

Zwischenbericht
zur Entwicklung einer nationalen CSR-Strategie
- „Aktionsplan CSR in Deutschland“ -

1. Vorbemerkungen
2. Entwicklung einer nationalen CSR-Strategie
 - 2.1 Ausgangssituation
 - 2.2 Ziele
 - 2.3 Struktur der nationalen CSR-Strategie
3. Das nationale CSR-Forum: Empfehlungen der Stakeholder für die nationale CSR-Strategie
4. Der Allgemeine Teil der Strategie
 - 4.1 Gemeinsames Verständnis von CSR in Deutschland
 - 4.2 Bestandsaufnahme von CSR in Deutschland
 - 4.3 Internationaler und entwicklungspolitischer Rahmen der CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen
 - 4.4 Politische Aktionsfelder
5. Bearbeitung der Aktionsfelder in Arbeitsgruppen
6. Ausblick
 - 6.1 "Aktionsplan CSR in Deutschland"
 - 6.2 CSR-Report der Bundesregierung

Anhänge

- Anh. 1 Mitglieder des nationalen CSR-Forums
Anh. 2 Arbeitsgrundlage des nationalen CSR-Forums
Anh. 3 Bestandsaufnahme von CSR-Aktivitäten in Deutschland

1. Vorbemerkungen

Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen – freiwillig und über gesetzliche Anforderungen hinaus. Gemeint sind vor allem Unternehmen, die ihr Kerngeschäft aus Überzeugung nach besseren Regeln gestalten. CSR ist ein Beitrag zu einer nachhaltigen Unternehmensführung, die in der Geschäftsstrategie verankert ist. Vor diesem Hintergrund ist CSR als ein wesentlicher Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung¹ in den Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen zu verstehen. CSR reicht dabei von der fairen Behandlung und Beteiligung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über den schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen bis hin zur sozial und ökologisch verantwortungsvollen Produktion in der Wertschöpfungskette.

CSR hat in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend an Relevanz gewonnen. CSR fördert den sozialen Frieden und Zusammenhalt in der Gesellschaft und leistet einen Beitrag zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung. Gleichzeitig liegt CSR im Eigeninteresse der Unternehmen. Sie können durch CSR langfristig ein positives Umfeld schaffen, Risiken vermeiden, frühzeitig Entwicklungen erkennen, Kosten senken, Innovationen vorantreiben und Marktchancen erschließen. Damit positionieren sie sich erfolgreich im Wettbewerb.

Die Bedeutung von CSR steigt insbesondere mit der fortschreitenden Globalisierung und der Geschäftstätigkeit von Unternehmen über nationalstaatliche Grenzen hinaus. Unter diesen Bedingungen stellen Unternehmen einflussreiche Akteure in der Gestaltung gesellschaftlicher Prozesse und globaler Herausforderungen dar, zum Beispiel, indem sie sich für soziale, ökologische und Governance Standards in der gesamten Wertschöpfungskette – und damit auch bei Partnern in Entwicklungs- und Schwellenländern – einsetzen.

Die politische CSR-Debatte hat in den letzten Jahren Fahrt aufgenommen, in bilateralen Beziehungen, unter dem Dach der Europäischen Union, der Vereinten Nationen, des G8-Heiligendamm-Prozesses oder beim Asia Europe Meeting (ASEM). Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen wird als ein geeignetes Instrument hervorgehoben, um die soziale und ökologische Seite der Globalisierung zu stärken. In Übereinstimmung mit den Lissabon-Zielen und der Nachhaltigkeitsstrategie der Europäischen Union sowie der Millenniums-Erklärung der Vereinten Nationen sind Armutsbekämpfung, Frieden und Sicherheit,

¹ Siehe Brundtland Report (1987) sowie Fortschrittsbericht 2008 zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie.

Umweltschutz und die gerechte Gestaltung der Globalisierung vorrangige Ziele. Die Berichterstattung des UN-Sonderbeauftragten, John Ruggie, über die Einhaltung der Menschenrechte bei international tätigen Unternehmen bildet einen maßgeblichen Bezugsrahmen. CSR ersetzt weder politisches Handeln noch staatliche Gesetzgebung. Gleichwohl besteht die Chance, mit partnerschaftlichen Ansätzen gemeinsame Ziele zu verfolgen, unter anderem auch durch gemeinschaftlich getragene Projekte.

Die Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung international tätiger Unternehmen findet insbesondere im Rahmen internationaler Instrumente und Initiativen statt, die Unternehmen als Grundlage für verantwortliches Handeln und die Ausrichtung freiwilliger CSR-Unternehmensstrategien dienen. Dabei treffen Unternehmen in verschiedenen Ländern auf zum Teil stark unterschiedliche Rahmenbedingungen und Erwartungen an ihre unternehmerische Verantwortung. Es bestehen aber internationale Vereinbarungen, insbesondere die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD, die dreigliedrige Grundsatzerklärung über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik der ILO und der Global Compact der Vereinten Nationen als Maßstab beziehungsweise Verpflichtung. Im Fokus der CSR-Diskussion stehen allerdings nicht nur multinationale Unternehmen, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU), deren regionales und lokales Engagement einen wesentlichen Einfluss auf die Regionalentwicklung hat.

CSR ist damit Ausdruck eines neuen Zusammenspiels zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft und ist als zeitgemäßes Element der Sozialen Marktwirtschaft zu betrachten. Es geht um die Verantwortung von Unternehmen für die Gesellschaft und die Umwelt, in der und mit der sie wirtschaften. Es geht um die Bewältigung zentraler Herausforderungen wie zum Beispiel den Klimawandel und die demografische Entwicklung.

Gerade in der gegenwärtigen Finanz- und Wirtschaftskrise ist die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen besonders gefordert. In der Krise liegt die Chance, eine Umstrukturierung der Wirtschaftswelt hin zu mehr Nachhaltigkeit zu vollziehen. Diese Chance gilt es zu nutzen. Dasselbe Ziel verfolgt die von Deutschland vorgeschlagene Initiative zur Erarbeitung einer Charta für Nachhaltiges Wirtschaften. Diese Initiative zielt darauf ab, einen einheitlichen Rahmen zu entwickeln, der auf die Entfaltung der Marktkräfte setzt, dabei jedoch anstrebt, eine stabile, sozial ausgewogene und nachhaltige Entwicklung der Weltwirtschaft zu gewährleisten und damit wirtschaftliche Freiheit mit aktiver Verantwortung in Einklang zu bringen.

Vor dem Hintergrund einer globalisierten Wirtschaftswelt hat CSR einen internationalen Bezugsrahmen. Nationale Strategien können zur Förderung von CSR unterstützend wirken. Daher haben eine Reihe von EU-Mitgliedsstaaten bereits nationale CSR-Strategien entwickelt und ihre Umsetzung eingeleitet. Nationale Strategien sind deshalb hilfreich, weil jede internationale Entwicklung eine nationale Ebene mit nationalen Rahmenbedingungen hat. Im internationalen Vergleich sind Sozial- und Umweltbelange in Deutschland durch gesetzliche Vorgaben und eine ausgeprägte Sozialpartnerschaft auf einem hohen Niveau. Die CSR-Aktivitäten von Unternehmen in Deutschland setzen auf diesem Niveau auf.

Den vielfältigen CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen mangelt es jedoch oft an Sichtbarkeit. Insbesondere fehlt ein klares deutsches CSR-Profil im In- und Ausland. Die Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung durch deutsche Unternehmen ist nicht zuletzt auch für deren Positionierung im internationalen Wettbewerb wichtig und prägt das Bild deutscher Unternehmen im Ausland. Wenn etwa auf internationaler Ebene Mindeststandards für Unternehmen im Rahmen von Projektfinanzierungen und Auftragsvergaben vereinbart werden, können deutsche Unternehmen mit vorbildlichen CSR-Profilen einen Wettbewerbsvorteil gewinnen.

CSR ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und stellt Anforderungen an das Verhalten aller gesellschaftlichen Gruppen. Zum Erfolg von CSR braucht es engagierte Unternehmen, die CSR in ihrer Unternehmensstrategie verankert haben. Darüber hinaus braucht es eine Zivilgesellschaft, darunter Nichtregierungsorganisationen, Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch Investorinnen und Investoren, die CSR einfordern und belohnen.

CSR braucht nicht zuletzt eine aktive Politik. Dabei geht es nicht um Reglementierung oder ein Mehr an Bürokratie. Aufgabe der Politik muss es sein, gesellschaftliche Ziele zu formulieren und die Grundlagen zu entwickeln, damit sich CSR für Unternehmen und Gesellschaft lohnt. Kurzum, Politik muss ein positives Umfeld für CSR schaffen.

2. Entwicklung einer nationalen CSR-Strategie

Die Bundesregierung hat daher die Entwicklung einer nationalen CSR-Strategie angekündigt², die als "Aktionsplan CSR in Deutschland" vorgelegt werden soll. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) koordiniert die Entwicklung der nationalen CSR-Strategie als federführendes Ressort³. Mit der nationalen CSR-Strategie soll auch ein Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung geleistet werden. Die Bundesregierung greift damit auch eine Empfehlung des Rates für Nachhaltige Entwicklung auf, in der er eine aktivere Rolle des Staates und die Unterstützung der Bemühungen der Wirtschaft zur Profilierung unternehmerischer Verantwortung fordert⁴.

Mit der Beauftragung einer Machbarkeitsstudie wurde die CSR-Strategie fachlich vorbereitet. Im Hinblick auf die Zielsetzung der nationalen CSR-Strategie empfiehlt die Studie der Bundesregierung, "die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung weit über den Kreis derjenigen Unternehmen auszudehnen, die CSR bisher als unternehmerisches Konzept nutzen. Dabei sollte es nicht um die Etablierung eines Minimalniveaus gehen, sondern um die Förderung eines Wettbewerbsrahmens, der gelebte unternehmerische Verantwortung mit Marktvorteilen belohnt. Dafür wiederum ist es erforderlich, ein gesellschaftliches Klima der Anerkennung für glaubwürdiges CSR und damit CSR-Kompetenzen auch bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), Beschäftigten und Verbraucherinnen und Verbrauchern zu fördern."⁵

² Siehe auch BT-Drs. 16/9964.

³ Parallel zur CSR-Strategie wird von der Bundesregierung eine nationale Engagementstrategie entwickelt, die die Förderung bürgerschaftlichen Engagements zum Ziel hat (Federführung BMFSFJ). Ein Teilbereich ist dabei bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen (Corporate Citizenship - CC). CSR und CC weisen Schnittmengen auf. In vielen Unternehmen bestehen CSR und CC nebeneinander. Insbesondere mit Blick auf ein einheitliches Auftreten der Bundesregierung gegenüber den Unternehmen werden BMAS und BMFSFJ sich eng abstimmen und die auf die gemeinsamen Schnittmengen bezogenen Aufgaben soweit wie möglich abgrenzen und kontinuierlich koordinieren. CSR- und Engagementstrategie sind darüber hinaus zu unterscheiden von der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie, die federführend im Bundeskanzleramt angesiedelt ist. Sie bildet den übergeordneten Rahmen für Nachhaltigkeitspolitik in Deutschland.

⁴ "Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung", September 2006.

⁵ Pleon GmbH, IFOK GmbH: Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (CSR) zwischen Markt und Politik, 2008, im Auftrag des BMAS, S. 6 (Der Bericht steht unter www.csr-in-deutschland.de zum Download bereit).

Grundlage für die Entwicklung einer breit getragenen nationalen CSR-Strategie ist die Einbindung der maßgeblichen gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteure. Es geht bei der nationalen CSR-Strategie und dem im Ergebnis zu entwickelnden "Aktionsplan CSR in Deutschland" nicht darum, Vorgaben zu machen oder zu regulieren. Im Zentrum steht vielmehr die Entwicklung gemeinsamer Ziele im gesellschaftlichen Dialog. Die Verständigung auf gemeinsame Ziele erfordert eine gemeinsame Sichtweise auf CSR. Denn die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen sehen CSR aus ihrer jeweiligen Perspektive und verbinden mit dem Begriff CSR unterschiedliche Inhalte. Eine wesentliche Aufgabe im Rahmen der Entwicklung der nationalen CSR-Strategie war es daher, ein gemeinsames Verständnis von CSR zu entwickeln, auf dem die Strategie und die Arbeit in den konkreten Aktionsfeldern aufbauen können.

2.1 Ausgangssituation

Für Deutschland ist charakteristisch, dass eine wachsende Zahl von Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Dies gilt für Unternehmen jeglicher Größenordnung. Insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen erfolgt dies jedoch häufig ohne bewusst „Corporate Social Responsibility“ zu betreiben. Darüber hinaus benötigen viele Unternehmen Unterstützung bei der strategischen Ausrichtung ihrer CSR-Maßnahmen. Der CSR-Begriff ist auch bei Beschäftigten und Verbraucherinnen und Verbrauchern oft unklar.

Im internationalen Vergleich soll dem CSR-Profil deutscher Unternehmen weiter Kontur verliehen werden. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang das vergleichsweise hohe Niveau der deutschen Sozial- und Umweltgesetzgebung. Was anderenorts - vor dem Hintergrund einer weniger ausgeprägten „ökologischen und sozialen Gesetzgebung“ - freiwillig und damit per definitionem CSR ist, ist für deutsche Unternehmen teilweise bereits rechtlicher Standard.

2.2 Ziele

Mit der CSR-Strategie verfolgt die Bundesregierung daher zwei Ziele:

- **die Förderung von CSR durch die Erhöhung der Sichtbarkeit in der breiten Öffentlichkeit und dadurch die Schärfung des deutschen CSR-Profiles im In- und Ausland**
- **und das Ziel, zu einer sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung beizutragen.**

Grundlage dafür ist neben dem gemeinsamen Verständnis von CSR auch eine in der breiten Öffentlichkeit verständliche Begrifflichkeit. Darüber hinaus soll die CSR-Strategie an den vielfältigen vorhandenen Aktivitäten anknüpfen und diese bündeln.

Ein besonderer Schwerpunkt soll im Rahmen der CSR-Strategie auf kleinen und mittleren Unternehmen liegen, die oft Hilfen bei der strategischen Einbindung ihrer CSR-Aktivitäten benötigen. Im Rahmen der Erhöhung der Sichtbarkeit von CSR soll besonderes Augenmerk auf die Verbraucherinnen und Verbraucher gelegt werden. Gerade sie können durch bewusstes Kaufverhalten ganz maßgeblich zur Förderung von CSR beitragen. Hierfür sind sie auf transparente Informationen über Unternehmen und ihre Produkte angewiesen.

Aufgabe der CSR-Strategie ist es darüber hinaus, politische Aktionsfelder zu identifizieren, die nach der Verabschiedung des "Aktionsplans CSR in Deutschland" durch die Bundesregierung umgesetzt werden sollen.

2.3 Struktur der nationalen CSR-Strategie

Die CSR-Strategie besteht vor diesem Hintergrund aus zwei Teilen.

