

Lieferketten sind Menschenketten

Studie 2016: Wo deutsche Unternehmen in Bezug auf Menschenrechte stehen



Vorwort



„Es ist besser für mein Geschäft, meine Auftragsbücher sind voll.“ Die Textilfabrik war hell und sauber, die Arbeitsbedingungen waren gut und entsprachen den Standards der ILO. Dass sich gute Bedingungen rechnen, mit dieser Antwort des Geschäftsführers einer Textilfabrik am Rand von Ho-Chi-Minh-Stadt hatte ich nicht gerechnet.

Am Vormittag hatte ich in einem anderen Stadtviertel noch 25 Näherinnen auf engstem Raum in einer schlecht beleuchteten Garagenwerkstatt gesehen. Sie arbeiteten viele Stunden, hatten keine Verträge und wurden miserabel bezahlt.

Die Globalisierung hat Lieferketten drastisch verändert. Für Firmen sind in den letzten 25 Jahren neue Möglichkeiten und Wachstumschancen entstanden. Das schafft Arbeitsplätze bei uns und hat zu mehr Wohlstand und einer Reduzierung von Armut in Schwellenländern geführt.

Aber Globalisierung führt auch zu sehr ernstzunehmenden Problemen. Berichte über erbärmliche Zustände in Fabriken, arbeitende Kinder und verarmte Kleinbauern führen zu kritischen Fragen von Verbrauchern und Öffentlichkeit.

Globale Studien belegen, dass Menschenrechte immer mehr in den Fokus von Geschäftsführern und Vorständen rücken. Von Unternehmen wird wertorientiertes, gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln entlang ihrer Wertschöpfungskette erwartet. Dazu gehört, dass Menschenrechte beachtet und geschützt werden. Aus unserer Beratungstätigkeit wissen wir aber auch, dass Unternehmen unterschiedlich gut darauf vorbereitet sind. Mit dieser Studie wollen wir einen Beitrag zu guter, zukunftsorientierter Unternehmensführung leisten.


Markus Löning

Was Sie auf den nächsten Seiten erwartet

02 Wichtigste Erkenntnisse der Studie

03 Handlungsempfehlungen für Unternehmen

Teil 1: Das Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und Menschenrechten

06 Gesetzliche Verpflichtungen zum Thema Menschenrechte und Wirtschaft

10 Gesellschaftliche Erwartung hin zu mehr Unternehmensverantwortung

14 Wirtschaftliche Notwendigkeit – und Chancen

Teil 2: Die Umfrageergebnisse im Detail

24 Relevanz von Menschenrechten und allgemeine Einschätzungen zur Menschenrechtsperformance

28 Die Verankerung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht im Unternehmen

34 Internes Know-How zum Thema Menschenrechte und externe Unterstützung

36 Innovations- und Verbesserungsmöglichkeiten

37 Erwartungen für die Zukunft

42 Über uns

01

Methodik

Um einen breiten Überblick zu geben, wie deutsche Unternehmen zum Thema Menschenrechte aufgestellt sind, ist diese Studie in zwei Teile gegliedert.

Im ersten Teil stellen wir dar, unter welchem Druck Unternehmen stehen, ihre menschenrechtliche Sorgfaltspflicht ernst zu nehmen. Welche gesellschaftlichen Erwartungen gibt es? Welche gesetzlichen Pflichten zeichnen sich ab? Was sind die Anforderungen wirtschaftlicher Partner? Dafür haben wir eine Vielzahl von aktuellen Studien und Quellen ausgewertet und durch Fallbeispiele ergänzt.

Für den zweiten Teil der Studie haben wir 30 große deutsche Unternehmen im Herbst 2016 befragt, wie sie das Thema Menschenrechte beurteilen und managen. Die Befragung wurde in Form eines anonymen Online-Fragebogens durchgeführt.

Die Umfrageteilnehmer kommen aus unterschiedlichen Branchen: Textil, Lebensmittel, Einzelhandel, Baugewerbe, Automobilindustrie, Transport und Logistik, Maschinenbau, Chemie und Pharma, Finanzdienstleistungen, und Rohstoffgewinnung, -handel sowie -verarbeitung.

Dieser Bericht stellt keine rein statistische Auswertung dar, sondern analysiert die Ergebnisse auch qualitativ und setzt sie in einen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Kontext.

Falls Sie Fragen und Anregungen haben, wenden Sie sich gerne jederzeit an: [Stephanie Poppendorfer](#).

Wichtigste Erkenntnisse der Studie

1. Druck von NGOs und der öffentlichen Meinung größer als vom Gesetz

Gesellschaftliche Trends und wirtschaftliche Notwendigkeit treiben Unternehmen beim Thema Menschenrechte derzeit stärker voran, als gesetzliche Auflagen.

- NGOs als #1: Angst vor Reputationsschäden und die öffentliche Meinung liegen nur knapp dahinter
- Weiterhin unter den Top 5: Geschäftskunden, Gewerkschaften und Betriebsräte
- Auch erhöhte Verbrauchererwartungen an eine verantwortungsvolle Unternehmensführung und die Forderung nach mehr Transparenz beeinflussen Unternehmen.

2. Finanzinstitutionen legen mehr Wert auf Nachhaltigkeit und menschenrechtliche Sorgfalt, als Unternehmen denken.

Von Investoren und Finanzinstituten verspüren die befragten Unternehmen momentan am wenigsten Druck, sich mit menschenrechtlichen Themen zu beschäftigen – ein Widerspruch, wie aktuelle Studien belegen. Investoren erwarten ein professionelles Nachhaltigkeits- und Risikomanagement – dazu zählt der Schutz der Menschenrechte in den Lieferketten.

3. Unternehmen sehen Menschenrechte als strategisches Thema.

- 29 der 30 befragten Unternehmen sehen Menschenrechte als relevant für ihr Unternehmen an.
- 88% der befragten Unternehmen sind der Ansicht, dass Menschenrechte in Zukunft stärker in den Fokus rücken werden.
- 75% halten eine Erweiterung der CSR-Berichtspflicht in den nächsten Jahren für wahrscheinlich.

Es ist abzusehen, dass Unternehmen nicht weniger, sondern immer mehr zur Verantwortung gezogen werden.

4. Die Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht steht noch am Anfang.

- Wenig robuste Risikoanalysen: Nur 50% der befragten Unternehmen haben bisher eine menschenrechtliche Risikoanalyse durchgeführt. Nur 33% beziehen die gesamte Wertschöpfungskette in ihre Risikoanalyse ein.
- Maßnahmen mit Zielen und Überprüfung des Zielfortschritts meist unzureichend: Nur 22% haben gute messbare Ziele und nur 6% schätzen sich selbst als „gut“ ein in Bezug auf die regelmäßige Evaluation.
- Firmeninternes Know-How fehlt: 40% der befragten Unternehmen schätzen das firmeninterne Wissen zum Thema Menschenrechte als unzureichend ein.

5. Lieferantenmanagement und -engagement: schwierig, aber wichtig.

- Die Hälfte der befragten Unternehmen bewertet die Durchsetzung und Kontrolle von Standards bei Lieferanten als unzureichend.
- Gleichzeitig wird Lieferantenmanagement als eines der wichtigsten Instrumente zur Verbesserung der Menschenrechtsperformance angesehen.

Handlungsempfehlungen für Unternehmen

Top Level Engagement

Der entscheidende Faktor, um Veränderungen voranzutreiben

Nur wenn die Unternehmensleitung die Bedeutung der Thematik erkennt, werden Unternehmensverantwortung und die Achtung der Menschenrechte strategisch verankert. Unternehmen und ihre Entscheidungsträger haben die Chance, einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten und eine nachhaltige, faire Zukunft mitzugestalten. Wer jetzt aktiv wird und die aktuellen Trends als Sprungbrett nutzt, um über reine Compliance hinauszugehen, wird in Zukunft stärker aufgestellt und besser auf die kommenden Entwicklungen vorbereitet sein.

Ehrliches Benchmark

Wo steht unser Unternehmen in Bezug auf das Thema Menschenrechte?

Wie ist das wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Umfeld? Was macht der Wettbewerb? Wo geht die regulatorische Entwicklung hin?

Diese Fragen gilt es zu beantworten, um ein ganzheitliches Bild zu bekommen, in welchem Umfeld sich das Unternehmen bewegt. So können die wichtigsten Einflussfaktoren und Stakeholder identifiziert werden. Der Benchmark ist maßgeblich, um eine Strategie und Ziele in Bezug auf Menschenrechte zu entwickeln.

Risikoanalyse

Robuste und kontinuierliche Risikoanalyse

Zielführend können Unternehmen nur handeln, wenn sie wissen, wo die größten menschenrechtlichen Risiken entlang der Wertschöpfungskette liegen – und das nicht nur für das Unternehmen, sondern auch für die Rechthehalter selbst. Eine robuste und kontinuierliche Risikoanalyse ist der entscheidende Schlüssel, um bereits existierende Probleme aufzudecken und potentielle Risiken zu identifizieren.

Capacity Building

Verständnis bilden, Wissen aufbauen und Unterstützung bieten

Mitarbeiter, Lieferanten und Geschäftspartner müssen verstehen, warum das Thema Menschenrechte so wichtig ist, und wie sie zur Achtung der Menschenrechte beitragen können. Hierzu sollte Wissen aufgebaut und Unterstützung angeboten werden. Nur so können alle Beteiligten an einem Strang ziehen.

Dialog & Kooperation

Mehr wissen, mehr lernen, mehr erreichen

Zur Lösung menschenrechtlicher Herausforderungen braucht es die Erfahrungen, das Wissen, das Engagement und die Netzwerke unterschiedlicher Akteure. Ein offener Dialog und zielgerichtete Kooperationen mit verschiedenen Stakeholdern sind entscheidende Hebel für signifikante Veränderungen. Daher empfehlen wir:

- Partnerschaften mit NGOs und lokalen Akteuren
- Zusammenarbeit mit Lieferanten und Geschäftspartnern
- Kooperationen mit anderen Unternehmen auf einer vor-wettbewerblichen Ebene
- Kontinuierliche Dialoge mit Investoren

1

Das Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und Menschenrechten

Gesetzliche Verpflichtungen, gesellschaftliche Erwartung und wirtschaftliche Notwendigkeit – diese drei Säulen üben Druck auf Unternehmen aus, den Schutz der Menschenrechte als zentrale unternehmerische Aufgabe wahrzunehmen.



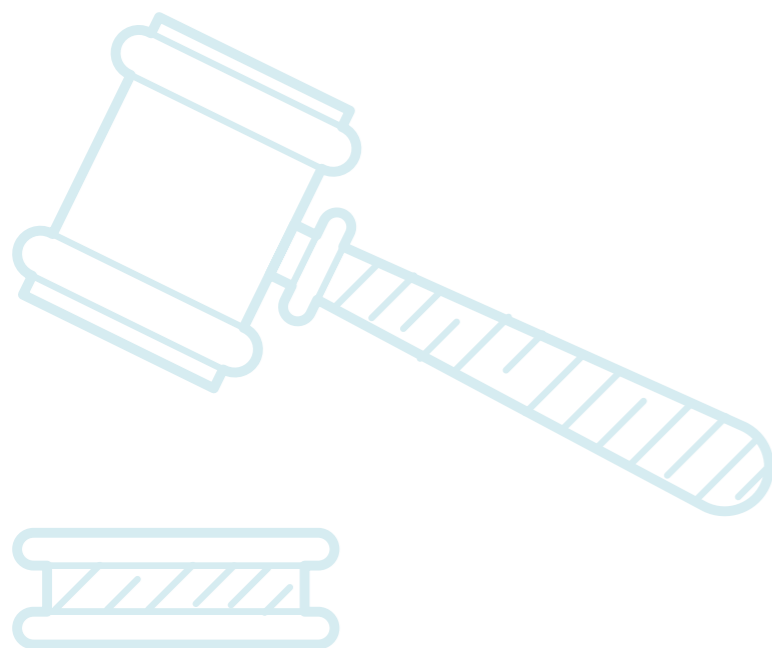
Gesetzliche Verpflichtungen zum Thema Menschenrechte und Wirtschaft

Die „UN Guiding Principles on Business and Human Rights“ werden schrittweise in nationalen Gesetzen verankert. Für die Zukunft sind weitere und schärfere gesetzliche Bestimmungen zum Thema Menschenrechte und Wirtschaft zu erwarten.

Seit 2011 sind die „UN Guiding Principles on Business and Human Rights“ (UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte) in Kraft. Laut diesen Leitprinzipien haben Unternehmen die Pflicht, weltweit die Menschenrechte in ihren Geschäftstätigkeiten zu achten und geeignete Prozesse zu implementieren, die der Vermeidung und Adressierung negativer Auswirkungen auf Menschenrechte dienen. Diese sogenannte menschenrechtliche Sorgfaltspflicht der Unternehmen gilt unabhängig davon, ob Regierungen ihrer Verantwortung nachkommen, die Menschenrechte zu schützen oder nicht.

Firmen sollen transparent kommunizieren, welche Prozesse und Maßnahmen sie nutzen, um ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nachzukommen. Damit bilden die Leitlinien den entscheidenden Rahmen, an dem sich die menschenrechtliche Regulierung von Wirtschaftsunternehmen global orientiert. Zunehmend schlagen sich die UN-Leitprinzipien in europäischer und weltweit in nationaler Gesetzgebung nieder. →

06



EU CSR-Richtlinie (2014)

Umsetzung in deutsches Recht durch Ergänzung und Änderung des HGB; die Richtlinie wird von allen EU-Ländern umgesetzt.

Gilt für: Große kapitalmarkt-orientierte Unternehmen sowie Kreditinstitute und Versicherungen, jeweils mit mehr als 500 Mitarbeitern.

Gesetzlicher Umfang:

Die Berichterstattung umfasst mindestens Angaben zu:

- Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen,
- zur Achtung der Menschenrechte,
- zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung.

