



**Handlungsempfehlungen
zum Umgang mit dem »Leitfaden zur
gesellschaftlichen Verantwortung
(ISO 26000:2010)«**

■ Impressum

Herausgeber: BITKOM
Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e. V.
Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030.27576-0
Fax: 030.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner: Christian Herzog
Tel.: 030.27576-270
c.herzog@bitkom.org

Redaktion: Christian Herzog

Redaktionsassistentz: Regine Peeckel

Gestaltung / Layout: Design Bureau kokliko / Anna Müller-Rosenberger (BITKOM)

Copyright: BITKOM 2011

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im BITKOM zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim BITKOM.

**Handlungsempfehlungen
zum Umgang mit dem »Leitfaden zur
gesellschaftlichen Verantwortung
(ISO 26000:2010)«**

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Einleitung	4
Typische Fragen zum Thema SR und ISO 26000	6
1 Ich möchte die ISO 26000 in meinem Unternehmen umsetzen. Wie könnte ich vorgehen?	6
2 Ich habe mich bisher an einem anderen System orientiert. Wie kann ich die ISO 26000 einordnen?	7
3 Ein Geschäftspartner fragt mich, ob mein Unternehmen ISO 26000-konform sei. Wie kann ich dies nachweisen?	8
4 Mein Unternehmen wird dem Mittelstand zugeordnet. Warum ist die ISO 26000 auch für mich relevant?	8
5 Mir hat ein externer Berater eine Zertifizierung nach ISO 26000 bzw. Unterstützung beim Konformitätsnachweis angeboten. Was ist hier sinnvoll?	9
6 Decken meine bisherigen Zertifizierungen, z. B. nach ISO-Normen, die Themen nicht auch ab?	10
7 Wo siede ich das Thema SR in meinem Unternehmen sinnvollerweise an?	10
8 Gibt es einen Ausblick, wie sich das Thema in Zukunft entwickeln wird?	10
9 Wie gehen andere Unternehmen mit SR um?	10
10 Erfolgen diese Reports auf freiwilliger Basis oder gibt es bereits eine gesetzliche Pflicht zur Veröffentlichung?	10
11 Gibt es in anderen europäischen Ländern eine Veröffentlichungspflicht?	11
12 Wie verhält sich die Bundesregierung zum Thema SR?	11
13 Wo kann ich die ISO 26000 beziehen?	11
Hinweise zur Benutzung der SR-Checkliste	12

Vorwort



Oliver Tuszik
Mitglied des Präsidiums BITKOM
Vorstandsvorsitzender Computacenter AG & Co oHG

Sehr geehrte Damen und Herren,

im November des vergangenen Jahres (Deutschland: Januar 2011) wurde die international geltende Norm ISO 26000:2010 veröffentlicht. Experten aus über 90 Ländern waren an der Ausarbeitung dieses Leitfadens beteiligt, der Unternehmen bei der Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung unterstützen soll.

Das Thema ist nicht neu, denn schon immer hatte unternehmerisches Handeln neben ökonomischen auch ökologische und soziale Auswirkungen. In einer globalisierten Welt aber hat die Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen eine neue Dimension gewonnen. In der Folge fordern nicht nur die Medien oder eine anonyme Öffentlichkeit mehr Transparenz und Auskunft über unser Handeln, sondern auch unsere Kunden, Partner und Investoren.

Um dem gerecht zu werden, beteiligen sich immer mehr Unternehmen an Initiativen wie dem United Nations Global Compact, dem seit 2007 auch die Computacenter-Gruppe angehört. Ein Blick auf die große Zahl

zwischenstaatlicher oder branchenspezifischer Einzelinitiativen macht aber eines schnell deutlich: Es fehlt bisher an einem gemeinsamen Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung, was bei jeder Überprüfung unserer Maßnahmen einen hohen administrativen Aufwand nach sich zieht.

Die Norm ISO 26000 wird das ändern. Sie vereint die zahlreichen Empfehlungen verschiedener Initiativen und bietet eine umfassende Orientierungshilfe bei der strategischen Planung und Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung. Zwar ist sie nicht zur Zertifizierung gedacht, doch sie unterstützt weltweit ein einheitliches Vorgehen und ermöglicht damit auch den einfachen Vergleich unserer Aktivitäten – ein Aspekt, der gerade in unserer internationalen Branche von großer Bedeutung ist.

