besonders wichtig wird die Vorstellung von Praxisbeispielen aus kleinen und mittleren Unternehmen erachtet.

3. Wir initiieren branchenbezogene CSR-Strategien.

Vor dem Hintergrund der Debatte um Menschenrechtsverletzungen, Umweltverschmutzung und nicht akzeptable Arbeitsbedingungen in den Zulieferbetrieben Asiens, Süd- und Mittelamerikas und Afrikas hat das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen seit 2012 mehrere Workshops durchgeführt, um branchenspezifische Herausforderungen bei CSR zu thematisieren. Dazu zählten Workshops mit der Energiewirtschaft, der Textil- und Bekleidungsindustrie, dem Handel sowie der IT-Wirtschaft. Themen waren die Sorgfaltspflicht der Unternehmen in der Überwachung der Lieferkette, die Verbesserung des Energie- und Ressourcenverbrauchs in der Produktion sowie die Vermittlung der Vorteile eines nachhaltigen Produktangebots gegenüber den Kunden. Die Vorstellung freiwilliger Brancheninitiativen (Better Coal, Fair Wear Foundation, Business Social Compliance Initiative, etc.), die die Unternehmen bei der Verbesserung sozialer Standards unterstützen, rundete das Angebot ab.

4. Wir tragen dazu bei, CSR-Themen in den Wirtschaftswissenschaften zu verankern und bringen Kooperationen zwischen Unternehmen und Hochschulen voran.

Eine grundlegende wertorientierte Ausbildung ist Voraussetzung für die Urteils- und Handlungskompetenz in der globalen Wirtschaft. Die Unternehmen brauchen Fach- und Führungskräfte, die die in ihrem Berufsleben auftretenden Konflikte zwischen Markt und Moral einordnen und bewerten können. Dies ist vor allem eine Anforderung an die Wirtschaftswissenschaften, die das Gros der Nachwuchskräfte in Unternehmen stellen, gilt aber auch für viele andere Fachbereiche. Denn CSR kann seine Wirkung am besten durch interdisziplinäre Zugänge und eine enge Verknüpfung von Wissenschaft und Praxis entfalten.



„CSR-Dialog Wirtschaft – Wissenschaft“ in der Hochschule Bonn / Rhein-Sieg (2012) (Foto: Hochschule Bonn/Rhein-Sieg)



Wissenschaftler diskutieren mit Unternehmern (Foto: Hochschule Bonn/Rhein-Sieg)

Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen hat deshalb einen CSR-Arbeitskreis Hochschulen eingerichtet und im Dezember 2012 mit Unterstützung des Ministeriums für Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen eine Konferenz zum Thema „CSR-Dialog Wirtschaft – Wissenschaft“ durchgeführt. Die Tagung hat Anreize für eine stärkere Verankerung von CSR-Themen in Forschung und Lehre gegeben und zum Austausch der in diesem Bereich arbeitenden Hochschulen beigetragen. Kooperationspartner waren 19 Hochschulen sowie das studentische Netzwerk für Wirtschaftsethik, sneep. In der Konferenz wurde erstmals der von der FOM-Hochschule Essen und der Universität Paderborn erarbeitete CSR-Atlas NRW vorgestellt, der einen Überblick über die CSR-Angebote der NRW-Hochschulen gibt.



Staatssekretär Dr. Günther Horzetzky mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern des CSR-Hochschulkreises (Foto: MWEIMH/Mareike Sassenscheidt)

In der Folgezeit beteiligten sich an dem durch Staatssekretär Dr. Günther Horzetzky geleiteten CSR-Hochschulkreis über 40 Hochschulen.

Nach einer aktuellen Umfrage von September 2016 sind die wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge in NRW inzwischen im Themenfeld CSR gut aufgestellt. Bei nahezu allen der an der Umfrage teilnehmenden 26 Hochschulen wurden bestehende Lehrmodule um CSR-Themen erweitert oder eigene CSR-Module entwickelt. Letztere liegen sowohl im optionalen als auch im Pflichtbereich des BWL-Studiums. Darüber hinaus bieten einige Hochschulen auch Abschlüsse im Themenfeld CSR an, wie beispielsweise den Master-Abschluss Sustainability Management.