Dies beinhaltet Angaben zu:

1. dem Geschäftsmodell
2. Konzepten und deren Ergebnissen
3. Due-Diligence-Prozessen
4. wesentlichen Risiken mit schwerwiegenden Auswirkungen auf nichtfinanzielle Belange
5. bedeutsamsten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren und gegebenenfalls zu im Jahresabschluss ausgewiesenen Beträgen
6. Verständnis der Lage und der Auswirkungen der Kapitalgesellschaft

Die bisherige Berichterstattungspflicht für börsennotierte Unternehmen wird zudem erweitert um:

- die Beschreibung des Diversitätskonzepts bei der Besetzung der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane
- die Ziele des Diversitätskonzepts
- die Art und Weise der Umsetzung
- die im Geschäftsjahr erzielten Ergebnisse

Die EU CSR-Richtlinie soll im Dezember vom Bundestag verabschiedet werden.

California Transparency in Supply Chains Act (2010)

Gilt für: Produzenten und Händler, mit einem jährlichen Umsatz von über \$100 Millionen, die Geschäfte in Kalifornien betreiben.

Gesetzlicher Umfang:

Das Gesetz besagt, dass Unternehmen öffentlich auf ihrer Webseite berichten müssen, was sie unternehmen,

um Sklaverei und Menschenhandel in ihrer direkten Lieferkette (von Produkten, die verkauft werden) zu verhindern. Dies umfasst:

1. Prüfung der Produktlieferkette, um Menschenrechtsrisiken (Sklaverei und Menschenhandel) zu beurteilen und bekämpfen
2. Lieferantenaudits
3. Direkte Zulieferer müssen bestätigen, dass die verwendeten Materialien für das Produkt die nationalen Gesetze bzgl. Sklaverei und Menschenhandel erfüllen
4. Standards und Prozesse für Mitarbeiter und Geschäftspartner, um bei Verletzung der Richtlinien (bzgl. Sklaverei und Menschenhandel) Verantwortlichkeit zu garantieren
5. Schulungen zu Sklaverei und Menschenhandel für Mitarbeiter und Unternehmensleitung

UK Modern Slavery Act (2015)

Gilt für: Unternehmen, die eine Niederlassung oder Beteiligung in Großbritannien haben und mehr als 36 Million Pfund jährlich umsetzen. Es ist nicht notwendig, dass das Unternehmen seinen Hauptsitz in Großbritannien hat. Die Umsatzgrenze gilt für die gesamte Geschäftstätigkeit, nicht nur für den Umsatz in Großbritannien.

Gesetzlicher Umfang:

Der UK Modern Slavery Act verlangt eine jährliche Berichterstattung. Dies gilt für alle nach dem 31. März 2016 endenden Geschäftsjahre. Zu folgenden Punkten sollen dabei Informationen veröffentlicht werden:

1. Organisationsstruktur, Art des Geschäftes und der Lieferkette
2. Policies des Unternehmens, um Sklaverei und Menschenhandel zu verhindern
3. Durchführung eines Due-Diligence Prozesses in Bezug auf Menschenrechte im eigenen Unternehmen und in den Wertschöpfungsketten
4. Identifizierung risikogeneigter Teile des Unternehmens und der Geschäftsprozesse und Schritte, die unternommen werden, um diese Risiken zu verringern und zu managen
5. Einschätzung zur Effektivität dieser Maßnahmen, z.B. anhand geeigneter KPIs
6. Fortbildungsmaßnahmen zum Thema Sklaverei und Menschenhandel für Mitarbeiter

Der Bericht muss vom Vorstand oder der Geschäftsleitung verabschiedet werden und prominent auf der Webseite des Unternehmens veröffentlicht werden.

07

Weitere Beispiele aus den USA sind der Dodd Frank Act von 2010, der kürzlich von Barack Obama unterzeichnete Trade Facilitation and Trade Enforcement Act und der Business Supply Chain Transparency on Trafficking and Slavery Act of 2015. Es gibt im Kongress Bestrebungen, den California Transparency in Supply Chains Act auf die gesamte USA auszudehnen. Auch der Nationale Aktionsplan der deutschen Bundesregierung formuliert eine Reihe von Erwartungen an Unternehmen, mehr Verantwortung zu übernehmen.

Gesetzliche Regulierung menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht von Unternehmen haben im Kern zum Ziel, den Schutz der Menschenrechte durch Offenlegungspflichten zu verbessern. Unternehmen müssen berichten, was sie tun, um Menschenrechte zu achten und zu schützen. Damit sind für große Unternehmen die Durchführung menschenrechtlicher Risikoanalysen und die Umsetzung von Strategien zur Begrenzung dieser Risiken unumgänglich geworden. Diese Pflicht zur Transparenz wird meistens auch an die kleineren Zulieferfirmen weitergegeben. Für die Zukunft ist zu erwarten, dass sich Richtlinien und Gesetze bezüglich der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht von Unternehmen weiterentwickeln und verschärfen werden.

In diese Richtung weisen z.B. die Schlussfolgerungen des Europäischen Rates anlässlich des fünfjährigen Jubiläums der UN Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte vom Juni 2016.⁰¹ Demnach unterstützt die EU die Arbeitsgruppe der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte uneingeschränkt. Der Europäische Rat betont, dass die Wirtschaft einen wesentlichen Beitrag zur Verwirklichung der UN Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) und damit zur Umsetzung der Agenda 2030 leisten sollte. Die Achtung der Menschenrechte durch Unternehmen und ihre Einbettung in die Unternehmensabläufe und die Wertschöpfungs- und Lieferketten seien für die Verwirklichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung unabdingbar. Die Schlussfolgerungen beziehen sich im Wesentlichen auf die folgenden Punkte:

→ Verstärkung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht für Unternehmen (Human Rights Due Diligence)

- Transparenz in Lieferketten wird als sehr wichtig angesehen (Leitlinien zu CSR-Reporting sind in Arbeit)
- Einbeziehung von Menschenrechtsaspekten bei öffentliche Ausschreibungen (siehe z.B. Social Value Act UK)
- Berücksichtigung von Menschenrechten bei der Absicherung von Exportgeschäften
- Die Notwendigkeit des Zugangs zu wirksamen Rechtsmitteln für die Opfer von Menschenrechtsverletzungen in Zusammenhang mit unternehmerischer Tätigkeit wird stark betont – erhöhtes Haftungsrisiko für Unternehmen

Der Trend zu einer verschärften Gesetzgebung im Bereich Menschenrechte birgt für Unternehmen, die nicht handeln, zahlreiche Risiken (z.B. Haftungsrisiken und Reputationsrisiken).

Auf der anderen Seite können die neuen gesetzlichen Bestimmungen auch als Sprungbrett für einen strategischen Wandel genutzt werden, der die Achtung der Menschenrechte im Kern der Unternehmensstrategie verankert. Ein aktueller Bericht der Ethical Trade Initiative zusammen mit der Hult International Business School zeigt, dass sich die Zahl der Personen, die sich in der Unternehmensleitung mit dem Thema Moderne Sklaverei beschäftigen, durch den Modern Slavery Act innerhalb eines Jahres verdoppelt hat.⁰² Die gesetzliche Entwicklung stellt also eine große Chance dar, die Unternehmensführung und andere Unternehmensbereiche für das Thema Menschenrechte zu gewinnen.

Einen Beitrag zur Erreichung der Globalen Ziele (SDGs) leisten

Im September 2015 wurde auf einem Gipfel der Vereinten Nationen von allen Mitgliedsstaaten die Agenda 2030 verabschiedet, welche die globale Strategie für eine nachhaltige Entwicklung der nächsten Jahre vorgibt. Das Herzstück bilden die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz: SDGs). Im Unterschied zu den Millennium Goals wird mit den SDGs deutlich, dass Unternehmen einen entscheidenden Beitrag zur Erreichung der Ziele leisten können und die Bevölkerung dies auch erwartet.⁰³

Fakten & Hintergründe

Verletzungen von Menschenrechten – ein echtes Problem

In **82 Ländern** gibt es keine **Vereinigungsfreiheit**, in 89 Ländern kein oder nur ein stark eingeschränktes Recht auf Kollektivverhandlungen. (Intern. Gewerkschaftsbund)

Über **20 Millionen** Menschen leben und arbeiten weltweit unter **sklavenähnlichen Bedingungen**. In Europa arbeiten ca. 880.000 Menschen unter sklavenähnlichen Bedingungen. (ILO)

Nach Schätzungen der ILO **arbeiten 11% aller Kinder** weltweit. Davon ist knapp die Hälfte nur zwischen 5 und 11 Jahre alt.

Laut FAO waren im Jahr 2013 um die **842 Millionen** Menschen weltweit von **Hunger** betroffen.

Der Klimawandel könnte bis zum Jahr 2030 weltweit bis zu **122 Millionen** Menschen zusätzlich in extreme **Armut** stürzen. (FAO)

Laut Weltwirtschaftsforum haben im weltweiten Schnitt **Frauen nur 59%** der Chancen auf **ökonomische Teilhabe** im Vergleich zu Männern. (Weltwirtschaftsforum)

In Deutschland etwa verdienen **Frauen** 2015 durchschnittlich 16,20 Euro pro Stunde - **21% weniger als Männer**, die 20,59 Euro verdienen. (Statistisches Bundesamt)

Gesellschaftliche Erwartung hin zu mehr Unternehmensverantwortung

Die Entwicklung der Gesetzgebung im Bereich menschenrechtliche Sorgfaltspflicht reflektiert den gesellschaftlichen Trend hin zu mehr Verantwortung für Unternehmen.

Beim Thema Menschenrechtsverletzungen so zu tun, als habe man keinen Einfluss auf die eigene Lieferkette, ist heute längst unglaublich unwürdig. Die Achtung der Menschenrechte gehört genauso zu einer modernen Unternehmensstrategie wie der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen.

Verbraucherinnen und Verbraucher schauen immer genauer hin, wie Unternehmen produzieren

Das Edelman Trust Barometer 2016 zeigt, dass 80% der Befragten erhöhtes Vertrauen in Unternehmen haben, die ihre Umsätze erhöhen, aber gleichzeitig auch soziale und ökologische Bedingungen verbessern. Weiterhin sagen 50% der Befragten aus, dass ihr Vertrauen in Unternehmen gesunken ist, wenn das Unternehmen nicht zum Wohl der Allgemeinheit beiträgt.⁰⁴

Unternehmen müssen Problemlösungen vorantreiben

80% stimmen dieser Aussage zu. 2015: 74%



„Ein Unternehmen kann durch bestimmte Handlungen den Umsatz steigern und gleichzeitig die ökonomische und soziale Lage der Gemeinden, in welchen es wirtschaftet, verbessern.“

Quelle: Edelman Trust Barometer 2016



Die Einstellung von Verbrauchern zum Thema Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung schlägt sich auch im Kaufverhalten nieder. Die 2015 veröffentlichte Cone Communications/ Ebiquity Global CSR Studie zeigt, dass 84% der Konsumenten/-innen aktiv nach nachhaltigeren Produkten beim Einkauf suchen. 9 von 10 Konsumenten/-innen erwarten von Unternehmen, dass sie nicht nur Umsätze machen, sondern auch verantwortungsvoll handeln, um ökologische und soziale Probleme zu bekämpfen.⁰⁵ Vor allem das Kaufverhalten von jungen Konsumentinnen und Konsumenten wird von Nachhaltigkeitsaspekten beeinflusst. Eine globale Onlinebefragung von Nielsen zeigt, dass 72% der 15 bis 20-Jährigen bereit sind, für nachhaltige Produkte einen höheren Preis zu zahlen (im Vergleich zu 55% in 2014).⁰⁶

Diese Entwicklung lässt sich auch bei deutschen Konsumenten/-innen beobachten. Eine Studie der Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen, imug (veröffentlicht 2015 und in Auftrag gegeben von der REWE Group), zeigt, dass Verbraucher/-innen in Deutschland Nachhaltigkeit nicht als gesonderte Produkteigenschaft betrachten, sondern darin zunehmend ein wichtiges Qualitätsmerkmal sehen. Um Kaufentscheidungen zu erleichtern, wünschen sich Verbraucher/-innen eine klare und transparente Kennzeichnung von nachhaltigen Produkten.⁰⁷ →

Beitrag zum Allgemeinwohl beeinflusst Vertrauen

Gründe, warum das Vertrauen in ein Unternehmen zugenommen oder abgenommen hat. (Mehrfachnennung möglich)

Gründe für abnehmendes Vertrauen in Unternehmen



Trägt nicht zum Allgemeinwohl bei



Es fehlt an wirtschaftlichem Wachstum



Keine öffentlichen Dienstleistungen

Gründe für steigendes Vertrauen in Unternehmen



Schafft ökonomisches Wachstum



Trägt zum Allgemeinwohl bei



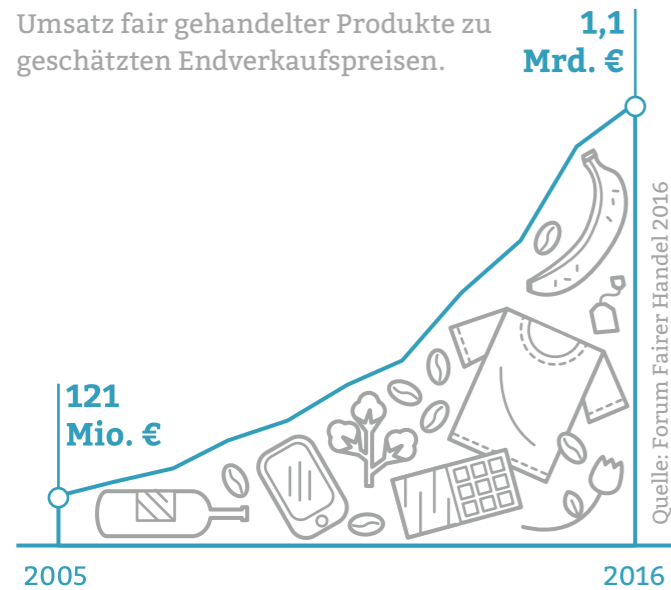
Ermöglicht es mir, ein produktives Mitglied der Gesellschaft zu sein

Quelle: Edelman Trust Barometer 2016

Dieser Trend hin zu nachhaltigen Konsumverhalten wird auch durch die stetig steigenden Umsatzzahlen für fair gehandelte Produkte illustriert. Im Geschäftsjahr 2015 erreichte der Faire Handel in Deutschland mit 1,139 Milliarden Euro Umsatz eine neue Rekordhöhe und verzeichnete eine Steigerung von 11% im Vergleich zum Vorjahr.⁰⁸ Auch wenn das nur ein sehr kleiner Teil des Gesamtmarktes ist, wird hier ein Trend deutlich, der – wie bei Bioprodukten – von einer kaufkräftigen, meinungsmachenden Mittelschicht angestoßen wird.

