



SCHWEIZERISCHER ARBEITGEBERVERBAND  
UNION PATRONALE SUISSE  
UNIONE SVIZZERA DEGLI IMPRENDITORI



Verband der Industrie- und Dienstleistungskonzerne in der Schweiz  
Fédération des groupes industriels et de services en Suisse  
Federation of Industrial and Service Groups in Switzerland

Herr  
Botschafter Etter  
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO  
Holzikofenweg 36  
3003 Bern

11. Juli 2014

### **CSR-Bundesstrategie – Vernehmlassungsantwort**

Sehr geehrter Herr Botschafter Etter

Wir bedanken uns für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum Entwurf der CSR-Bundesstrategie. Gerne unterbreiten wir Ihnen ergänzend zu unseren Ausführungen an der Konsultation mit den Stakeholdern vom 25. Juni 2014 nachfolgend die Einschätzung der Wirtschaft zur vorgeschlagenen Strategie einschliesslich der Bemerkungen der für den Stakeholder-Austausch ausgewählten Unternehmen aus unserem Mitgliederkreis.

In den vergangenen Jahren haben auf internationaler Ebene bedeutsame Entwicklungen im Bereich „Corporate Social Responsibility“ (CSR) stattgefunden. Auch in der Schweiz hat das Thema stark an Aufmerksamkeit gewonnen. Einleitend halten wir fest, dass CSR im breiten Verständnis vor allem eine Aufgabe der eigengestalteten Unternehmenspraxis und nicht von staatlichen Eingriffen und Regulierungen ist und sein soll. In diesem Sinne verstehen wir die vorgeschlagene CSR-Bundesstrategie als Rahmen für die Aktivitäten des Bundes und nicht als Anweisungen oder Vorgaben für die Unternehmen. Die Unternehmen sind seit langem in vielfältiger Art aktiv und die CSR-Thematik gewinnt auch in der Unternehmensleitung aus eigenem Bestreben zunehmend grössere Bedeutung.

Auf Bundesebene unternehmen zahlreiche Stellen unterschiedliche Aktivitäten mit direktem oder indirektem CSR-Bezug. Eine Gesamtstrategie des Bundes für den Bereich CSR muss zum Ziel haben, als Referenz und massgeblicher Orientierungsrahmen für diese Aktivitäten zu dienen. An dieser Klärung haben die Wirtschaft als auch die übrigen Stakeholder in der Schweiz ein Interesse.

Eine solche Gesamtstrategie des Bundes muss sich an einer international tatsächlich abgestimmten (nicht nur geplanten) und auch breit umgesetzten (nicht nur in einzelnen Ländern oder Staatengruppen) Vorgehensweise bezüglich CSR orientieren. Die Herausforderungen im Bereich CSR sind komplex und sachlich wie geografisch interdependent. Daher sind Alleingänge einzelner Staaten oder auch Staatenzusammenschlüsse (inklusive der EU) zu vermeiden. Diesem Aspekt muss auch die Bundesstrategie Rechnung tragen. Insbesondere lehnt die Wirtschaft Geset-

zesänderungen ab, welche Schweizer Unternehmen international juristisch exponieren würden. Im Verhältnis zu den Unternehmen muss die Strategie statt Eingriffen vielmehr vor allem aufzeigen, wie Schweizer Unternehmen bei der Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung gerade in Ländern mit schwachen Governance-Strukturen künftig konkreter unterstützt werden können (z.B. durch Informationsbereitstellung). Die Bundesstrategie soll auch aufzeigen, wie der Bund in seinen Aktivitäten inklusive seinen eigenen Unternehmen und Dienststellen die CSR-Anforderungen umsetzen will.

Neben diesen grundsätzlichen Einschätzungen möchten wir nachfolgend auf wichtige Stossrichtungen hinweisen, welche aus Sicht der Wirtschaft in der Strategie noch stärker betont, respektive ergänzt werden könnten.

### **Definition von Corporate Social Responsibility**

Das in der Bundesstrategie verwendete CSR-Konzept orientiert sich primär an dem Prinzip „do not harm“ und den möglichen Reputationsgewinn, den die Konzerne durch eine verantwortungsvolle Unternehmensführung erfahren. Auf internationaler Ebene wird CSR jedoch zunehmend vor dem Hintergrund der Fragestellung diskutiert, wie Unternehmen durch die Entwicklung marktfähiger Geschäftsmodelle zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen generell beitragen können. Auch die eigentlichen CSR-Aktivitäten der Unternehmen sind immer mehr auf diesen Fokus ausgerichtet: Die Begriffe „shared value“, „inclusive business“ oder „market based solutions“ sind hier einschlägig und sollten in der CSR Definition der Bundesstrategie aufgenommen werden. Grundgedanke des „shared value“-Ansatzes ist, dass eine Gesellschaft langfristig nur erfolgreich sein kann, und Wert für ihre Aktionäre schaffen kann, wenn sie Mehrwert für die Gesellschaft schafft.