In einem allgemeinen Teil wird der Rahmen für CSR-Aktivitäten in Deutschland beschrieben. Dabei geht es zunächst um ein gemeinsames Verständnis von CSR als Grundkonsens der CSR-Akteurinnen und -Akteure, auf dem die weitere Arbeit aufbaut. Eine Bestandsaufnahme gibt einen Überblick über die vielfältigen CSR-Aktivitäten in Deutschland. Schließlich wird der internationale Rahmen herausgestellt, in den sich die CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen einordnen.

Der zweite Teil der CSR-Strategie identifiziert politische Handlungsfelder und stellt Ziele, Themen, Instrumente und Maßnahmen für ihre Umsetzung im Rahmen des „Aktionsplans CSR in Deutschland“ vor.

3. Das nationale CSR-Forum: Empfehlungen der Stakeholder für die nationale Strategie

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat im Januar 2009 in Abstimmung mit anderen Ressorts zunächst für zwei Jahre das nationale CSR-Forum einberufen. Dieses bildet die Plattform für den Dialog und die Verständigung mit den CSR-Akteuren. Mitglieder des CSR-Forums sind 43 Akteure aus Wirtschaft und Unternehmen, Gewerkschaften, Zivilgesellschaft, Politik und internationalen Organisationen (vgl. Anhang 1). Ein Kriterium bei der Besetzung des

CSR-Forums war die Vernetzung der Mitglieder in der CSR-Community. Diese stellt sicher, Impulse eines breiten Akteurskreises aufzunehmen. Umgekehrt können Diskussionen und Ergebnisse breit kommuniziert werden.

Das CSR-Forum wird vom BMAS auf Staatssekretärebene geleitet. Im BMAS ist darüber hinaus die Geschäftsstelle des CSR-Forums angesiedelt.

Das nationale CSR-Forum unterstützt die Bundesregierung bei der Entwicklung der nationalen CSR-Strategie und wird sich an der Umsetzung des "Aktionsplans CSR in Deutschland" beteiligen. Die Beschlüsse des CSR-Forums werden im Konsens getroffen und stellen Empfehlungen an die Bundesregierung dar. Die Zusammenarbeit im CSR-Forum wurde in einer Arbeitsgrundlage für das nationale CSR-Forum festgeschrieben (Anhang 2).

Das CSR-Forum kam seit seiner Einrichtung zu drei Sitzungen zusammen, am 20. Januar 2009, am 28. April 2009 und am 10. Juni 2009 und hat Empfehlungen für ein "Gemeinsames Verständnis von CSR" verabschiedet, sich auf sechs politische Aktionsfelder verständigt und Arbeitsgruppen zu den Aktionsfeldern eingesetzt. Darüber hinaus lieferte das CSR-Forum Beiträge zu der Bestandsaufnahme von CSR in Deutschland und zum internationalen Rahmen für die CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen.

Dies unterstreicht den Willen, gemeinsam im Konsens der gesellschaftlichen Akteure eine nationale CSR-Strategie voranzutreiben und das deutsche CSR-Profil im In- und Ausland zu stärken.

4. Der allgemeine Teil der Strategie

4.1 *Gemeinsames Verständnis von CSR in Deutschland*

Das Nationale CSR-Forum hat sich am 28. April 2009 auf ein gemeinsames Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) in Deutschland verständigt. Damit wurde eine von den verschiedenen Stakeholdergruppen gemeinsam getragene Grundlage für die weitere Arbeit im CSR-Forum entwickelt. Diese wird von der Bundesregierung ausdrücklich begrüßt.

**Beschluss des Nationalen CSR-Forums vom 28. April 2009
als Empfehlung an die Bundesregierung:**

**Gemeinsames Verständnis
von Corporate Social Responsibility (CSR) in Deutschland¹**

Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet 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.

Unternehmen nehmen gesellschaftliche Verantwortung wahr, indem sie insbesondere:

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair behandeln, fördern und beteiligen,
- mit natürlichen Ressourcen schonend und effizient umgehen,
- darauf achten, in der Wertschöpfungskette – in ihrem Einflussbereich – sozial und ökologisch verantwortungsvoll zu produzieren,
- Menschenrechte und die ILO-Kernarbeitsnormen wahren und einen Beitrag leisten, sie international durchzusetzen,
- einen positiven Beitrag für das Gemeinwesen leisten,
- verstärkt in Bildung investieren,
- kulturelle Vielfalt und Toleranz innerhalb des Betriebes fördern,
- für einen fairen Wettbewerb eintreten,
- Maßnahmen zur Korruptionsprävention fördern,
- Transparenz hinsichtlich ihrer Unternehmensführung herstellen,
- Verbraucherrechte und Verbraucherinteressen achten.

Eine nachhaltige Entwicklung² ist gerade angesichts von Wirtschafts- und Finanzkrisen eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und stellt Anforderungen an das Verhalten aller gesellschaftlichen Gruppen. Vor diesem Hintergrund ist CSR als ein wesentlicher Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung in den Handlungsfeldern Markt, Umwelt, Arbeitsplatz und Gemeinwesen zu verstehen. Die Unternehmen beziehen interne und externe Stakeholder in die strategische Ausrichtung ihrer vielfältigen CSR-Aktivitäten ein. Dies sind zum Beispiel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Interessenvertretung,

Nichtregierungsorganisationen, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie staatliche Institutionen.

Aufgabe der Politik ist es, ein positives Umfeld für CSR zu schaffen. Auf diese Weise kann CSR die Bedingungen nachhaltig funktionierender Märkte verbessern und gewinnbringend für Gesellschaft und Unternehmen sein. Strategisch angelegte CSR wird zunehmend zu einem Wettbewerbsfaktor. Dabei ist insbesondere die Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von CSR für Verbraucherinnen und Verbraucher und auch für Investoren entscheidend. Dabei ist Transparenz wichtig. Gleichzeitig stärkt CSR den gesellschaftlichen Zusammenhalt und das Vertrauen in die Soziale Marktwirtschaft und leistet einen Beitrag zur sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung.

Die Stärkung des Gemeinwesens durch regionales und lokales Engagement ist ein Teil von CSR. Kleine, mittlere und auch große Unternehmen setzen sich bereits für das Gemeinwohl ein. Dieses Engagement von Unternehmen hat einen wesentlichen Einfluss auf ein positives Unternehmerbild und fördert die Akzeptanz der Wirtschaft in der Gesellschaft.

Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen hat in Deutschland Tradition. Sozial- und Umweltbelange sind hierzulande auf einem hohen Niveau gesetzlich geregelt. Was anderenorts als CSR-Aktivitäten von Unternehmen herausgestellt wird, ist in Deutschland oft gesetzlich geregelt. Darüber hinaus gelten international vereinbarte Leitlinien – wie die Dreigliedrige Grundsatzerklärung über Multinationale Unternehmen und Sozialpolitik der ILO, die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD und der Global Compact der Vereinten Nationen aber auch internationale Umweltnormen – als Maßstab beziehungsweise Verpflichtung. Die Wahrnehmung von CSR vor dem Hintergrund unseres sozialstaatlichen Rahmens und internationaler Verpflichtungen ist daher auch wichtig für die Positionierung deutscher Unternehmen im internationalen Wettbewerb.

¹ Grundlage für das deutsche Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR) ist die in Europa etablierte Definition der Europäischen Kommission (siehe Grünbuch KOM (2001) 366 endg.).

² "Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen." (Brundtland Report, 1987).

4.2 Bestandsaufnahme von CSR in Deutschland

In Deutschland gibt es eine vielfältige und weit ausdifferenzierte Landschaft an CSR-Initiativen, -Netzwerken und -Wettbewerben. Diese sind teils staatlich, vor allem aber durch die Wirtschaft und/oder die Zivilgesellschaft selbst organisiert. Die in Anhang 3 beigefügte Bestandsaufnahme gibt einen Überblick über CSR in Deutschland. Die Bestandsaufnahme soll dazu beitragen, Aktivitäten sichtbar zu machen und thematische und strukturelle Anknüpfungspunkte für die CSR-Strategie zu identifizieren. Sie entstand in enger Kooperation mit den Mitgliedern des CSR-Forums und versteht sich als "living document", das kontinuierlich erweitert und angepasst werden kann.

Im Sommer 2008 hat das BMAS die Website www.csr-in-deutschland.de geschaltet. Auf der Website werden die CSR-Aktivitäten der Bundesregierung gebündelt dargestellt und damit sichtbar gemacht. Dazu zählen auch die Ergebnisse des CSR-Forums. Die Website, die auch in englischer Sprache verfügbar ist, vermittelt darüber hinaus Basisinformationen zu CSR und bietet weiterführende Links zum Thema CSR.

4.3 Internationaler und entwicklungspolitischer Rahmen der CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen

In der globalisierten Welt steigt die Zahl der Unternehmen, die in internationalen Geschäftsbeziehungen tätig sind. Insbesondere in Staaten mit gering ausgeprägter Rechtsetzung oder Vollzug kommt der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen eine große Bedeutung für den ökonomischen, ökologischen und sozialen Fortschritt zu. Grundlagen dafür sind international vereinbarte Instrumente und Initiativen, wie die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD, die Dreigliedrige Grundsatzerklärung über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik der ILO und der Global Compact der Vereinten Nationen. Die Geltungsbereiche der internationalen Instrumente und Initiativen überschneiden sich. Sie differieren aber hinsichtlich ihrer Zielsetzung, Verbindlichkeit und Durchsetzungskraft.

- Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen⁶ sind ein umfassender, multinational vereinbarter Kodex, zu dessen Förderung sich die Regierungen der 30 Mitgliedstaaten und elf weiterer Staaten verpflichtet haben. Die Leitsätze enthalten gemeinsame Empfehlungen

⁶ Siehe hierzu: www.oecd.org/de/leitsaetzemnu

der Regierungen an die multinationalen Unternehmen bei Auslandsinvestitionen. Sie sind in zehn Kapitel untergliedert, die Bezug auf internationale Vereinbarungen wie die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte oder die ILO-Kernarbeitsnormen nehmen. Ziel ist die Förderung des Leitbildes der nachhaltigen Entwicklung sowie des Vorsorgeprinzips. Auch Empfehlungen zur Besteuerung, Korruptionsbekämpfung und zur Corporate Governance⁷ werden gegeben. Die Einhaltung der Leitsätze wird durch einen Beschwerdemechanismus bei den sogenannten „Nationalen Kontaktstellen (NKS)“ unterstützt, die von den Mitgliedstaaten verpflichtend einzurichten sind. Für 2010 ist eine Überarbeitung der OECD-Leitsätze vorgesehen.

- Die Dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO⁸ stellt einen internationalen Konsens zwischen Regierungen, Gewerkschaften und Unternehmensverbänden dar. Die Erklärung formuliert umfassende Anforderungen an multinationale Unternehmen im Bereich Arbeits- und Sozialstandards. Sie enthält insgesamt 59 Grundsätze zu Arbeitsbedingungen, darunter die Kernarbeitsnormen der ILO: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Beseitigung der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit und das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf. Die ILO-Instrumente haben Empfehlungscharakter. Ausnahme sind die ILO-Normen (einschließlich der ILO-Kernarbeitsnormen), die bei Ratifizierung völkerrechtlich verbindlich sind.
- der Global Compact der Vereinten Nationen⁹ wurde als eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft begründet. Die Initiative basiert auf der freiwilligen Verpflichtungserklärung von Unternehmen, gemäß den zehn Regeln des Global Compact zu handeln. Sie baut auf internationalen Konventionen zu Arbeits- und Menschenrechten, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auf. Der Global Compact versteht sich als Dialog- und Lernforum zu CSR. Aktionsplattformen sind ein national wie global vernetzter Multi-Stakeholder Dialog und die Initiierung von Partnerschaftsprojekten zwischen Wirtschaft, Staat und Zivilgesellschaft. Teilnehmende Unternehmen sind verpflichtet, jährlich ihren Fortschritt bei der Umsetzung der zehn Prinzipien zu berichten ("Communication on Progress"). Eine zweimalige Nichterstellung des Berichts hat den Ausschluss aus dem Global Compact zur Folge.

⁷ (Good) Corporate Governance ("gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung") meint die *internen Instrumente, mit denen die geschäftliche Tätigkeit von Unternehmen geleitet und kontrolliert* wird (Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften, Aufsicht und Rechnungslegung, vorrangig zum Schutz der Interessen von Gesellschaftern bzw. Aktionären, mittelbar auch von Geschäftspartnern und Mitarbeitern); allgemeines gesellschaftliches Interesse an "guter Unternehmensführung" zur Wahrung des Vertrauens in die Funktionsfähigkeit der Märkte (Quelle: Auswärtiges Amt).

⁸ Siehe hierzu <http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/>

⁹ Siehe hierzu <http://www.unglobalcompact.org/>

Mit der ISO-Norm 26.000 wird voraussichtlich 2010 erstmals ein weltweiter Leitfaden zu gesellschaftlicher Verantwortung fertig gestellt. ISO 26.000 richtet sich an alle Organisationen, an den privaten und den öffentlichen Sektor. Ziel ist es, eine breite Verständigung zu gesellschaftlicher Verantwortung herbeizuführen und diese zu fördern. Alle Organisationen sollen Verantwortlichkeiten identifizieren und in konkrete Aktivitäten umsetzen. ISO 26.000 nimmt auf die oben genannten Instrumente Bezug. Die Entwicklung der Norm findet unter breiter Stakeholderbeteiligung aus 91 Staaten und 42 affilierten Organisationen statt (Industrie; Regierungen; Arbeitnehmer; Nichtregierungsorganisationen; Verbraucher und sonstige, u.a. Wissenschaft).

Eine Fülle von Instrumenten und Initiativen dient dazu, die Sichtbarkeit von CSR zu stärken. Dazu zählen beispielsweise Best-Practice-Beispiele, Plattformen, Wettbewerbe, Standards, Labels oder Zertifizierungen, häufig mit sektoraler bzw. branchenspezifischer oder regionaler Ausrichtung. Grundlage der Anwendung ist die Freiwilligkeit.

Einen weltweiten Ansatz für eine transparente und vergleichbare Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen, aber auch von unterschiedlichen Organisationen verfolgt die Global Reporting Initiative (GRI). Sie wurde 1997 in Zusammenarbeit mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen gegründet. GRI hat Kriterien für die Berichterstattung entwickelt, die von den Anwenderinnen und Anwendern entsprechend dem jeweiligen Unternehmens- oder Organisationsprofil in unterschiedlicher Tiefe angewendet werden können. GRI findet weltweit zunehmend Verbreitung und setzt sich als Standard durch, bisher insbesondere bei Großunternehmen.

Austausch- und Lernplattformen für international tätige Unternehmen aller Größen bilden wichtige Foren, um die strategische CSR-Planung vor dem Hintergrund der jeweiligen regionalen Rahmenbedingungen voranzutreiben. Für deutsche Unternehmen sind dabei insbesondere die europäische Zusammenarbeit in der Europäischen Allianz für CSR, CSR-Europe, das Netzwerk für multinational agierende Unternehmen econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V., das Deutsche Global Compact Netzwerk, Der Runde Tisch Verhaltenskodizes und die deutschen Internetplattformen CSR-WeltWeit und CSR Germany hervorzuheben.