Gesamtumsatz des Fairen Handels in Deutschland

Umsatz fair gehandelter Produkte zu geschätzten Endverkaufspreisen. **1,1 Mrd. €**



Neben dem bewussteren Konsumverhalten, werden Verbraucher und Verbraucherinnen auch vermehrt selbst aktiv. Laut der 2015 Cone Communications/Ebiquity Global CSR Studie sagen:

→ 90%, dass sie ein Unternehmen boykottieren würden, wenn sie von verantwortungslosen oder gar betrügerischen Handlungen erfahren würden.

→ 80%, dass sie ihren Freunden und Familie über verantwortungsvolles Handeln von Unternehmen berichten würden.

Durch die Mitwirkung in Kampagnen, Verbraucherbewegungen oder direkte Kommunikation über Social Media machen sie auf verantwortungsloses Handeln aufmerksam und generieren so immer mehr Druck auf Firmen.

NGOs und Medien machen Druck

Auch NGOs und Medien üben zunehmend Druck auf Unternehmen aus, Menschenrechte in ihren Geschäftsaktivitäten zu schützen. Die Verbreitung von Informationen über soziale Medien führt dazu, dass Missstände schnell weltweit bekannt werden. Tut ein Unternehmen nichts, um eventuelle Risiken in seiner Lieferkette zu minimieren, führt eine Bekanntmachung von Menschenrechtsverstößen durch NGOs und Medien schnell zu Reputationsverlusten.

Kampagnen, Reportagen und das kritische Auge von NGOs und Medien setzen Unternehmen unter Druck und führen dazu, dass sie sich den Herausforderungen stellen müssen, die mit der Identifikation und Verringerung von Risiken in ihrer Lieferkette verbunden sind. Das ist auch von Vorteil, um besser auf Vorwürfe reagieren zu können. Eine Zusammenarbeit mit NGOs kann dabei helfen, die Herausforderungen gezielt anzugehen.

Kampagnenbeispiele



1. Kampagne von Oxfam

Ein aktuelles Beispiel ist eine Kampagne von Oxfam, die direkt an die Supermarktkette Lidl gerichtet ist, und mit dem Slogan „Hey Lidl, mach dich fit für fair!“ Verbraucher dazu auffordert, aktiv ihre Forderungen an Lidl zu unterstützen, die Lieferkette für Bananen und Ananas nachhaltiger zu gestalten.⁰⁹



3. Detox Kampagne von Greenpeace

Greenpeace begann im Jahr 2011 damit, Unternehmen in der Bekleidungsindustrie unter Druck zu setzen. Wasserproben in Herstellerländern und untersuchte Kleidung beim Endverbraucher hatten ergeben, dass überall Rückstände giftiger und teilweise hormonell wirksamer Chemikalien zu finden sind. Greenpeace forderte die Unternehmen auf, sich für eine giftfreie Produktion von Kleidung einzusetzen. Mit Erfolg: Viele große Unternehmen, u.a. H&M und Adidas, verpflichteten sich dazu, bis 2020 alle gefährlichen Chemikalien aus ihrer Produktion auszuschließen.



2. Clean Clothes Campaign

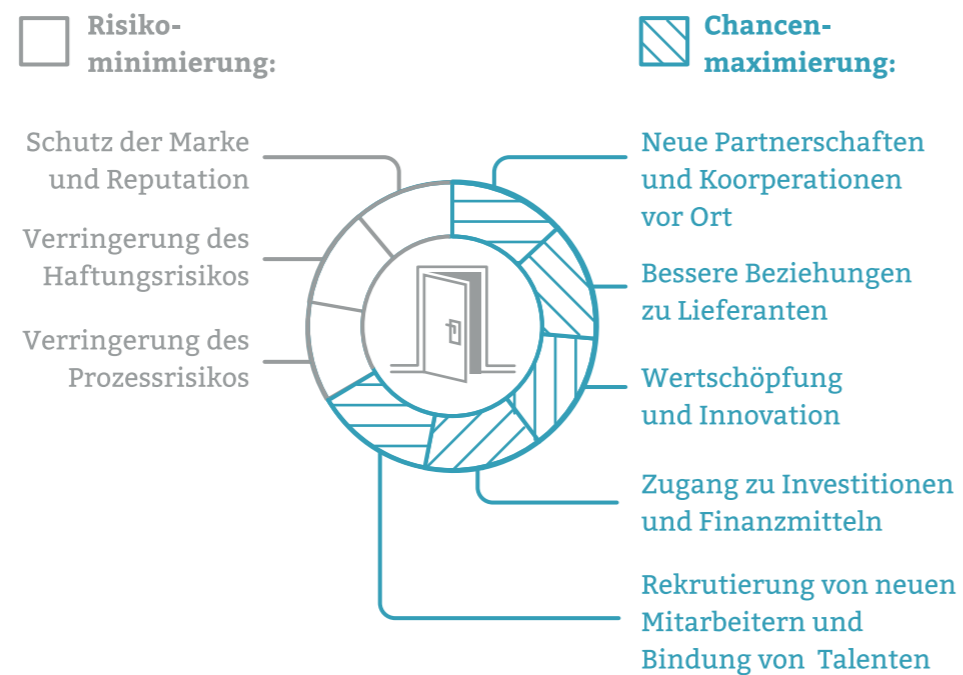
Auch Unternehmen in der Textilindustrie stehen unter strenger Beobachtung von Medien, NGOs und Verbrauchern. Die „Clean Clothes Campaign“, beispielsweise, existiert seit ca. 25 Jahren und hat zum Ziel, Arbeitsbedingungen in der globalen Textilindustrie zu verbessern.

Die Kampagne mobilisiert Konsumenten in mittlerweile 16 europäischen Ländern.

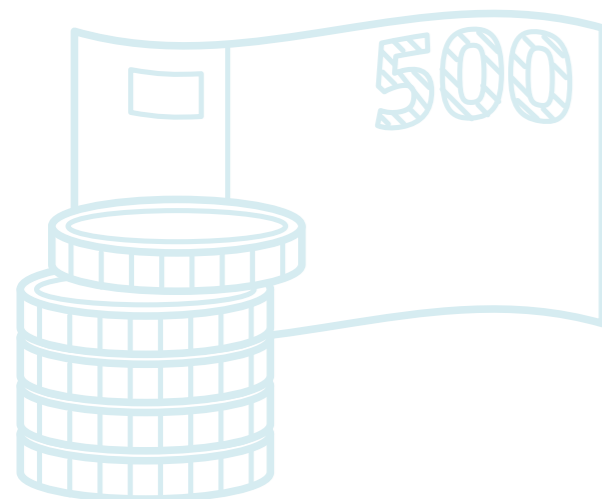
Ende Oktober wurde auf BBC One eine Reportage über die Ausbeutung syrischer Flüchtlinge und Kinder gezeigt, die illegal in der Textilindustrie in der Türkei arbeiten. Markennamen, die in diesen Fabriken produzieren lassen, sind u.a. Marks & Spencer, Zara und Mango. Interessant ist, dass keines der Unternehmen die Anschuldigungen abgestritten hat. Marks & Spencer ist in Bezug auf die Achtung der Menschenrechte ein engagiertes Unternehmen und weiß, wie schwierig es ist, alle Menschenrechtsverstöße aufzudecken. Deshalb arbeiten sie mit BBC Panorama und der Ethical Trade Initiative (ETI) zusammen, um die Situation in der Türkei zu verbessern.

Wirtschaftliche Notwendigkeit – und Chancen

Die Erwartung an verantwortungsvolles Unternehmertum sind von allen Seiten hoch – das birgt Risiken, aber auch zahlreiche Chancen.



14



Chancenmaximierung

Zugang zu Finanzierung und Investoren:

Ein robustes Management der menschenrechtlichen Einflüsse eines Unternehmens kann dabei helfen, besseren Zugang zu Finanzierungsmitteln zu bekommen oder neue Investoren zu gewinnen. Es ist zu erwarten, dass Außenwirtschaftsförderung – etwa Hermesbürgschaften zur Absicherung von Exportgeschäften – in der Zukunft an die Einhaltung der Sorgfaltspflicht gekoppelt wird. Auch die Vergabe öffentlicher Aufträge könnte sich zunehmend daran orientieren.¹⁰

Investoren bevorzugen zunehmend nachhaltige Unternehmen und Produkte. Eine Studie der Boston Consulting Group (in Zusammenarbeit mit MIT Sloan Management Review) vom September 2016¹¹ kommt zu dem Ergebnis, dass für 75% der befragten Investoren Nachhaltigkeit ein wichtiges Investitionskriterium ist, Tendenz steigend. Über die Hälfte der Investoren würden Anlagen bei schlechter Nachhaltigkeitsleistung sogar zurückziehen. Die Investoren sind zudem der Meinung, dass Unternehmen mit einer klaren Nachhaltigkeitsstrategie ein größeres Potential für Wertsteigerungen haben. Im internationalen Vergleich widmen deutsche Anlagestrategen Nachhaltigkeitsaspekten sogar besonders große Aufmerksamkeit: 88% der befragten deutschen Investoren sehen Nachhaltigkeit als wichtigen Faktor bei Anlageentscheidungen.

Unternehmen hingegen unterschätzen im Moment die Wichtigkeit ihrer Nachhaltigkeitsleistung für Investoren. Laut der Studie der Boston Consulting Group glauben nur 60%, dass das Thema Nachhaltigkeit einen großen Einfluss auf Anlageentscheidungen hat. In Gesprächen zwischen Unternehmen und Investoren werden daher Nachhaltigkeitsaspekte im Moment nur wenig thematisiert. Die Studie zeigt auch, dass nur 25% der Unternehmen einen klaren Business Case bezüglich ihrer Nachhaltigkeitsstrategie für Investoren entwickelt haben. Hier besteht also eine große Chance für Unternehmen, durch fokussiertes Management ihres ökologischen und sozialen Einflusses und durch effektive Messung und Kommunikation, neue Investoren zu gewinnen. →



15

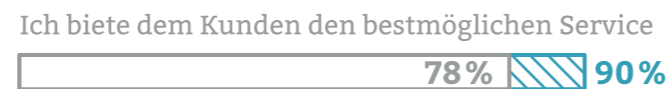
Rekrutierung von neuen Mitarbeitern und Bindung von Talenten:

Auch bei der Suche nach Fachkräften und bei der langfristigen Bindung von Talenten an das eigene Unternehmen sind Sozialverträglichkeit und ökologische Nachhaltigkeit Argumente, die über die Attraktivität eines Arbeitgebers entscheiden. Die Studie von Cone Communications aus dem Jahr 2015 zeigt, dass 79% der Befragten soziale und ökologische Aspekte beachten, wenn sie nach einem neuen Job suchen. 62% der sogenannten Millennials würden sogar eine Gehaltsreduzierung hinnehmen, um für ein verantwortungsvolles und nachhaltiges Unternehmen zu arbeiten.¹²

Auch für die Motivation von bestehenden Mitarbeitern und für die langfristige Bindung von Talenten ist die soziale und ökologische Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens von Bedeutung. Das zeigen die Ergebnisse des Edelman Trust Barometers 2016.¹³

Mitarbeiterengagement steigt mit dem Einsatz für soziale Probleme

Die Grafik zeigt, wie viel Prozent der Befragten der jeweiligen Aussage zustimmt. Dabei wird das Ergebnis von Mitarbeitern aus sozial engagierten Unternehmen, mit dem Ergebnis von Mitarbeitern verglichen, die in nicht sozial engagierten Unternehmen arbeiten.



Quelle: Edelman Trust Barometer 2016

Bessere Beziehungen zu Lieferanten:

Eine engere Zusammenarbeit mit Lieferanten kann verschiedene Vorteile haben. Dazu zählen Kostensenkungen, eine Verbesserung der Qualität und neue Produktideen. Unternehmen haben die Möglichkeit, ihre Lieferanten beispielsweise durch Schulungen zu unterstützen und auf diese Weise auch das Risiko mit Unterlieferanten zu verringern. In einer transparenten und nachhaltigen Lieferkette wird das Know-How der Lieferanten genutzt, um gute Praktiken entlang der Lieferkette zu implementieren und neue Ideen für Produkte und Prozesse zu fördern.

Neue Partnerschaften und Kooperationen vor Ort:

Durch einen engeren Kontakt mit Lieferanten sowie regionalen Verbänden und Institutionen können die Lage vor Ort und die potentiellen Auswirkungen auf die eigene Geschäftstätigkeit besser eingeschätzt werden. Audits allein sind oft nicht wirksam, um Fälle von Menschenrechtsverletzungen aufzudecken. Partnerschaften vor Ort hingegen helfen, die eigentlichen Ursachen von potentiellen Menschenrechtsverletzungen zu identifizieren und diese effizienter gemeinsam zu bekämpfen (siehe Beispiel: Unilever und Oxfam).

Wertsteigerung und Innovation:

→ Wertschöpfung und Stärkung der Marke: Nachhaltigkeit ist ein strategisches Thema für den Erfolg eines Unternehmens. Verschiedene Analysen¹⁵ zeigen, dass ökologische und soziale Verantwortung einen wesentlichen Beitrag zu Umsatz und Wertschöpfung liefern, wenn sie ganzheitlich umgesetzt und transparent kommuniziert wird. Durch die Einhaltung der Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen entlang der Wertschöpfungskette wird Armut verringert und neue Märkte geschaffen. Unternehmen können sich als Vorreiter positionieren, beispielsweise in Branchenbündnissen (siehe Beispiele: Intel, Unilever).

→ Produkt- und Prozessinnovationen: Wie bereits erwähnt, bieten bessere Beziehungen zu Lieferanten große Chancen für Produkt- und Prozessinnovation. Außerdem kann ein stärkerer Fokus auf Menschenrechte Wege zu neuen Lieferanten oder Geschäftspartnern und alternativen Rohstoffen eröffnen (siehe Beispiel: SABMiller).

