

Nachhaltigkeit durch Präsenz



Beiträge deutscher Unternehmen zur nachhaltigen Entwicklung an internationalen Standorten

Executive Summary

Eine explorative Untersuchung von



Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH
Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln

Tel.: +49 (0)221 – 4981-758, Fax: +49 (0)221 – 4981-99-758

E-Mail: info@iwconsult.de

www.iwconsult.de

www.iwkoeln.de

Autoren:

Dr. Sebastian van Baal

Edgar Schmitz

Herausgeber/Redaktion:

econsense

Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft e. V.

Oberwallstraße 24, 10117 Berlin

Tel.: +49 (0)30 – 2028-1474, Fax: +49 (0)30 – 2028-2474

E-Mail: info@econsense.de

www.econsense.de

Projektbetreuung:

Dr. Jana Heinze

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Dr. Sebastian Fasbender

Mai 2015

Alle in dieser Broschüre verwendeten Texte und Bilder sind durch das Urheberrecht geschützt. Jegliche Weiterverwertung von Texten und Bildern ist nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch econsense gestattet. Die externen Textbeiträge geben die Meinung der jeweiligen Verfasser wieder.

© 2015 by econsense

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V. ist ein aktives Netzwerk führender, global tätiger Unternehmen und Organisationen der deutschen Wirtschaft, die gemeinsam die Zukunft nachhaltigen Wirtschaftens und gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung gestalten möchten – im offenen Dialog untereinander, mit Politik und Gesellschaft.

Mitglieder:

Allianz, Alstom Deutschland, BASF, Bayer,
BMW Group, Bosch, Coca-Cola Deutschland,
Daimler, Deloitte, Deutsche Bahn, Deutsche Bank,
Deutsche Börse, Deutsche Lufthansa,
Deutsche Post DHL, Deutsche Telekom, DuPont,
EnBW, E.ON, EY, Evonik Industries,
Generali Deutschland, HeidelbergCement,
KPMG, Linde, PwC, RWE, SAP, Siemens,
ThyssenKrupp, VCI, Volkswagen

Nachhaltigkeit durch Präsenz – Beiträge deutscher Unternehmen zur nachhaltigen Entwicklung an internationalen Standorten

Internationalität ist ein zentraler Erfolgsfaktor der deutschen Wirtschaft.¹ Dies bezieht sich nicht nur auf Exportaktivitäten, sondern auch auf Präsenzen vor Ort. Dabei treffen multinationale Unternehmen aus Deutschland an Auslandsstandorten häufig auf Rahmenbedingungen und Herausforderungen, die sich von denen im Heimatmarkt mehr oder minder deutlich unterscheiden. Diese Herausforderungen wie etwa Chancengleichheit, Bildung, Gesundheit, Klimawandel, Umweltschutz, Wachstum oder Beschäftigung werden dieses Jahr auch auf internationaler Ebene im Rahmen der Post-2015-Agenda der Vereinten Nationen und auf dem G7-Gipfel unter deutscher Präsidentschaft intensiv diskutiert. Während es in Deutschland weitgehend gesellschaftlicher Konsens ist, dass die unternehmerische Leistungserstellung unter ökonomischen, ökologischen und sozialen Gesichtspunkten möglichst nachhaltig gestaltet werden sollte, kann in vielen Ländern ein anderes Verständnis bestehen. Dies ist insbesondere in Ländern anzunehmen, in denen gesellschaftliche Grundbedürfnisse noch nicht umfassend gestillt werden.

Ziel der Untersuchung

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob und wenn ja in welcher Weise deutsche Unternehmen an ihren Auslandsstandorten einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung ausüben. Deutsche Unternehmen können hierbei einen Beitrag leisten,

- wenn sie ihre Standards und Vorgehensweisen aus dem Heimatmarkt auf Auslandsstandorte übertragen und/oder
- an Auslandsstandorten Standards und Vorgehensweisen umsetzen, die die lokal üblichen Maßstäbe übertreffen.

