

Vier Jahre Global Compact zwischen UNO und multinationalen Unternehmen

Hand in Hand ins Märchenland?

1999 rief der Generalsekretär der Vereinten Nationen Kofi Annan auf dem World Economic Forum in Davos die Initiative Global Compact ins Leben. Inzwischen unterstützen mehr als 750 Unternehmen die Prinzipien des Global Compact zur Förderung von verantwortungsvollen Unternehmenspraktiken. Zeit, eine Zwischenbilanz zu ziehen und nach Perspektiven zu fragen.

Um es mit den Worten von John Ruggie, Harvard Professor, ehemaliger Stellvertreter des Generalsekretärs der Vereinten Nationen und geistiger Vater des Global Compact (GC), zu sagen: „It doesn't matter if the business sector is responsible for global problems. As long as it is not part of the solution of global problems it will be attacked as main part of the problem.“

Auf diesen Kern lassen sich sowohl die Motivation für die Initiative des GC als auch die Ziele bringen (1):

- Implementierung des GCs und seiner Prinzipien in das wirtschaftliche Handeln und die Strategie von multinationalen Unternehmen,
- Aufbau und Verbesserung von Kooperationen zwischen den Unternehmen, den Organisationen der Vereinten Nationen (UN) und weiteren zentralen Stakeholdern zur Unterstützung der UN-Entwicklungsziele (2).

Im Fokus steht, die Förderung universell geltender Richtlinien für das operative Handeln der Unternehmen in der globalisierten Wirtschaft (siehe Kasten auf S. 7). Aber es geht auch um die Förderung strategischer Partnerschaften zwischen Unternehmen und Akteuren der Zivilgesellschaft, die anstreben, gesellschaftliche Ziele einer nachhaltigen Entwicklung mit den Unternehmensaktivitäten insbesondere in Schwellen- und Entwicklungsländern zu verfolgen.

► Was der Global Compact will

Im Zuge der nun dreijährigen Umsetzungsphase haben sich fünf Strategien des GC zur Erreichung der Ziele herauskristallisiert:

- Organisationales Lernen,
- Leadership,
- Dialog,
- Public Private Partnerships (PPP) und
- Lokale Netzwerke.

Von Christian Hochfeld und Franziska Mohaupt

Das organisationale Lernen steht bisher im Mittelpunkt der Initiative. Mit Hilfe einer Lern- und Kommunikationsstruktur sollen die Unternehmen eigene Strategien entwickeln und Erfahrungen austauschen. Dabei ist das Leadership-Prinzip von Bedeutung, das diejenigen Unternehmen hervorhebt, deren Sozial- und Umweltperformance anderen als Good and Best Practice dienen soll.

Hochgesteckte Ziele! Aber wie weit ist man bisher gekommen? Eine Arbeit des Öko-Instituts in Kooperation mit der Technischen Universität Berlin analysiert die ersten veröffentlichten Beispiele und Fallstudien (im weiteren unter Fallstudien zusammengefasst) auf globaler Ebene und den Stand sowie die Perspektiven der Umsetzung bei den Pakt unterstützenden Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum (3). Insgesamt wurden 104 Fallstudien ausgewertet.

► Was der Global Compact ist

Die Analyse der von den Unternehmen im Rahmen des Lernforums erstellten Fallstudien zeigt deutlich, dass mit über 50 Prozent der unterstützenden Unternehmen der regionale Schwerpunkt im europäischen Raum liegt. Die meisten Fallstu-

dien beschreiben Projekte aus dem Bereich Umweltschutz, während Projekte in den Bereichen Menschen- und Arbeitnehmerrechte seltener vorkommen.

Nur 41 Prozent der beschriebenen Aktivitäten sind mit der Unterstützung des GC initiiert worden. Die Hälfte der Berichte bezieht sich auf Aktivitäten, die schon vor dem Beitritt des Unternehmens zum GC begannen und zum Teil bereits beendet sind. Der Großteil der Berichte bezieht sich auf unternehmensinterne Aktivitäten. Nur fünfzehn Berichte gehen auf Kooperationen mit der UNO ein.

Die Qualität der Fallstudien ist noch sehr uneinheitlich und teilweise wenig aussagekräftig. Auch wenn seit September 2002 die Richtlinien für Fallstudien konkretisiert sind, besteht weiterhin Bedarf, Vergleichbarkeit und die Qualität der Berichte zu verbessern.