→ Erhöhter Umsatz: Die Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht bei der Produktion ist ein wirksames Verkaufsargument. Verbraucher/-innen achten immer mehr auf die Herkunft und die Herstellung von Produkten. Studien zeigen, dass Konsumenten bereit sind, mehr für nachhaltige Produkte zu bezahlen und proaktiv nach nachhaltigeren Alternativen suchen. Eine Studie von Nielsen zeigt, dass allein im Jahr 2014 Verkaufszahlen von Marken mit nachhaltigen Engagement um 4% gestiegen sind, während Verkaufszahlen von Marken ohne Bezug zu Nachhaltigkeit nur um 1% gewachsen sind.¹⁶ →



Partnerschaft mit NGOs – Kollaboration von Unilever und Oxfam

18 Unilever und Oxfam verbindet seit vielen Jahren ein enger Dialog. So tauschten sie sich im Rahmen verschiedener Multistakeholder-Initiativen zu den Herausforderungen auf dem Weg zu einer nachhaltigen Landwirtschaft aus. Ein wichtiges Risiko tauchte dabei immer wieder auf: die Garantie von Arbeitnehmerrechten entlang der Lieferkette. In 2011 intensivierten sie ihre Zusammenarbeit: Oxfam führte eine Untersuchung der Unilever-Lieferkette in Vietnam durch. Ziel war es, herauszufinden, inwieweit die Selbstverpflichtungen von Unilever in Sachen Nachhaltigkeit die Lebensrealität der Arbeiter in Vietnam beeinflussen. Dabei standen die vier Themen im Fokus, die für Unternehmen erfahrungsgemäß schwer zu erheben sind: das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen, die Garantie von Mindestlöhnen und Existenzsicherung, Arbeitszeiten, Gründe und Bedingungen von Vertragsarbeit. Unilever hat für die Untersuchung sämtliche relevante firmeninterne Informationen und Daten zur Verfügung gestellt. In 2016 hat Oxfam einen Fortschrittsbericht herausgebracht. Die Kollaboration von Unilever und Oxfam verdeutlicht, wie durch das Zusammenbringen von unterschiedlichen Sichtweisen, Erfahrungen und von Know-How, die Situation der Menschen entlang globaler Lieferketten verbessert werden kann.¹⁴

¹⁴ | Oxfam (2013): Labour Rights in Unilever's supply chain; Oxfam (2016): Labour Rights in Vietnam; ¹⁷ | Unilever Webseite; ¹⁸ | Intel Webseite; ¹⁹ | Guardian (2016): Eagle lager: the Ugandan beer that aims to help local farmers and communities

Unternehmensbeispiele



Unilever: Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell

Unilever hat durch sein Geschäftsmodell, das auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit ausgelegt ist, neue Märkte erschlossen, Produktinnovation vorangetrieben, Risiken in der Lieferkette verringert und Vertrauen in das Unternehmen aufgebaut. Ein Ziel des Unternehmens ist es, 100% seiner Rohstoffe in 2020 aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. Es gibt zahlreiche Beispiele dafür, wie Unilever seine „Sustainable Living“ Strategie weltweit implementiert. Das Unternehmen arbeitet mit verschiedenen Institutionen zusammen, wie OECD, IOL oder UN Global Compact, um sein Engagement zur Achtung der Menschenrechte zu verwirklichen – beispielsweise zur Durchsetzung von Arbeitsrechten. Heute sind ca. 80% der Unilever-Fabriken, gewerkschaftlich organisiert.¹⁷



Intel: Konfliktmineralien im Fokus

Tantal, Zinn, Wolfram und Gold werden als Konfliktmineralien bezeichnet. Sie sind integraler Bestandteil elektronischer und anderer Produkte des täglichen Lebens. Milizen und Rebellen im Ostkongo, die sich durch den Verkauf dieser Mineralien finanzieren, haben seit 1998 fünf Millionen Menschen ermordet. Seit 2008 liegt der Fokus von Intels Beschaffungspolitik auf dem Thema Konfliktmineralien aus dem Kongo. Intels Engagement, nur konfliktfreie Mineralien zu verwenden, bedeutet mehr wirtschaftliche Möglichkeiten und Sicherheit für Minenarbeiter und deren Familien. Um Aufmerksamkeit zu erregen und Konsumenten dazu zu bewegen, konfliktfreie Produkte zu kaufen, platziert Intel das Logo „Conflict free“ auf seinen Produkten. Damit ist das Unternehmen Vorreiter beim Thema Konfliktrohstoffe und treibt die Debatte in der Elektronikindustrie voran.¹⁸



SABMiller: Eagle Lager, Uganda

Landwirtschaft ist das wichtigste Standbein der Wirtschaft in Uganda. Vor mehr als 10 Jahren hat SABMiller ein Portfolio von Bieren entwickelt, die von lokal angebauten Feldfrüchten in den lokalen Märkten Afrikas produziert werden. In Uganda unterstützt das Unternehmen lokale Landwirte und deren Gemeinden und verringert damit gleichzeitig den teuren Import von Zutaten. 2002 brachte Nile Breweries, eine Tochtergesellschaft von SABMiller, das Bier „Eagle Lager“ auf den Markt – das Bier wird aus Maniok hergestellt und ist mit einem Programm zur Förderung der lokalen Landwirtschaft verbunden. Durch die lokale Herstellung konnte der Verkaufspreis des Bieres gesenkt werden, welches dem Unternehmen einen neuen Markt in Uganda eröffnet hat. Fünf Jahre nach dem Launch von Eagle Lager ist das Produkt für 50% des Umsatzes der Tochterfirma in Uganda verantwortlich, während mehr als 20.000 Landwirte von dem Programm profitiert haben.¹⁹

Risikominimierung

Schutz der Marke und Reputation:

Wer in Sachen Reputation auf der sicheren Seite sein will, muss wissen, unter welchen Bedingungen seine Produkte hergestellt werden und Prozesse etablieren, um potentielle Menschenrechtsverletzungen zu identifizieren und zu beheben. Entlang der Wertschöpfungskette gibt es zahlreiche Situationen, in denen ein Unternehmen Reputationsrisiken ausgesetzt sein kann. Zum Beispiel könnten Fälle von Kinderarbeit entdeckt werden oder Formen von Zwangsarbeit. Skandale, wie die 2014 aufgedeckte Sklavenarbeit in der Garnelenproduktion in Thailand oder die schweren Verstöße gegen die Menschenrechte in der Textilindustrie in Bangladesch und Indien demonstrieren, wie Menschenrechtsverstöße zu Reputationsverlusten von ganzen Industrien führen können.

Unternehmen, die ihre Lieferkette kennen und bereits Prozesse zur Risikoidentifizierung und –verringerung etabliert haben, können schneller auf derartige Skandale reagieren und somit ihre Marke vor großen Reputationsrisiken schützen.

Verringerung von Prozess- und Haftungsrisiken:

Menschenrechtsverletzungen in der Lieferkette können zu Ausfällen von Lieferungen führen und somit die Geschäftstätigkeit des Unternehmens beeinträchtigen.

Ein Beispiel aus Peru zeigt die Bedeutung von Risikoanalysen und Due Diligence Prozessen für Unternehmensaktivitäten im Rohstoffsektor. Das Joint Venture aus Newmont Mining (USA), Buenaventura (Peru) und der International Finance Corporation (Teil der Weltbank Gruppe) wollte die Gold- und Kupfermine „Conga“ mit einer Investitionssumme von 4,8 Mrd. \$US zum größten Minenprojekt in der Geschichte

Peru machen. Doch seit 2011 liegt das Projekt nach sozialen Protesten der lokalen indigenen Bevölkerung und gewaltsamen Ausschreitungen mit Minenbetreibern und Polizei auf Eis. Wann die Arbeiten wieder aufgenommen werden, ist unklar.

Zudem steigen die Haftungsrisiken für Unternehmen, auch für Menschenrechtsverstöße im Ausland.

Dabei geht die internationale Debatte weg von einer reinen Risikobetrachtung aus Unternehmenssicht hin zu der Frage, welche Auswirkungen Unternehmensaktivitäten auf die Rechteinhaber haben. Opfer von Verstößen gegen die Menschenrechte werden häufig von Hilfsorganisationen unterstützt und Klagen gegen Unternehmen wegen Menschenrechtsverstößen werden immer häufiger.

Fallbeispiele, Haftungsrisiken:

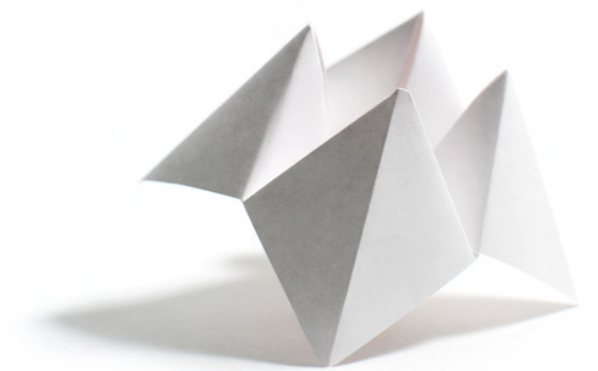
→ **Brand einer Textilfabrik – Schadensersatzforderung gegen KiK:** Im September 2012 starben im pakistanischen Karachi 260 Menschen beim Brand einer Textilfabrik, die vor allem für den Discounter KiK produzierte. Vier Hinterbliebene des Unglücks prozessieren seit März 2015 vor dem Landgericht Dortmund gegen KiK und fordern Schadensersatz. Nach langer Beratung hat sich das Landgericht Dortmund entschieden, den Klägern im Verfahren gegen KiK Prozesskostenbeihilfe zuzusprechen. Dies ist bis jetzt der erste derartige Fall. Mit der Gewährung von Prozesskostenbeihilfe hat das Landgericht Dortmund den Klägerinnen und Klägern die Möglichkeit zugesprochen, aus Karachi nach Dortmund zu reisen, um persönlich für ihre Sache zu kämpfen.

→ **Fußball WM 2022 - Klage gegen FIFA:** Amnesty International hatte die FIFA bereits Ende März 2016 vorgeworfen, beim Aufbau der Infrastruktur für das Weltturnier tausende

Arbeitsmigranten auszubeuten. Amnesty forderte den Weltfußballverband auf, sofort etwas dagegen zu unternehmen. Jetzt hat die niederländische Gewerkschaft FNV Bondgenoten eine Klage gegen FIFA in der Schweiz eingereicht – der Vorwurf lautet: Mitschuld an der Ausbeutung und Drangsalierung von Arbeitern in Katar. Die FIFA wird sich nun vor dem Schweizer Gericht verteidigen müssen.

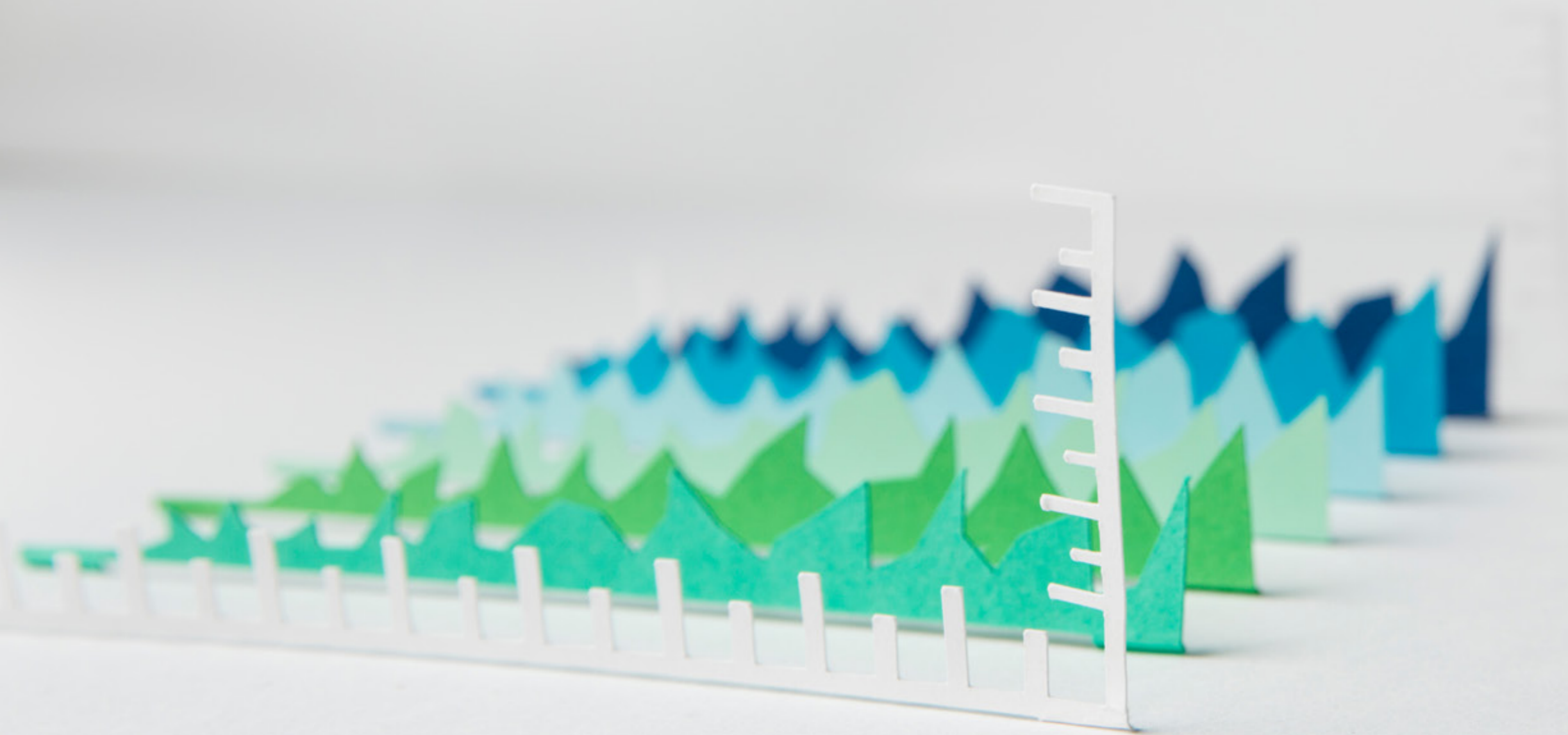
→ **Ölpest in Nigeria – Shell muss sich verantworten:** Die Ölreserven im Niger-Delta machen Nigeria zum größten Ölförderer in ganz Afrika. Dennoch lebt die überwiegende Mehrheit der Bevölkerung des Niger-Delta in Armut. In 2008 führten Lecks in Ölpipelines zu einer Katastrophe. Millionen Barrel Öl strömten aus den Pipelines und verseuchten das Land. Der Ölkonzern Shell musste sich hierfür verantworten. Anfang 2015, sechs Jahre später, zahlte Shell Schadenersatzzahlungen von über 70 Millionen Euro. Doch damit ist der Rechtsstreit noch nicht beigelegt. Ende 2015 wurden wieder Vorwürfe gegen Shell erhoben. Der Ölkonzern habe fälschlicherweise behauptet, verschmutzte Gebiete im Niger-Delta gesäubert zu haben. Tatsächlich aber sei die Erde dort noch immer verseucht. 40.000 Nigerianer klagen nun gegen Shell vor einem englischen Gericht.²⁰

Letztlich jedoch bedeutet die Achtung der Menschenrechte das zu tun, was richtig ist und von Unternehmen erwartet wird. Die SDGs skizzieren, wohin wir uns als Weltgemeinschaft bewegen wollen und daraus geht klar hervor, dass Wirtschaft das Wohl der Menschen fördern soll. Nur wenn Unternehmen die Achtung der Menschenrechte in ihren Werten und Verhaltensgrundsätzen verankern und sich aktiv für die Wahrung der Menschenrechte einsetzen, werden sie in Zukunft ihre sogenannte „License to Operate“ aufrecht erhalten können.