Darum begrüße ich diesen neuen Standard. ISO 26000 bedeutet für mich nicht Mehraufwand, sondern Chance – nämlich auf einer gemeinsamen Basis unserem eigentlichen Ziel näher zu kommen: der Stärkung gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen.

Einleitung

Von Unternehmen gleich welcher Größe wird ein »verantwortungsvolles Verhalten« erwartet, und im Hinblick darauf unterliegen Organisationen zunehmend einer immer kritischer werdenden Bewertung durch die Gesellschaft, in der sie operieren. »Kritische Bewertung« bedeutet hier zwei Dinge: Zum einen wird der Bewertungsmaßstab immer anspruchsvoller, d. h. die Gesellschaft stellt mehr und höhere Anforderungen an verantwortungsvolles Handeln eines Unternehmens und seiner Führung. Zum anderen wird es für ein Unternehmen immer wichtiger, in Fragen der gesellschaftlichen Verantwortung (engl. Social Responsibility, SR) positiv bewertet zu werden. Denn dies stärkt das Ansehen der Organisation und das öffentliche Vertrauen in sie – und davon hängen künftig verstärkt Kooperationen, Partnerschaften, Geschäftsbeziehungen und damit verbunden der Geschäftserfolg ab.

So werden gegenseitige Erklärungen zur sozialen Verantwortung in der Zusammenarbeit von Organisationen zunehmend eingefordert – in aller Regel von Lieferanten und Dienstleistern weitgehend undifferenziert. Der Umgang mit verschiedenen Kodizes generiert jedoch immense Aufwände, da bisher nur sehr individuelle und zum Teil relativ unstrukturierte Befragungen und Verpflichtungserklärungen vorliegen bzw. sich Unternehmen unterschiedlichen Organisationen anschließen und das für sie geeignetste SR-Verfahren wählen. Dies gilt insbesondere auch für Unternehmen der ITK-Branche.

Eine Annäherung an das Thema SR, eine dosierte und stufenweise Umsetzung der Kernthemen und Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung – Menschenrechte, Arbeitspraktiken, Umwelt, faire Betriebs- und Geschäftspraktiken, Konsumentenangelegenheiten sowie Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft – kann auf vielfältige Weise geschehen. Dafür können Unternehmen beispielsweise auf eingeführte und akzeptierte SR-Verfahren wie Verhaltenskodizes (Codes of Conduct), wozu auch der United Nations Global Compact zählt, zurückgreifen. Auch Reports gemäß der Global Reporting Initiative sind ein

sinnvoller und nachvollziehbarer Weg zur Verifizierung der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung. Ihre Ausgestaltung kann durchaus variabel erfolgen, und die Detailtiefe ist immer eine Entscheidung, die auch von der nationalen bzw. internationalen Ausrichtung eines Unternehmens mitbestimmt wird. Der Mehrwert eines solchen Vorgehens besteht darin, sich die Themen und den eigenen Umgang damit bewusst zu machen, zu dokumentieren und damit für die Mitarbeiter, Kunden, Partner und Investoren nachvollziehbar zu machen. Durch die regelmäßige Auseinandersetzung wird gleichzeitig das nachhaltige Handeln gefördert. Der Ausweitung des jeweiligen Engagements sind keine Grenzen gesetzt.

Neu hinzugekommen als Orientierungshilfe ist der »Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010)«, der als Sonderform einer Norm zum Thema SR von der International Organization for Standardization herausgegeben wurde. Der Leitfaden gibt zahlreiche Hinweise und Hilfestellungen sowie Orientierung zur Umsetzung von SR in Organisationen; er beschreibt jedoch keine messbaren Anforderungen, wie es üblicherweise in technischen Normen der Fall ist. Daher ist es wichtig zu wissen, dass die ISO 26000 ausdrücklich weder für Zertifizierungszwecke vorgesehen noch geeignet ist. Der BITKOM unterstützt diesen Ansatz der Nichtzertifizierbarkeit, wie sie bereits von BDA, BDI, DIHK, ZDH und den zuständigen Bundesressorts in einer [Stellungnahme](#) postuliert wird.

