

Zulieferer und CSR

Wie stelle ich sicher, dass mein Lieferant Arbeitsstandards und Umweltauflagen einhält? Kann man soziales Engagement von Unternehmen überhaupt messen? Teilnehmer eines Workshops von TÜV Rheinland und Deutschem Institut für Japanstudien diskutierten über die vielfältigen Herausforderungen von CSR.

Von Marco Pagels und Florian Kohlbacher

CSR ist in den letzten Jahren bei vielen Unternehmen ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden. Grund hierfür ist der steigende Einfluss auf Industrie und Öffentlichkeit durch die immer größer werdende Vernetzung von NGOs untereinander und deren Partnerschaften mit Industrieinitiativen für die Einhaltung von CSR-Normen. Eine wichtige Rolle spielt auch die Möglichkeit, Informationen schneller und kosteneffektiver zum Beispiel über das Internet zu verbreiten. Um festzustellen, wie Unternehmen in Asien, Europa und den USA mit dieser Herausforderung umgehen und um zukünftige Entwicklungen abzuleiten, wurde vom TÜV Rheinland Japan Ltd. und dem Deutschen Institut für Japanstudien (DIJ) am 12. November 2008 am DIJ in Tokyo ein Workshop zum Thema „CSR in Japan, Europe and the US“ durchgeführt.

Der nicht-öffentliche Workshop war limitiert auf 25 Teilnehmer, darunter Vertreter aus den verschiedensten Sektoren wie Automobilindustrie, Elektronikindustrie oder dem Bankensektor sowie Mitglieder von Universitäten und Handelskammer. Die Vielfältigkeit der Teilnehmer aus Wissenschaft und Praxis und unterschiedlichen Nationalitäten gaben der Arbeitsgruppe die Möglichkeit, die CSR-Problematik aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Dies beinhaltete zum Beispiel die Diskussion, wie CSR zu mehr Effektivität in Unternehmen führt oder wie CSR messbar gemacht werden kann. Für internationale Unternehmen ist insbesondere Lieferantenmanagement im Zusammenhang mit CSR ein brisantes Thema. Viele Unternehmen entwickeln eigene Systeme oder versuchen, das Risiko mit Selbstevaluierungen der Zulieferer zu reduzieren.

Die Erfahrung zeigt jedoch, wie wichtig

es ist, Zuliefererinformationen zu verifizieren und die Glaubhaftigkeit der Informationen sicherzustellen. Oft wird gewährleistet, dass der unternehmenseigene Code of Conduct bei direkten Zulieferern eingehalten wird. Ein größeres Problem stellt dagegen die Sicherstellung des CSR-Engagements bei indirekten Zulieferern dar. Denn auch Zwischenfälle, wie zum Beispiel schlechte Arbeitsbedingungen oder Umweltsünden bei indirekten Zulieferern, können der eigenen Reputation schaden. Nur mit Transparenz in der Zulieferkette können Unternehmen dem Vorwurf von unethischem oder nicht-nachhaltigem Verhalten vorbeugen. Hierfür gibt es zahlreiche Industrieansätze, wie zum Beispiel die Fair Labor Association (FLA), Ethical Trading Initiative (ETI), Japan Electronic Industry Association (JEITA) oder der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC), die verschiedene Aspekte der Problematik ansprechen. Eine ganzheitliche Lösung, die auch indirekte Zulieferer einbezieht, kann jedoch TÜV Rheinland STAR (www.tuv-star.com) bieten. Mit einer tiefgehenden Analyse der Zulieferkette gibt TÜV Rheinland STAR Unternehmen die Möglichkeit, kosteneffektiv Risikobereiche zu identifizieren, Verbesserungen abzuleiten und Skandale vorzubeugen.

Weiterhin wurde das Thema Gleich-

stellung von weiblichen und männlichen Mitarbeitern in Unternehmen diskutiert. Besonders in Japan sind Karrieremöglichkeiten für Frauen immer noch limitiert. Damit eng in Zusammenhang stehen niedrige Quoten von Frauen, die nach der Schwangerschaft an ihren Arbeitsplatz zurückkehren. Einige Firmen haben dieses Problem erkannt und unterstützen junge Mütter mit Ausbildungsprogrammen oder sogar unternehmensinternen Kindertagesstätten.

Eng mit dieser Thematik verknüpft ist die demografische Veränderung, Geringe Geburtenraten und der Anstieg des Anteils von älteren Mitbürgern an der Gesamtgesellschaft stellen Japan in Zukunft vor massive Probleme wie Arbeitskräftemangel und Sicherstellung der Rentenversorgung. Wie im **JAPANMARKT** (Juni 2008, S. 16-17) bereits diskutiert, hat der demografische Wandel in Form von alternden Gesellschaften vor allem zwei große Implikationen für CSR: Zum einen die Herausforderung alternder Belegschaften und zum anderen die Herausforderung alternder Konsumenten. Diese Herausforderungen werden sich in den kommenden Jahren noch deutlich verschärfen.

Dies bedeutet auch, dass internationale Unternehmen in Japan sich stärker anstrengen werden müssen, qualifizierte Arbeitnehmer von sich zu überzeugen. Besonders für japanische Arbeitnehmer ist die Reputation und der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens äußerst wichtig. Soziale Aspekte sind nicht nur für die Rekrutierung, sondern auch für die Motivation bestehender Mitarbeiter ein wichtiger Faktor. Aus diesem Grund sollten besonders in Japan agierende Unternehmen darauf achten, dass ihre CSR-Strategie auf die lokalen Gegebenheiten hinreichend implementiert und abgestimmt wird. Unterstützung kann hier eine CSR Stärken-Schwächen-Analyse durch TÜV Rheinland STAR bieten.

KONTAKT

Interesse an weiteren Informationen zum Thema CSR? Dann kontaktieren Sie die Organisatoren des Workshops unter:

Marco Pagels
TÜV Rheinland Japan Ltd.
Marco.Pagels@jpn.tuv.com
www.tuv-star.com



Dr. Florian Kohlbacher
Deutsches Institut für
Japanstudien (DIJ), Tokyo
kohlbacher@dijskyo.org
www.dijtokyo.org