2

Die Umfrageergebnisse im Detail



Die Relevanz von Menschenrechten

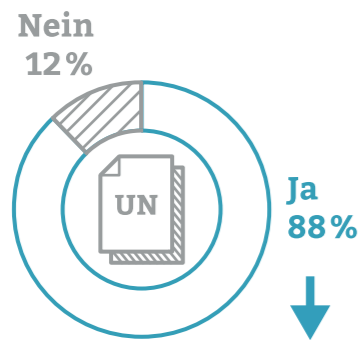
und allgemeine Einschätzungen zur Menschenrechtsperformance

Menschenrechte sind relevant für Unternehmen

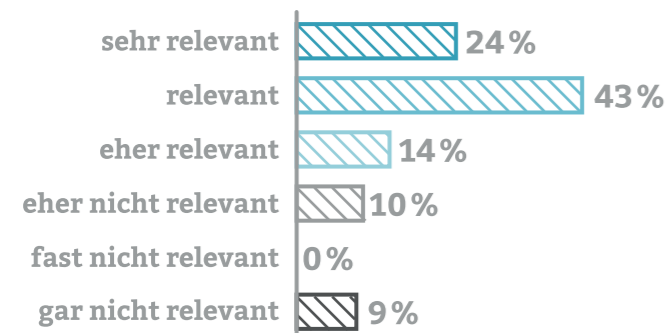
Die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte bilden einen wichtigen Rahmen für einen umfassenderen Menschenrechtsschutz in der globalen Wirtschaft.

- Die Befragung zeigt, dass 88% der befragten Unternehmen die UN-Leitprinzipien kennen. Ein, wenn auch kleiner, Teil der Befragten (12%) kennen die Leitprinzipien nicht.
- 81% der Unternehmen, die die Leitprinzipien kennen, halten sie für eher relevant bis sehr relevant für das eigene Unternehmen.

Kennen Sie die UN Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UN Guiding Principles on Business and Human Rights)?



Für wie relevant halten Sie die UN Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte für Ihr Unternehmen?



Fragt man die Unternehmen, die die Leitprinzipien nicht kennen oder nicht als wichtig einschätzen, nach der Relevanz der einzelnen Menschenrechte, zeigt unser Befragungsergebnis, dass fast alle Unternehmen einige Menschenrechte als relevant oder sehr relevant für ihr Unternehmen einschätzen – also eine Verbindung zu ihrer Geschäftstätigkeit sehen. Nur ein befragtes Unternehmen hat keines der Menschenrechte als wichtig für das Unternehmen bewertet.

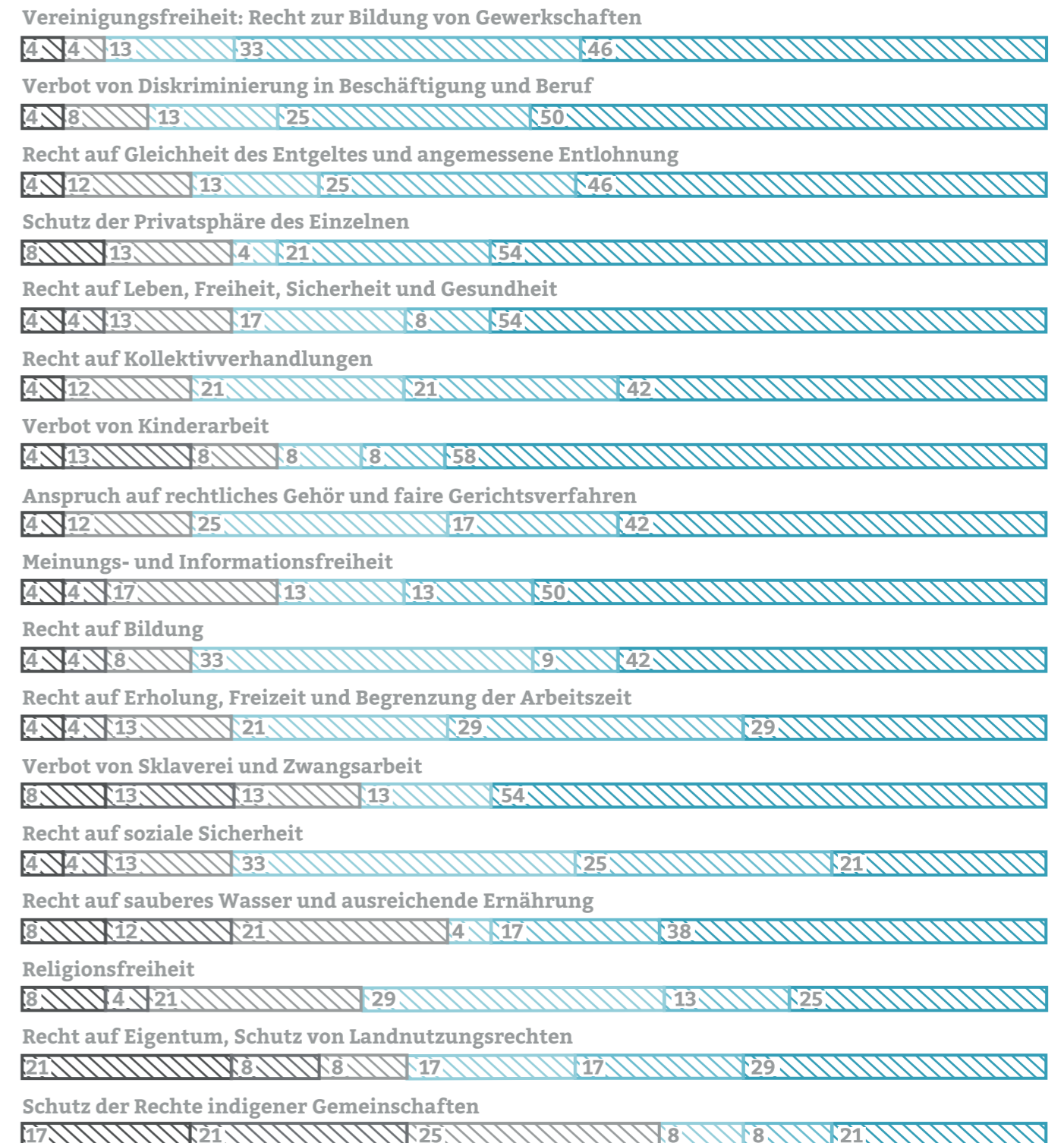
→ Das im Durchschnitt am relevantesten eingeschätzte Menschenrecht ist das Recht auf Vereinigungsfreiheit. Dies ist für viele Unternehmen fundamental in ihren Geschäftsprozessen verankert und daher von hoher Relevanz. Unternehmen befinden sich dahingehend oft in einem Dilemma. In China, beispielsweise, ist die Bildung von Gewerkschaften verboten. Gleichzeitig ist Vereinigungsfreiheit aber auch dort, wie überall auf der Welt, ein Menschenrecht.

→ Auch als sehr relevant angesehen werden: das Verbot von Diskriminierung; das Recht auf Gleichheit des Entgeltes/angemessene Entlohnung; der Schutz der Privatsphäre; das Recht auf Leben, Freiheit, Sicherheit und Gesundheit. Dies sind alle Rechte, die sehr nah in Verbindung mit unternehmerischen Tätigkeiten stehen.

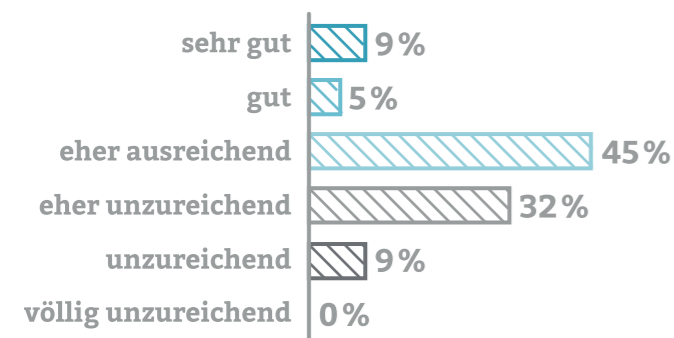
→ Das Verbot von Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Sklaverei sind Menschenrechte, die von über der Hälfte der befragten Unternehmen als sehr relevant eingeschätzt werden: 54% der befragten Unternehmen schätzen das Verbot von Kinderarbeit als sehr relevant ein und 58% bewerten das Verbot von Zwangsarbeit und Sklaverei als sehr relevant für ihr Unternehmen. →

Menschenrechte und globale Geschäftstätigkeit

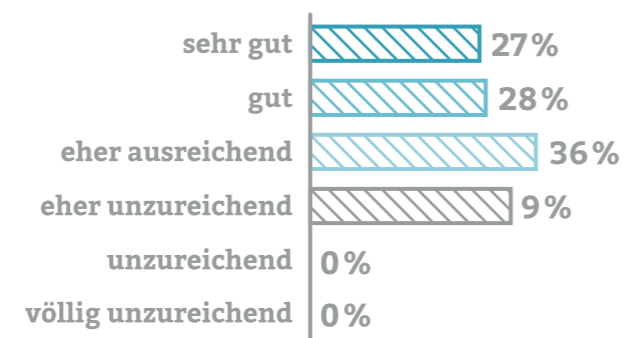
Für wie relevant halten Sie die Menschenrechte für die globale Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens? (Angaben in Prozent)



Wie schätzen Sie die Anstrengungen der Unternehmen in Ihrer Branche zum Schutz der Menschenrechte ein?



Inwieweit erfüllt Ihr Unternehmen nach Ihrem persönlichen Eindruck seine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht?



Unternehmen schätzen die eigene Menschenrechtsperformance im Durchschnitt besser ein als die Anstrengungen ihrer Branche

- 55% der befragten Unternehmen bewerten ihre eigenen Anstrengungen als sehr gut bzw. gut.
- Die Anstrengungen der Branche hingegen schätzen nur 14% der befragten Firmen als gut oder sehr gut ein.

UN - Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte

Die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte stellen einen globalen Standard zur Verhütung und Behebung von Menschenrechtsverletzungen dar, die mit der Geschäftstätigkeit von Unternehmen zusammenhängen. Sie wurden 2011 vom UN-Menschenrechtsrat verabschiedet und beinhalten drei Leitprinzipien: ²¹

1. Schutz der Menschenrechte durch den Staat

- Staaten sind in der Pflicht Menschenrechte nicht nur zu beachten sondern aktiv zu fördern und zu schützen

2. Respekt der Unternehmen vor den Menschenrechten

- Vermeidung von menschenrechtlichen Gefahren innerhalb der unternehmerischen Einflussphäre

- Umfassende Prüfung der Menschenrechtsverträglichkeit bei größeren Investitionsprojekten
- Integration menschenrechtlicher Aspekte in die Prozesse und Instrumente der Unternehmensführung und des regulären Risikomanagements

3. Durchsetzung und Wiedergutmachung:

- Notwendiger Zugang zu wirksamer Abhilfe und Wiedergutmachung für Personen, deren Menschenrechte durch Unternehmen verletzt wurden. Dazu gehören der Zugang zu Beschwerdestellen und effektiven Rechtswegen.

Fakten & Hintergründe

Schutz der Privatsphäre

Die digitale Überwachung von Arbeitnehmenden ist nicht eine mögliche Bedrohung der Zukunft, sondern Realität. So hat beispielsweise der Lidl-Konzern mittels versteckter Kameras die Häufigkeit des Toilettengangs der Angestellten überprüft. Datenschutzbehörden mehrerer deutscher Bundesländer verlangten für dieses rechtswidrige Verhalten des Unternehmens fast 1,5 Mio. Euro Bußgelder. Auch die Deutsche Bahn hat sich im Jahr 2009 mit der Durchsichtung von E-Mails und Computern von 173'000 Beschäftigten ohne Verdachtsgrund strafbar gemacht und ist für dieses Fehlverhalten von den Berliner Datenschutzbehörden gebüßt worden.

Gender Pay Gap

Laut dem Equality Act 2010 in Großbritannien müssen dort Firmen und öffentliche Organisationen mit über 250 Mitarbeitern voraussichtlich ab 2018 Gender Pay Gap Informationen veröffentlichen. So können Arbeitnehmer und potentielle Mitarbeiter sehen, wie es um den Gender Pay Gap in dem jeweiligen Unternehmen steht.