Gerade in Hinsicht auf die eigentliche Zielsetzung des Leitfadens gesellschaftlicher Verantwortung soll der formelle Aufwand minimal gehalten werden. Der Leitfaden dient der Orientierung und beschreibt die wesentlichen Komponenten von SR in ihrer allgemeinen Form, wie sie auf jede Organisation weltweit anwendbar sind. Die Kernthemen und die damit verbundenen Handlungsfelder entsprechen dabei weitgehend denen bereits bekannter Verfahren. Die Entwicklung nationaler Normen, die präziser, anspruchsvoller oder anderer Art sind, soll

der Leitfaden nicht verhindern. Andere Instrumente und Initiativen gesellschaftlicher Verantwortung sollen damit nicht ersetzt, sondern ergänzt werden (vgl. ISO 26000:2010, S. 14).

Der BITKOM hat die SR-Bestrebungen schon immer unterstützt. Doch der Verband spricht sich dafür aus, die Vielfalt der Verhaltenskodizes zu reduzieren, eine Vergleichbarkeit zwischen den einzelnen Ansätzen herzustellen und eine allgemein akzeptierte Grundlage, einen gemeinsamen Nenner für die deutsche ITK-Branche zu schaffen. Für Unternehmen soll damit der Überprüfungsaufwand reduziert und gegenseitiges Vertrauen aufgebaut werden, weil alle auf gleicher Ebene mit vergleichbaren Dokumentationsansätzen agieren. Um dies zu erreichen, ist der Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung ISO 26000 ein geeignetes Instrument. Um eine Hilfestellung zur Annäherung an den Leitfaden zu geben, wurden nachfolgende Handlungsempfehlungen mit Blick auf die ITK-Branche in Deutschland entwickelt. Diese ersetzen keinesfalls die ausführliche Lektüre der ISO 26000.

Der BITKOM wird das Thema SR auch in Zukunft verfolgen und ggf. weitere Empfehlungen ableiten.

Typische Fragen zum Thema SR und ISO 26000

1 Ich möchte die ISO 26000 in meinem Unternehmen umsetzen. Wie könnte ich vorgehen?

- Wenn Sie sich entschieden haben, Ihr SR-Engagement mit Hilfe der ISO 26000 aufzubauen oder umzusetzen, empfiehlt der BITKOM, folgende Punkte anzugehen:
 - Lesen Sie die ISO 26000 vollständig.
 - Die ISO 26000 erläutert sehr umfangreich die einzelnen Punkte. Es gibt drei wesentliche Bestandteile, die Sie verstehen sollten:
 - Sieben Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung (vgl. ISO 26000:2010, S. 25ff)
 - Sieben Kernthemen (vgl. ISO 26000:2010, S. 36ff)
 - Zu jedem Kernthema gibt es mögliche Handlungsfelder (vgl. ISO 26000:2010, S. 36ff)
- Es ist wichtig, dass sich Organisationen unabhängig von sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung stellen. Unter anderem der globale Charakter einiger Umwelt- und Gesundheitsthemen sowie geografisch weit verstreute Wertschöpfungsketten bringen dies mit sich. Ein entscheidender Grundsatz gesellschaftlicher Verantwortung ist die Achtung der Rechtsstaatlichkeit und die Einhaltung rechtsverbindlicher Verpflichtungen (vgl. ISO 26000:2010, S. 20).
- In Deutschland lässt die Gesetzeslage keine Aktionen zu, die den Kernthemen und Handlungsfeldern gesellschaftlicher Verantwortung entgegenlaufen. Doch sich alleine auf die Gesetzeslage verlassen können sich nur Unternehmen, die ausschließlich in Deutschland agieren und dabei auch nur mit deutschen Unternehmen interagieren. Denn gesellschaftliche Verantwortung betrifft die gesamte Lieferkette und alle Verhandlungen, Interaktionen und Aktivitäten eines Unternehmens. Für Unternehmen mit

Produktionsstätten oder Niederlassungen im Ausland sowie mit Partnerschaften oder Lieferantenverträgen mit ausländischen Unternehmen, insbesondere außerhalb der EU, ist dies demnach nicht automatisch übertragbar. Zudem geht die ISO 26000 mit ihren Kernthemen und Handlungsfeldern teilweise auch über die Einhaltung von Gesetzen hinaus.