Die vorliegende Studie beleuchtet diese Aspekte im Hinblick auf ausgewählte Nachhaltigkeitsdimensionen anhand einer Selbsteinschätzung der befragten Unternehmen. Damit werden erstmalig umfassende und standardisierte Primärdaten zu dem Nachhaltigkeitsengagement deutscher Unternehmen an Auslandsniederlassungen explorativ erhoben. Damit werden ein konkreter Beitrag zu einem bislang wenig untersuchten Feld und eine Basis für weitere wissenschaftliche Studien geschaffen.

Methodische Vorgehensweise und Auswahl der Studienländer

Um die lokalen Vorgehensweisen und Standards deutscher Unternehmen in den Studienländern zu erfassen, wurde eine explorative Unternehmensbefragung durchgeführt. Sie fand

¹ Dies zeigen unter anderem regelmäßige Untersuchungen auf Basis des IW-Zukunftspanels; vgl. bspw. Licht-blau/Neligan, 2009 und van Baal/Lichtblau, 2012.

vom 16.12.2014 bis zum 20.1.2015 mittels Online-Fragebogen statt. Eingeladen wurden insgesamt 650 Unternehmen, die den Unternehmensdatenbanken der IW Consult oder dem IW-Zukunftspanel zufolge über eine Niederlassung oder eine mehrheitliche Beteiligung in mindestens einem der Studienländer (China, Brasilien, Indien, Mexiko, Türkei, Südafrika und Malaysia) verfügen und bei einer telefonischen Vorab-Anfrage einen Ansprechpartner für die Befragung benannten oder zu den Mitgliedern von econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V. zählen.

Multinationale Unternehmen aus Deutschland können vor allem dann einen Einfluss auf Vor-Ort-Entwicklungen ausüben, wenn zwei Makro-Bedingungen gelten:

- Im Ausland ist Dynamik vorhanden, die Entwicklung des betreffenden Landes muss (noch) so stark sein, dass sie beeinflusst werden kann.
- Unternehmen aus Deutschland sind in signifikantem Ausmaß vertreten – anders ausgedrückt: Der Einfluss deutscher Unternehmen wird auf Vor-Ort-Entwicklungen zu meist nur dann spürbar sein, wenn in relevantem Ausmaß Investitionen getätigt wurden.

Aufgrund der ersten Bedingung sind insbesondere Schwellen- und Entwicklungsländer relevant, um den Einfluss deutscher Unternehmen einzuschätzen. Aufgrund der zweiten Bedingung sind insbesondere Länder mit einem hohen Volumen deutscher Direktinvestitionen von Bedeutung. Die Auswahl richtet sich nach den zwei oben genannten Bedingungen, wobei zusätzlich das Ziel verfolgt wird, die Weltregionen weitgehend abzudecken. Aus diesen Gründen fokussiert die Studie China, Brasilien, Indien, Mexiko, die Türkei, Südafrika und Malaysia. Diese Top-7 machen ca. 80 Prozent des gesamten Direktinvestitionsvolumens der deutschen Wirtschaft in Schwellen- und Entwicklungsländern aus, und es sind diejenigen Länder, in denen deutsche Unternehmen einen besonders großen Impact haben können.

Insgesamt haben sich 74 Unternehmen an der Befragung beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 11,4 Prozent, was für eine umfangreiche Unternehmensbefragung zu einem speziellen Thema ein guter Wert ist.² Die Studie umfasst Antworten sowohl von mittelständischen Unternehmen als auch von multinationalen Konzernen, darunter auch zwölf der DAX-30-Unternehmen. Knapp 46 Prozent der befragten Unternehmen haben in Deutschland unter 1.000 Mitarbeiter, rund 32 Prozent haben 1.000 bis unter 10.000 Mitarbeiter, und rund 23 Prozent haben 10.000 oder mehr Mitarbeiter. Rund 85 Prozent der befragten Unternehmen sind dem Verarbeitenden Gewerbe zuzurechnen; die verbleibenden 15 Prozent verteilen sich auf verschiedene Wirtschaftszweige wie z. B. wirtschaftsnahe Dienstleistungen.