Auch in der Forschung hat CSR einen festen Platz. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler untersuchen das gesamte Spektrum der CSR-Themen und arbeiten häufig mit Kollegen anderer Fachbereiche zusammen. Um diese fachübergreifende Arbeit zu verstetigen und CSR-Kompetenz zu bündeln, haben zahlreiche Hochschulen interdisziplinäre Arbeitsgruppen und Plattformen etabliert, an denen sich teilweise auch externe Akteure und Unternehmen beteiligen.

Studierendeninitiativen wie sneep und Enactus geben wichtige Impulse für die Lehre. Nicht zuletzt unterstreichen hunderte von Seminar- und Abschlussarbeiten das hohe Interesse der Studierenden an Verantwortungsthemen.

Kontakte zu Unternehmen werden insbesondere durch Kooperationen bei Abschlussarbeiten und Forschungsprojekten hergestellt. Alle befragten Hochschulen halten eine Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Unternehmen für wünschenswert. Der Zugang zu den Unternehmen gelingt aber bislang nicht allen Hochschulen gleich gut.

7. Wir helfen mit beim CSR-Netzwerken.

In den letzten Jahren sind eine Reihe von CSR-Netzwerken in NRW entstanden, mit denen das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handel des Landes Nordrhein-Westfalen in Austausch steht. Einige wurden durch das inzwischen eingestellte Bundesprogramm „CSR im Mittelstand“ gefördert, andere sind unabhängig davon entstanden.

Zu nennen sind beispielsweise die Projekte

- „Change pro CSR“ des Netzwerks Industrie RuhrOst (NIRO), an dem sich 44 Unternehmen der Maschinenbau-, Metall- und Elektronikindustrie beteiligten;
- das Projekt „CSR-ein Gewinn für alle“, das der Diözesan Caritasverband für das Erzbistum Köln in Kooperation mit dem Bund Katholischer Unternehmer durchgeführt hat. An den Workshops und Schulungen haben sich nach Angaben des Caritasverbandes 42 Unternehmen beteiligt; im Mittelpunkt standen Kooperationsprojekte zwischen Unternehmen und Wohlfahrtsverbänden;
- das Projekt MIT 3 – Mitverantwortung und Mitbestimmung im Mittelstand des DGB-Bildungswerks und seiner Partner. Hier wurde eine CSR-Beratung für Betriebsräte durchgeführt. Im Zeitraum 2012–2014 wurden insgesamt 61 Betriebe erreicht. An Beratungen, Schulungen, Vorträgen und Veranstaltungen haben nach Angaben des DGB-Bildungswerks 1382 Personen teilgenommen;
- der Verein future e. V. Münster hat das Projekt „DemografieFit“ durchgeführt, das sich mit Personalgewinnung und -bindung im demografischen Wandel beschäftigte. An den Workshops haben 67 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus 16 Unternehmen teilgenommen. Über Transferveranstaltungen wurden 231 Unternehmen erreicht;
- das Projekt WEGE-Wirtschaftlicher Erfolg durch gesellschaftliches Engagement der Zentralstelle für Weiterbildung im Handwerk (ZWH). Die ZWH arbeitete mit 17 Unternehmen zusammen und stellte die Ergebnisse den 53 Handwerkskammern zur Verfügung. Dutzende Anfragen von Handwerksbetrieben zeigen das steigende Interesse des Handwerks an CSR-Themen. Dies bestätigen auch die Betriebsberater im Handwerk. Bei einigen Handwerkskammern gibt es Überlegungen, CSR auch in die Meisterprüfungsvorbereitung mit einzubringen, etwa im Kontext des Marketings und der Bewerberakquise.