### **Grundannahme bezüglich Corporate Social Responsibility**

Nur Unternehmen, die wettbewerbsfähig sind, können erfolgreich sein und damit gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Die Weiterentwicklung von CSR muss stets auf dieser Grundlage erfolgen, wenn sie erfolgreich sein will. Diese Voraussetzung soll nach Einschätzung der Wirtschaft in der CSR-Bundesstrategie noch stärker betont werden. Es sollte dem entsprechend zum Ausdruck kommen, dass die Unternehmen bereits mit ihrem Anteil an der Wertschöpfung sowie als Arbeitgeber und Steuerzahler einen bedeutenden Beitrag für die Gesellschaft erbringen. Bekämpfung von Armut und Sicherung der Wohlfahrt werden letztlich durch die Schaffung von Arbeitsplätzen namentlich bei den Unternehmen erreicht, ob in der Schweiz oder anderswo. Diese zentrale Funktion muss gerade im Zusammenhang mit CSR-Aktivitäten ausdrücklich anerkannt werden.

### **Bestandaufnahme der CSR-Aktivität der Schweizer Unternehmen als Ausgangspunkt für die Strategie und den Aktionsplan**

In der CSR-Bundesstrategie wird wiederholt auf das vielschichtige Zusammenspiel und die Komplementarität von Staat und Unternehmen im Bereich CSR verwiesen. Zwar beinhaltet die Strategie eine detaillierte Auflistung der Initiativen und Programme der Schweizer Regierung bezüglich CSR. Was dagegen fehlt, ist ein Hinweis auf die vielfältigen Initiativen und Aktivitäten, welche die Schweizer Unternehmen in eigener Regie verfolgen. Diesbezüglich müsste das Dokument ergänzt werden. Denn angesichts der engen Wechselwirkung zwischen Staat und Unternehmen im Bereich CSR erachtet die Wirtschaft eine umfassende Bestandaufnahme als notwendige Voraussetzung, damit die Strategie zielführend definiert werden kann.

---

### **Schaffung von Klarheit bezüglich der Aufgabenteilung von Staat und Unternehmen**

Durch ihre CSR-Aktivitäten können Unternehmen, auch in Partnerschaft mit anderen gesellschaftlichen Akteuren, einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten. Die Rollenverteilung zwischen Regierungen und Unternehmen muss hierbei jedoch klar voneinander abgegrenzt werden. Unternehmen können mit ihrem Engagement die Bemühungen der Politik für gesellschaftliche Entwicklung und sozialen Fortschritt ergänzen, nicht aber deren eigene Verantwortung ersetzen. Es sind darüber hinaus die Regierungen, welche die grundlegenden Umwelt- und Sozialstandards um- und durchsetzen müssen. Diese Aufgabe kann nicht an die Unternehmen delegiert werden. Aus Sicht der Wirtschaft fehlt dieser zentrale Grundsatz in der CSR-Bundesstrategie und soll deshalb entsprechend aufgenommen werden.

### **Verwendung des Begriffs „smart mix“**

In der CSR-Diskussion auf internationaler Ebene wird vielfach die von den UNO-Leitlinien von Prof. John Ruggie entlehnte Vorgabe des „smart mix of measures – national and international, mandatory and voluntary“ zitiert. Auch in der CSR-Bundesstrategie wird diese Bezeichnung verwendet. Dass die Bundesstrategie in ihrem Wortlaut eine der Hauptanforderungen eines spezifischen CSR-Instruments aufnimmt, erachtet die Wirtschaft als problematisch. Denn eine solche Begriffsverwendung kann Verwirrung insbesondere hinsichtlich der angestrebten Positionierung der Strategie als Gesamtrahmen für die CSR-Aktivitäten in der Schweiz erzeugen.

Grundsätzlich gilt es aus Sicht der Wirtschaft ausdrücklich festzuhalten, dass die CSR-Bundesstrategie sich auf die gesamte Bandbreite der CSR-Aktivität des Bundes beziehen soll. Die verschiedenen Aktivitäten müssen sich in diese Strategie eingliedern, inklusive der Umsetzung der UNO-Leitlinien von Prof. John Ruggie. Den Ansatz, dass das Konzept lediglich einen Teilaspekt der entsprechenden Aktivität umfassen soll (z.B. zweite Säule der UNO-Leitlinien) erachtet die Wirtschaft nicht als zielführend. Zudem soll der Bund generell keinen Aktivismus entwickeln, sondern nur dort tätig werden, wo ein klarer Handlungsbedarf bereits ausgewiesen ist.

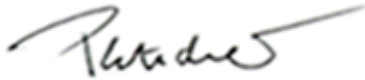
Wir verzichten an dieser Stelle auf die Einarbeitung der konkreten Kommentare in den Text der vorgeschlagenen CSR-Bundesstrategie, da sich diese in der verwaltungsinternen Bearbeitung befindet. Wir sind jedoch gerne bereit, Ihnen mit unseren Experten zur Konkretisierung unterstützend zur Verfügung zu stehen.

---

Für die Berücksichtigung unserer Kommentare danken wir Ihnen bereits jetzt bestens und stehen gerne für die Weiterführung der Diskussion zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüssen

**economiesuisse**



Thomas Pletscher  
Mitglied der Geschäftsleitung



Erich Herzog  
Stv. Leiter Wettbewerb & Regulatorisches

**SCHWEIZERISCHER ARBEITGEBERVERBAND**

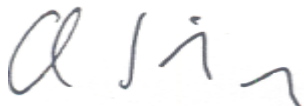


Prof. Dr. Roland A. Müller  
Direktor

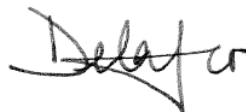


Alexandre Plassard  
Mitglied der Geschäftsleitung

**SwissHoldings**



Christian Stiefel  
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Denise Laufer  
Bereichsleiterin

---