4.4 Politische Aktionsfelder

Bestandteil des "Aktionsplans CSR in Deutschland" sind konkrete politische Aktionsfelder, die dazu beitragen, die Ziele der nationalen CSR-Strategie, insbesondere die Förderung von CSR, die Erhöhung der Sichtbarkeit und die Entwicklung eines deutschen CSR-Profiles im In- und Ausland umzusetzen.

Das CSR-Forum ist damit befasst, diese zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Ziele, Inhalte und Umsetzung zu präzisieren. Nach der Verabschiedung des "Aktionsplans CSR in Deutschland" wird das CSR-Forum an der Umsetzung mitwirken. Die Bundesregierung hat vier Vorschläge für politische Aktionsfelder in die Debatte eingebracht:

- Erhöhung der Sichtbarkeit von CSR,
- Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU,
- CSR als Thema in Wissenschaft und Forschung und
- CSR im internationalen und entwicklungspolitischen Kontext.

Die Vorschläge der Bundesregierung wurden durch das CSR-Forum positiv aufgenommen und durch eine Fülle weiterer Vorschläge ergänzt. Diese wurden sechs Aktionsfeldern zugeordnet. Im Einzelnen sind dies:

Aktionsfeld 1: Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR;

Aktionsfeld 2: Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU;

Aktionsfeld 3: Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung;

Aktionsfeld 4: Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen;

Aktionsfeld 5: Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen;

Aktionsfeld 6: Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds.

Die Aktionsfelder wurden vom CSR-Forum auf seiner Sitzung am 28.04.2009 verabschiedet (vgl. Beschluss des CSR-Forums vom 28. April 2009). Die Bundesregierung begrüßt, dass mit der Empfehlung der Aktionsfelder eine wichtige Grundlage für die weitere Ausgestaltung des "Aktionsplans CSR in Deutschland" gelegt wurde.

**Beschluss des nationalen CSR-Forums vom 28. April 2009
als Empfehlung an die Bundesregierung:**

Aktionsfelder der nationalen CSR-Strategie

Die Mitglieder des CSR-Forums verständigen sich auf die Empfehlung folgender politischer Aktionsfelder als Bestandteile der nationalen CSR-Strategie.

Aktionsfeld 1: Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR

Aktionsfeld 2: Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU

Aktionsfeld 3: Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung

Aktionsfeld 4: Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen
Zusammenhängen

Aktionsfeld 5: Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen

Aktionsfeld 6: Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds

Zur Bearbeitung der oben genannten Aktionsfelder werden Arbeitsgruppen gebildet. Diese werden mit organisatorischer Unterstützung durch die Geschäftsstelle des CSR-Forums die Konkretisierung der Aktionsfelder vorantreiben. Dabei geht es insbesondere darum, in den Arbeitsgruppen eine Verständigung auf gemeinsame Ziele herbeizuführen, Themen zu gewichten und Instrumente und Maßnahmen zur Umsetzung der Aktionsfelder zu entwickeln. Diese werden dem CSR-Forum als Vorschläge vorgelegt, um sie als Empfehlungen an die Bundesregierung zu beschließen. Nach der Verabschiedung der CSR-Strategie durch die Bundesregierung werden sich die Mitglieder des CSR-Forums an der konkreten Umsetzung der Aktionsfelder beteiligen.

Zu den einzelnen Arbeitsgruppen können, in Abstimmung mit dem CSR-Forum, weitere Expertinnen und Experten einbezogen werden.

Die konkrete Ausgestaltung der einzelnen Aktionsfelder erfolgt durch die Arbeitsgruppen in einem ergebnisoffenen Prozess. Als Orientierungspunkte können dabei die folgenden Zielbeschreibungen dienen:

Aktionsfeld 1:

Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR

Ziel des Aktionsfelds ist es, das CSR-Profil deutscher Unternehmen im In- und Ausland zu schärfen

a) in der breiten Öffentlichkeit

Es gilt, die vielfältigen CSR-Aktivitäten deutscher Unternehmen zu bündeln, transparenter und vergleichbarer zu machen und die breite Öffentlichkeit für dieses Thema zu sensibilisieren. Auf diese Weise können Unternehmen mit nachhaltiger Geschäftsstrategie durch besondere öffentliche Anerkennung in ihrer Vorbildrolle bestärkt werden. Dabei gilt es, die damit verbundenen potentiellen Wettbewerbsvorteile hervorzuheben, und damit weitere Anreize zu gesellschaftlich verantwortlichem Handeln zu schaffen. Zentrale Adressaten sind auch Verbraucherinnen und Verbraucher, denen durch transparente Informationen die Möglichkeit eröffnet wird, mit ihrem individuellen Kaufverhalten CSR bei Unternehmen zu honorieren und zu fördern.

b) im Rahmen internationaler Geschäftsbeziehungen

Sozial- und Umweltbelange sind in Deutschland auf hohem Niveau gesetzlich geregelt. Darunter fallen vielfältige Aktivitäten, die in Ländern mit geringerer Regulierung als CSR bewertet werden. Mit Blick auf die Wettbewerbssituation gilt es, die Aktivitäten deutscher Unternehmen vor dem Hintergrund deutscher Unternehmertradition, Umweltschutzbestimmungen und dem sozialstaatlichen Kontext hervorzuheben und zu würdigen.

Aktionsfeld 2:

Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU

Ziel des Aktionsfeldes ist, Wege für die Förderung der Verstetigung, Optimierung und Verbreitung von CSR zu erarbeiten. Von besonderem Interesse ist die CSR-Förderung für kleine und mittlere Unternehmen. Gerade für diese ist es hilfreich, den CSR-Begriff in seiner Abstraktheit in das unternehmerische Alltagshandeln zu übersetzen. Darüber hinaus benötigen KMU für die strategische Ausrichtung ihres Engagements und die Einbindung in ihr Kerngeschäft Unterstützung. Dabei gilt es zu verdeutlichen, dass die Einbindung interner und externer Stakeholder maßgeblich zum Erfolg der CSR-Maßnahmen beitragen kann. Hierfür sollen passgenaue Informations- und Coachingangebote für KMU entwickelt werden. Um CSR auf eine breitere Basis zu stellen, sollten Anreize zur Wahrnehmung von CSR identifiziert und stärker als bisher bekannt gemacht werden.

Aktionsfeld 3:

Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung

Ziel ist es, die Themen CSR und Nachhaltigkeit in Bildung und Qualifizierung zu verankern, um hierfür frühzeitig Problembewusstsein und Kompetenz zu schaffen. Darüber hinaus gilt es,

durch gezielte Förderung von Forschungsvorhaben neue Erkenntnisse im Bereich CSR zu erlangen. Da das Thema an Bedeutung gewinnt, ist es für Unternehmen wichtig, gut ausgebildete Kräfte einstellen zu können, die CSR in alle Unternehmensbereiche integrieren können. Deshalb sollte die Beschäftigung damit bereits in Schule und Berufsausbildung beginnen, und in beruflicher Fort- und Weiterbildung weitergeführt werden. In der universitären Lehre wird CSR heute eher am Rande behandelt. CSR ist sowohl ein interdisziplinäres Thema, bei dem sich Anknüpfungspunkte für eine Einbindung von CSR in die Lehrpläne in nahezu allen Fächern finden lassen. Aber gerade in den Wirtschaftswissenschaften und in der Managementausbildung kann CSR ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung werden. Gute Beispiele von CSR in Bildung und Wissenschaft sollten international sichtbar gemacht werden. In dem Aktionsfeld sind wichtige aktuelle Forschungsfragen zu generieren. Forschungsvorhaben können beispielsweise die Rolle von CSR für den Erfolg von Unternehmen sowie eine zukunftsfähige Soziale Marktwirtschaft untersuchen.

Aktionsfeld 4:

Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen

CSR kann gerade in internationalen Geschäftsbeziehungen – vor allem in Entwicklungs- und Schwellenländern – einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und Armutsbekämpfung leisten. Internationaler Bezugsrahmen für die Unternehmen sind die dreigliedrige Grundsatzerklärung der ILO und die OECD-Leitsätze, aber auch der UN Global Compact - sowie voraussichtlich auch die ISO-Norm 26.000 nach ihrer Fertigstellung. Für die Einbeziehung der führenden Schwellenländer in den internationalen Austausch über CSR-Prinzipien kommt den Beratungen im Rahmen des Heiligendamm-Prozesses zwischen den G8- und den G5-Staaten eine besondere Rolle zu. Es gilt, den internationalen Ordnungsrahmen verständlich sowie CSR in einer globalisierten Gesellschaft sichtbarer zu machen und gemeinsam angemessene Antworten auf gesellschaftliche Erwartungen an Unternehmen zu erarbeiten. Erfolgreiche Aktivitäten wie die Umsetzung sozialer und ökologischer Standards in der Lieferkette sollen hervorgehoben und unterstützt werden. Schließlich können Unternehmen durch erfolgreiche CSR-Politik ihre Positionierung im internationalen Wettbewerb stärken. Es geht auch darum, die Vernetzung zu fördern und Erfahrungen einem breiten Unternehmenskreis zugänglich zu machen.

Aktionsfeld 5:

Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen

Ziel des Aktionsfeldes ist es, zentrale gesellschaftliche Herausforderungen daraufhin zu untersuchen, inwieweit CSR-Handeln zu ihrer Bewältigung beitragen kann. Unternehmen sollten in ihrer Chance bestärkt werden, mit CSR-Aktivitäten diese Prozesse voranzubringen, ökologische Probleme zu mindern und den sozialen Zusammenhalt zu fördern. Hierdurch können nicht

zuletzt auch der Standort Deutschland gestärkt und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen erhöht werden.

Es geht um Megathemen, wie z.B. die demographische Entwicklung oder den Klimawandel, die die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft insgesamt bestimmen. Dazu gehören auch etwa der Umgang mit alternden Belegschaften, eine familienfreundliche Arbeitszeitgestaltung und Diversity.

Aktionsfeld 6:

Schaffung eines CSR-förderlichen Umfeldes

Ziel des Aktionsfeldes ist es, Wege zu erarbeiten, um ein CSR-förderliches Umfeld zu schaffen, in dem sich CSR für Unternehmen und Gesellschaft lohnt. Politik hat einen wesentlichen Einfluss auf die Schaffung eines positiven Umfeldes für CSR – sowohl in ihrer rahmensetzenden Rolle als auch in ihrer Rolle als Arbeit- und Auftraggeberin. Es kann auch darum gehen, Bedingungen zu schaffen, dass die für CSR bereitstehenden Ressourcen in den Unternehmen effektiv eingesetzt werden können. Darüber hinaus bietet das steigende Interesse der Finanzmärkte für Fragen der nachhaltigen Unternehmensführung Chancen, CSR weiter voranzutreiben.

5. Bearbeitung der Aktionsfelder in Arbeitsgruppen

Zu jedem Aktionsfeld wurde eine Arbeitsgruppe gebildet. Aufgabe der Arbeitsgruppen ist es, eine Verständigung auf gemeinsame kurz-, mittel- und langfristige Ziele im Hinblick auf die jeweiligen Fragestellungen herbeizuführen, Themen zu gewichten und Instrumente und Maßnahmen zur Umsetzung der Aktionsfelder zu entwickeln. Hinsichtlich der zu entwickelnden Maßnahmen sollen die Arbeitsgruppen auch die Frage der Finanzierung behandeln sowie eine Folgenabschätzung vornehmen.

Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen werden dem CSR-Forum als Vorschläge vorgelegt, um sie als Empfehlung für die Bundesregierung zur Aufnahme in den „Aktionsplan CSR in Deutschland“ zu beschließen.

Die Arbeitsgruppen werden jeweils von einem Mitglied des CSR-Forums geleitet. Die im BMAS angesiedelte Geschäftsstelle des CSR-Forums nimmt den Organisationsvorsitz der Arbeitsgruppen wahr und übernimmt die Organisation und die Finanzierung der Treffen. Zusätzlich wurde pro Arbeitsgruppe ein Lenkungskreis von ca. fünf weiteren Akteurinnen und Akteuren aus verschiedenen Stakeholdergruppen gebildet.

Die Lenkungskreise entscheiden nach der Arbeitsaufnahme der Arbeitsgruppen über die Einbindung zusätzlicher Akteurinnen und Akteure, die nicht Mitglieder des CSR-Forums sind.

Die Bundesregierung wird darüber hinaus frühzeitig auf die Kirchen und die Bundesländer und Kommunen zugehen, um ihnen eine Mitwirkung in den Aktionsfeldern zu ermöglichen.¹⁰ Die nachfolgende Übersicht verdeutlicht den Vorsitz der Arbeitsgruppen, die Besetzung der Lenkungsreise und die Mitwirkung der Mitglieder des CSR-Forums in den Arbeitsgruppen, wie sie das CSR-Forum in seiner Sitzung am 10. Juni 2009 bestätigt hat.

Die Arbeitsaufnahme aller Arbeitsgruppen erfolgt spätestens bis September 2009.

¹⁰ Die evangelische Kirche hat einen Vertreter für die Mitwirkung in der Arbeitsgruppe zu Aktionsfeld 5 benannt. Die katholische Kirche hat ebenfalls Interesse an der Mitwirkung in den Arbeitsgruppen bekundet. Ländervertreter wurden bereits angesprochen. Kommunalvertreter sowie der Städte- und Gemeindebund werden noch angefragt.

Zusammensetzung der Arbeitsgruppen in den Aktionsfeldern (Stand 01. Juli 2009)

Zusammensetzung Aktionsfeld	Vorsitz (Organisationsvorsitz: Bundesministerium für Arbeit und Soziales)	Mitglieder des Lenkungskreis	Mitglieder der Arbeitsgruppe aus dem CSR-Forum
1 – Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit von CSR	Herr Gerd Billen, Vorstand der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.	BASF SE Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Deutscher Gewerkschaftsbund Hauptverband des Deutschen Einzelhandels	Bertelsmann Stiftung Bundesministerium des Innern Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V. econsense - Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Otto Group – Otto GmbH & Co.KG Stiftung Warentest Transparency International Deutschland e.V. Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.
2 - Förderung der Verbreitung des Themas CSR, insbesondere auch bei KMU	Herr Dr. Achim Dercks, Stellvertretender Hauptgeschäftsführer des Deutschen Industrie- und Handelstags e.V.	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Deutscher Naturschutzring e.V. IG Metall Max Früh GmbH & Co.KG Bundesinitiative „Unternehmen: Partner der Jugend“ e.V.	Die Familienunternehmer – ASU e.V. Bäckerei und Konditorei Johann Mayer Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. Bertelsmann Stiftung Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Centrum for Corporate Citizenship Deutschland Deutscher Gewerkschaftsbund IG BCE OECD Berlin Centre Transparency International Deutschland e.V. ver.di Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.
3 - Integration von CSR in Bildung, Qualifizierung, Wissenschaft und Forschung	Frau Birgit Riess, Director - Programm Gesellschaftliche Verantwortung von	Bundesministerium für Bildung und Forschung Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V. Henkel AG & Co. KGaA	ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesministerium des Innern Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.