Darüber hinaus sind Initiativen entstanden, die den Fokus auf regionale Herausforderungen richten, wie beispielsweise das 2013 von der Dortmunder Wirtschaftsförderung und ihren Partnern gegründete CSR-Netzwerk Dortmund. Zu den Mit-Initiatoren zählen Organisationen aus Wirtschaft, Politik, Kirche und Gesellschaft, wie Die Familienunternehmer, der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e. V., der Evangelische Kirchenkreis Dortmund, die Handwerkskammer Dortmund, die TechnologieZentrumDortmund GmbH, die Unternehmensverbände für Dortmund und Umgebung, WILO SE und die Stadt Dortmund. Derzeit umfasst das Netzwerk über 80 Unternehmen, die sich unter dem Logo: „Bewusst wie! Verantwortung verändert Dortmund“ treffen.

Weitere Beispiele unternehmerischen Engagements für die Region finden sich in Ostwestfalen-Lippe. Mit Unterstützung des Projekts „Verantwortungspartner“ der Bertelsmann-Stiftung haben sich hier Unternehmen zusammen geschlossen, die gemeinsam Ideen und Angebote für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf, für Bildungsprojekte, Arbeitnehmerintegration und die Förderung älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Unternehmen entwickeln.

8. Wir fördern den Dialog zwischen Unternehmen und Gesellschaft.

Mit der 2011 gestarteten Reihe der Ständehausgespräche zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen hat das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen ein Dialogformat entwickelt, das Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft zusammenbringt. Inzwischen wurden acht Ständehausgespräche zu aktuellen Verantwortungsthemen durchgeführt, an denen sich insgesamt 2150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer beteiligten.



Ständehausgespräch **Geschäft und Verantwortung im Fußball** mit (v.l.) Christoph Metzelder, ehem. Nationalspieler und Vorstand der Christoph Metzelder Stiftung, Prof. Dr. Markus Kurscheidt/Universität Bayreuth, Michael Schade, Sprecher der Geschäftsführung Bayer04 Leverkusen, Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA, Wirtschaftsminister Garrelt Duin, Hans-Joachim Meyer, Präsidiumsmitglied Borussia VfL 1900 Mönchengladbach GmbH (Foto: MWEIMH/Ralph Sondermann)



Ständehausgespräch **CSR als Chance für die Markenkommunikation**: Wirtschaftsminister Garrelt Duin im Gespräch mit Dr. Hermann Bühlbecker (Foto: MWEIMH/Ralph Sondermann)

Ein Novum im Veranstaltungsangebot des Landes war auch der CSR-Summit „Corporate Social Responsibility – Wie man Richtig Geld verdienen kann“ (2012), an dem sich zwölf Vorstandsvorsitzende der umsatzstärksten Unternehmen in NRW - ARAG SE, Bayer AG, BP Europa SE, E.ON SE, Ergo Versicherungsgruppe, Germanwings, Henkel AG & Co.KG, ista Deutschland GmbH, Kölner Verkehrsbetriebe AG, Lanxess AG, RheinEnergie AG und RWE AG beteiligten. Im Mittelpunkt standen die gesellschaftlichen Anforderungen an Unternehmen.



CSR-Summit 2012 mit Olaf Scholz, 1. Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg, Wirtschaftsminister Garrelt Duin und Vorstandsvorsitzenden von zwölf Unternehmen (Foto: MWEIMH/Ralph Sondermann)



Podiumsdiskussion mit (v.l.) Prof. Dr. Norbert Bolz, TU Berlin, Dr. Hermann Bühlbecker, Alleingesellschafter der Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co.KG, Dr. Werner Wolf, Sprecher der Geschäftsführung der Bittburger Braugruppe GmbH, J. Wolfgang Kirchhoff, Geschäftsführer der Kirchhoff Automotive Gruppe (Foto: MWEIMH/Ralph Sondermann)



CSR-Summit 2012 (Foto: MWEIMH/Ralph Sondermann)

9. Wir geben Anreize für verantwortungsvolles Wirtschaften im Rahmen öffentlicher Vergaben.

Mit der Novellierung des Tariftreuegesetzes strebt das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen die Beseitigung bürokratischer Hürden unter Beibehaltung der ökologischen und sozialen Ziele des Gesetzes an. Durch die Einführung eines Siegelsystems soll die Einhaltung von Standards nunmehr besser und einfacher nachgewiesen werden. Die Anforderungen des Tariftreuegesetzes fließen auch in Dialogveranstaltungen mit Unternehmen zur gesellschaftlichen Verantwortung in der Lieferkette ein.