² Wiewohl die Rücklaufquote bei Unternehmensbefragungen stark schwankt und der Durchschnittswert daher nur eingeschränkt aussagekräftig ist, kann ein langfristiger Mittelwert von etwa 8 Prozent als Vergleichsmaßstab herangezogen werden.

Die Ergebnisse der Befragungen spiegeln einen großen Teil der (international aktiven) deutschen Wirtschaft wider, sie können aufgrund der geringen Stichprobengröße jedoch nicht als repräsentativ angesehen werden. Die Ergebnisse basieren zudem auf einer Befragung und somit auf Selbsteinschätzungen der Unternehmen. Obwohl Dialoge mit Befragungsteilnehmern und Plausibilitätsanalysen für die Validität der Aussagen sprechen, können die Ergebnisse daher nur als Tendenzaussagen bezeichnet werden. Dies schlägt sich nicht zuletzt darin nieder, dass die Studie als Diskussionsbeitrag zu verstehen ist und nicht als abschließende Sammlung „harter Fakten“. Insofern ist auf diese Einschränkungen methodischer und inhaltlicher Art hinzuweisen; diese Einschränkungen bringen auch Ansätze für weitere Untersuchungen mit sich.

Begleitet wurde die Studie von einer telefonischen Befragung (CATI-Befragung), an der sich 120 Unternehmen beteiligt haben. Die Stichprobenauswahl erfolgte nach einer der Studie vergleichbaren Methodik. Die Ergebnisse der CATI-Befragung dienen einer überblicksartigen Betrachtung, während die Online-Befragung ein detailliertes Bild zahlreicher Nachhaltigkeitsaspekte zeichnet. Das vorliegende Papier bezieht sich, sofern nicht anders gekennzeichnet, auf die Ergebnisse der Online-Befragung.

Kernergebnisse

1. »We are here to stay« –

Das Auslandsengagement ist langfristig

Die befragten deutschen Unternehmen setzen auf Kontinuität bei ihrem Auslandsgeschäft. Nahezu alle Unternehmen planen, dauerhaft mit einer eigenen Niederlassung in den Studienländern vertreten zu sein. 62,3 Prozent der befragten Unternehmen sind 10 Jahre oder länger im Ausland mit einer Niederlassung aktiv, darunter 29,0 Prozent der befragten Unternehmen schon 20 Jahre und mehr.

Die Nähe zum Kunden ist für 90,3 Prozent ein wichtiger Grund für das Engagement im Zielland. Weiter werden genannt: Nähe zu Arbeitskräften (54,9 Prozent) und Zulieferern (43,5 Prozent), für 19,1 Prozent ist der Zugang zu Rohstoffen ein wichtiges Standortargument. Im Gegensatz zu internationalen Finanzinvestoren, die sich unter Umständen schnell wieder aus den betroffenen Ländern zurückziehen, können die langfristigen Auslandsaktivitäten deutscher Unternehmen vor Ort zur regionalen, wirtschaftlichen und politischen Stabilität, zum Ausbau der Infrastruktur und zur Stärkung des lokalen Arbeitsmarktes beitragen. Die Rückwirkungen von Auslandsinvestitionen auf den deutschen Arbeitsmarkt waren wiederholt Gegenstand von Untersuchungen. „Wenn es gelingt, durch Produktionsverlagerungen ins Ausland die preisliche Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens so zu verbessern, dass der Absatz insgesamt steigt, können sowohl im Ausland als auch im Inland neue Arbeitsplätze entstehen“, urteilt etwa

das IfW – Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel. In der Automobilindustrie gelte die Faustformel, dass bei der Schaffung von drei neuen Arbeitsplätzen im Ausland ein neuer Arbeitsplatz im Inland entsteht.³