► Ergebnisse einer Befragung

Ziel einer weitergehenden Unternehmensbefragung von zehn multinationalen Unternehmen mit Verwaltungssitz in Deutschland und der Schweiz war es, die Motivationen zur Teilnahme am GC, die Interpretation des GC sowie die Einschätzung zur zukünftigen Weiterentwicklung der Global-Compact-Initiative aus Unternehmenssicht zu erfassen.

Die Unternehmensbefragung zeigt, dass auch bei den Unternehmen die Suche nach einer gemeinsamen Linie für die Weiterentwicklung des GC noch nicht abgeschlossen ist. Einheitlich sehen die Unternehmen im GC eine Ergänzung zu bestehenden Regulierungssystemen und betonen die Freiwilligkeit des Instruments. Nach Meinung der Unternehmen ist die größte Herausforderung, „wirkliche Nachhaltigkeitskriterien“ für die Bewertung unternehmerischer Aktivitäten zu defi-

Tabelle 1: Verbesserungsvorschläge und Zustimmung der Unternehmen

Verbesserungsvorschläge der Stakeholder	Zustimmende Unternehmen *
Weitere Konkretisierung von Standards	7
Einführung von Ausschlusskriterien	6
Einführung von Aufnahmekriterien	5
Einführung eines einheitlichen Monitoringsystems	4
Fortschrittskontrolle, klare Zielvorgaben	4
GC nicht einzusetzen für die Produktvermarktung	4
Mehr Transparenz	3
Entwicklung von Multistakeholderforum	2
Stärkere Beteiligung von NRO, etc. bei Entscheidungsprozessen zum Beispiel zum Beitritt von Unternehmen	2
Schaffung eines verbindlichen Handlungsrahmens	1

* Die Angaben beziehen sich auf die zehn Unternehmen der Umfrage

Quelle: eigene Darstellung

nieren. Dabei bedarf es nach Meinung der Unternehmen sowohl einer branchen- als auch regionalspezifischen Ausdifferenzierung dieser Kriterien. Der GC wird als eine Plattform gesehen, die diesen Entwicklungsprozess initiieren kann. Bisher wird der GC von den Unternehmen in erster Linie noch als ein Instrument zur Demonstration gesellschaftlicher Verantwortung gesehen: Die Motivation zur Unterstützung der Initiative Kofi Annans ist hauptsächlich auf potenzielle Reputationseffekte zurückzuführen, die sich die Unternehmen von ihre Aktivitäten im Rahmen der Initiative versprechen. Die Demonstration ihres Engagements im Bereich Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship nach außen ist daher auch ein wichtiger Bestandteil der Aktivitäten, welche die Unternehmen im Rahmen des GC initiieren. Das korrespondiert mit dem Ergebnis, dass bei vier von zehn Unternehmen die Umsetzung des GC durch die Unternehmenskommunikation beziehungsweise Öffentlichkeitsarbeit erfolgt und als wichtige Instrumente zur Umsetzung des GC die Berichterstattung, die Formulierung von Codes of Conducts (CoC) und das Stakeholder Involvement angesehen werden. Andere, betriebswirtschaftliche Instrumente wie die Strategische Planung oder das Controlling wurden von weniger Unternehmen genannt.

Bei der Umsetzung des GCs über die Formulierung von unternehmensspezifischen CoC unterscheiden sich die Unternehmen noch bei der Definition des Verantwortungsbereichs. Während einige „nur“ die Konzernebene beziehungsweise auch noch Tochterunternehmen adressieren, sind andere bemüht, die gesamte Zulieferkette zu integrieren.

Kooperationen mit der UNO zur Lösung globaler Probleme werden zwar von den meisten befragten Unternehmen als wichtig angesehen, spielen aber derzeit noch eine untergeordnete Rolle. Als wichtigste Problemfelder für eine Zusammenarbeit werden der Klimaschutz, der Zugang zu sauberem Wasser sowie die Bekämpfung von HIV/AIDS angesehen. Interessant ist, dass die Wichtigkeit der Themen und die Bereitschaft zur Kooperation nicht immer mit dem Kerngeschäft der Unternehmen korreliert. Während ein Automobilhersteller Kooperationen im Bereich der Bekämpfung von HIV/AIDS präferiert, sieht ein Pharmahersteller eher Möglichkeiten zu Kooperationen im Klimaschutz.