- Die Kernthemen beschreiben die wahrscheinlichsten Bereiche, auf die das Handeln eines Unternehmens Auswirkung hat. Dementsprechend sind sie auch für alle Unternehmen der ITK-Branche relevant. Analysieren Sie die Relevanz der Handlungsfelder unter jedem Kernthema für Ihr Unternehmen und setzen Sie sich mit diesen auseinander. Bewerten Sie, in wie weit sich die Aktivitäten Ihres Unternehmens auf die verschiedenen Handlungsfelder auswirken und wie stark Sie die Auswirkungen ggf. durch Änderungen Ihrer Aktivitäten überhaupt beeinflussen können. Vergeben Sie entsprechende Prioritäten.
- Bei der Einschätzung der Relevanz sollten Sie kurz- und langfristige strategische Ziele berücksichtigen. Die Handlungsfelder können in beliebiger Reihenfolge bearbeitet werden. Sie bauen nicht direkt aufeinander auf. Jedoch wird empfohlen, mit dem Thema »Organisationsführung« zu beginnen. Denn die Mechanismen der Organisationsführung ermöglichen es, Verantwortung für die Auswirkungen von Entscheidungen und Aktivitäten zu übernehmen und das Thema gesellschaftliche Verantwortung organisationsweit und in Beziehungen zu integrieren und deren Grundsätze umzusetzen.
- Parallel zu den Kernthemen sollten Sie die Gruppen identifizieren, mit denen Ihr Unternehmen zu tun hat. Wahrscheinlich wird es nicht gelingen, alle vollständig darzulegen. Oftmals ist es nicht klar, wessen Interessen von Ihrem Unternehmen beeinflusst werden. Beschränken Sie sich zunächst auf die wesentlichen

Gruppen und erweitern Sie ggf. Ihre Analyse später. Beginnen Sie zu erfassen, wem gegenüber Ihr Unternehmen gesetzliche Verpflichtungen hat. Schauen Sie dann, wer von den Entscheidungen Ihres Unternehmens positiv oder negativ beeinflusst wird. Typische Anspruchsgruppen für den ITK-Sektor können sein: Endkunden, Businesskunden, Mitarbeiter und deren Interessensvertretungen, Zulieferer, Anwohner und die Gemeinde um Ihren Standort herum, Umweltschutzgruppen. Bei der Identifizierung der Anspruchsgruppen können Ihnen die Fragen in der ISO 26000:2010 in Kapitel 5.3.2, S. 33f, helfen.

- Dokumentieren Sie Ihre Analysen. Sie können dazu auf die BITKOM-Vorlage »SR-Checkliste« zurückgreifen. Dokumentieren Sie insbesondere, warum Sie einige Punkte bzw. Gruppen als nicht relevant einstufen, denn Sie sollten Ihre Zuordnung auf Nachfrage begründen können.
- Dokumentieren Sie, was Ihr Unternehmen bereits zu den Kernthemen und Handlungsfeldern unternimmt und wo Sie noch Handlungsbedarf sehen, d. h. wo ein von Ihnen als relevant eingestufte Punkt bisher nicht adäquat von Ihrem Unternehmen adressiert wird. Arbeiten Sie an der Umsetzung dieser Punkte und dokumentieren Sie den Fortschritt.
- Kommunizieren Sie Ihre Analyse, Ihre Fortschritte und Ihr Engagement. Dies kann auf der Webseite Ihres Unternehmens geschehen und/oder in einem SR-Report, z. B. in PDF- oder Papierform.
- Unabhängig von der ISO 26000 können Sie Ihr Reporting aber auch ganz individuell aufbauen. Es kann eine Erklärung der Geschäftsführung sein, die Sie veröffentlichen, oder ein Statement zu den einzelnen Themenbereichen im Geschäftsbericht.