	Unternehmen der Bertelsmann Stiftung	ver.di Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik	IG BCE IG Metall
4 - Stärkung von CSR in internationalen und entwicklungspolitischen Zusammenhängen	Herr Jörg Hartmann, Focal Point des Deutschen Global Compact Netzwerkes, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit	Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung IG Metall Transparency International Deutschland e.V. VENRO – Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V.	Auswärtiges Amt BASF SE Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bertelsmann Stiftung Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Deutscher Gewerkschaftsbund Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. Germanwatch e.V. ILO Vertretung Deutschland ICC Deutschland – Internationale Handelskammer OECD Berlin Centre Otto Group – Otto GmbH & Co. KG Runder Tisch Verhaltenskodizes
5 - Beitrag von CSR zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen	Herr Michael Vassiliadis, Mitglied des Geschäftsführenden Hauptvorstandes der IG BCE - Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie	ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit econsense – Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.	Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung Centrum for Corporate Citizenship Deutschland IG Metall Konstanz-Institut für WerteManagement ver.di
6 - Schaffung eines CSR-förderlichen Umfelds	Herr Prof. Dr. Josef Wieland, Wissenschaftlicher Direktor des Konstanz Instituts für WerteManagement	Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit ver.di	ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände e.V. Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. Deutscher Gewerkschaftsbund Deutscher Naturschutzring e.V. econsense – Forum nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. Germanwatch e.V. IG BCE OECD Berlin Centre Transparency International Deutschland e.V. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

6. Ausblick

6.1 „Aktionsplan CSR in Deutschland“

Der Aktionsplan "CSR in Deutschland" soll Anfang 2010 fertig gestellt und im Bundeskabinett verabschiedet werden. Nach der Verabschiedung des Aktionsplans werden sich die Mitglieder des CSR-Forums an der konkreten Umsetzung der in den Arbeitsgruppen bearbeiteten Aktionsfelder beteiligen.

6.2 Einführung eines CSR-Reports der Bundesregierung

Über den Fortschritt bei der Umsetzung der CSR-Strategie wird regelmäßig (mindestens einmal pro Legislaturperiode) berichtet. Die Dokumentation erfolgt ergebnisorientiert.

Der CSR-Report soll auch eine kontinuierliche Steuerung und Aktualisierung des Aktionsplans ermöglichen, und ggfs. als Grundlage für die Weiterentwicklung zentraler Handlungsfelder dienen.

Nach Abschluss der zweijährigen Arbeit des Nationalen CSR-Forums wird die Verpflichtung zur Berichterstattung einer Überprüfung unterzogen und gegebenenfalls angepasst.

Mitgliederliste des nationalen CSR-Forums

Institutionen
ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH
Bäckerei und Konditorei Johann Mayer
BASF SE
Bertelsmann-Stiftung
Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" e.V.
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V.
Der Rat für Nachhaltige Entwicklung
Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.
Deutscher Naturschutzring e.V.
Deutsches Global Compact Netzwerk
Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V.
DGB
Die Familienunternehmer - ASU e.V.
econsense Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.
Germanwatch e.V.
Henkel AG & Co. KGaA
IG BCE
IG Metall
ILO Vertretung Deutschland
Konstanz Institut für WerteManagement
Max Früh GmbH & Co. KG
OECD Berlin Centre
Otto Group – Otto GmbH & Co. KG
Runder Tisch Verhaltenskodizes
Stiftung Warentest

Transparency International Deutschland e.V.
VENRO – Verband Entwicklungspolitik deutscher Nicht-regierungsorganisationen e.V.
ver.di
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG
Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik
Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.
Bundesressorts
Auswärtiges Amt
Bundeskanzleramt
Bundesministerium der Finanzen
Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Bundesministerium für Bildung und Forschung
Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Bundesministerium des Innern
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Arbeitsgrundlage des nationalen CSR-Forums

Vor dem Hintergrund der Globalisierung hat die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR) national wie international an Bedeutung gewonnen. Die Bundesregierung hat angekündigt, eine nationale CSR-Strategie zu entwickeln (siehe auch BT-Drs.16/9964). Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) übernimmt als federführendes Ministerium die Organisation des Abstimmungsprozesses.

Mit der CSR-Strategie verfolgt die Bundesregierung zwei Ziele:

- die Förderung von CSR, unter anderem auch durch die Erhöhung der Sichtbarkeit in der breiten Öffentlichkeit und dadurch die Schärfung des deutschen CSR-Profiles im In- und Ausland
- und das Ziel, zu einer sozialen und ökologischen Gestaltung der Globalisierung beizutragen.

Die Entwicklung einer koordinierten nationalen CSR-Strategie wird im Dialog mit den Stakeholdern durchgeführt. Dabei geht es um die Förderung von freiwilligem Engagement, Wissenstransfer und die Moderation des Dialogs, nicht um staatliche Prüfung von CSR-Maßnahmen. Das nationale CSR-Forum bildet die Plattform für den Dialog mit den Stakeholdern.

Die vorliegende Arbeitsgrundlage beschreibt die Zusammenarbeit im CSR-Forum. Eine förmliche Verabschiedung ist nicht vorgesehen.

§ 1

Aufgaben

(1) Das BMAS beruft in Abstimmung mit anderen Ressorts ein nationales CSR-Forum ein. Aufgabe des Forums ist die Entwicklung von Empfehlungen zu einer nationalen CSR-Strategie. Dabei soll eine Verständigung auf gemeinsame Ziele vorgenommen werden. Die CSR-Strategie wird als "Aktionsplan CSR in Deutschland" der Bundesregierung vorgelegt.

(2) Das CSR-Forum begleitet die Umsetzung des "Aktionsplans CSR in Deutschland".

(3) Nach Fertigstellung des "Aktionsplans CSR in Deutschland" werden Aufgabenstellung und Arbeitsweise des CSR-Forums einer Überprüfung unterzogen und ggf. angepasst.

§ 2 Mitglieder

(1) Dem CSR-Forum gehören die für CSR maßgeblichen Akteure aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft an.

Die Teilnahme ist auf Institutionen und Gruppen bezogen, nicht auf einzelne Personen. Bei Bedarf können themenabhängig weitere Akteure hinzugezogen werden. Die Aufnahme neuer Akteure beschließt das CSR-Forum.

(2) Die Zusammensetzung der Mitglieder berücksichtigt bestehende Stakeholderinitiativen und soll eine Vernetzung und Unterstützung von bestehenden Strukturen bewirken. Sie bildet die wesentlichen und breit vernetzten Akteure der CSR-Debatte in Deutschland ab.

(3) Auf dieser Grundlage werden folgende Akteure in das CSR-Forum berufen:

A: Institutionen

ArcelorMittal Eisenhüttenstadt GmbH
Bäckerei und Konditorei Johann Mayer
BASF SE
Bertelsmann-Stiftung
Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" e.V.
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V.
Der Rat für Nachhaltige Entwicklung
Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.
Deutscher Naturschutzring e.V.
Deutsches Global Compact Netzwerk
Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik e.V.
DGB
Die Familienunternehmer - ASU e.V.
econsense | Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.
Germanwatch e.V.
Henkel AG & Co. KGaA
IG BCE
IG Metall
ILO Vertretung Deutschland
Konstanz Institut für WerteManagement
Max Früh GmbH & Co. KG
OECD Berlin Centre
Otto Group – Otto GmbH & Co. KG
Runder Tisch Verhaltenskodizes
Stiftung Warentest
Transparency International Deutschland e.V.
VENRO – Verband Entwicklungspolitik deutscher Nicht-regierungsorganisationen e.V.
ver.di
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG
Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik
Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.

B: Bundesressorts

Auswärtiges Amt
Bundeskanzleramt

Bundesministerium der Finanzen
Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Bundesministerium für Bildung und Forschung
Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
Bundesministerium des Innern
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

(4) Die berufenen Akteure entsenden ein Mitglied auf Geschäftsführungs- bzw. Management- oder Leitungsebene in das CSR-Forum. Die Mitgliedschaft im Forum erfolgt auf ehrenamtlicher Basis. Aufwandsentschädigungen können grundsätzlich nicht geltend gemacht werden. Im Einzelfall können auf Antrag bei der Geschäftsstelle die Fahrtkosten zu den Sitzungen gemäß Bundesreisekostengesetz erstattet werden.

(5) Jedes Mitglied benennt einen Vertreter bzw. eine Vertreterin sowie einen Ansprechpartner bzw. eine Ansprechpartnerin auf Arbeitsebene für die laufende Kommunikation und Abstimmung.

§ 3

Laufzeit des CSR-Forums und Mitgliedschaft

(1) Das CSR-Forum wird für zwei Jahre eingesetzt, mit der Option, die Arbeit zu verlängern oder in anderen Strukturen oder Netzwerken fortzuführen.

(2) Sollte ein entsandtes Mitglied nicht mehr für das CSR-Forum zur Verfügung stehen, wird seitens der entsendenden Organisation ein Nachfolger oder eine Nachfolgerin benannt.

§ 4

Vorsitz und Geschäftsführung

(1) Den Vorsitz des Forums übernimmt das BMAS auf Staatssekretärebene. Die Vertretung erfolgt durch den Leiter der Abteilung Europäische und internationale Beschäftigungs- und Sozialpolitik.

(2) Die Geschäftsstelle des Forums ist beim BMAS angesiedelt.

§ 5

Durchführung der Aufgaben

- (1) Zur Durchführung seiner Aufgaben tritt das CSR-Forum zu Sitzungen zusammen. Die Sitzungen sind nicht öffentlich.
- (2) Die Beratungen erfolgen grundsätzlich im Plenum des CSR-Forums.
- (3) Das CSR-Forum kann zu bestimmten Themen die Bildung von Arbeitsgruppen beschließen. Sie können bei Bedarf weitere Expertise einbeziehen. Über den Vorsitz der Arbeitsgruppen beschließt das CSR-Forum.
- (4) Aufgabe der Arbeitsgruppen ist es, Beschlussvorlagen für das CSR-Forum zu erstellen.

§ 6

Beschlussfindung

- (1) Jedes Mitglied des Forums ist stimmberechtigt und hat eine Stimme. Sollte ein Mitglied des Forums nicht an einer Sitzung teilnehmen können, geht die Stimme auf seinen Vertreter bzw. seine Vertreterin über.
- (2) Von den Regelungen des Absatzes 1 ausgenommen sind die Vertreterinnen und Vertreter der Bundesressorts. Ausgenommen sind darüber hinaus die Vertreter/innen der internationalen Organisationen ILO und OECD, die mit Gaststatus an den Sitzungen des CSR-Forums teilnehmen.
- (3) Die Beschlüsse des Forums werden im Konsens getroffen. Durch den Vorsitz können die Sichtweisen der Forumsmitglieder in der Diskussion zusammengefasst werden.

Bestandsaufnahme von CSR in Deutschland

Stand: 12. Juni 2009

Ein Ziel der nationalen CSR-Strategie ist es, die Sichtbarkeit von CSR-Aktivitäten zu erhöhen und die Vernetzung der CSR-Akteure zu unterstützen. Dabei soll auf den vielfältigen bereits bestehenden Initiativen und Netzwerken der Bundesregierung, der Wirtschaft und der Zivilgesellschaft aufgebaut werden. Die Bestandsaufnahme vermittelt einen praxisorientierten Überblick und soll die Orientierung in der CSR-Landschaft in Deutschland erleichtern.

Internationale Aktivitäten werden aufgeführt, soweit sie eine klar erkennbare deutsche Handlungsebene beinhalten.

Die Bestandsaufnahme ist nicht als abschließende Zusammenstellung zu verstehen. Im Sinne eines "living document" wird sie vielmehr kontinuierlich ergänzt und erweitert.

Initiativen Bundesregierung

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Der Rat für Nachhaltige Entwicklung
Kurzbeschreibung	Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) wurde erstmalig im April 2001 von Bundeskanzler Gerhard Schröder berufen, und im Juni 2007 von Bundeskanzlerin Angela Merkel neu berufen. Dem RNE gehören momentan 13 Personen des öffentlichen Lebens an. Die Aufgaben des RNE sind die Entwicklung von Beiträgen für die Entwicklung und Umsetzung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie und die Benennung von konkreten Handlungsfeldern und Projekten. Ziel ist es darüber hinaus, Nachhaltigkeit zu einem wichtigen öffentlichen Anliegen zu machen.
Initiator/ Organisator	BK bzw. RNE
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Dem RNE gehören 13 Personen des öffentlichen Lebens – z.B. aus Wirtschaft, Wissenschaft, Kirchen, NGOs - an.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Schwerpunkt „Nachhaltigkeit“
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Informationen zum Thema Nachhaltigkeit; Wettbewerbe, Konferenzen; Netzwerk
Link	www.nachhaltigkeitsrat.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Internetseite www.csr-in-deutschland.de
Kurzbeschreibung	Die Internetseite www.csr-in-deutschland.de informiert seit Juni 2008 über die CSR-Aktivitäten innerhalb der Bundesregierung – seit September 2008 auch in englischer Sprache. Ziel ist es, Sichtbarkeit und Transparenz der CSR-Aktivitäten der Bundesregierung zu erhöhen und die Internetseite zu einer zentralen Informationsquelle für CSR-Veranstaltungen und Publikationen weiterzuentwickeln.
Initiator/ Organisator	BMAS
Teilnehmende Stakeholdergruppen	BMAS, Linkgeber anderer CSR-Akteure
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	CSR-Aktivitäten der Bundesregierung
Reichweite	national und international
Instrumente	Informationen zu CSR, Pressemitteilungen, Publikationen, Veranstaltungshinweise, CSR-Glossar, Links auf Initiativen von

	nationalen und internationalen CSR-Akteuren, etc.
Link	http://www.csr-in-deutschland.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Internetportal "CSR WeltWeit"
Kurzbeschreibung	Das von der Bertelsmann Stiftung und dem AA in Zusammenarbeit mit Politik und Wirtschaft entwickelte Internetportal unterstützt deutsche Unternehmen bei ihrem CSR-Engagement im Ausland. Kern des Informationsangebotes sind derzeit 24 Länderprofile. Diese berichten über die aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen in den entsprechenden Ländern. Zugleich werden derzeitige Akteure und mögliche Kooperationspartner/innen im Bereich CSR benannt. Das zweite wesentliche Element sind Fallstudien des gesellschaftlichen Engagements von deutschen Unternehmen im Ausland.
Initiator/ Organisator	Bertelsmann Stiftung und AA. Projektpartner sind BMAS, BMELV, BMU, BMZ, BDA, BDI, DIHK und die Auslandshandelskammern.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.; und die Good-Practice publizierenden Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Armut, Bildung, Gesundheit, Politische Mitwirkung, Teilhabe, Umwelt, Sonstiges
Reichweite	weltweit (derzeit 24 Länderprofile)
Instrumente	Öffentlichkeitsarbeit; Informationen zu CSR, Good Practice-Beispiele, Netzwerk
Link	www.csr-weltweit.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Nationale Kontaktstelle (NKS)
Kurzbeschreibung	Die OECD-Leitsätze bieten für international tätige Unternehmen einen Handlungsrahmen, der als Verhaltenskodex für die Verwirklichung weltweit verantwortlichen Handelns von Unternehmen bei Auslandsinvestitionen entworfen wurde. Die Leitsätze stellen Handlungsempfehlungen der Regierungen der OECD-Mitgliedsländer an Unternehmen dar. Zur Förderung, Bekanntmachung sowie Anwendung der OECD-Leitsätze haben die Regierungen der Mitgliedstaaten jeweils Nationale Kontaktstellen (NKS) eingerichtet. Die deutsche NKS ist im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) angesiedelt. Aufgabe der NKS ist die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der OECD-Leitsätze und die Förderung ihrer Anwendung.
Initiator/ Organisator	OECD/ BMWi
Teilnehmende Stakeholdergruppen	OECD/ BMWi; konsultierende Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Gemäß den OECD-Leitsätzen: u.a. Beschäftigung, Informationspolitik, Umweltschutz, Korruptionsbekämpfung, Verbraucherschutz
Reichweite	OECD-weit
Instrumente	Information, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung, ggfs. Konfliktsschlichtung
Link	www.bmwi.de/BMWi/Navigation/aussenwirtschaft,did=177082.htm