2. Aktive Gestaltung lokaler Arbeitsbedingungen

Ein wichtiges Kriterium für die Produktion im Ausland ist das **Qualifizierungsniveau** der Mitarbeiter. Die Studie kommt zum Ergebnis, dass zwei Drittel (65,2 Prozent) aller befragten Unternehmen die **Ausbildung ihrer Fachkräfte** im Ausland selbst in die Hand nehmen. Dabei ist das erzielte Qualifikationsniveau überwiegend identisch mit dem in Deutschland (69,6 Prozent) oder sogar höher (4,3 Prozent). Die befragten Unternehmen leisten damit an ihren Standorten durch Wissenstransfer einen Beitrag zur Qualifikation lokaler Arbeitskräfte. Damit liegt der Anteil von Beschäftigten im Ausland mit **Berufsausbildung** bei rund 50 Prozent des Wertes in Deutschland (28,2 Prozent zu 62,0 Prozent), trotz zum Teil fehlender örtlicher Ausbildungssysteme/dualer Systeme in den Gastländern. Der Anteil an beschäftigten **Akademikern** ist in Deutschland und in den untersuchten Ländern dagegen nahezu identisch (28,2 Prozent zu 26,6 Prozent). Im Durchschnitt stammen knapp drei Viertel (73,7 Prozent) der **Führungskräfte** aus dem jeweiligen Land der lokalen Niederlassung.

Keines der befragten Unternehmen liegt unter der durchschnittlichen Praxis in den Studienländern bei dem Einsatz von **Maßnahmen zur Einhaltung von Höchstarbeitszeiten**. 42,9 Prozent der Unternehmen übertreffen die lokale Praxis in dieser Hinsicht und 57,1 Prozent der befragten Unternehmen setzen Maßnahmen ein, die vom Umfang her der lokalen Praxis entsprechen.

Ein weiterer wichtiger Indikator für die Qualität von Arbeitsplätzen ist die **Entlohnung**. Die Studie zeigt auf, dass alle befragten Unternehmen im Ausland Löhne zahlen, die gleichauf mit oder oberhalb der lokalen Praxis liegen. Wenn man die Unternehmen betrachtet, für deren Aktivitäten im jeweiligen Land ein Mindestlohn besteht, zahlen knapp 78 Prozent der Unternehmen über dem Mindestlohn mit im Durchschnitt 77 Prozent Gehaltsaufschlag. Bei den restlichen rund 22 Prozent entsprechen die niedrigsten Löhne dem lokalen Mindestlohn.

Rund 95 Prozent – und damit der weitaus größte Teil der befragten Unternehmen, gibt an, gezielte **Maßnahmen zur Vermeidung von Kinderarbeit** einzusetzen. Wenn Unternehmen keine gezielten Maßnahmen einsetzen, um Kinderarbeit zu vermeiden, kann dies darauf zurückzuführen sein, dass in den Unternehmen keine Tätigkeiten anfallen, die von Kindern ausgeführt werden können (so ein Teilnehmer der Befragung). Die häufigste Maßnahme zur Vermeidung von Kinderarbeit in eigenen Niederlassungen sind, wo nötig, Altersüberprüfungen in Auswahlprozessen. 51 Prozent der Unternehmen setzen

³ Vgl. IfW-Fokus 2/2005

Maßnahmen ein, um **Kinderarbeit bei Zulieferern** zu vermeiden. Knapp ein Drittel (32,6 Prozent) der Unternehmen haben die Vorgabe institutionalisiert, dass bei Zulieferern Schulungen bzw. Sensibilisierungen stattfinden, und rund 26 Prozent geben Altersüberprüfungen bei Zulieferern vor. Zu anderen Prozessen bzw. Maßnahmen, die von knapp 7 bzw. 15 Prozent der Unternehmen genutzt werden, zählen insbesondere Verhaltenskodizes und interne Audits.

Der Anteil der befragten Unternehmen mit systematischen **Antidiskriminierungsprozessen** liegt bei 71,0 Prozent. Der Anteil der Unternehmen, die Prozesse zur Vermeidung von Diskriminierung definiert haben, nimmt mit der Unternehmensgröße zu. Dabei handelt es sich um Schulungen und Sensibilisierungen, standardisierte, diskriminierungsfreie Auswahlprozesse und die Schaffung organisatorischer Einheiten. Diese Maßnahmen entsprechen in 86,9 Prozent der Fälle denen der Unternehmen in Deutschland.