2 Ich habe mich bisher an einem anderen System orientiert. Wie kann ich die ISO 26000 einordnen?

- Die ISO 26000 ist ein internationaler Standard, der versucht, die universellen Aspekte der gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen festzuhalten. Er wendet sich nicht nur an Unternehmen der Privatwirtschaft, sondern auch an den öffentlichen und gemeinnützigen Sektor. Die aus diesem Anspruch resultierende Fülle von Aspekten ist nicht gleichermaßen für alle Unternehmen des ITK-Sektors sinnvoll anwendbar.
- Die ISO 26000 versucht, die vielen Aspekte von SR zu systematisieren. Dies ist von Vorteil für Unternehmen, die ihr jeweiliges Engagement gegenseitig bewerten und abfragen wollen. Dies ist zunehmend gängige Praxis in der Wirtschaft und drückt den hohen Stellenwert aus, den die Wahrnehmung von gesellschaftlicher Verantwortung im heutigen Wirtschaftsgeschehen hat. Wenn Unternehmen dabei auf eine einheitliche, normierte Grundlage wie die ISO 26000 zurückgreifen können, werden Vergleiche erleichtert, da es eine bestimmte Grundmenge an Themen gibt. Dies bedeutet, dass Unternehmen untereinander ihre SR-Anforderungen in die Kategorien bzw. Kernthemen der ISO 26000 unterteilen sollten.
- Es spricht nichts dagegen, Ihr bisheriges System weiter zu verwenden, wenn Sie damit gute Erfahrungen gemacht haben. Die ISO 26000 verbietet es nicht, sich anderen Verhaltenskodizes anzuschließen. Sie gibt vielmehr Beispiele für bestehende Initiativen und Hilfsmittel, die zusätzliche Handlungsempfehlungen zu den Kernthemen und Verfahren zur Integration gesellschaftlicher Verantwortung bieten (vgl. ISO 26000:2010, S. 119).

- Der BITKOM empfiehlt, Ihr bisheriges System mit den Aspekten der ISO 26000 zu vergleichen und zu prüfen, ob es für Ihr Unternehmen sinnvoll ist, zusätzliche Aspekte aus der ISO 26000 in Ihr Engagement und Reporting aufzunehmen. Der Vergleich ist dann vollständig, wenn Sie Gründe anführen können, warum Sie gewisse Themen nicht verfolgen, und diese ebenfalls dokumentieren.

3 Ein Geschäftspartner fragt mich, ob mein Unternehmen ISO 26000-konform sei. Wie kann ich dies nachweisen?

- Es ist nicht möglich, eine Konformitätsaussage zur ISO 26000 zu formulieren, da es keine verpflichtenden Elemente in diesem Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung gibt.
- Versuchen Sie nicht, Aussagen nach dem Vorbild von technischer und rechtlicher Konformität zu EU-Richtlinien oder anderen Ihnen bekannten Vorschriften zu formulieren. Dies entspricht nicht dem Gedanken der ISO 26000 und würde zu Missverständnissen führen.
- Wenn Sie mit dieser Frage konfrontiert werden, sollten Sie stattdessen Ihre Dokumentation der für Ihr Unternehmen spezifischen Umsetzung der Grundsätze, Kernthemen und Handlungsfelder Ihrem Geschäftspartner zur Verfügung stellen. Sie können hierbei auf die Berichte auf Ihrer Webseite, auf Ihren Geschäftsbericht oder SR-Report verweisen. Zur fallweisen Beantwortung von Detailfragen können Sie Ihre interne Dokumentation heranziehen und z. B. begründen, warum Sie bestimmte Punkte für nicht relevant halten.
- Ohne Bezug auf eine Zertifizierung oder Konformitätsaussage zu nehmen, empfiehlt der BITKOM die folgende Formulierung als allgemeine Aussage zur ISO 26000:

- Unser Unternehmen ist mit den Inhalten der ISO 26000, insbesondere den Grundsätzen, Aufgabefeldern und Hinweisen zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung gut vertraut.
- Mit der ISO 26000 verfügen wir über eine Leitlinie, die nicht nur ein gemeinsames Verständnis grundlegender Begriffe und Prinzipien der gesellschaftlichen Verantwortung ermöglicht, sondern zugleich Empfehlungen zu ihrer Wahrnehmung gibt.
- Auch nach der Integration des gesellschaftlich verantwortlichen Handelns in unsere Unternehmensgrundsätze nutzen wir die ISO 26000 als Referenzstandard, mit dem wir unsere eigenen Wertvorstellungen und unser Handeln fortlaufend überprüfen.