Name des Netzwerkes/ der Initiative	PPP-Programm "Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft"
Kurzbeschreibung	Das BMZ hat 1999 einen gesonderten Fonds für "Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft" eingerichtet, die PPP-Fazilität. Dieser richtet sich an europäische Unternehmen, die Projekte in den Partnerländern der deutschen Entwicklungszusammenarbeit planen und damit zur Entwicklung

	des Landes beitragen. PPP-Projekte sind in vielen Bereichen möglich: von der Ausbildung bis zur Zulieferkette, im Umweltschutz ebenso wie in der Infrastruktur oder im Finanzsektor. Viele dieser Projekte haben einen direkten CSR-Bezug. Die Umsetzung der Projekte übernehmen die Unternehmen in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ), der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) und der SEQUA gGmbH.
Initiator/ Organisator	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Deutsche und europäische Unternehmen, Durchführungsorganisationen des BMZ (GTZ, DEG, Sequa), in den Projekten (in Entwicklungs- und Schwellenländern) häufig in Kooperation mit anderen Stakeholdern (z.B. Institutionen des Partnerlandes, NRO, Universitäten)
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Umsetzung von CSR-Projekten, die besonderen entwicklungspolitischen Mehrwert versprechen; Sensibilisierung deutscher/ europäischer Unternehmen für CSR im spezifischen Kontext von Entwicklungsländern
Reichweite	Entwicklungs- und Schwellenländer
Instrumente	Entwicklungspartnerschaften mit der Wirtschaft (PPP-Projekte), Multistakeholder-Prozesse
Link	www.bmz.de/de/themen/wirtschaft/privatwirtschaft/ppp/index.html

Name des Netzwerkes/ der Initiative	„Programmbüro für Sozial- und Ökostandards“ der Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ)
Kurzbeschreibung	Durch die Einhaltung und Förderung von sozialen und ökologischen Standards können Unternehmen Lieferketten nachhaltiger gestalten und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit auf Basis sozialer, ökologischer und ökonomischer Faktoren erhöhen. Standards sind deshalb auch entscheidende, messbare Bezugspunkte für die Umsetzung von CSR-Strategien. Im Kontext der Nachhaltigkeitsdebatte hat das BMZ 2001 das Programmbüro gegründet mit dem Ziel, Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft Strategien und Handlungsoptionen für die Umsetzung von sozialen und Umweltstandards anzubieten. Seitdem leistet das Programmbüro wichtige fachliche und strategische Beiträge zur internationalen Standarddebatte, berät die Bundesregierung zum Thema, unterstützt Standardinitiativen bei der Entwicklung und Umsetzung von Standards via Beratung, PPP-Projekten und Capacity Development und trägt mit seinem Wissensmanagement zur Weiterentwicklung der Debatte bei.
Initiator/ Organisator	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ)
Partner	Regierungen, Unternehmen, Standard-Initiativen und Organisationen, NGOs, Gewerkschaften, nationale und internationale Organisationen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Sozial- und Ökostandards
Reichweite	national und international
Instrumente	Beratung, Capacity Building, Wissensmanagement, Networking
Link	www.gtz.de/soziale-oekologische-standards

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Initiative "ZivilEngagement"
Kurzbeschreibung	Die Initiative "ZivilEngagement" der Bundesregierung hat zum Ziel, eine nationale Engagementstrategie zu entwickeln. Bürgerschaftliches Engagement ist durch Freiwilligkeit, Eigensinn und Gemeinwohlorientierung geprägt und für gesellschaftliche

	Integration und stabile demokratische Strukturen unerlässlich. Staatliches Handeln zielt auf Stärkung dieses Engagements in nationalen und internationalen Zusammenhängen der rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen, von Information und Anerkennung sowie durch Förderung von Engagement unterstützender Infrastruktur, von Forschung und von innovativen Modellvorhaben. Es geht darum, eine Systematisierung und Koordinierung der Programme und Maßnahmen zu erreichen, die eine wirkungsvolle und künftig fortlaufend abgestimmte Entwicklung der Engagementpolitik ermöglichen.
Initiator/ Organisator	BMFSFJ
Teilnehmende Stakeholdergruppen	bürgerschaftliche Initiativen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	bürgerschaftliches Engagement
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Förderung von Initiativen, Kommunikation, Netzwerkbildung
Link	www.initiative-zivilengagement.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Vielfalt als Chance – Kampagne für mehr Vielfalt in deutschen Unternehmen
Kurzbeschreibung	Ziel der Kampagne ist es, in Unternehmen, Verwaltung und anderen Organisationen das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass ethnische und kulturelle Vielfalt eine herausragend wichtige wirtschaftliche Ressource ist. Mit einer Vielzahl von Maßnahmen und Veranstaltungen – unter anderem Wettbewerben, Workshops und Konferenzen werden bundesdeutsche Unternehmen und Institutionen darüber informiert, wie sie erfolgreich das Potenzial von Migrantinnen und Migranten nutzen können. Gleichzeitig sind sie eingeladen, ihre Konzepte und Erfolge einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.
Initiator/ Organisator	Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Toleranzförderung
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Wettbewerbe, Workshops, Öffentlichkeitsarbeit
Link	www.vielfalt-als-chance.de

Allgemeine Netzwerke

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Der Runde Tisch Verhaltenskodizes
Kurzbeschreibung	Der im Jahr 2001 vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) und Vertreterinnen und Vertretern von Unternehmen und Verbänden der Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen, Gewerkschaften sowie weiteren Bundesressorts initiierte „Runde Tisch Verhaltenskodizes“ ist ein Multistakeholderforum. Ziel es ist, die Umsetzung freiwilliger Sozialstandards in Entwicklungsländern durch Information und Dialog zu stärken sowie die Durchführung gemeinsamer Pilotprojekte zu fördern. Stand bei der Gründung des Forums der Aspekt der „freiwilligen Selbstverpflichtungen von Unternehmen“ im Mittelpunkt, so ist es zunehmend ein Anliegen des Runden Tisches geworden, die ganze Bandbreite der aktuellen Sozialstandards-Debatte einschließlich von Fragen der Corporate Social Responsibility aufzugreifen.
Initiator/ Organisator	Initiator/Moderation: BMZ Sekretariat: Gesellschaft für wirtschaftliche Zusammenarbeit (GTZ), Programmbüro Sozial- und Ökostandards

Teilnehmende Stakeholdergruppen	Nichtregierungsorganisationen, Privatwirtschaft, Gewerkschaften; Bundesministerien
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Verhaltenskodizes und Sozialstandards deutscher Unternehmen im Rahmen ihres Engagements in Entwicklungs- und Schwellenländern
Reichweite	national / international (Pilotprojekte)
Instrumente	Information / Austausch durch Dialog, Publikationen, Pilotprojekte, Veranstaltungen
Link	http://www.coc-runder-tisch.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Deutsches Global Compact Netzwerk (DGCN)
Kurzbeschreibung	Der Global Compact ist eine Initiative des UN-Generalsekretärs Kofi Annan. Im Mittelpunkt stehen zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Der Global Compact ruft weltweit Unternehmen dazu auf, sich zu diesen Prinzipien öffentlich zu bekennen und aktiv für ihre Umsetzung einzusetzen. Mit dem Beitritt zum Global Compact Netzwerk verpflichtet sich ein Unternehmen, die Prinzipien innerhalb seines Einflussbereiches umzusetzen. Die Mitgliedsunternehmen sind zur regelmäßigen Berichterstattung über die Umsetzung der Prinzipien verpflichtet. In vielen Staaten, darunter in Deutschland, wurden nationale Global Compact Netzwerke gegründet, die auch dem Informations- und Erfahrungsaustausch dienen. Im deutschen Global Compact Netzwerk waren im Juni 2009 135 Unternehmen und über 30 sonstige Akteure vertreten.
Initiator/ Organisator	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) bzw. Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.; teilnehmen können Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, wissenschaftliche Institutionen, private oder öffentliche Stiftungen, Arbeitnehmerorganisationen und Wirtschaftsverbände
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz, Korruptionsbekämpfung
Reichweite	weltweit
Instrumente	Lern- und Dialogplattform
Link	http://www.globalcompact.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ) e.V.
Kurzbeschreibung	Die gemeinnützige UPJ-Bundesinitiative <ul style="list-style-type: none"> - koordiniert ein bundesweites Corporate Citizenship und CSR-Netzwerk von mehr als 60 großen und mittelständischen Unternehmen und 20 gemeinnützigen lokalen Mittlerorganisationen, - informiert, unterstützt und berät Akteure aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und öffentlicher Verwaltung bei der Initiierung, strategischen Ausrichtung und Umsetzung von Corporate Citizenship und CSR und - entwickelt das Feld durch innovative Projekte und Programme <p>mit dem Ziel der langfristigen Zusammenarbeit von Wirtschaft, gemeinnützigen Organisationen und öffentlicher Verwaltung zur Lösung gesellschaftlicher Probleme und für ein zukunftsfähiges Gemeinwesen.</p>
Initiator/ Organisator	UPJ e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, Mittlerorganisationen, Kommunen

Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	<ul style="list-style-type: none"> - Corporate Citizenship - CSR bei KMU - CSR und regionale Entwicklung
Reichweite	lokal, regional, national und international
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Vernetzung mit Erfahrungsaustausch und Help Desk für Unternehmen und Mittlerorganisationen - lokale, regionale, bundesweite und internationale Veranstaltungen und Workshops - Corporate Citizenship und CSR-Leitfäden - Beratung zu Strategie und Unterstützung bei der Umsetzung von CSR- und Corporate Citizenship-Projekten - Evaluation und Praxisforschung - Feldentwicklung durch innovative lokale, regionale, nationale und internationale Projekte und Programme - Entwicklung und Umsetzung von Instrumenten zur Verbreitung und Messung von CSR und Corporate Citizenship - Erfahrungs- und Methodentransfer mittels der Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Partnerorganisationen - Mitarbeit in europäischen Programmen und Projekten (Europäisches Multistakeholder Forum, Europäische Allianz für CSR, Sachverständigengruppe der EU-Kommission zu CSR und KMU)
Links	<ul style="list-style-type: none"> - www.upj-online.de/ - www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de - www.soziale-kooperation.de - www.upj-brandenburg.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Kampagne "Verantwortliche Unternehmensführung"
Kurzbeschreibung	Die Kampagne "Verantwortliche Unternehmensführung" unterstützt mittelständische Unternehmen über praktische Beispiele, mit regionalen Informationsveranstaltungen und einem praxisnahen Leitfaden dabei, verantwortliche Unternehmensführung in ihrem Betrieb zu stärken. Die Internetseite dient dabei als virtuelles Kompetenzzentrum sowohl für kleine und mittlere Unternehmen als auch für Multiplikatoren in Verbänden, Kammern und Medien; die Website bietet aktuelle Information, Downloads, praktische Beispiele, Veranstaltungshinweise, Links und praktische Hilfestellungen.
Initiator/ Organisator	Bundesinitiative "Unternehmen: Partner der Jugend" (UPJ) e.V., gefördert durch die Europäische Kommission (DG Enterprise and Industry). Partner der Kampagne sind der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	KMU, große Unternehmen, Multiplikatoren, Verbände, Kammern und Medien
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Alle Handlungsfelder von CSR
Reichweite	national und regional
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Virtuelles Kompetenzzentrum im Internet - Beispielsammlung zu CSR und KMU - Navigationshilfe für KMU - Self-Assessment-Tool für KMU - Leitfaden „Verantwortliche Unternehmensführung – CSR im Mittelstand“ - Übersicht über nationale und internationale Leitfäden und Instrumente zu verantwortlicher Unternehmensführung im Mittelstand - Regionale Informationsveranstaltungen - Workshops für Expertinnen und Multiplikatoren

	- Medienpaket für Zeitschriften von Kammern und Verbänden
Link	http://www.verantwortliche-unternehmensfuehrung.de/index/110560

Name des Netzwerkes/ der Initiative	DNWE – Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
Kurzbeschreibung	Das DNWE wurde im Mai 1993 in Bad Homburg gegründet und ist ein nationaler Verband des European Business Ethics Network (EBEN). Mitglieder des DNWE sind Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Kirchen und Wissenschaft. Das DNWE verfolgt das Ziel, den Austausch von Gedanken und Ideen über ethische Fragen des Wirtschaftens zu fördern und wirtschaftliches Handeln ethisch zu orientieren, um zur Lösung von moralischen Fragen im wirtschaftlichen Wettbewerb beizutragen.
Initiator/ Organisator	DNWE
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Wirtschaftsethik
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Information, Netzwerk, Veranstaltungen
Link	http://www.dnwe.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	BBE – Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement
Kurzbeschreibung	Im Juni 2002 wurde das BBE gegründet. Die Mitglieder des Netzwerkes sind die bundesweit für das bürgerschaftliche Engagement relevanten Akteure aus Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft. Das Netzwerk sieht seinen Auftrag darin, nachhaltige Impulse der Engagementförderung in der Praxis von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zu setzen.
Initiator/ Organisator	BBE, gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	BBE
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Gesellschaftliches Engagement
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Förderung, Austausch, Information, Tagungen
Link	http://www.b-b-e.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CSR-Laboratory „Demographic Change“
Kurzbeschreibung	Gemeinsam mit econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. haben sich Unternehmen zu dem europäischen Netzwerk "Laboratory Demographic Change" zusammengeschlossen, um eines der wichtigsten Aktionsfelder der europäischen Nachhaltigkeitsagenda, das rasche Altern der Bevölkerung und die demografische Entwicklung, strategisch anzugehen.
Initiator/ Organisator	econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft, BASF SE, Evonik Industries AG, SAP AG
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, Politik, Gewerkschaften, Wissenschaft und Medien
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Demografischer Wandel, Diversity
Reichweite	National, europäisch
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Online-Tool „Demographic Risk Map“ (www.demographic-risk-map.eu) - Studienbericht "Mapping Regional Demographic Change and Regional Demographic Location Risk in Europe" - Informations-Plattform "Laboratory Demographic Change" (www.demographicchange.info) - Dialog-Workshop-Tour durch Europa