Korruption wird in den Auslandsniederlassungen intensiv bekämpft. 95,1 Prozent der Befragten setzen gezielte Maßnahmen zur Korruptionsvermeidung ein. 83,3 Prozent der Unternehmen setzen in ihren internationalen Niederlassungen Maßnahmen zur Korruptionsvermeidung ein, die denselben Umfang wie in Deutschland haben. Die restlichen 16,7 Prozent der Unternehmen setzen vor Ort Maßnahmen ein, deren Umfang den in Deutschland übersteigt.

Arbeitssicherheit ist für deutsche Unternehmen im Ausland ein wichtiges Thema: 75,0 Prozent aller befragten Unternehmen setzen systematische Arbeitsschutzmanagementsysteme wie OHSAS 18001 oder unternehmenseigene Systeme zur Verringerung von Arbeitsunfällen ein. Mehrheitlich (53,7 Prozent) kommen unternehmenseigene Systeme zum Einsatz. Der Anteil der Unternehmen, die ein systematisches Arbeitsschutzmanagementsystem einsetzen, steigt mit der Unternehmensgröße. Beispielsweise setzen alle befragten Unternehmen mit mindestens 10.000 Mitarbeitern sowohl in Deutschland als auch in ihren internationalen Niederlassungen ein solches System ein.

3. Schutz der Umwelt kennt keine nationalen Grenzen. Umweltschutz nach internationalen Standards

Die Mehrheit (61,7 Prozent) der befragten deutschen Unternehmen hat an ihren Auslandsniederlassungen **Umweltmanagementsysteme** implementiert. Dabei ist ISO 14001 das verbreitetste Managementsystem. Bei den **Luft-Emissionen**, also der speziell bei der Produktion beziehungsweise Leistungserstellung verursachten Luftverschmutzung, liegen deutsche Unternehmen im In- und Ausland etwa gleichauf: Bei 39,1 Prozent der Unternehmen liegen die Emissionen ungefähr auf dem gleichen Niveau wie in Deutschland, bei 17,4 Prozent

sogar niedriger als in Deutschland. Für 37,0 Prozent der Befragten ist der Aspekt nicht relevant, etwa wenn es sich nicht um produzierendes Gewerbe handelt. Keines der befragten Unternehmen verursacht Emissionen, die höher sind als die generelle lokale Praxis. Ähnlich fällt der Vergleich zwischen In- und Ausland bei der **Energieintensität** aus: Bei 43,2 Prozent der befragten Unternehmen ist sie ungefähr gleich und bei knapp 13,6 Prozent der Unternehmen liegt sie darunter.

4. Global denken, lokal handeln. Zusammenarbeit mit lokalen Zulieferern auch bei Arbeitsbedingungen und Umweltschutz

Der Anteil des Einkaufsvolumens bei inländischen Zulieferern liegt bei den Niederlassungen der befragten Unternehmen bei durchschnittlich 51 Prozent. Rund die Hälfte des wertmäßigen Einkaufs erfolgt also lokal. Die Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen kann dazu beitragen, dass sich lokale Wertschöpfungskcluster herausbilden, von denen die Wirtschaft vor Ort profitiert. Die Zusammenarbeit mit den Zulieferern ist bei der Mehrheit der befragten Unternehmen mindestens genauso intensiv wie in Deutschland. Neben Qualität und Steigerung der Prozesseffizienz gilt ein Hauptaugenmerk der Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Hier geben 52,4 Prozent der befragten Unternehmen an, etwa gleich intensiv oder intensiver mit ihren Zulieferern zusammenzuarbeiten als in Deutschland. Mit 56,1 Prozent noch höher ist das Ergebnis bei der Zusammenarbeit zur Verbesserung der Umweltverträglichkeit von Prozessen.

Fazit

Insgesamt zeigt die Studie, dass Unternehmen aus Deutschland durch ihre lokale Präsenz wesentliche Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung an Auslandsstandorten leisten können.