10. Wir machen auf Verantwortungsthemen der Zukunft aufmerksam.

Ein Wirtschaftsbereich der Zukunft ist die Sharing Economy, die unterschiedlichste Ausprägungen aufweist und Chancen, aber auch Risiken mit sich bringt.

Die Sharing Economy bezeichnet das Teilen von Ressourcen im kommerziellen und nichtkommerziellen Bereich. Durch das Internet und digitale Plattformen ist das Teilen viel einfacher geworden und hat sich als Geschäftsmodell für Online-Plattformen, Internet-Startups und „Prosumenten“ etabliert. Über Unternehmen wie AirBnB oder Uber können Privatpersonen beispielsweise unkompliziert Wohnungen und Fahrdienstleistungen anbieten, Startups wie Helpling vermitteln Reinigungsdienstleistungen, über Crowd-Funding-Plattformen geben Verbraucher Privatkredite an Unternehmen. Zudem interagieren nicht mehr nur Privatpersonen, sondern auch Unternehmen mit Privatpersonen oder Unternehmen mit Unternehmen. Die Bandbreite der Aktivitäten und Geschäftsmodelle ist nahezu unüberschaubar. Zu den wichtigsten Sektoren gehören: Finanzdienstleistungen, Transportangebote, Vermietungsangebote, Sharing von Gütern, Sharing von Dienstleistungen und das Sharing von Medien/Unterhaltungsangeboten.

Um Erkenntnisse über die quantitativen und qualitativen Auswirkungen der Sharing Economy auf die NRW-Wirtschaft zu gewinnen, hat das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen eine Studie in Auftrag gegeben. Die Studie soll die Bedeutung dieser über Internet-Plattformen vorangetriebenen Formen des Wirtschaftens in NRW untersuchen und Aussagen zu ihrer künftigen Entwicklung machen.

Sie soll gleichzeitig Ausgangspunkt für einen Dialog mit Unternehmen über die gesellschaftliche Verantwortung in digitalen Geschäftsmodellen sein.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten:

- Inwieweit führen Sharing Angebote zur Einsparung von Ressourcen?
- Wie verändern sie Beschäftigungsverhältnisse?
- Welche Auswirkungen haben Sharing Angebote auf etablierte Unternehmen und Anbieter?

11. Zwischenbilanz und künftige Projekte

Am 19. September 2016 hat das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk gemeinsam mit den CSR-Kompetenzzentren und Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik eine Zwischenbilanz „5 Jahre CSR-Politik in NRW“ gezogen und einen Stakeholderdialog zur Weiterentwicklung der CSR-Strategie NRW eingeleitet. Als Ergebnis wurde festgehalten, dass CSR gesellschaftliche Wertvorstellungen transportiert und Unternehmen von innen heraus verändert. In dem Maße, in dem die Anforderungen der Gesellschaft an Unternehmen steigen, hat die Wirtschaft auch die Zuschreibung von Verantwortung akzeptiert. In kleinen und mittleren Unternehmen geschieht dies aus der Tradition des Ehrbaren Kaufmanns heraus. Aber auch die großen Unternehmen verändern ihre Strukturen und Prozesse, um ihrer Verantwortung insbe-

sondere im globalen Markt gerecht zu werden. Sie akzeptieren, dass sie an ihren weltweiten Standorten und in transnationalen Lieferketten gefordert sind, in ihrem Einflussbereich Verantwortung zu übernehmen – selbst wenn verlässliche politische Rahmenbedingungen fehlen.