Die Unternehmen wurden auch nach ihrer Meinung zu den Verbesserungsvorschlägen zum GC

Prinzipien des Global Compact

Der Global Compact umfasst neun Prinzipien und unterstützt Unternehmen, diese Prinzipien umzusetzen:

- 1) Schutz der internationalen Menschenrechte
- 2) Keine Beteiligung der Unternehmen an Menschenrechtsverletzungen
- 3) Wahrung der Vereinigungsfreiheit und Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen
- 4) Abschaffung von Zwangsarbeit
- 5) Abschaffung der Kinderarbeit
- 6) Beseitigung der Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung
- 7) Unterstützung vorsorgender Ansätze bei Umweltproblemen
- 8) Förderung einer größeren Verantwortung gegenüber der Umwelt
- 9) Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

von Stakeholdergruppen befragt. Tabelle 1 zeigt dabei teilweise erstaunliche Ergebnisse. Die Zustimmung der Unternehmen zu einigen Verbesserungsvorschlägen zeigt, dass die "Fronten" nicht mehr nur zwischen Unternehmen und Stakeholdern verlaufen.

► Zukunftsperspektiven

Die bisherigen Analysen erlauben nur ein eingeschränktes Urteil über den Stand der Umsetzung des GC und des zukünftigen Weiterentwicklungsbedarfs. Doch lassen sich bereits Ansatzpunkte aufzeigen, die für die erfolgreiche Weiterentwicklung des GC wichtig sein werden:

- Das Lernforum bedarf einer Weiterentwicklung. Das gilt sowohl für die inhaltlichen Vorgaben für die Erstellung von Beispielen und Fallstudien als auch für die Entwicklung von Kriterien zur Bewertung der Darstellungen.
- Nur wenn wirkliche Good- und Best-Practice-Beispiele erfolgreich identifiziert werden, ist auf Dauer damit zu rechnen, dass Leadership-Effekte entstehen und der GC seinen Zielen entsprechende Richtlinien für unternehmerische Aktivitäten durchsetzt.
- In diesem Kontext sollte auch die Diskussion um angemessene Aufnahme- und Ausschlusskriterien geführt werden. Die Umfrage unter deutschsprachigen Unternehmen macht deutlich, dass diese Forderung vieler Stakeholder auch bei Unternehmen Unterstützung findet.
- Die drei genannten Punkte korrespondieren mit der Notwendigkeit von externen Analyse- und Monitoringprozessen auf verschiedenen

Ebenen. Schon einfache empirische Auswertungen können für die erfolgreiche Weiterentwicklung des GC hilfreich sein. Wichtige Kriterien werden auch beim Monitoring Transparenz und die angemessene Einbeziehung von Stakeholdern sein.

Die Auswertung des Lernforums und die Unternehmensbefragung haben gezeigt, dass der Schwerpunkt der Aktivitäten noch im Bereich Einhaltung und Umsetzung der GC Prinzipien liegt. Das Ziel der Förderung von Kooperation mit der UNO steht bisher noch im Hintergrund. Doch die Umfrage bei den deutschsprachigen Unternehmen lässt erkennen, dass sie hierfür offen sind. In diesen Kooperationen liegt ein großes Potenzial des GCs. Um dieses Potenzial zu erschließen, müssen Unternehmen ihre Strategien ändern. Sie müssen hin zur Förderung von Produkt- und Marktinnovationen sowie gesellschaftlichen Innovationen in Kooperation mit anderen, bei denen sich unternehmerische und gesellschaftliche Ziele stärker decken, entwickelt werden. Letztendlich wird sich der Erfolg des GC auch daran messen, inwieweit es möglich ist, auch in diesem Bereich neue Lernprozesse in den Unternehmen und erfolgreiche Kooperationen zu initiieren. Gelingt dies, dann kann der GC eine wirklich neue Qualität einer Initiative repräsentieren und einen Beitrag dazu liefern, dass die Unternehmen notwendige Beiträge zur Lösung globaler Probleme liefern können und der Global Compact auch einen Global Impact hätte.

Anmerkungen

- (1) Informationen unter: www.unglobalcompact.org
- (2) Informationen unter: www.developmentgoals.org
- (3) Hochfeld, C./ Mohaupt, F.: Global Compact – Global Impact? – Stand und Perspektiven der Initiative, Berlin 2003. Die von der Stiftung Zukunftserbe geförderte Studie wird im Juli vom Öko-Institut publiziert und unter www.oeko.de zu beziehen sein.

Die AutorInnen

Christian Hochfeld ist Mitarbeiter des Öko-Instituts im Bereich Infrastruktur und Unternehmen.

Franziska Mohaupt ist freie Mitarbeiterin am Öko-Institut.

Kontakt: Öko-Institut e.V., Novalisstraße 10, D-10115 Berlin, E-Mail: c.hochfeld@oeko.de.

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.