4 Mein Unternehmen wird dem Mittelstand zugeordnet. Warum ist die ISO 26000 auch für mich relevant?

- Die ISO 26000 sagt dazu:
 - »Eine Organisation ist verantwortlich für die Auswirkungen von Entscheidungen und Tätigkeiten, über die sie formell und/oder de facto Kontrolle hat.« (DIN ISO 26000:2010, S. 32)
 - »Die Auffassung, dass alle Arten von Organisationen (...) gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen sollten, folgt aus der Erkenntnis, dass alle Organisationen eine Verantwortung haben, zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.« (DIN ISO 26000:2010, S. 18)
- Dies gilt für alle Unternehmen. Auch kleinere und mittlere Organisationen (KMOs) beeinflussen verschiedene Interessensgruppen, mindestens ihre Mitarbeiter und Kunden. Es kann für ein Unternehmen sehr schnell zu einer Reputations-, im schlechtesten Fall zu einer Überlebensfrage werden, ob es in angemessener Weise gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Vor allem die Gesellschaft und die Kunden nehmen hier eine Schlüsselrolle ein, da deren Wahrnehmung der Aktivitäten des Unternehmens direkte Auswirkungen auf das Geschäft entwickeln können.

- Wenn Sie als KMO Zulieferer eines größeren Unternehmens sind, werden Sie mit hoher Wahrscheinlichkeit irgendwann mit Fragen zu SR konfrontiert. Es ist von großem Vorteil, Ihr Unternehmen rechtzeitig darauf vorzubereiten, da die systematische Umsetzung und damit die Erfüllung der Kundenerwartungen erfahrungsgemäß einige Zeit in Anspruch nimmt.
- Aufgrund ihrer geringen Größe und ihrem Potenzial, flexibler und innovativer zu sein, haben KMOs gute Möglichkeiten, gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen. Denn sie sind im Allgemeinen flexibler in Bezug auf das Management der Organisation, haben oft engeren Kontakt mit lokalen Gemeinschaften und ihre oberste Führung hat in der Regel einen direkteren Einfluss auf die Aktivitäten der Organisation.
- Einer Organisation wird es nicht möglich sein, umgehend alle negativen Konsequenzen ihrer Entscheidungen und Aktivitäten umfassend zu beheben. Es könnte erforderlich sein, eine Auswahl zu treffen sowie Prioritäten zu setzen, um schrittweise alle Ziele zu erreichen.
- Eine Erklärung zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen kann sich beispielsweise auch im Innenverhältnis positiv auf die Zufriedenheit und Verbundenheit der Mitarbeiter mit dem Unternehmen auswirken.
- Lassen Sie sich nicht nach ISO 26000 zertifizieren! Dies ist nicht möglich. Der Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung enthält keine »Muss«-Formulierungen. Es werden also keine Anforderungen gestellt, die für eine erfolgreiche Zertifizierung nachgewiesen werden können, sondern Empfehlungen in Form von »Soll«-Formulierungen gegeben. Im Gegensatz dazu enthalten technische Normen verbindliche Forderungen, die von allen Anwendern eingehalten werden müssen, um z.B. Kompatibilität von Geräten oder Schnittstellen sicherzustellen. Einer Zertifizierung eines Produktes liegt immer die Forderung nach der Erfüllung aller Anforderungen einer Norm zugrunde. Das Zertifikat wird erteilt, wenn die Einhaltung dieser normativen Anforderungen nachgewiesen bzw. getestet werden konnte. Die ISO 26000 enthält lediglich Orientierungspunkte, die je nach Relevanz für Ihr Unternehmen angewendet werden können. Daher kann es dafür kein Zertifikat geben. Fordern Sie keine ISO-26000-Zertifizierung von Ihren Geschäftspartnern.
- Ebenso fragwürdig ist ein Konformitätsnachweis bzgl. der ISO 26000, da es mangels konkreter Anforderungen des Leitfadens ISO 26000 gar nicht möglich ist, die Konformität dazu zu erklären. Es gibt keine verpflichtenden Punkte in der ISO 26000 (vgl. Frage 3).
- Es obliegt Ihrem Unternehmen, ein Beratungsangebot zur ISO 26000 anzunehmen. Allerdings sollten Sie aus o. g. Gründen darauf achten, keine Zertifizierung zur ISO 26000 zu beauftragen. Der BITKOM empfiehlt, auch von Zertifikaten für Personen Abstand zu nehmen, die eine besondere Befähigung im Umgang, in der Anwendung o. ä. der ISO 26000 attestieren.