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen hat mit den eigenen Unternehmenswerten zu tun, ist aber auch Mittel zum Zweck. Unternehmen wollen damit im Wettbewerb um Fachkräfte punkten, Risiken minimieren und ihre „License to operate“ sichern. Sie nutzen CSR als Management-Tool, um ökonomische, ökologische und soziale Interessen des Unternehmens auszubalancieren. Eigennutz und gesellschaftlicher Nutzen sind für sie zwei zusammengehörende Seiten einer Medaille. Über ein funktionales Verständnis gesellschaftlicher Verantwortung hinaus gibt es immer mehr Unternehmen, die sich als Mitgestalter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen sehen und damit eine proaktive politische Rolle einnehmen. Der kontinuierliche Dialog mit ihren Stakeholdern schärft ihr Sensorium für gesellschaftliche Themen und gesellschaftlichen Handlungsbedarf, wie er sich zum Beispiel bei der Integration von Flüchtlingen zeigt.

Trotz unklarer Bleibeperspektive vieler Flüchtlinge, mangelnden Sprachkenntnissen, kulturellen Unterschieden und rechtlichen Hürden engagiert sich die Wirtschaft mit einem umfangreichen Maßnahmenbündel, das von Geld- und Sachspenden über die Bereitstellung von Infrastruktur und unternehmenseigenen Ressourcen, Sprachkurse, die Freistellung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die Organisation von Sport- und Bildungsveranstaltungen bis hin zu Angeboten der Berufsorientierung, Praktika und Ausbildungsplätzen reicht. Neben dem Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen viele Unternehmen ihre eigenen Netzwerke mit ein, helfen Flüchtlingen und ihren Familien bei der Bewältigung des Alltags und eröffnen ihnen Perspektiven.

Hervorgehoben wurde, dass gesellschaftliche Verantwortung nicht verordnet werden kann, sondern erst durch ein Zusammenwirken von Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft gelingt. Unter dieser Voraussetzung kann die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung identitätsstiftend für Unternehmen und Gesellschaft in einem sich schnell verändernden Umfeld sein.

Vorschläge zur Weiterentwicklung der CSR-Strategie NRW

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der CSR-Zwischenbilanz-Veranstaltung erarbeiteten an sog. Thementischen Vorschläge zur Weiterentwicklung der CSR-Strategie. Das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen wird diese Vorschläge in einer weiteren Diskussionsveranstaltung am 9. Dezember 2016 bewerten und die als prioritär eingestuften Vorschläge in 2017 umsetzen. Folgende Vorschläge wurden erarbeitet:

1. Thementisch: Innovation

Welche neuen CSR-Herausforderungen werfen disruptive Innovationen auf? Wie kann die Landesregierung das Innovationspotenzial von CSR besser herausstellen?

Disruptive Innovationen, wie z.B. die Digitalisierung sind ambivalent und daher nicht von einem einzelnen Unternehmen zu bewerten. Die Landesregierung sollte ein übergeordnetes Leitbild bzw. allgemeine Leitplanken anbieten, an denen sich Unternehmen orientieren können.

Insbesondere KMU beschäftigen sich noch zu wenig mit der Digitalisierung und ihren Konsequenzen. Die Landesregierung kann solche Unternehmen durch Sensibilisierungsmaßnahmen unterstützen. Innovationsthemen wie „Digitalisierung“ sollten ein Thema der CSR-Kompetenzzentren sein und in deren Beratungsangebote einfließen.

Die Digitalisierung verändert das Arbeitsleben umfassend. Die Landesregierung sollte Unternehmen für neue Instrumente und Ansätze im Personalmanagement sensibilisieren, mit denen Mitarbeiter motiviert und langfristig gebunden werden können.

2. Thementisch: Unternehmen und Gesellschaft

Wie kann die Landesregierung den Austausch zwischen Unternehmen und Zivilgesellschaft unterstützen? Wie können trisektorale Kooperationen zwischen lokalen/regionalen Stellen, Unternehmen und Organisationen aus dem Dritten Sektor angeregt werden?