- Wenn Standards und Vorgehensweisen aus Deutschland übertragen werden, wird dadurch zumeist ein relativ hoher Anspruch gestellt. Die Studienergebnisse zeigen, dass viele Unternehmen eine solche Übertragung der Standards und Vorgehensweisen vornehmen.
- Wenn Standards und Vorgehensweisen die lokale Praxis übertreffen, kann dadurch ein positiver Prozess in Gang gesetzt werden, der zu einer Verbesserung der Lebensumstände führt. Auch in dieser Hinsicht zeigt sich, dass viele Unternehmen aus Deutschland einen Beitrag leisten, indem sie über lokal übliche Maßstäbe hinausgehen; bei allen erfassten Aspekten setzt die Mehrheit der Unternehmen Standards und Vorgehensweisen ein, die die lokale Praxis übertreffen oder zumindest mit ihr gleichauf liegen.

Diese Befunde werden aus den Ergebnissen der begleitenden CATI-Befragung gestützt. Demnach geben 84,8 Prozent der Unternehmen an, ihre ökologischen Standards aus Deutschland auf ihre ausländischen Niederlassungen zu übertragen. 81,0 Prozent übernehmen ihre Mitarbeiter-Standards. Die gleichen Entlohnungsstrukturen wie in Deutschland haben 26,1 Prozent der Unternehmen an den untersuchten Auslandsniederlassungen. Verglichen mit der lokalen Praxis geben 80,6 Prozent der befragten Unternehmen hierbei an, gleichauf mit oder über dem lokalen Wettbewerb zu liegen. Auch bei den ökologischen Standards (78,8 Prozent) und den Standards für Mitarbeiter (92,0 Prozent) übertreffen deutsche Unternehmen deutlich die lokale Praxis.

Ein weiteres Ergebnis der Studie ist, dass die Standards und Vorgehensweisen der befragten Unternehmen vielfältig sind. Es gibt demnach Unternehmen, deren Standards und Vorgehensweisen nicht in Kategorien fallen, die eindeutig und ohne tiefere Analyse als Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung gewertet werden können, denn in manchen Fällen wird es nicht sinnvoll sein, eine Vorgehensweise aus Deutschland zu übertragen. Gerade vor dem Hintergrund der landesspezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen kann eine Vielfalt der Standards und Vorgehensweisen sinnvoll sein – denn nur die Möglichkeit zur lokalen Adaption lässt es zu, auf lokale Unterschiede angemessen zu reagieren.

Weitergehendes Forschungsinteresse

Eine sinnvolle Erweiterung bzw. Ergänzung dieser Studie würde darin bestehen, inhaltsähnliche Analysen soweit möglich auf Basis unabhängig erhobener amtlicher oder halbamtlicher Daten durchzuführen sowie insbesondere weitere Stakeholder, wie z. B. NGOs, Regierungen, Arbeitnehmer, zu befragen. Generelle Ansätze für weitere Untersuchungen bestehen darin, die Studie entweder in der Breite oder in der Tiefe zu erweitern: Während hier auf sieben Länder abgestellt wird, um die Ergebnisse möglichst in lokale Kontexte einbetten zu können und den Befragungsteilnehmern spezifische Aussagen zu erleichtern, könnten sich Folgestudien auf andere oder mehr Länder beziehen. Alternativ könnten entsprechende Studien für einzelne Länder erstellt werden, wodurch die Tiefe der Analysen vergrößert werden könnte. Dies würde es auch ermöglichen, die Standards und Vorgehensweisen der Unternehmen genauer mit den lokalen Nachhaltigkeitsherausforderungen zu vergleichen.

Die durch die vorliegende Studie generierten Erkenntnisse verdeutlichen die Notwendigkeit von Detailstudien und stellen gleichzeitig ein mögliches Fundament für solche Studien bereit. Letztlich soll dadurch auch der Erfahrungsaustausch unter Unternehmen unterstützt werden – denn ein Austausch ist sinnvoll und erforderlich, um die Beiträge deutscher Unternehmen zur nachhaltigen Entwicklung an internationalen Standorten einschätzen, stabilisieren und noch weiter stärken zu können.