5 Mir hat ein externer Berater eine Zertifizierung nach ISO 26000 bzw. Unterstützung beim Konformitätsnachweis angeboten. Was ist hier sinnvoll?

- Die ISO 26000 sagt dazu folgendes:
»Die Internationale Norm dient dem Anwender zur Orientierung. Für Zertifizierungszwecke ist sie weder vorgesehen noch geeignet. Es wäre eine Fehlinterpretation der Absicht und des Zwecks dieser internationalen Norm, Zertifizierungen gemäß ISO 26000 anzubieten bzw. zu behaupten, gemäß ISO 26000 zertifiziert zu sein.« (DIN ISO 26000:2010, S.9)
- Der Wahrnehmung von gesellschaftlicher Verantwortung und der Umgang mit der ISO 26000 ist für Unternehmen auch aus eigener Kraft realisierbar. Dabei sollen Ihnen diese Handlungsempfehlungen eine Hilfe geben. Wenn Sie dennoch ein Beratungsunternehmen beauftragen möchten, sollte es mit Ihnen gemeinsam Ihre Strategie zur Wahrnehmung Ihrer gesellschaftlichen Verantwortung ausarbeiten.

Sie sollten diese Aufgabe nicht vollständig in externe Hände geben. Die Gestaltung Ihrer Webseite für die Kommunikation Ihrer Erfolge und Pläne zu SR sowie die Aufbereitung der Daten könnte hingegen ein externer Dienstleister i. d. R. recht gut übernehmen, wenn es nicht mit Ihren eigenen Mitteln im Unternehmen abgebildet werden kann.

6 Decken meine bisherigen Zertifizierungen, z. B. nach ISO-Normen, die Themen nicht auch ab?

- In der Tat sind einige Teile der in der ISO 26000 genannten Kernbereiche bereits Bestandteil der gängigen Normen wie z. B. ISO 9001 Qualitätsmanagementsysteme, ISO 14001 Umweltmanagementsystem und ISO OHSAS 18001 Arbeitssicherheit und Arbeitsschutzmanagement. Die Konformität von Managementsystemen wird mit diesen Normen bereits zertifiziert. Sie könnten bestehende Zertifizierungen also als Teil-Nachweise Ihres SR-Engagements egal welcher Ausprägung aufführen.

7 Wo siede ich das Thema SR in meinem Unternehmen sinnvollerweise an?

- Das ist eine sehr individuelle Entscheidung. Es gibt Unternehmen, die das Thema SR gemeinsam mit den Zertifizierungen nach ISO-Normen führen oder es in ein bestehendes Compliance Management integriert haben. Es kann auch direkt der Unternehmensführung zugeordnet werden.

8 Gibt es einen Ausblick, wie sich das Thema in Zukunft entwickeln wird?

- Es ist nicht ausgeschlossen, dass es in Zukunft eine EU-weit gültige Verordnung geben wird. Die Entwicklung nationaler Normen, die präziser, anspruchsvoller oder anderer Art sind, soll der Leitfaden nicht verhindern. Andere Instrumente und Initiativen gesellschaftlicher Verantwortung sollen damit nicht ersetzt, sondern ergänzt werden (vgl. DIN ISO 26000:2010, S. 14).