Über CSR sollte mehr aufgeklärt werden; es sollte ein Querschnittsthema in möglichst vielen Ressorts der Landesregierung sein.

Die Landesregierung sollte auf Verbraucher und Zivilgesellschaft einwirken, um den Dialog mit Unternehmen zu intensivieren.

CSR sollte positiv besetzt werden (nicht als „Strafe“ durch Berichtspflicht). Positive Beispiele sollten herausgestellt werden. Es sollte deutlich werden, dass CSR Wettbewerbsvorteile bietet.

Es sollten gemeinsame Veranstaltungsformate für den Dialog zwischen Zivilgesellschaft und KMU entwickelt werden (die Ständehausgespräche des Ministeriums zeigen eher die Position der Konzerne und bieten weniger Ansatzpunkte für KMU).

Bürokratische Hemmnisse, z.B. bei der Vergabe, sollten abgebaut werden.

CSR-Unternehmen sollten „belohnt“ werden durch Siegel, Auszeichnungen, Preise, steuerliche Vergünstigungen.

Das Angebot der CSR-Kompetenzzentren als Ansprechpartner auf Landesebene sollte verstetigt werden; dabei sollten Qualitätskriterien entwickelt und gemeinsame Instrumente wie z.B. die CSR-Botschafter eingesetzt werden.

3. Thementisch: Gute Arbeit

Welche Themen aus dem Bereich „gute Arbeit“ sollte die Landesregierung prioritär aufgreifen: Verbesserung der Arbeitgeber-Attraktivität, Integration von CSR ins Personalmanagement, Leadership in Unternehmen, und Integration von benachteiligten Personen in den Arbeitsmarkt (behinderte Menschen, Flüchtlinge, Ältere)

Neben den o.g. Themen, die allesamt als wichtig angesehen werden, sollte die CSR-spezifische Qualifizierung im Mittelpunkt stehen, nicht nur bei Fach- und Führungskräften, sondern auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Unternehmen. Denn CSR hat starken Einfluss auf die Motivation und die Identifizierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen.

Festgehalten wurde, dass die vorhandenen Strukturen und Angebote für kleine und mittelständische Unternehmen sehr gut greifen und unbedingt langfristig fortgeführt werden sollten – ganz im Sinne des Minister-Wortes „CSR ist kein Sprint, sondern ein Marathon“. Auch die CSR-Sensibilisierung und -Beratung sollte als „Marathon-Lauf“ gesehen werden.

4. Thementisch: Nachhaltige Unternehmensgründungen

Wie kann die Landesregierung nachhaltige Gründerinnen und Gründer oder Social Entrepreneurs/Social Businesses besser sichtbar machen? Braucht diese Gründergruppe besondere Unterstützung?

Das Wirtschaftsministerium sollte die Startercenter NRW für CSR und Social Entrepreneurship sensibilisieren, damit die Berater den Mehrwert des Konzepts in Beratungsgesprächen einfließen lassen können. Gleichzeitig könnten interessierte Startups an das CSR Hub NRW und das Social Impact Lab verwiesen werden. Voraussetzung für die Informationstätigkeit dieser beiden Institutionen wäre die Verfügbarkeit finanzieller Mittel, um praxisnahe Schulungen durchführen zu können. Der Effekt könnte u.a. anderem ein Branding für den Start-up-Standort NRW sein. Es sollte nach außen deutlich werden, dass NRW ein guter Standort für Unternehmen ist, die soziale und ökologische Nachhaltigkeit leben; dies wiederum könnte dazu beitragen, gut ausgebildete Arbeitskräfte nach NRW zu ziehen und den Wirtschaftsstandort in vielerlei Hinsicht stärken.