Auch in Deutschland wird über Lohngerechtigkeit diskutiert. Bundesfamilienministern Manuela Schwesig hat nun auch ihr lange geplantes Gesetz zur Lohngerechtigkeit von Frauen und Männern vorgelegt. Demnach könnten Frauen in Firmen ab 200 Mitarbeitern Informationen darüber verlangen, was Männer in gleichwertiger Position verdienen. Unternehmen ab 500 Mitarbeitern sollen zudem verpflichtet werden, geregelte betriebliche Verfahren zur Überprüfung und Herstellung zur Lohngleichheit einzuführen. ILO stellt dafür einen praxisbezogenen [Equity Guide](#) zur Verfügung.

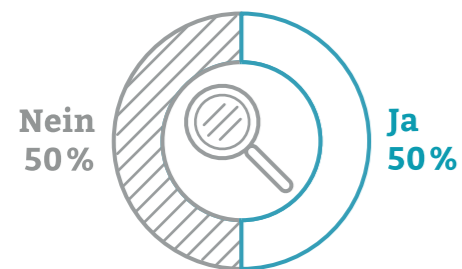
Sklaverei und Zwangsarbeit

Trotz weltweiter Ächtung kommen Sklaverei und Zwangsarbeit in nahezu allen Branchen vor. Es gibt heute aber auch viel mehr Menschen als je zuvor, die in Sklaverei leben. Sie hat sich in der globalisierten Wirtschaft nur verändert. Entlang der Wertschöpfungsketten finden in praktisch allen Ländern Zinssklaverei, Zwangs- und Kinderarbeit oder Menschenhandel statt. ILO-Studien zeigen, dass knapp 21 Millionen Menschen weltweit unter sklavenähnlichen Bedingungen leben, davon ca. 880.000 Menschen in Europa. Es gibt Beispiele, wie Nähfabriken in Italien und Rumänien oder Erntearbeit in Italien und Spanien, wo Wanderarbeiter oder Menschen ohne gültigen Aufenthaltstitel ausgebeutet werden. Manchmal sind ausbeuterische Arbeitsbeziehungen erst auf den zweiten Blick zu erkennen. Häufig ist die Aufenthaltsgenehmigung an einen Arbeitsvertrag gebunden, was den Arbeitgebern große Macht über die Beschäftigten gibt.

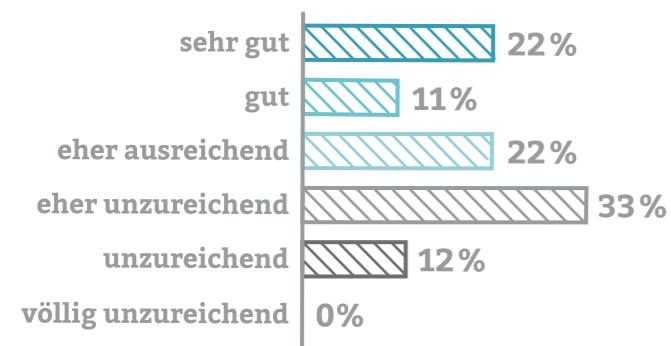
Die Verankerung der Sorgfaltspflicht

bezüglich der Menschenrechte – im Unternehmen

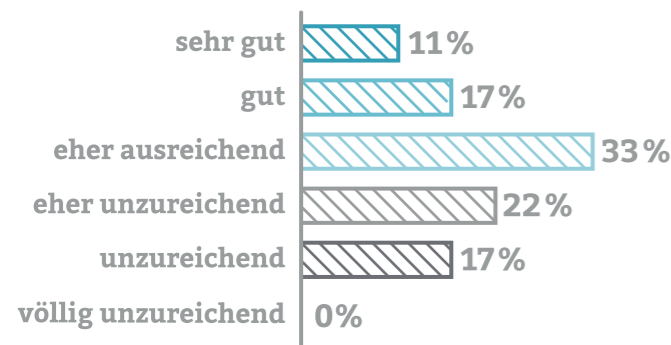
Hat Ihr Unternehmen schon einmal eine Prüfung menschenrechtlicher Risiken durchgeführt?



Wie gut beziehen Sie die gesamte Wertschöpfungskette in Ihre Risikobetrachtung ein?



Wie gut weiß Ihr Unternehmen über die menschenrechtlichen Risiken in seinen Wertschöpfungsketten Bescheid?



Robuste Risikoanalyse als Herausforderung

Die Risikoanalyse ist ein entscheidender Schritt, um die wichtigsten menschenrechtlichen Einflüsse eines Unternehmens zu identifizieren und darauf aufbauend eine Strategie zu entwickeln.

- Wie bereits erwähnt, sind 55% der befragten Unternehmen der Ansicht, dass ihr Unternehmen seine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht gut oder sehr gut erfüllt.
- 50% der Unternehmen geben an, eine Prüfung menschenrechtlicher Risiken durchgeführt zu haben.

ABER

- Ein großer Teil der befragten Unternehmen (45%) bezieht die gesamte Wertschöpfungskette nur unzureichend in die Risikoanalyse ein.
- Nur ein gutes Viertel (28%) weiß gut oder sehr gut über die menschenrechtlichen Risiken in der Wertschöpfungskette Bescheid.

Die Befragung zeigt, dass die menschenrechtliche Risikoanalyse eine große Herausforderung darstellt. Selbst der Teil der Unternehmen, der eine Prüfung der menschenrechtlichen Risiken durchgeführt hat, gibt an, die Wertschöpfungskette in der Risikoanalyse nur unzureichend abgedeckt zu haben. Zudem haben 50% der befragten Unternehmen noch keine menschenrechtliche Risikoanalyse durchgeführt.

„Human Rights Due Diligence“ – was ist das?

Mit einer Human Rights Due Diligence werden tatsächliche und potenzielle Menschenrechtsrisiken für Mitarbeiter in eigenen Produktionsstätten und Lieferketten identifiziert und schrittweise abgebaut. Vereinfacht besteht sie aus fünf Schritten:

1. Analyse tatsächlicher und potenzieller Risiken
2. Sofortiges Handeln bei laufenden Rechtsverletzungen, ggf. Entschädigung von Geschädigten
3. Identifikation von Handlungsfeldern, Bewertung der Schwere von Verletzungen, Bewertung von Einfluss und Verantwortung der Firma
4. Entscheidungen über geänderte Prozesse, Lieferwege, Produktveränderungen
5. Aufbau eines kontinuierlichen Monitoring- und Verbesserungsprozesses

Nestlé: Bemühungen zur Verhinderung von Kinderarbeit in Cote d'Ivoire

Kinderarbeit ist ein großes Problem in der Kakaoproduktion in Cote d'Ivoire. Nestlé hat bereits verschiedene Maßnahmen und Prozesse zur Verhinderung etabliert, sagt aber auch ganz offen, dass kein Unternehmen, das Kakao aus Cote d'Ivoire bezieht, sicher sein kann, dass das Risiko von Kinderarbeit komplett eliminiert ist. Dennoch versucht das Unternehmen vehement das Problem zu bekämpfen. Ein Kernaspekt hierbei ist das Child Labour Monitoring and Remediation System (CLMRS), das Nestlé entwickelt hat. Das System hilft dabei zu identifizieren, wo und warum Kinderarbeit in der Lieferkette auftaucht. Durch den transparenten Umgang mit dem Problem und der Zusammenarbeit mit der lokalen Regierung, Gemeinden und anderen Unternehmen vor Ort, kann Nestlé effektive Maßnahmen ergreifen, um Kinderarbeit immer weiter einzudämmen.²²

Strategie und Umsetzung

Wie ist Ihr Unternehmen nach Ihrer persönlichen Einschätzung in Bezug auf das Thema Menschenrechte aufgestellt?



Firmeneigene Menschenrechtsstrategie: **50% gut/sehr gut**



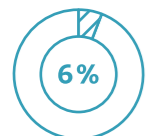
Erfahrung und Kenntnisse der Mitarbeiter: **28% gut/sehr gut**



Spezifische und messbare Ziele und Maßnahmen: **22% gut/sehr gut**



Implementierung von Maßnahmen: **22% gut/sehr gut**



Regelmäßige Evaluierung der Maßnahmen: **6% gut/sehr gut**

→ Nur 50% der befragten Firmen sind der Ansicht, dass ihr Unternehmen bzgl. ihrer Menschenrechtsstrategie gut bzw. sehr gut aufgestellt ist.

→ Weiterhin beziehen nur 33% der befragten Unternehmen die gesamte Wertschöpfungskette in ihre Risikobetrachtung ein und nur 28% wissen gut über die menschenrechtlichen Risiken in ihren Lieferketten Bescheid.

Der erste Schritt, um eine wirkungsvolle Menschenrechtsstrategie zu entwickeln, ist jedoch eine ganzheitliche Risikoanalyse entlang der Wertschöpfungskette. Nur so weiß ein Unternehmen, wo die größten Risiken entlang der Wertschöpfungskette liegen (für das Unternehmen und die Betroffenen). Auf dieser Grundlage können dann Maßnahmen und Prozesse implementiert

werden, um diese Risiken und Impacts zu verringern. Dies bestätigt auch eine Umfrage unter den führenden börsennotierten deutschen Unternehmen (DAX30), durchgeführt vom Business & Human Rights Resource Centre. Demnach betonten die befragten Unternehmen, dass das Impact Assessment zu Menschenrechten ein entscheidender Schritt für Unternehmen sei, um die eigenen Auswirkungen auf die Menschenrechte abzuschätzen und geeignete Maßnahmen zu entwickeln.²³

Die meisten Unternehmen stecken im Strategieprozess und müssen an der Umsetzung arbeiten

→ Nur knapp über ein Drittel der befragten Unternehmen (28%) schätzen die Kenntnisse und Erfahrungen der Mitarbeiter in Bezug auf Menschenrechte als gut oder sehr gut ein.

→ Wiederum weniger Unternehmen – 22% bewerten ihr Unternehmen als gut oder sehr gut in Bezug auf spezifische Ziele und Maßnahmen und die Implementierung dieser Maßnahmen zur Bekämpfung von Menschenrechtsverstößen.

→ Dementsprechend weniger Unternehmen (nur 6%) bewerten die Aussage, dass ihr Unternehmen seine Menschenrechtsmaßnahmen regelmäßig evaluiert, als zutreffend oder voll zutreffend.

Instrumente zur Umsetzung

Wie gut funktioniert die Durchsetzung und Kontrolle von Standards bei Ihren Lieferanten?



Nur bei jedem 10. Unternehmen funktioniert die Durchsetzung von Standards bei Lieferanten gut

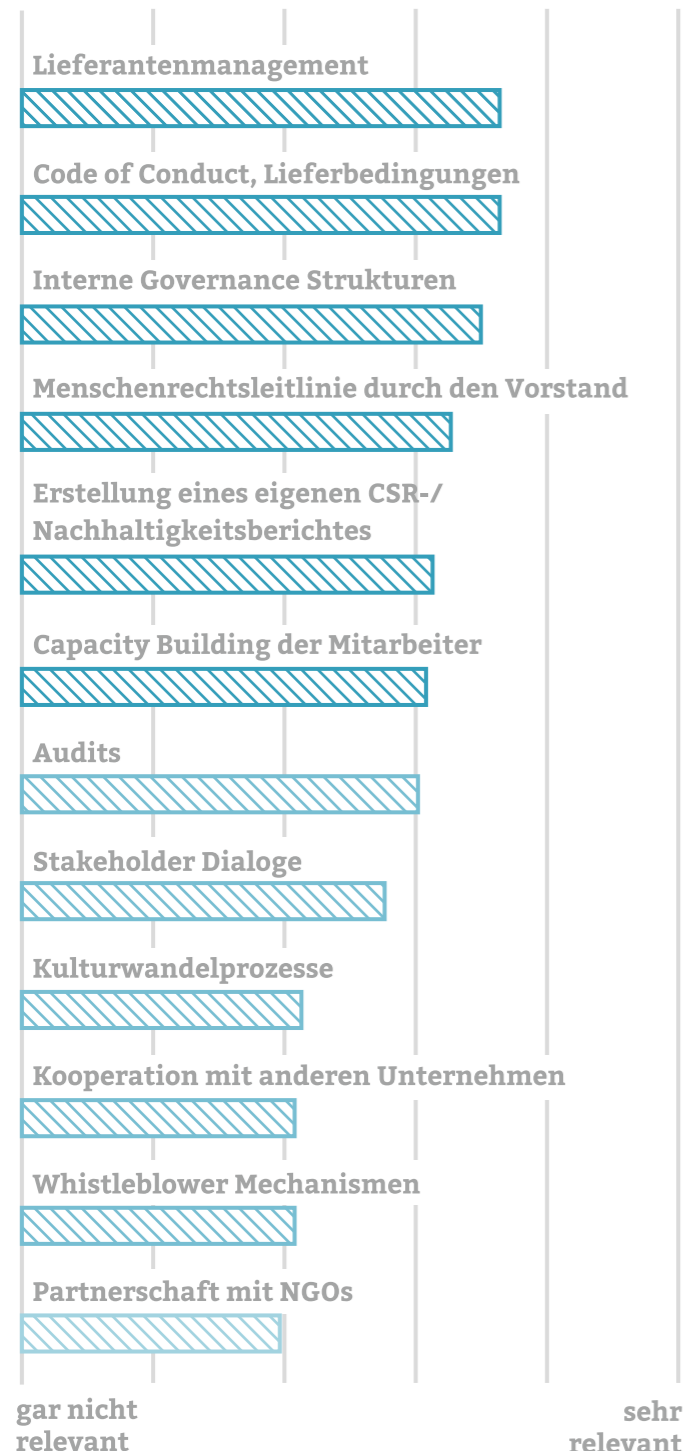
→ 50% der befragten Unternehmen bewerten die Durchsetzung und Kontrolle von Standards bei Lieferanten als unzureichend.

→ Bei nur 11% gelingt die Einbindung von Lieferanten gut oder sehr gut.