Link	www.demographic-risk-map.eu www.demographicchange.info
------	--

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Nachhaltiges Investment
Kurzbeschreibung	<p>Es handelt sich um eine Internetplattform zu nachhaltigen Investments. Die Plattform dient der öffentlichen Transparenz sowie dem Dialog über nachhaltiges Investment in Publikumsfonds und Aktien. Ziel ist es, Analysten, Fondsmanagern, privaten und institutionellen Investoren, Index-Anbietern, Managern, Nicht-Regierungsorganisationen sowie Journalisten und der interessierten Öffentlichkeit einen Marktüberblick zu verschaffen.</p> <p>Die Plattform ist Ergebnis des Forschungsprojekts „Umwelt- und Nachhaltigkeitstransparenz für Finanzmärkte“, das das Sustainable Business Institute (SBI) der European Business School mit Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung 2000-2003 durchgeführt hat.</p>
Initiator/ Organisator	Sustainable Business Institute, SBI
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Förderung des Aufbaus der Internetplattform durch das BMBF; Förderung des Betriebs und der Entwicklung durch verschiedene Unternehmen, u.a. BMW Group, Daimler AG, Deutsche Bank, Deutsche Telekom, Volkswagen.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit
Reichweite	Internet; Information in Deutsch und Englisch
Instrumente	Information (Internetplattform)
Link	http://www.nachhaltiges-investment.org/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	„Gute Geschäfte“ mit der Marktplatz-Methode
Kurzbeschreibung	Seit 2007 finden in der gesamten Bundesrepublik Veranstaltungen nach der sogenannten Marktplatzmethode statt, auf denen Unternehmen mit gemeinnützigen Organisationen zusammen kommen. Auf dem Marktplatz erhalten sie die Möglichkeit, nicht-monetäre Kooperationen anzubahnen. Mittlerweile haben über 50 Marktplätze stattgefunden und es sind auf diese Weise über 2500 Partnerschaften in die Wege geleitet worden. (Stand: Frühjahr 2009)
Initiator/ Organisator	Bertelsmann Stiftung (in Kooperation mit RWE und KPMG); lokal werden die Marktplätze von Mittlerorganisationen initiiert.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, Gemeinwohlorganisationen, Mittlerorganisationen (Freiwilligenagenturen, Bürgerstiftungen, Mehrgenerationenhäuser, Agenda 21 Gruppen, lokale Netzwerke etc.)
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Anbahnung von lokalen Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen zur Entwicklung des Gemeinwohls
Reichweite	Bundesweit (erste Marktplätze haben auch in Österreich stattgefunden, die Idee kommt aus den Niederlanden)
Instrumente	Die Bertelsmann Stiftung stellt Unterstützungsinstrumente für die lokalen Organisatoren zur Verfügung. Siehe Webseite
Link	http://www.gute-geschaefte.org

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Arbeitsgemeinschaft Eine Welt Landesnetzwerke in Deutschland e.V.
Kurzbeschreibung	In den Bundesländern haben sich insgesamt rund 2.000 Eine-Welt-Initiativen zu Landesnetzwerken zusammengeschlossen. Auf Bundesebene arbeiten die Landesnetzwerke in der Arbeitsgemeinschaft der Landesnetzwerke (AGL) zusammen. Sie

	sind Mitglied im "Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO)". Die Mitgliedsorganisationen der Landesnetzwerke sind kleine NRO, lokale Initiativen und Netzwerke, regionale Zentren und Regionalgruppen großer Nichtregierungsorganisationen. Die Landesnetzwerke setzen sich ein für eine Eine-Welt-Politik als Querschnittsaufgabe aller Politikbereiche der Bundesregierung und der Landesregierungen.
Initiator/ Organisator	AGL-Vorstand (Vorst.Vors. H. Philipp, V.E.N. / Verband Entwicklungspolitik Niedersachsen e.V.)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Landesnetzwerke „Eine Welt“: In allen 16 Bundesländern haben sich rund 2.000 Eine-Welt-Initiativen zu Landesnetzwerken zusammengeschlossen.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Eine-Welt-Politik (sozial/ ökologisch)
Reichweite	Weltweit
Instrumente	Kampagnen, Informationen
Link	http://www.agl-einewelt.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Eine Welt Netzwerk Bayern
Kurzbeschreibung	s.o.; Beschreibung der Arbeitsgemeinschaft eine Welt Landesnetzwerke in Deutschland e.V. Z.B. Projekt "Globalisierung von Sozial- und Umweltstandards". Die Initiative besteht u.a. aus bayernweiten Runden Tischen zu den Themenfeldern "Nachhaltigkeit in der Öffentlichen Beschaffung" und dem „Runden Tisch Fairer Handel Bayern“
Initiator/ Organisator	Landesnetzwerk, bestehend aus NROs, lokalen/ regionalen Initiativen und Netzwerken.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Inhaltlicher CSR Schwerpunkt
Reichweite	weltweit
Instrumente	Eine-Welt-Politik (sozial/ ökologisch)
Link	http://www.eineweltnetzbayern.de/

Netzwerke Wirtschaft

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CSR Germany
Kurzbeschreibung	CSR Germany ist ein CSR-Internetportal von BDA und BDI. Ziel ist es, das umfangreiche und vielfältige Engagement, insbesondere auch kleiner und mittlerer Unternehmen darzustellen, ein Netzwerk der CSR-Akteurinnen und -Akteure zu schaffen und den Erfahrungsaustausch zu fördern.
Initiator/ Organisator	BDA und BDI
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen(-sverbände)
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	alle CSR-Themen
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Portal, Netzwerk, Erfahrungsaustausch
Link	http://www.csrgermany.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	„Zukunft Mittelstand! Erfolgsfaktor gesellschaftliches Engagement/ Corporate Social Responsibility (CSR)“ – Teilprojekt Deutschland“
Kurzbeschreibung	Das Projekt wurde im Rahmen des EU-Programms „Mainstreaming CSR among SMEs“ von der GILDE Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt Detmold durchgeführt. Ziel war es, CSR-Kenntnisse von KMU und

	Multiplikatoren wie Wirtschaftsförderungsorganisationen, Technologie- und Gründerzentren, Unternehmensverbänden, Hochschulen und Qualifizierungsträgern aufzubauen und zu erweitern. Die Website www.csr-mittelstand.de ist weiterhin aktiv.
Initiator/ Organisator	Europäische Kommission
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Querschnitt der CSR-Felder (Gesunde Arbeitsbedingungen, Mitarbeiterbeteiligung, Umwelt, Ausbildung über den Bedarf hinaus, soziale Wertschöpfungskette)
Reichweite	deutschlandweit
Instrumente	Beratung und Unterstützung von KMU im Wege von Einzelgesprächen, Workshops, Vorträgen und durch Informationsmaterial. Einstellen einer Best-practice-Liste auf die Projektwebsite.
Link	http://www.csr-mittelstand.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	future e.V.
Kurzbeschreibung	Die im Jahre 1986 für verantwortliches Unternehmerhandeln im Bereich des Umweltschutzes gegründete Initiative „future“ engagiert sich mittlerweile breiter aufgestellt im Bereich Nachhaltiges Wirtschaften. Die Initiative unterstützt (Mitglieds-)Unternehmen in ihren Bemühungen um Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften und bietet ihnen ein Netzwerk zum Erfahrungsaustausch.
Initiator/ Organisator	Verein, gegründet von Mittelständlern
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Umweltschutz und Nachhaltigkeit
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Beratung am konkreten Fall; Unterstützung durch Angebot eines Netzwerks und einer Plattform; Ranking der Nachhaltigkeitsberichte.
Link	http://www.future-ev.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M. e.V.)
Kurzbeschreibung	Informations- und Kontaktnetzwerk für nachhaltige Entwicklung.
Initiator/ Organisator	B.A.U.M e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	über 500 Mitglieder (Unternehmen, Verbände, Institutionen)
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Umweltschutz und Nachhaltigkeit
Reichweite	bundesweit. Darüber hinaus steht der B.A.U.M. e.V. im Kontakt mit Schwesterorganisationen weltweit.
Instrumente	Beratung in der Praxis bei der Implementierung von Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsaspekten sowie die Kommunikation erfolgreicher Beispiele aus der betrieblichen Praxis; B.A.U.M.-Umweltpreis
Link	www.baumev.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CSR NEWS
Kurzbeschreibung	CSR NEWS ist eine internationale Informationsplattform zum Thema Corporate Social Responsibility. Dazu gehören u.a. eine internationale Dialog-Plattform mit Berichten in fünf Sprachen, Literaturdatenbanken und eine weltweiten CSR-Landkarte.
Initiator/ Organisator	Die CSR NEWS GmbH ist in Trägerschaft der gemeinnützigen „Stiftung Unternehmensverantwortung“ (in Gründung).

Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Alle CSR-Bereiche
Reichweite	weltweit
Instrumente	Dialog-Plattform im Internet
Link	http://www.csr-news.net/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	BDI-Initiative „Wirtschaft für Klimaschutz“
Kurzbeschreibung	Die im März 2007 vom BDI-Präsidium ins Leben gerufene Initiative "Wirtschaft für Klimaschutz" hat von McKinsey eine Klimastudie erarbeiten lassen. Darin werden über 300 technologische Hebel für den Klimaschutz und deren Kosten und Potenziale betriebswirtschaftlich bewertet. Auf Grundlage der Studie stellt die Initiative den Beitrag der Industrie zu den Klimaschutzzielen dar und wirbt für effektiven Klimaschutz ohne ideologische Scheuklappen.
Initiator/ Organisator	Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Dialog mit Politik, Medien, Wirtschaft und Wissenschaft
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Klimaschutz
Reichweite	- National: Dialog mit Stakeholdergruppen - International: Prozess der UN-Klimarahmenkonvention
Instrumente	- Veranstaltungen: BDI-Klimakonferenzen, Side Events bei UNFCCC-Klimakonferenzen, politische Workshops und Fachtagungen - Online: Klima-Stadt (ab Mai 2009) www.klima-stadt.eu , Newsletter Klimabrief www.klimabrief.eu
Link	www.wirtschaftfuerklimaschutz.eu

Name des Netzwerkes/ der Initiative	econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V.
Kurzbeschreibung	econsense ist ein Zusammenschluss führender global agierender Unternehmen der deutschen Wirtschaft mit dem Ziel der Förderung nachhaltiger Entwicklung und Corporate Responsibility. Gegründet im Jahr 2000 auf Initiative des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e. V., ist econsense heute eine der führenden Unternehmensplattformen für den Dialog mit Politik, Wissenschaft, Medien und gesellschaftlichen Gruppen zum Leitbild der nachhaltigen Entwicklung. Die Mitglieder nutzen das Forum ebenso für den Kompetenzaustausch untereinander – im Sinne gemeinsamer Ziele und bester Lösungen. Seit 2004 ist econsense Mitglied im World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), einer globalen Vereinigung von Unternehmen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung.
Initiator/ Organisator	24 global agierende Unternehmen der deutschen Wirtschaft
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Dialog mit Politik, Wissenschaft, Medien und gesellschaftlichen Gruppen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	- Klima & Energie (www.weltkarte-klimapolitik.de und www.klimatech-atlas.de) - Demografischer Wandel (www.demographic-risk-map.eu und www.demographicchange.info) - Biodiversität - Verantwortung in den Lieferketten - Nachhaltigkeitsmanagement und -instrumente - Rolle der Finanzmärkte für eine nachhaltige Entwicklung (Ratings/Rankings)
Reichweite	national europäischer Partner: CSR Europe globaler Partner: World Business Council for Sustainable Development

Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Dialogpapiere, Stellungnahmen, Informations-Flyer, themenspezifische Online-Plattformen, Newsletter und Pressemitteilungen - Veranstaltungen: Jahrestagung „im Dialog“, Fach-Workshops, Nachhaltigkeitsstammtische - CSR Info Pool und Praxisbeispiele aus den Unternehmen
Link	www.econsense.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Verantwortungspartner
Kurzbeschreibung	Unternehmer einer Region bündeln und vernetzen als Verantwortungspartner ihr Engagement. Gemeinsam mit weiteren Partnern - Kommunen, Landkreisen, Vereinen und gemeinnützigen Organisationen - werden gemeinsame Lösungsansätze für drängende regionale Herausforderungen entwickelt.
Initiator/ Organisator	Bertelsmann Stiftung
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, IHKs, Wirtschaftsförderungsinitiativen, Gemeinwohlorganisationen, regionale Netzwerke, öffentliche Einrichtungen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Regionale Vernetzung von KMUs ihren Partnern untereinander zur Entwicklung konkreter Projekte in den Bereichen Bildung, Integration und sozialer Zusammenhalt
Reichweite	Derzeit in 6 Regionen Deutschlands (Saarland, Heilbronn-Franken, Berlin-Brandenburg, Schleswig-Holstein, Lippe und Halle (Saale)) (Stand: Frühjahr 2009)
Instrumente	Die Bertelsmann Stiftung organisiert Pilotregionen, organisiert Vernetzungsveranstaltungen und entwickelt derzeit einen Leitfaden zur Methodik für Multiplikatoren.
Link	http://www.verantwortungspartner.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CSR-Aktivitäten der IHK-AHK-Organisation
Kurzbeschreibung	<p>Die IHK-Organisation setzt sich in vielfältiger Weise mit CSR auseinander. Bei der Sensibilisierung, Aufklärung und Förderung berücksichtigt die IHK-Organisation insbesondere die Interessen von KMU und die regionale Situation. Ein bundesweiter Arbeitskreis von CSR-Ansprechpartnern fördert den Austausch der IHKs untereinander.</p> <p>IHKs und AHKs verstehen sich als</p> <ul style="list-style-type: none"> - eine Kommunikationsplattform für CSR (Berichte in IHK-Zeitschriften, Durchführung von Veranstaltungen und Workshops, Herausgabe von Flyern und Broschüren), - Ansprechpartner für Fragen der Unternehmer zum gesellschaftlichen Engagement (z.B. Aufbau eigener CSR-Kompetenzzentren im Ausland, Beratung und Projektkonzipierung für Mitgliedsunternehmen im Ausland), - Vermittler im CSR-Bereich (z.B. durch Organisation von Kulturbörsen, Patenschaften, Kooperationen Schule Wirtschaft) - Ideengeber (für Kultur- und Sportereignisse, Stiftungsgründungen, karitative Veranstaltungen, Forschungsprojekte) - sowie als Förderer des ehrenamtlichen Engagements (durch Preisverleihungen, Veröffentlichung von Best Practice).
Initiator/ Organisator	IHK/ AHK-Organisation
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Gesellschaftliches Engagement
Reichweite	Inland/ Ausland

Instrumente	Beratung der Mitgliedsunternehmen
Link	www.dihk.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	World Business Council for Sustainable Development
Kurzbeschreibung	Der „World Business Council for Sustainable Development“ ist eine globale Vereinigung von Unternehmen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung. Zu den Mitgliedern zählen auch eine Reihe prominenter deutscher Unternehmen. Der Council stellt eine Plattform für Unternehmen dar, Ideen, Wissen und Erfahrungen zur nachhaltigen Entwicklung im Sinne von „good practice“ auszutauschen. Darüber hinaus werden in verschiedenen Foren und Zusammenarbeit mit Regierungen, NGOs und zwischenstaatlichen Institutionen Unternehmenspositionen zur nachhaltigen Entwicklung erarbeitet und vertreten.
Initiator/ Organisator	Das Regionalnetzwerk in Deutschland wird durch econsense (s.o.) gewährleistet.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Etwa 200 Unternehmen aus mehr als 35 Ländern.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltige Entwicklung
Reichweite	global / in mehr als 35 Ländern
Instrumente	Unternehmensplattform; Positionierung
Link	http://www.wbcsd.org