Das Wirtschaftsministerium sollte nachhaltige Gründerinnen und Gründer sowie Social Entrepreneurs sichtbar machen. Dies könnte über Konzepte wie den „Impact Summit Ruhr“, der vom Social Impact Lab Duisburg organisiert wird, gelingen. Er könnte beim nächsten NRW-Gründergipfel in den Fokus gerückt werden. Auch die Ausweitung bestehender Messe-Konzepte, wie der Beteiligung des Wirtschaftsministeriums an der Fair-Friends-Messe in Dortmund, kann zur Verbesserung der

Sichtbarkeit dieser Unternehmensgruppe beitragen. Hier wäre die Erweiterung über die gesamte Wertschöpfungskette verschiedener Branchen wünschenswert (beispielsweise Start mit der Textilwirtschaft, Nahrungs- und Genussmittelindustrie, etc.). Große, etablierte Unternehmen könnten mit Gründerinnen und Gründern und Social Entrepreneurs auf einem „Marktplatz Innovation und Nachhaltigkeit“ zusammengebracht werden.

Nachhaltige Gründerinnen und Gründer brauchen Kundennähe und Räume, in denen sie experimentieren und ihr Angebot am Markt und durch Konsumenten testen können. Pop-up-Shops und innovative Veranstaltungsreihen in geeigneten Wohn- und Geschäftsquartieren in können eine Möglichkeit sein, Konsumenten für das Angebot junger Unternehmen aufmerksam zu machen. Ein solches realitätsnahes Labor (sog. Living Lab) entsteht gerade im Quartier Arrenberg in Wuppertal. Durch ein neues Beratungsprogramm „Social and Sustainable Entrepreneurship“ (NRW Beratungsprogramm Wirtschaft) könnte die Entwicklung neuer Geschäftsideen zur Lösung gesellschaftlicher Probleme unterstützt werden. Weitere hilfreiche Formate sind Social and Sustainable Startup Nights, Social and Sustainable Startup Werkstätten usw. – oder auch eine Nachgründungsberatung.

Das Wirtschaftsministerium könnte „Social Finance Round Tables“ initiieren, an denen Sozialunternehmer_innen, Banker_innen und Investoren sowie Unternehmensvertreter_innen teilnehmen. Ziel sollte die Entwicklung von neuartigen Finanzierungslösungen für die Seed-Phase ebenso wie für die Wachstumsphase reiferer Sozialunternehmen sein.

5. Thementisch: Umgang mit CSR-Anforderungen der Politik

Wie kann die Landesregierung die aus politischen Direktiven resultierenden Anforderungen an kleine und mittlere Unternehmen verdeutlichen (CSR-Berichtspflicht für große, kapitalmarktorientierte Unternehmen, Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte, Rohstoff-Direktive, etc.)?

CSR in den Unternehmen speist sich einerseits aus den **Motiven der Unternehmen**, andererseits aus **Marktbeobachtung**.

Eine einfache **Systematisierung**, was Politik leistet:

- **Anreize**
- **Regeln/Verordnungen**

Unternehmen leisten schon vieles, was unter CSR zu subsummieren ist. Gerade KMU aber brauchen Orientierung und Beratung. Denkbar wären

- **Clusterberatungen** – Angebote für spezifische Branchen: von dort muss es Angebote zur **Einzelberatung für KMU** geben. Dafür sollte Geld bzw. in begrenztem Umfang ein Experten-/Beraterpool kostengünstig für die Unternehmen bereitgestellt werden.
- „Kümmerer“ in der Region werden als hilfreich empfunden. Eine guter Start war das Programm „CSR im Mittelstand“
- **Best Practice Lösungen** sind sichtbar zu machen: Als Modell könnte man hier den VDI nehmen.

Eine Anreizsetzung für Unternehmen, die nachhaltig produzieren, wäre hilfreich:

- Nachhaltige **Beschaffung** muss unterstützt werden: Wären Preisvorteile für den Einkauf nachhaltiger Produkte denkbar, z.B. **Verzicht oder die Reduktion der Mehrwertsteuer?**
- Zudem braucht es **Innovationsfreiräume**, um sich auszuprobieren.
- **Unternehmenspreise** helfen finanziell und machen Unternehmen sichtbar.
- **Gute Presse** unterstützt die tätigen Unternehmen.