→ Gleichzeitig wird Lieferantenmanagement als einer der wichtigsten Instrumente zur Verbesserung der Menschenrechtsperformance von den befragten Unternehmen angesehen, und ist daher sehr wichtig, um Menschenrechtsverstöße zu verhindern. →



Welche der folgenden Instrumente sind aus Ihrer Erfahrung zur Verbesserung der Menschenrechtsperformance Ihres Unternehmens relevant? (Gewichteter Mittelwert)



32

Unternehmen konzentrieren sich bisher auf interne Strukturen

- Neben Lieferantenmanagement werden Verhaltensgrundsätze, festgelegte Lieferbedingungen und interne Governance Strukturen im Durchschnitt als sehr relevante Instrumente angesehen, um die Menschenrechtsperformance zu verbessern. Auch das Engagement des Vorstandes in Form einer Menschenrechtsleitlinie wird als wichtig eingeschätzt.
- Die nächst wichtigsten Instrumente zur Verbesserung der Menschenrechtsperformance lauten: Erstellung eines CSR-Berichtes, Capacity Building der Mitarbeiter und Audits – alles interne Prozesse im Unternehmen.
- Im Vergleich als weniger relevant angesehen werden: Stakeholder Dialoge, Kulturwandelprozesse, Kooperation mit anderen Unternehmen oder NGOs.
- Auch als eher weniger relevant angesehen werden Whistleblower Mechanismen.

Beispiele: Codes of Conduct und Menschenrechtsrichtlinien

Aldi Süd	→ Verhaltenskodex
Tchibo	→ Code of Conduct
Daimler	→ Integrity Code
Merck	→ Responsible Sourcing Principles → Code of Conduct
Marks & Spencer	→ Human Rights Policy → Code of Ethics and Behaviours

Unternehmens- und Multistakeholderkooperationen:

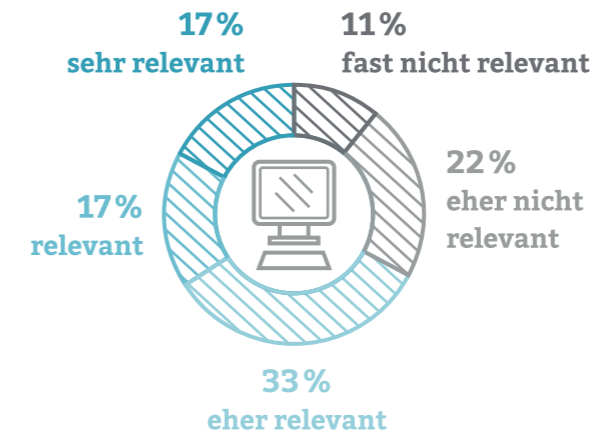
Beim Thema Menschenrechtsverletzungen fehlt einem Unternehmen allein oft die Hebelwirkung. Kooperationen können helfen, Probleme gemeinsam zu lösen und so große Herausforderungen einer ganzen Branche anzugehen – zum Beispiel:

- Teebranche: [Ethical Tea Partnership](#)
- Textilbranche: [Textilbündnis](#)
- [Ethical Trade Initiative](#)

Digitalisierung

Die Wertschöpfungsketten der Zukunft zeichnen sich durch eine intensive Vernetzung aus. Neben der Koordination und Steuerung von physischen Warenströmen wird das Management von digitalen Datenflüssen immer bedeutsamer. In Zukunft werden umfangreichere Daten mittels neuen Technologien geteilt und so eine höhere Prozesstransparenz erreicht. Eine große Chance bietet hier eine lückenlose Rückverfolgbarkeit von Rohstoffen und nachvollziehbare Verarbeitungsstufen, die mittels solcher Technologien erfasst werden können. Ein interessantes Beispiel stellt das Programm LabourVoices²⁴ dar, das arbeitenden Personen in Bangladeschs Textilfabriken ermöglicht anonyme Meldungen zu Menschenhandel, Kinderarbeit und verspäteten Gehaltszahlungen zu machen. Fragen werden am Telefon durch einfaches drücken der Taste 1 = „Ja“ oder Taste 2 = „Nein“ beantwortet. Solche Echtzeit-Informationen sind weitaus schneller als Audits von Dritten und erhöhen die Transparenz sowohl für Unternehmen, Arbeitnehmer als auch Kunden.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung für die Erhöhung der Transparenz in Ihrer Wertschöpfungskette?



Digitalisierung erhöht Transparenz

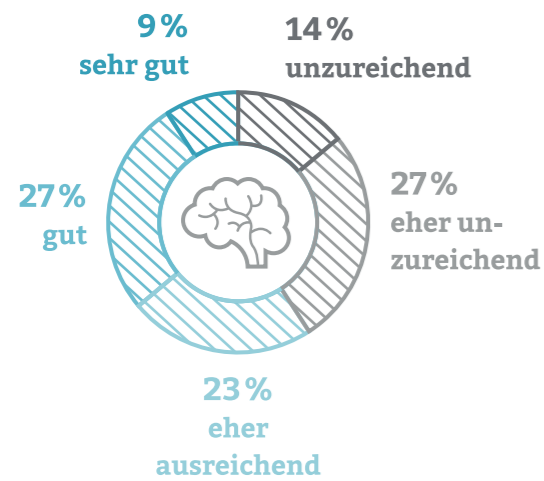
- Über 60% der befragten Unternehmen finden, dass die Digitalisierung eine Rolle spielt, um die Transparenz in der Wertschöpfungskette zu erhöhen (ca. ein Drittel hält Digitalisierung für relevant oder sehr relevant).
- Keines der befragten Unternehmen ist der Ansicht, Digitalisierung sei gar nicht relevant für erhöhte Transparenz in der Wertschöpfungskette.

33

Internes Know-How

zum Thema Menschenrechte

Wie ist das Know-How in Ihrem Unternehmen, um mit dem Thema Menschenrechte entsprechend umzugehen?



Inwieweit teilen Sie folgende Kritikpunkte der Pflicht zur menschenrechtlichen Berichterstattung? (gewichteter Mittelwert)



Aufbauen von internen Wissen ist essentiell

- 41% der befragten Unternehmen schätzen das interne Know-How zum Thema Menschenrechte als nicht ausreichend ein.
- Nur 36% bewerten das interne Wissen als gut oder sehr gut.

Menschenrechtliche Berichtspflicht für einige Unternehmen zu komplex und bürokratisch

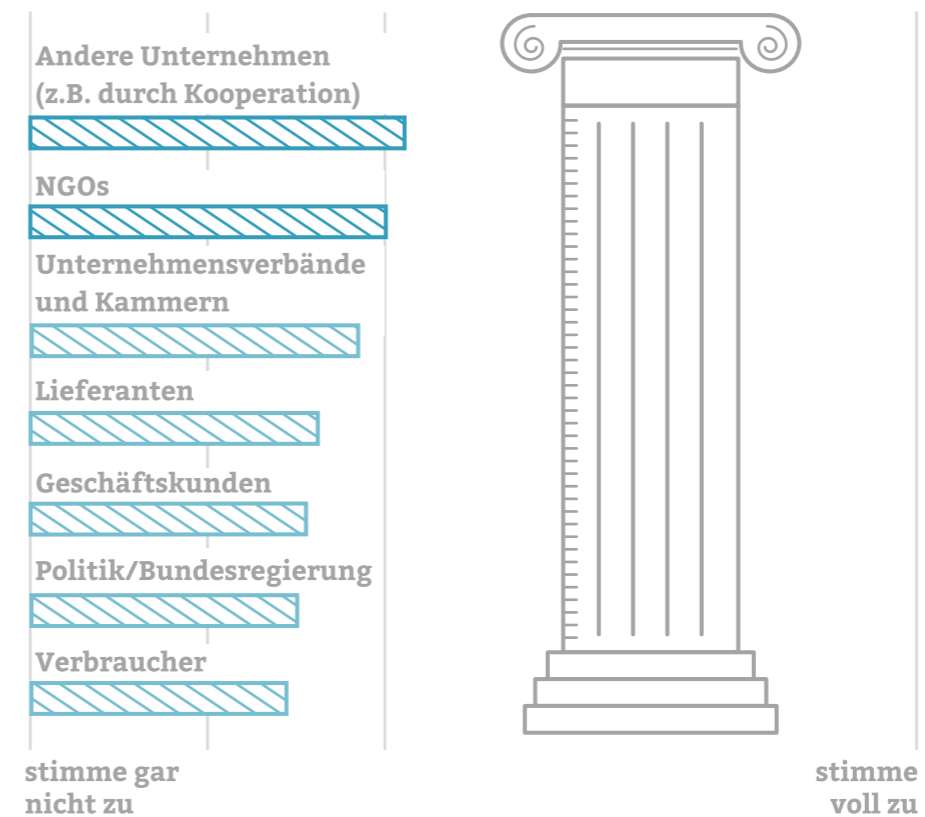
- 45% der Unternehmen sind der Meinung, die menschenrechtliche Berichterstattung ist zu komplex.

- 40% der Befragten haben die Ansicht, dass die Berichtspflicht zu bürokratisch ist und ein zu hohes rechtliches Risiko darstellt.
- 22% sind der Ansicht, dass die Berichtspflicht eine zu hohe finanzielle Belastung ist.

Für einige Unternehmen wird die Berichtspflicht wegen ihrer Komplexität und bürokratischen Belastung eine große Herausforderung darstellen. 19% der befragten Unternehmen haben noch keinen Nachhaltigkeitsbericht und ein Viertel sagt, dass sie das Know-how im Unternehmen, einen fundierten Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen, als unzureichend einschätzen.

Externe Unterstützung

Fühlen Sie sich von folgenden Akteuren ausreichend unterstützt? (gewichteter Mittelwert)

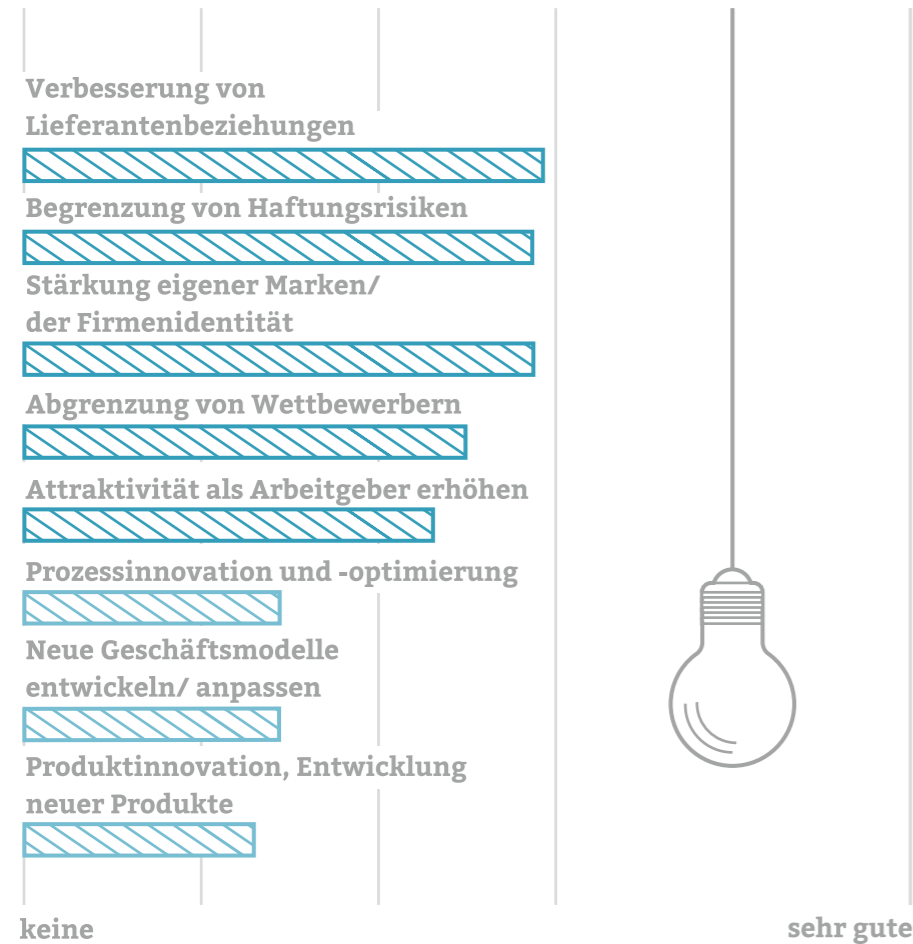


Unternehmen fühlen sich allein gelassen

- Das Gesamtbild zeigt, dass sich die befragten Unternehmen allgemein von keinem der Akteure besonders gut unterstützt fühlen.
- Im Durchschnitt fühlen sich die befragten Unternehmen am meisten unterstützt von anderen Unternehmen und NGOs.
- Von Lieferanten fühlen sich die befragten Unternehmen nicht sehr gut unterstützt. Nur 6% der befragten Unternehmen bewerten die Unterstützung ihrer Lieferanten als gut/sehr gut.
- Im Vergleich fühlen sich Unternehmen von der Politik und Regierung, sowie von Verbrauchern am wenigsten unterstützt.

Innovations- und Verbesserungsmöglichkeiten

Welche Innovations- und Verbesserungsmöglichkeiten versprechen Sie sich von einem stärkeren Fokus auf Menschenrechte? (gew. Mittelwert)



Innovationspotential noch nicht erkannt

→ Das Gesamtbild zeigt, dass sich Unternehmen von einem stärkeren Fokus auf Menschenrechte vor allem eine Verbesserung der Lieferantenbeziehungen versprechen, sowie eine Begrenzung von Haftungsrisiken und eine Stärkung der eigenen Marke.

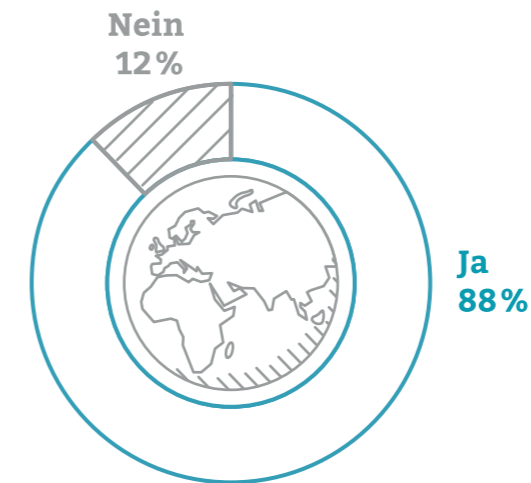
→ Einige Unternehmen erkennen Chancen, wie die Abgrenzung von Wettbewerbern und die steigende Attraktivität als Arbeitgeber.