9 Wie gehen andere Unternehmen mit SR um?

- Laut der 2010 veröffentlichten Studie »Corporate Sustainability: A progress report« der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG hat sich die Anzahl der Unternehmen, die Nachhaltigkeitsstrategien verfolgen, seit 2008 verdoppelt. 62 Prozent von 378 befragten Unternehmen weltweit verfolgen demnach eine Corporate-Sustainability-Strategie. Der Studie »CSR fördert den Geschäftserfolg - Zahlen, Daten & Fakten zur Nachhaltigkeit« des Beratungsunternehmens Blackpoint Communications GmbH aus 2009 zufolge veröffentlichen von den 30 im DAX gelisteten Unternehmen 27 ein SR-Rechenschaftswerk.

10 Erfolgen diese Reports auf freiwilliger Basis oder gibt es bereits eine gesetzliche Pflicht zur Veröffentlichung?

- Für alle Länder der Europäischen Union gilt die Richtlinie 2003/51/EG, die den Artikel 46 der Richtlinie 78/660/EWG dahingehend ändert, dass auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren in den Lagebericht aufgenommen werden sollen – zumindest soweit es für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses oder der Lage der Gesellschaft erforderlich ist. Die Formulierungen sind im Hinblick auf das Thema SR unscharf.

- In Deutschland und Österreich ist die Richtlinie im HGB (§§ 289, 315) resp. UGB (§§ 243, 267) umgesetzt. Die Formulierungen sind gleichermaßen unscharf wie in der oben genannten EG-Richtlinie: Große Kapitalgesellschaften müssen im Lagebericht auch über »nichtfinanzielle Leistungsindikatoren, wie Informationen über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange, soweit sie für das Verständnis des Geschäftsverlaufs oder der Lage von Bedeutung« sind (HGB § 289, 3), informieren.

11 Gibt es in anderen europäischen Ländern eine Veröffentlichungspflicht?

- Es gibt bisher keine generelle einheitliche SR-Berichtspflicht in Europa, sondern nur Einzelregelungen. Im März 2010 hat die Europäische Kommission sich verpflichtet, die EU-Strategie zur Förderung der sozialen Verantwortung von Unternehmen als Schlüsselement zur Gewährleistung langfristigen Vertrauens von Beschäftigten und Verbrauchern zu erneuern.

12 Wie verhält sich die Bundesregierung zum Thema SR?

- Die Bundesregierung will das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen in Deutschland fördern und strebt eine nationale SR-Strategie an – »Aktionsplan CSR, 6.10.2010«. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales betreut das Thema SR federführend.

13 Wo kann ich die ISO 26000 beziehen?

- In Deutschland werden alle ISO-Normen exklusiv vom Beuth-Verlag vertrieben. Die Beschaffung der Norm ist kostenpflichtig. Die Norm darf nicht unerlaubt kopiert oder verbreitet werden.

Hinweise zur Benutzung der SR-Checkliste

Sie können unter www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Checkliste_ISO_26000.xls eine »SR-Checkliste« herunterladen, die Ihnen bei der Strukturierung und Abarbeitung des Themas helfen soll. Wenn Sie die Checkliste einsetzen möchten, empfiehlt es sich, diese gemeinsam mit Ihrem bisherigen Verfahren oder mit der ISO 26000 und diesen Handlungsempfehlungen zu verwenden. Details sollten Sie im Leitfaden zum besseren Verständnis nachlesen.

Wenn Sie im Bereich »Kernthemen und Handlungsfelder« Ihre Bewertungen eintragen, wird Ihnen in der Spalte »Relevanzbewertung« automatisch farblich die Relevanz des Themas für Ihr Unternehmen angezeigt: rot für eine hohe, orange für eine mittlere und blau für eine eher niedrige Relevanz.

Sie können im Feld »Analysenotizen« Ihre Nachweise aufführen und z. B. auf bestehende ISO-Zertifizierungen etc. verweisen.

Sollten Sie Standorte in verschiedenen EU- und nicht-EU-Ländern haben, rät der BITKOM, für jedes Land eine eigene Checkliste auszufüllen.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. vertritt mehr als 1.350 Unternehmen, davon über 1.000 Direktmitglieder mit etwa 135 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien. Der BITKOM setzt sich insbesondere für eine Modernisierung des Bildungssystems, eine innovative Wirtschaftspolitik und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.



Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 A
10117 Berlin-Mitte
Tel.: 030.27576-0
Fax: 030.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org