Beklagt wird, dass es zu viele Themen sind, um die sich Unternehmen kümmern sollen; ein Konzentration und Fokussierung sollte angestrebt werden.

- Es gibt zu viel Neues: eine **höhere Bündelung und auch inhaltliche Abstimmung der Anforderungen und der Einzelinitiativen (CSR, Menschenrechte, Rohstoffdirektive etc.)** wäre wünschenswert.
- Man sollte **spezifische Themen forcieren: z.B. Aus- und Weiterbildung**.
- Eine **Materialitätsprüfung** (Wesentlichkeitsanalyse) sollte vorgenommen werden, das **Berichtswesen nicht überspannen**.
- Bei der Neueinführung von Verordnungen und Gesetzen sollte ein Praxistest vorgenommen werden, analog der **REACH-Richtlinie**. Diese hat sich, im Laufe der Testphasen und der Konsultationen mit den Unternehmen dann doch sehr verändert.

Befürchtet wird, dass Politik die Relevanz der eigenen Initiativen oft zu wenig versteht bzw. deren Auswirkungen für die Unternehmen nicht richtig einschätzt:

- Im Energiemanagement wurde den Unternehmen viel aufgebürdet (z.B. eine Menge eigentlich unnützer Audits), mit letztendlich marginalen Effekten (Einsparungen <1%).
- Die organisatorischen Auswirkungen von Richtlinien für die Unternehmen sowie der Zeitbedarf für die Implementierung werden von der Politik häufig unterschätzt.

Politik und Unternehmen müssen gemeinsam Verantwortung tragen, so z.B. im Themenfeld Menschenrechte:

- Unternehmen fühlen sich so, als werden sie mit der „Verantwortung“ allein gelassen.
- Unternehmen können in kritischen Ländern nicht allein für die Menschenrechte stehen, sie brauchen dort auch **Unterstützung von Seiten der Politik**. Dies vor allem dann, wenn man die Unternehmen mit **Zollvergünstigungen** auch erst in diese Länder lockt.

Anregt wird, dass die **Politik stärker das Gespräch mit den Unternehmen sucht**.

Vorhaben in 2017.

Ende November 2016 wird ein zweiter Wettbewerbsaufruf zur Einrichtung von Kompetenzzentren für verantwortungsvolle Unternehmensführung in drei Regionen (Ruhrgebiet, Münsterland, Sauerland-Siegerland) starten, die in 2017 ihre Arbeit aufnehmen.

IMPRESSUM

Herausgeber

Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Industrie, Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen
Berger Allee 25
40213 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211/61772-0
Fax: +49 (0) 211/61772-777
Internet: www.wirtschaft.nrw.de
E-Mail: broschueren@mweimh.nrw.de

Vertrieb:

Gemeinnützige Werkstätten Neuss GmbH
Betriebsstätte Am Henselsgraben
Am Henselsgraben 3
41470 Neuss
Fax: +49 (0) 2131/9234-699
E-Mail: mweimh@gwn-neuss.de

Mediengestaltung und Druck:

jva druck+medien
Möhlendyck 50
47608 Geldern
druckerei@jva-geldern.nrw.de

Bildnachweise:

Titelseite: © XtravaganT/fotolia
Seite 3: © Staatskanzlei/Ralph Sondermann
Rückseite: © Csaba Mester

Redaktion/Redaktionsteam:

Referat II B 2. Gesellschaftliche
Verantwortung von Unternehmen
Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand
und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen

Die Broschüre ist auf der Homepage des Ministeriums für
Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen als PDF-Dokument abruf-
bar oder kann bei den Gemeinnützigen Werkstätten Neuss
GmbH per Fax, E-Mail oder Postkarte unter unten angegebener
Bestellnummer bestellt werden.

© Dezember 2016 / MWEIMH WI-0016

Hinweis

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden.

Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift verteilt worden ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

**Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Industrie, Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen**
Berger Allee 25, 40213 Düsseldorf
www.wirtschaft.nrw.de