Name des Netzwerkes/ der Initiative	AVE-Sektorenmodell (seit 2003: Bestandteil der Business Social Compliance Initiative (BSCI))
Kurzbeschreibung	Das AVE-Sektorenmodell ist ein Monitoring-System des deutschen Einzelhandels, mit dem Ziel, Sozialstandards in der weltweiten Lieferkette einzuführen bzw. zu verbessern. Die von der AVE angestoßene Initiative führte zur Gründung der europäischen "Business Social Compliance Initiative" (BSCI) unter dem Dach der Foreign Trade Association (FTA) in Brüssel. Mitgliedsunternehmen verpflichten sich aufgrund der „AVE-Erklärung betr. Beschaffungs-Verhaltensregeln zur Gewährleistung von Sozialstandards“, die Einhaltung der Arbeitsnormen der ILO und SA 8000 zur Geschäftsbedingung mit ihren Lieferanten zu machen.
Initiator/ Organisator	Foreign Trade Association (FTA)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Ordentliche Mitglieder: Einzelhandels-, Marken-, Handels- und Importunternehmen mit einer aktiven Rolle in der Lieferkette. Assoziierte Mitglieder: Unternehmen, Verbände und Institutionen ohne eine aktive Rolle in der Lieferkette, die die Initiative unterstützen.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Monitoring von Sozialstandards in der weltweiten Einzelhandel-Lieferkette bis zur Produktionsstätte
Reichweite	weltweit, erreicht insbesondere auch Entwicklungs- und Schwellenländer
Instrumente	Auditing durch Auditierungsunternehmen, die bei der NGO Social Accountability International (SAI) akkreditiert sind erforderlichenfalls ist eine Qualifizierung von Lieferanten vorgesehen; Handbuch für Lieferanten; Datenbank
Link	www.bsci-eu.com/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	www.einzelhandel.de/csr Internetportal "Verantwortlich Handeln"
-------------------------------------	--

	des deutschen Einzelhandels
Kurzbeschreibung	Als eine der ersten Branchen Deutschlands gibt der Einzelhandel einen breiten Überblick über verschiedene Aspekte verantwortlicher Unternehmensführung. Beleuchtet werden die CSR-Handlungsfelder für den Einzelhandel. Bisher sind über 80 Good-Practice-Beispiele von rund 25 Einzelhandelsunternehmen thematisch entweder direkt oder über Broschüren verlinkt.
Initiator/ Organisator	Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Einzelhandelsunternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Die fünf wichtigsten CSR-Themenbereiche für den Einzelhandel: <ul style="list-style-type: none"> • Verantwortungsvolle Produktpolitik und nachhaltiger Konsum • Arbeitsbedingungen und Qualifikation in den Handelsunternehmen • Internationale Lieferkette • Betrieblicher Umweltschutz und effiziente Logistik • Gesellschaftliches Engagement
Reichweite	bundesweit; potenziell 400.000 deutsche Einzelhandelsunternehmen
Instrumente	Information, Plattform
Link	www.einzelhandel.de/csr

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Initiative Nachhaltig Handeln
Kurzbeschreibung	Die „Initiative Nachhaltig Handeln“ ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucher-Initiative e.V. mit dem Bundesumweltministerium (BMU) und Umweltbundesamt (UBA). Das bundesweite Projekt bringt bewusste Verbraucher und engagierte Handelsunternehmen zusammen, um nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen zu verschaffen. Im Zentrum stehen die Bereiche Bauen und Wohnen sowie Textilien und Bekleidung. Die Initiative Nachhaltig Handeln intensiviert besonders den Austausch über praxiserprobte Strategien zur Vermarktung nachhaltiger und klimafreundlicher Produkte und führt gemeinsame Aktionen, vornehmlich am Point of Sale, durch.
Initiator/ Organisator	Verbraucher Initiative e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, Verbraucher, BMU, UBA
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Stärkung von nachhaltigen Produkten; Stärkung des nachhaltigen Konsums
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Beratung, Handelsbefragungen, Informationen (Website, Workshops)
Link	www.nachhaltige-produkte.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Responsible Care (RC)
Kurzbeschreibung	Responsible Care ist eine internationale Initiative der chemischen Industrie mit derzeit 53 nationalen Programmen. In Deutschland nehmen der größte Chemieverband (Verband der chemischen Industrie, VCI) und viele Unternehmen teil. Ziel ist, „mehr als vorgeschrieben zu tun“ und zwar insbesondere in den Bereichen Umwelt- und Arbeitsschutz, Produktverantwortung, Anlagensicherheit und Nachhaltigkeit allgemein. RC beinhaltet damit sowohl Elemente der „klassischen“ CSR wie auch den Charakter einer freiwilligen Industrieverpflichtung zur Aufrechterhaltung hoher Standards im Arbeitsalltag. Die Initiative wurde 1985 gegründet, ein dt. Programm existiert seit 1991. 2006/07 wurde die Initiative durch die „RC Charter“ überarbeitet und angepasst. RC findet auch seinen Widerhall in der sog. Global Product Strategy (GPS), welche speziell auf das Thema

	Produktsicherheit abhebt. GPS wurde von der chemischen Industrie als Beitrag der Branche zum sog. SAICM Prozess (Strategic Approach to International Chemicals Management) entwickelt.
Initiator/ Organisator	Chemiebranche in Kanada 1985; 1991 auch Deutschland. Auf internationaler Ebene: International Council of Chemical Associations (ICCA). Auf europäischer Ebene Koordinierung durch European Chemical Council (CEFIC). In Deutschland Teilnahme des Verbandes der chemischen Industrie (VCI) und vieler Chemieunternehmen. Jährlich beteiligen sich etwa 800 dt. Chemiefirmen (von insgesamt 2000 Chemiefirmen in DE) am Berichtswesen. Diese repräsentieren etwa 90% der Beschäftigten.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen und Verbände der Chemiebranche, u.a. VCI, BAVC und IGBCE
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit im Umgang mit und in der Produktion von chemischen Produkten
Reichweite	Weltweit, in Deutschland über 800 Unternehmen (90% der Beschäftigten in der chemischen Industrie)
Instrumente	Berichtswesen, Kooperationsprojekte, freiwillige Standards u.a.
Link	www.responsible-care.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG)
Kurzbeschreibung	Das Forum Nachhaltige Geldanlagen ist ein Zusammenschluss von über 80 Unternehmen und Organisationen, die sich für nachhaltige Geldanlagen einsetzen. Das Forum ist in Deutschland, Österreich und der Schweiz aktiv und Gründungsmitglied des europäischen Dachverbands Eurosif. Das übergeordnete Ziel des Forums besteht darin, die Entwicklung nachhaltiger Geldanlagen zu fördern und die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen für diesen Markt zu verbessern.
Initiator/ Organisator	Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	u. a. Banken, Wissenschaft
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit, Verbraucherinformation
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Veranstaltungen, Informationen, Netzwerk
Link	www.forum-ng.de

Netzwerke Zivilgesellschaft

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CorA Corporate Accountability – Netzwerk Unternehmensverantwortung
Kurzbeschreibung	Im CorA-Netzwerk arbeiten Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, kirchliche und entwicklungspolitische Organisationen, Verbraucher- und Umweltverbände sowie weitere Organisationen mit sozial- und gesellschaftspolitischen Zielsetzungen zusammen. Das CorA-Netzwerk engagiert für eine am Gemeinwohl orientierte Unternehmensverantwortung.
Initiator/ Organisator	CorA Netzwerk (derzeit 40 Organisationen)
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Teilnehmende Organisationen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Menschenrechte, soziale und ökologische Standards
Reichweite	weltweit
Instrumente	Politische Arbeit, Informationen, Veranstaltungen
Link	www.cora-netz.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Forest Stewardship Council (FSC), Arbeitsgruppe Deutschland
Kurzbeschreibung	Der FSC, eine internationale gemeinnützige Mitgliederorganisation, wurde 1993 mit dem Ziel gegründet, die Wälder zu schützen. Dabei wird der gleichwertigen Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Nutzung von Naturgütern besondere Bedeutung beigemessen.
Initiator/ Organisator	FSC
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Mitglieds-/Förder-Unternehmen, Naturschutzorganisationen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit, Ökologie
Reichweite	Bundesweit; Bezug zur weltweiten Wald-Nachhaltigkeit
Instrumente	Zertifizierung durch unabhängige Zertifizierungsorganisationen. Geprüft wird die Einhaltung der FSC-Prinzipien und -kriterien, die sich auf die gesamte Verarbeitungs- und Handelskette beziehen. Der FSC seinerseits prüft jährlich die Zertifizierungsorganisationen.
Link	www.fsc-deutschland.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Forschungsförderung der Hans-Böckler-Stiftung zum Thema Corporate Social Responsibility
Kurzbeschreibung	Das Thema CSR wird aus verschiedenen Blickwinkeln wissenschaftlich beleuchtet. Des Weiteren werden Netzwerke von Expertinnen und Experten unter Beteiligung verschiedener Institutionen und Organisationen (darunter wissenschaftliche Forschungseinrichtungen, Gewerkschaften, Kirchen und Verbände) geknüpft und gestärkt. Es gibt mehrere Projekte zum Thema, die von der HBS wissenschaftlich betreut und jeweils durch einen Beirat von Expertinnen und Experten beraten werden.
Initiator/ Organisator	Hans-Böckler-Stiftung
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Forschungseinrichtungen, Gewerkschaften, Kirchen und Verbände
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Breit gefächert: von internationalen Rahmenabkommen und Codes of Conduct bis Networking
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Vorrangig Forschung
Link	www.boeckler.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	AG CSR des DGB
Kurzbeschreibung	Arbeitsgruppe der DGB Gewerkschaften zum Thema CSR. Positionsabstimmung und Erarbeitung zum Bereich sozialer, ökologischer und nachhaltiger Unternehmensverantwortung.
Initiator/ Organisator	DGB
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Alle DGB Gewerkschaften, Friedrich-Ebert-Stiftung, Hans-Böckler-Stiftung
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	CSR in der Wirtschaftsglobalisierung, CSR im Betrieb und das Verhältnis zur Mitbestimmung,
Instrumente	Vernetzung, gemeinsame Erarbeitung von Positionen
Link	www.dgb.de/themen/csr/index_html

Initiativen

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Gemeinschaftsinitiative "Neue Qualität der Arbeit" (INQA)
-------------------------------------	--

Kurzbeschreibung	Im Mai 2002 haben Bund, Länder, Sozialpartner, Sozialversicherungsträger und Unternehmen sich auf die Durchführung der Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA) verständigt. INQA ist angetreten, um die sozialen Interessen der Beschäftigten an gesunden und gesundheitsförderlichen Arbeitsbedingungen mit den wirtschaftlichen Interessen der Unternehmen zu verbinden.
Initiator/ Organisator	Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Bundesministerium für Gesundheit (BMG), Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Länder, Sozialpartner, Sozialversicherungsträger und Unternehmen;
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Arbeitsschutz, Gesunde Arbeitsbedingungen
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Projekte, Thematische Initiativkreise, Informationen, Netzwerk, Veranstaltungen
Link	www.inqa.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Initiative für Beschäftigung
Kurzbeschreibung	Die Initiative für Beschäftigung wurde 1998 von BASF, Bertelsmann und der IG BCE gegründet und ist heute die größte konzertierte Aktion der Wirtschaft zur Verbesserung der Beschäftigungssituation in Deutschland. Die Initiative für Beschäftigung hat sich zum Ziel gesetzt, durch konkrete Projekte mehr Arbeitsplätze zu schaffen, zu sichern und Beschäftigung zu gestalten. In den regionalen Netzwerken engagieren sich über 400 Unternehmen und 2.500 Personen.
Initiator/ Organisator	BASF, Bertelsmann, IG BCE. Die Koordinierung erfolgt durch die IFOK GmbH
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft wirken in Lenkungsstab und Exekutivkreis der Initiative mit
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	beschäftigungspolitisches Engagement
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Vernetzung, Dialog mit der Politik, Arbeitsmarkt-Projekte (insb. Qualifizierung, Förderung), Veranstaltungen
Link	www.initiative-fuer-beschaeftigung.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Unternehmen für die Region (UfdR)
Kurzbeschreibung	Die Initiative Unternehmen für die Region unterstützt seit 2007 das Engagement von Unternehmen auf regionaler Ebene - sie macht erfolgreiche Projekte sichtbar und fördert neue Kooperationen zwischen Unternehmen, Politik und Gesellschaft.
Initiator/ Organisator	Bertelsmann Stiftung gemeinsam mit mittelständischen Unternehmen
Teilnehmende Stakeholdergruppen	kleine und mittelständische Unternehmen, Gemeinwohlorganisationen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Verbreitung und Vernetzung von lokalen und regionalen Kooperationen zwischen Unternehmen und Gemeinnützigen Organisationen
Reichweite	Bundesweit: die Landkarte des Engagements umfasst die Engagementprojekte von rund 1000 kleinen und mittelständischen Unternehmen, Publikationen und Wegweiser zum gesellschaftlichen Engagement stehen zur Verfügung. (Stand: Frühjahr 2009)
Instrumente	Vernetzungsveranstaltungen, Prämierung von Erfolgsgeschichten, Datenbank für gesellschaftliches Engagement von Unternehmen, Öffentlichkeitsarbeit für

	gesellschaftliches Engagement von KMU
Link	www.unternehmen-fuer-die-region.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CSR-Laboratory „Responsible Supply Chain Management“
Kurzbeschreibung	Das CSR-Laboratory "Responsible Supply Chain Management" hat zum Ziel, Unternehmen dabei zu unterstützen, ökologische und soziale Verbesserungen in ihrer Zuliefererkette umzusetzen. Das im Rahmen des Laboratories erarbeitete Online-Portal für "Responsible Supply Chain Management" (www.csr-supplychain.org) vereint die Erfahrungen aus Zuliefereraudits und Trainingsseminaren, die von großen internationalen Unternehmen aus verschiedenen Bereichen durchgeführt wurden.
Initiator/ Organisator	Volkswagen, HP, Titan and L'Oréal, organisiert von CSR Europe und der Business Social Compliance Initiative
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen jeglicher Größe, Politik, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und Wissenschaft
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit und Verantwortung in der Lieferkette
Reichweite	Europäisch, national, lokal
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Online-Portal für "Responsible Supply Chain Management" (www.csr-supplychain.org) - Sammlung von Management-Instrumenten, Kooperationsmodellen und Informationsquellen zum Thema Supply Chain Management
Link	www.csr-supplychain.org

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Servicestelle „Soziale Kooperation“
Kurzbeschreibung	<p>Ziel der Servicestelle "Soziale Kooperation" ist es, gemeinnützige Organisationen dazu anzuregen und dabei zu unterstützen, ihre Angebote mit den Kompetenzen und Ressourcen von Unternehmen zu verknüpfen. Es sind vielfältige Kooperationen denkbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - in der Organisations- und Qualitätsentwicklung der Trägerorganisationen Sozialer Arbeit, indem Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Träger pro bono z.B. beim betriebswirtschaftlichen Management oder in der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen - in Arrangements „informellen Lernens“, indem Unternehmen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter z.B. als Mentoren oder in Projekten junge Menschen in ihrer Sozialisation, in Bildungsprozessen oder im Übergang von der Schule in den Beruf unterstützen, oder - indem Unternehmen durch niedrigschwellige Projekte wie Runde Tische, Engagementtage oder so genannte „Marktplätze“ für einen Einstieg in eine kooperative Gemeinwesen- und Regionalentwicklung und damit für die Stärkung Sozialen Kapitals gewonnen werden. <p>Ein besonderer Fokus des Projektes liegt dabei auf der weiteren Qualifizierung von lokalen Mittlerorganisationen, die als intermediäre Infrastruktureinrichtungen die Zusammenarbeit mit Unternehmen initiieren und begleiten.</p> <p>Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert.</p>
Initiator/ Organisator	UPJ e.V.