→ Im Vergleich versprechen sich die befragten Unternehmen her weniger ein erhöhtes Innovationspotential von einem stärkeren Fokus auf Menschenrechte.



Erwartungen für die Zukunft

Nach Ihrer Einschätzung, werden Menschenrechte für global operierende Unternehmen in den kommenden zehn Jahren stärker in den Fokus rücken?



Unternehmen erwarten stärkeren Fokus auf Menschenrechte

→ 88% der befragten Unternehmen schätzen, dass das Thema Menschenrechte für global operierende Unternehmen in den kommenden zehn Jahren stärker in den Fokus rücken wird.

Darauf deuten auch die im Teil 1 beschriebenen gesetzliche Entwicklung sowie die gesellschaftlichen Veränderungen hin. →

Interface - Mission Zero

1994 brachte der Gründer und Chairman Ray Anderson das 21 Jahre alte Unternehmen Interface auf eine neue und ambitionierte Reise – Mission Zero. Dies erforderte ein neues Unternehmensmodell und viele Ideen und Innovationen. Nun wurde das Unternehmen von der Ethical Corporation als „Best Company“ ausgezeichnet. Weiterhin schaffte es das Unternehmen in die engere Auswahl für den Sustainable Innovation Award, für seine Initiative [Net-Works](#).

Die branchenübergreifende Initiative bietet dem wachsenden Umweltproblem ausrangierter Fischernetze in einigen der weltweit ärmsten Küstenregionen erfolgreich die Stirn. Mit der „Zoological Society of London“ als Partner bietet Interface der Bevölkerung die Möglichkeit, ausrangierte Fischernetze zu sammeln und zu verkaufen. Aquafil recycelt die gesammelten Netze und verarbeitet sie zu wiederverwendbarem Garn für die Interface-Teppichfliesen.



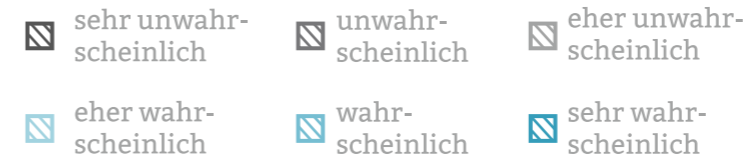
Woher kommt nach Ihrer Einschätzung derzeit der größte Druck, sich mit menschenrechtlichen Themen zu beschäftigen?

- NGOs und Menschenrechtsaktivisten werden im Durchschnitt als größter Druckfaktor von den befragten Unternehmen eingeschätzt.
- Angst vor Reputationsschäden und die öffentliche Meinung liegen nur knapp dahinter.
- Auch die erhöhten Verbrauchererwartungen an eine verantwortungsvolle Unternehmensführung und die Forderung nach mehr Transparenz, beeinflussen Unternehmen.
- Weiterhin unter den Top 5 sind Geschäftskunden, Gewerkschaften und Betriebsräte.

Druck von Investoren und Finanzinstitutionen wird noch als gering bewertet

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass im Durchschnitt noch wenig Druck von Investoren verspürt wird und ebenso wenig von Börsen und Exportkreditversicherungen. Dies ist vor dem Hintergrund aktueller Studien interessant, die belegen, dass Investoren zunehmend Nachhaltigkeitsfaktoren in ihren Anlageentscheidungen einbeziehen (siehe Kapitel 4.3). Die politische Entwicklung auf europäischer und Länderebene deutet darauf hin, dass Menschenrechte – als Teil einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens – auch zunehmend bei der Vergabe von Exportkrediten und bei öffentlichen Ausschreibungen berücksichtigt werden.

Welche gesetzlichen Entwicklungen zu menschenrechtlicher Verantwortung von Unternehmen erwarten Sie in Deutschland für die nächsten Jahre? (Angaben in Prozent)



Erweiterung der CSR-Berichtspflicht



Ausweitung der Haftung für Menschenrechtsverletzungen in der Lieferkette



Verpflichtende menschenrechtliche Risikoanalysen



Gesetzlicher Druck und der Einfluss von internationalen Organisationen

- Auch die Entwicklung der gesetzlichen Rahmenbedingungen rund um das Thema Menschenrechte und den erhöhten Einfluss der UNO und anderer internationaler Organisationen wird von den befragten Unternehmen wahrgenommen.
- 81% der befragten Unternehmen schätzen eine Erweiterung des CSR-Berichtspflichten in den kommenden Jahren als eher wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich ein.
- Über die Hälfte (57%) der befragten Unternehmen denkt, dass verpflichtende menschenrechtliche Risikoanalysen in Zukunft gefordert werden könnten.

Haftungsrisiko im Moment noch als gering eingeschätzt, aber für Zukunft erwartet

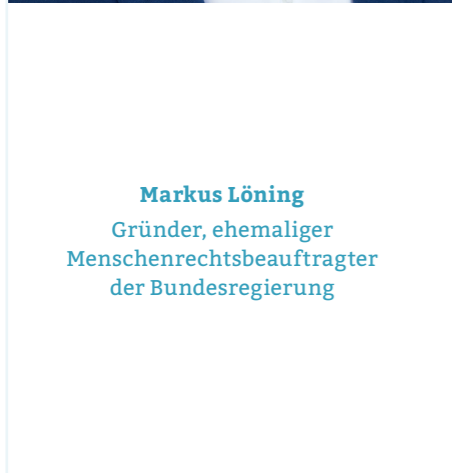
- Der Schutz vor Haftungsrisiken und anderen Risiken (jenseits des Reputationsrisikos) wird von den befragten Unternehmen im Durchschnitt noch weniger als Druckfaktor angesehen.
- Über die Hälfte der befragten Unternehmen (57%) schätzen allerdings eine Ausweitung der Haftung von Unternehmen für Menschenrechtsverletzungen in der Lieferkette in den nächsten Jahren als eher wahrscheinlich bis sehr wahrscheinlich ein.



Tell Münzing
Strategie- und Innovationsberater
für Nachhaltigkeit



Stephanie Poppendörfer
Beraterin für Nachhaltigkeit,
Schwerpunkt Strategie-
entwicklung, Benchmarking
und Wirkungsmessung



Markus Löning
Gründer, ehemaliger
Menschenrechtsbeauftragter
der Bundesregierung



Manuel Grubenbecher
Berater für Krisenprävention
und Krisenmanagement



Lisa Szeponik
Beraterin für Nachhaltigkeit
und Dialogprozesse



Thao Wiesner
Researcherin, Schwerpunkt
Südostasien



Über uns

Löning – Human Rights & Responsible Business wurde 2014 gegründet, um Unternehmen strategisch bei der Erfüllung ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten zu beraten.

Wir lassen uns von der Überzeugung leiten, dass die Würde jedes Menschen unantastbar ist. Der Respekt vor den Rechten jedes Einzelnen und ein verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen gehören für uns zu einer modernen, zukunftsorientierten Unternehmensstrategie. Wir kennen Schwellenländer und ihre soziale und wirtschaftliche Wirklichkeit, haben viel Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Regierungen, lokalen Aktivisten und Menschenrechtsorganisationen. Als Denkfabrik und Beratungsunternehmen arbeiten wir an der Entwicklung und Implementierung von Strategien zur Verbesserung der Menschenrechtsperformance.

Eine Denkfabrik für Wirtschaft und Menschenrechte

Wir arbeiten für Stiftungen, NGOs, Regierungen und Unternehmen als Ideenentwickler und praxisorientierter Think Tank. Besonderes Augenmerk legen wir dabei auf den Dialog: schlagen Brücken zwischen Aktivisten und Managern, fördern den Austausch zu Best Practice und entwickeln sektorübergreifend neue Ansätze zu Menschenrechtsthemen. →

Wie wir Unternehmen unterstützen:

Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht in fünf Schritten

Mit unserem Fünf-Schritte-Verfahren führen wir Unternehmen an die Erfüllung ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht heran. Jedes Unternehmen ist anders, jedes Unternehmen bekommt ein maßgeschneidertes Vorgehen.

01. ORIENTIERUNG GEBEN

Am Anfang steht die strategische Entscheidung des Vorstandes für die Achtung der Menschenrechte. Dazu analysieren wir mit Ihnen, was Menschenrechte konkret in der Verbindung mit Ihren Geschäftstätigkeiten bedeuten. Wir zeigen Ihnen, wo Ihr Unternehmen in Bezug auf menschenrechtliche Risiken steht. Gleichzeitig geben wir einen Überblick über das wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Umfeld sowie zu erwartende regulatorische Entwicklungen.

02. STRATEGIE ENTWICKELN

Unsere erste Orientierung ist schließlich die Basis für eine passgenaue Strategie, die wir mit Ihnen im Hinblick auf die wesentlichen Themen Ihrer Wertschöpfungskette entwickeln. Durch eine Gap-Analyse wird ermittelt, welche Risiken Sie bearbeiten sollten. Zusammen mit Ihnen definieren wir Ziele und Maßnahmen, mit denen Sie diese Schritt für Schritt reduzieren können. Dabei denken wir immer an das Zusammenspiel von Markt, Gesellschaft und Politik – und wie Sie sich darin bewegen möchten.

03. MASSNAHMEN IMPLEMENTIEREN

Es sind verschiedene einzelne Schritte, die je nach Bedarf zur Implementierung einer Menschenrechtsstrategie und damit zu einer nachhaltigen Unternehmenskultur führen. Wir unterstützen und beraten Sie bei allen Maßnahmen, die für die Neu-Organisation Ihrer Geschäfte und für Ihr transparentes Reporting wichtig sind – und selbstverständlich global.

04. POTENZIAL NUTZEN

Aus der Achtung der Menschenrechte und der damit verbundenen Transparenz in der Lieferkette entstehen viele neue Geschäftschancen. Das reicht von neuen Produkten, über ganz neue Argumente für Ihr Marketing, bis hin zu stabilen Vertrauensbeziehungen mit ihren wichtigsten Stakeholdern. Wir begleiten Sie und zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Chancen bestmöglich für sich nutzen.

05. ZUKUNFT GESTALTEN

Wer in Sachen Menschenrecht auf der sicheren Seite sein möchte, muss dranbleiben. Wir unterstützen Sie dabei, Ihren Weg konsequent weiter zu verfolgen. Dazu gehört auch, dass wir mit Ihnen die Strategie und die Prozesse evaluieren und ein Auge auf notwendige Anpassungen haben.



Quellenverzeichnis

- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: Wirtschaft und Menschenrechte
- Business & Human Rights Resource Centre (2016): Fünf Maßnahmen der DAX30 Unternehmen zur Achtung der Menschenrechte
- Cone Communications (2015): Millennial CSR Study
- Cone Communications und Ebiquity (2015): Global CSR Study
- DW (2015): Nigeria Today (2016): 40,000 Nigerians take Shell to UK court over oil spills
- Edelman (2016): Edelman Trust Barometer
- Ethical Trade Initiative und Hult International Business School (2016): Corporate Leadership on Modern Slavery
- Forum Fairer Handel (2015): Zahlen und Fakten zum fairen Handel in Deutschland
- Globescan und BSR (2016): The State of Sustainable Business 2016
- Guardian (2016): Eagle lager – The Ugandan beer that aims to help local farmers and communities
- imug Institutes (im Auftrag von REWE Group) 2014: Nachhaltiger Konsum: Schon Mainstream oder noch Nische?
- Intel Webseite
- McKinsey (2014): Profits with purpose: How organizing for sustainability can benefit the bottom line; Pure Strategies (2015): Advancing on the path to product sustainability
- Nestlé Webseite
- Nielsen (2015): The sustainability imperative
- Oxfam (2013): Labour Rights in Unilever's supply chain
- Oxfam (2016): Labour Rights in Vietnam
- Oxfam Kampagne (2016): <https://www.oxfam.de/mitmachen/aktionen/fitfuerfair>
- Schlussfolgerungen des Europäischen Rates zu Wirtschaft und Menschenrechten (20. Juni 2016): Schlussfolgerungen des Rates
- The Boston Consulting Group und MIT Sloan Management Review (2016): Investing for the sustainable future – Investors care more about sustainability than many Executives believe
- TriplePundit (2016): Early Warning Systems Reveal Child Labour in Bangladesh's Garment Industry
- Unilever Webseite

Danksagung

Mein herzlicher Dank geht an Stefan Ruppert und Daniel Crompton für ihr wichtiges Feedback zum ersten Entwurf des Fragenkataloges. Mein besonderer Dank geht an die Unternehmen, die sich die Zeit genommen haben, an unserer Befragung teilzunehmen.

Meinem Team ein großes Dankeschön für die Erarbeitung dieser Studie. Stephanie Bussler für Konzeptionierung und Ausarbeitung der Fragen und technische Umsetzung des Umfragetools; Stephanie Poppendörfer für Recherche und Ausformulierung des ersten Teils sowie die Auswertung und Formulierung des Umfrageteils; Theresa Quiachon für die statistische Auswertung und Aufbereitung der Diagramme; Lisa Szeponik für ihren konzeptionellen Input, die Strukturierung der Fragen und ihren Überblick und Thao Wiesner für unerwartete, aber zielführende Fragen. Ihr seid die Besten.



Markus Löning

Impressum

Löning – Human Rights & Responsible Business,
Naunynstrasse 40, 10999 Berlin; info@loening-berlin.de

Redaktion: Stephanie Poppendörfer

Gestaltung: lenawinkel.com

Infografik: matthias-schuetzte.de

Bildmaterial: stocksy.com – S. 4, S. 21 Catherine MacBride; S. 22 Beatrix Boros; [shutterstock](http://shutterstock.com) – S. 15 Nuttapon; S. 31 Pavel Hlystov und S. 42 Palokha Tetiana

Zitieren aus dieser Studie ist unter Angabe der Quelle „Löning Studie 2016: Wo Unternehmen in Bezug auf Menschenrechte stehen“ ausdrücklich erlaubt und erwünscht.