Teilnehmende Stakeholdergruppen	Gemeinnützige Organisationen, Kommunen, Bundesländer, engagierte Unternehmen, Mittlerorganisationen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Engagement von Unternehmen in Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen und Kommunen
Reichweite	National, regional und lokal
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Information - Fachgespräche - Arbeitspapiere - Praxisforen zum Erfahrungsaustausch - Fachtagung - Telefonberatung - Vor-Ort-Beratung - Projektbegleitung
Link	www.soziale-kooperation.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Runder Tisch „Jugend und Wirtschaft“ im Land Brandenburg
Kurzbeschreibung	<p>Neue Partnerschaften und Initiativen für die Verbesserung der Entwicklungsperspektiven junger Menschen in Brandenburg und damit für ein zukunftsfähiges Brandenburg sind das Ziel des Runden Tisches. In Projekten und Programmen werden Lösungen für gesellschaftliche Probleme in einzelnen Handlungsfeldern - z.B. in der Schule, am Arbeitsplatz, in der Freizeit, in der Kultur, im sozialen Umfeld, in der Berufs- und Lebenswegplanung - ergebnisorientiert entwickelt und erprobt. Damit werden positive Umfeldbedingungen für die Wirtschaft geschaffen und zugleich gesellschaftliche Wirkung erzeugt.</p> <p>Schirmherr des Runden Tisches ist Ministerpräsident Matthias Platzeck. Das Projekt wird gefördert durch das Land Brandenburg.</p>
Initiator/ Organisator	UPJ e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Große und mittelständische Unternehmen, Land Brandenburg, Kommunen, gemeinnützige Organisationen, Kammern und Wirtschaftsförderungen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	CSR und regionale Entwicklung
Reichweite	Land Brandenburg
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Regelmäßige Treffen des Runden Tisches - Jährliches Treffen von Vorständen und Geschäftsführungen der beteiligten Unternehmen - Praxisprojekte von einzelnen Unternehmen - Kooperative Praxisprojekte von mehreren Unternehmen - Pilotprojekte - Lokale Impulsprojekte für Unternehmensengagement wie „Soziale Marktplätze“ und „Unternehmens-Engagementtage“ - Projektevaluation und Wirkungsmessung - Qualifizierung von gemeinnützigen Organisationen für Unternehmenskooperation - Öffentliche Veranstaltungen - Hintergrundgespräche mit Landes- und Bundesministerien sowie -ministerinnen und -ministern.
Link	www.upj-brandenburg.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Stakeholderdialog-Plattform „Diskutiere!“
Kurzbeschreibung	„Diskutiere!“ ist eine Dialog-Plattform im Internet, auf der Unternehmen und Organisationen aktuelle und für sie relevante Themen aus den Bereichen Engagement, Verantwortung und Nachhaltigkeit mit Stakeholdergruppen diskutieren können. Neben den Diskussionsbeiträgen der Stakeholder beleuchten

	Expertenbeiträge und verschiedene Materialien das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln und sind hilfreiche, weiterführende Information für die Debattenteilnehmer. Am Ende des Diskussionszeitraums wird eine Zusammenfassung der Beiträge erstellt und auf Grundlage der Ergebnisse eine Veranstaltung mit weiteren Experten und Expertinnen sowie Multiplikatoren zum jeweiligen Thema durchgeführt. Die Auswertung der Beiträge sowie der direkte Dialog im Rahmen der Veranstaltung eröffnen den fragstellenden Unternehmen und Organisationen die Möglichkeit, die Meinungen und Sichtweisen der Teilnehmer und Experten in ihren internen Entscheidungsprozess zu entsprechenden Fragestellungen einbeziehen.
Initiator/ Organisator	UPJ e.V. in Zusammenarbeit mit Telefónica O ₂ Germany
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, Organisationen, ihre Stakeholder und Experten
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Stakeholderdialog
Reichweite	national
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - Online-Stakeholder-Diskussionen - Expertenbeiträge - Offline-Stakeholderdialog - Auswertung - Strategiebildung
Link	www.diskutiere.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	INCLUDE – Pathways to Community Investment
Kurzbeschreibung	Das Engagement von Unternehmen im Gemeinwesen und der Beitrag sektorenübergreifender Kooperationen zur Förderung von Beschäftigungsfähigkeit, Kompetenzentwicklung, sozialem Zusammenhalt sowie der innovativen Lösung gesellschaftlicher Probleme gewinnen zunehmend an Bedeutung. Das Projekt "INCLUDE" fördert diese strategische Investition in das Gemeinwesen. Es unterstützt Unternehmen sowie Multiplikatoren aus lokalen gemeinnützigen Organisationen, Wirtschaftsförderungen, Kammern und öffentlicher Verwaltung bei der Umsetzung und Förderung gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen im Gemeinwesen. INCLUDE wird kofinanziert von der Europäischen Kommission (Generaldirektion Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit)
Initiator/ Organisator	UPJ e.V. in Kooperation mit Business in the Community (BITC), Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), Citigroup, fünf nationale Organisationen aus Süd-Ost-Europa
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Multiplikatoren (gemeinnützige Organisationen, Wirtschaftsförderungen, Kammern, etc.) Ministerien, Kommunen, große und mittelständische Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	CSR und regionale Entwicklung, CSR und Beschäftigungsfähigkeit
Reichweite	international
Instrumente	<ul style="list-style-type: none"> - europaweite Identifikation und Aufbereitung guter Beispiele wirkungsvollen Engagements von Unternehmen im Gemeinwesen und lokaler sektorenübergreifender Kooperationen - Typologisierung erfolgreicher Formate und Instrumente - praxisorientierter Leitfaden für lokale Multiplikatoren - Praktischer Transfer von drei Formaten an drei ausgewählten Standorten in Südosteuropa - Internationaler Multiplikatoren-Workshop
Link	www.upj-online.de

Wettbewerbe und Preise

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Deutscher Nachhaltigkeitspreis
Kurzbeschreibung	Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis prämiert 2008 erstmals Unternehmen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Schonung der Umwelt verbinden – und nachhaltiges Handeln zu weiterem Wachstum nutzen. Im Fokus stehen konsequentes Nachhaltigkeitsmanagement und markenprägende Kommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen. Der Preis wird unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten verliehen.
Initiator/ Organisator	Initiator: Stefan Schulze-Hausmann; Büro Deutscher Nachhaltigkeitspreis; BMU, RNE; Jury aus Umweltschutz, Politik, Berufsverbänden, Industrie, Wissenschaft und Consulting
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Zahlreiche Unternehmen (Bewerbung, Sponsoring)
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Wettbewerb/Prämierung
Link	www.deutscher-nachhaltigkeitspreis.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Initiative Freiheit und Verantwortung (Preis)
Kurzbeschreibung	Die Initiative von BDA, BDI, DIHK, ZDH und der Wirtschaftswoche unter Schirmherrschaft des Bundespräsidenten vergibt jährlich den Preis "Freiheit und Verantwortung" in den Kategorien kleine, mittlere und große Unternehmen. Mit den Preisen wird herausragendes, nachahmungswürdiges und nachhaltiges gesellschaftliches Engagement von Unternehmen gewürdigt.
Initiator/ Organisator	BDA, BDI, DIHK, ZDH und Wirtschaftswoche
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.; Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Gesellschaftliches Engagement
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Veranstaltungen; jährliche Prämierung
Link	www.freiheit-und-verantwortung.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Wettbewerb "Beschäftigung gestalten - Unternehmen zeigen Verantwortung"
Kurzbeschreibung	Der Wettbewerb "Beschäftigung gestalten - Unternehmen zeigen Verantwortung" des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und der Initiative für Beschäftigung prämiert Unternehmen aller Branchen, Größen und Rechtsformen, die vorbildliches und richtungsweisendes Engagement im Bereich Beschäftigung zeigen.
Initiator/ Organisator	BMAS und Initiative für Beschäftigung
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	beschäftigungspolitisches Engagement
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Wettbewerb, Prämierung
Link	www.beschaeftigung-gestalten.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Ranking Nachhaltigkeitsberichte von IÖW und future e.V.
Kurzbeschreibung	Das Ranking Nachhaltigkeitsberichte bewertet die Berichte der 100 größten deutschen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie der 50 größten deutschen Handels- und Finanzdienstleistungsunternehmen. Berücksichtigt werden Umwelt-, Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte oder

	vergleichbare Unternehmensberichte. Erstmals in 2009 werden darüber hinaus Rankings für die Nachberichterstattung von KMU durchgeführt.
Initiator/ Organisator	IOW und future e.V., RNE, BMAS
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o., Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltigkeit; Gesamtes Spektrum CSR
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Ranking/ Wettbewerb/Prämierung
Link	www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Great Place to Work Wettbewerb – Deutschlands Beste Arbeitgeber
Kurzbeschreibung	Das Great Place to Work Institute veröffentlicht jährlich Listen der Besten Arbeitgeber. Jedes deutsche und ausländische Unternehmen sowie öffentliche und private Organisation ab einer Mindestgröße von 50 beschäftigten Mitarbeitern in Deutschland kann am Wettbewerb teilnehmen. (m.W. Förderung durch BMAS)
Initiator/ Organisator	Great Place to Work Institute
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Gute Arbeit
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Wettbewerb, Prämierung; daneben Schulungen, Konferenzen
Link	www.greatplacetowork.de/

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Preis für Unternehmensethik des DNWE
Kurzbeschreibung	Der Preis für Unternehmensethik wird vom Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik verliehen an Unternehmen oder andere Organisationen, die ihre Geschäftspolitik und Geschäftskultur so organisiert und ausgerichtet haben, dass ethisches Verhalten und Handeln in und durch dieses Unternehmen oder diese Organisation in Wirtschaft und Gesellschaft nachhaltig gefördert werden.
Initiator/ Organisator	DNWE
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, NGOs, Institutionen, Initiativen, Netzwerke, Organisationen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltige und ethisch orientierte Geschäftspolitik
Reichweite	National und International
Instrumente	Preisverleihung, Publikation
Link	www.dnwe.de/preis_fuer_unternehmensethik.php

Name des Netzwerkes/ der Initiative	CSR-Mobilitätspreis
Kurzbeschreibung	Im Juni 2008 sind erstmals insgesamt 12 Unternehmen für besonders innovative und nachahmenswerte Ansätze im Travelmanagement (z.B. umweltbewusstes Reisen) mit dem CSR Mobilitätspreis ausgezeichnet worden. Dazu wurde eine Fachjury aus Mobilitäts- und Umweltexperten einberufen, in der sich u.a. die Geschäftsreiseverbände VDR und ACTE, die FH Worms und das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt engagieren. Die Auszeichnung soll künftig regelmäßig erfolgen.
Initiator/ Organisator	Zeitschrift "Der Mobilitätsmanager", Verkehrsclub Deutschland (VCD), Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e.V.), BMU, Umweltbundesamt
Teilnehmende Stakeholdergruppen	s.o.; Unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Nachhaltiges Travelmanagement
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Prämierung
Link	www.csr-award.de/der-award.html

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Engagementpreis
Kurzbeschreibung	Der Engagementpreis zeichnet gemeinnütziges Engagement aus, das die drängendsten sozialen Probleme bekämpft und das größte Wachstumspotential hat. Dadurch investieren die Sponsoren in vielversprechende soziale Innovationen.
Initiator/ Organisator	FES-Ehemalige e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Unternehmen, gemeinnützige Neugründungen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Bildung
Reichweite	national
Instrumente	Wettbewerb, Preisverleihung, Online-Forum
Link	www.engagementpreis.de

Name des Netzwerkes/ der Initiative	econsense-Journalistenpreis für Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung
Kurzbeschreibung	Mit seinem Journalistenpreis, der seit 2004 jährlich ausgeschrieben wird, fördert econsense Journalistinnen und Journalisten, die durch ihr Engagement helfen, die Idee der nachhaltigen Entwicklung in den Köpfen der Menschen zu verankern. Als Unternehmensinitiative steht econsense für die unternehmerische Seite von Nachhaltigkeit, daher steht dieses Thema im Fokus des Wettbewerbs. Anlässlich der Verleihung des Journalistenpreises greift econsense jedes Jahr aktuelle Fragen aus dem Themenspektrum CSR und Medien auf und diskutiert diese mit Journalisten in einem öffentlichen Dialogforum.
Initiator/ Organisator	econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Journalisten, Verlage und Medien-Unternehmen, Nachwuchs-Journalisten und Studenten
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	CSR und Nachhaltigkeit in den Medien
Reichweite	deutschsprachiger Raum
Instrumente	Ausschreibung, Wettbewerb, Preisverleihung und Dialogforum, CR-Rundgänge mit Nachwuchs-Journalisten und Mitgliedsunternehmen
Link	www.econsense.de/_presse/_journalistenpreis

Verbraucherinformationen

Name des Netzwerkes/ der Initiative	Stiftung Warentest
Kurzbeschreibung	Die Stiftung Warentest prüft Produkte und Dienstleistungen nach wissenschaftlichen Methoden in unabhängigen Instituten und veröffentlicht die Ergebnisse in ihren Publikationen. In die Prüfungen sind auch CSR-Kriterien einbezogen. Durch freie Testplanung, anonymen Prüfmustereinkauf und Anzeigenfreiheit erreicht die Stiftung größtmögliche Neutralität und Unabhängigkeit.
Initiator/ Organisator	Die Stiftung Warentest wurde 1964 auf Beschluss des Deutschen Bundestages gegründet, um dem Verbraucher durch die vergleichenden Tests von Waren und Dienstleistungen eine unabhängige und objektive Unterstützung zu bieten.
Teilnehmende Stakeholdergruppen	Stiftung Warentest, Verbraucher, (Hersteller-)unternehmen
Inhaltlicher CSR Schwerpunkt	Zurverfügungstellung unabhängiger Produktinformationen für den Verbraucher
Reichweite	bundesweit
Instrumente	Informationsangebot per Publikation und Internet
Link	www.test.de