

VÁLLALATOK TÁRSADALMI FELELŐSSÉGVÁLLALÁSA

A fenntartható gazdaság etikus marketing stratégiája

Knoll-Csete Edit¹
doktorandusz (KRE ÁJK)

Tóth András²
doktorandusz (KRE ÁJK)

1. Bevezetés

A vállalatok társadalmi felelősségvállalása (Corporate Social Responsibility, CSR) meghatározó szerepet tölt be a társadalmi jólét és stabilitás megvalósításában.³ Vállalati hosszútávú felelősség alatt szociális, ökológiai és ökonómiai szempontok figyelembevételével folytatott fenntartható gazdálkodás értendő. Tisztességes, a munkavállalók érdekeit szem előtt tartó személyzeti politikával, a természeti erőforrások visszafogott használatával, környezet és klímavédelemi szempontok alapján. Komoly és felelősségtudatos helyi és nemzetközi fellépésekkel, beleértve a beszállítók iránti felelősség vállalását is. A gazdaság, az élet más területeihez hasonlóan folyamatosan etikai ítéleteknek van alávetve, hiszen értékelésre kerül a gazdasági aktorok tevékenységének etikussága és az intézmények igazságossága is. Nem igaz a felvetés, hogy a gazdálkodás értékmentes és csak sajátos gazdasági érdekek szerint működik, a gazdaság és az etika tehát nem függetlenek egymástól.⁴ A gazdaság számára releváns normák a vállalati kultúra értelmezésében (erény etika) és a vállalat általi kommunikáció (kommunikatív etika) értékelésében kerülnek kifejezésre. A gazdasági etika (business ethics⁵) a gazdasági tevékenységek szerveződésének minden szintjén értelmezhető, azaz individuális (egyes egyének gazdasági tevékenysége), mikró (gazdasági szervezetek, közületek, háztartások), makró

1 Témavezető: Dr. Becsey Zsolt László, tudományos főmunkatárs, Társadalomtudományok és Nemzetközi Tanulmányok Intézete, KRE ÁJK.

2 Témavezető: Prof. Dr. habil. Osztovits András, tanszékvezető, EU Jogi és Nemzetközi Magánjogi Tanszék, KRE ÁJK.

3 SZUCHY Róbert: *A felelős vállalati irányítás (corporate governance) joga*. Budapest, KRE, 2020, 2-40.

4 www.unipub.lib.uni-corvinus.hu/2318/1/Gazdasagi_etika.pdf (2020. 05. 10.)

5 www.en.wikipedia.org/wiki/Business_ethics (2020. 07. 15.)

(népgazdaságok) és globális szinteken is (multinacionális gazdasági szervezetek, egyes országok nemzetközi gazdasági kapcsolatai), ezért az alkalmazott etika egyik ágának tekinthető. A gazdasági etika esetében az etika és a közgazdaságtan találkozásáról van szó, ezért interdiszciplináris tudományként lehet felfogni. A vállalatok felelősségvállalása etikai kötelezettségből történik, ugyanakkor egy jó üzlet is, mert az érintettek a profitban is kimutatható módon értékelik ezt a vállalati lépést és ennek kommunikálását. Ezért a CSR a profit növelésének egyik lehetséges útja.⁶ A vállalatok általában előbb kezdenek el jótékonykodni és ezt kommunikálni. A gyakorlatban csak jóval később biztosítják a jogi kereteket és válnak ténylegesen etikussá.

A 2007-2008-as pénzügyi válság, majd a 2020-as COVID-19 pandémia okozta gazdasági recesszió megmutatta, hogy nagy szükség van a vállalatok szociális gondolkodására és gondoskodására. A válság kezelésben minden szereplőre szükség van, és nem elég egyéni önfenntartó érdekekből cselekedni. A német vállalatok 2020-ban például széleskörű mobil munkavégzési lehetőségek kínálatával támogatták a kormányt a karantén intézkedéseknél, és más nemzetközi cégekkel együtt orvosi felszerelések adományozásával, fertőtlenítő szerek és lélegeztető gépek előállítására való átállással vették ki részüket a koronavírus elleni harcban. Az olasz Armani és a Prada orvosi védőruhákat, a Bulgari kézfertőtlenítőt, a Gucci és a német Trigema, valamint a GAP és a Canada Goose maszkokat, a Siemens lélegeztető gépeket kezdett el gyártani. A Volkswagen védő maszkokat adományozott a német egészségügynek, a H&M pedig 500 ezer eurót adott az Egészségügyi Világszervezet (WHO) COVID-19 szolidaritási alapjának.⁷ Az Adidas 2020. április elején bejelentette, hogy nem fizet bérleti díjat a bezárt üzletei után, azonban ezt a kijelentését azonnal visszavonta, miután prominens német személyek az Adidas termékek vásárlásának bojkottjára szólították fel a lakosságot.

2. A CSR történelmi gyökerei

A fenntartható és környezetkímélő, szolidáris vállalati tevékenység a 19. században a politika és a gazdaság együttműködésével kezdődött, amikor is a vállalatok elkezdtek törődni a munkavállalóik szociális körülményeivel (beteg-, nyugdíj-

6 www.core.ac.uk/display/33421017?source=3 (2020. 07. 15.); www.core.ac.uk/display/33183076 (2020. 07. 15.), www.mek.oszk.hu/15000/15054/15054.pdf (2020. 07. 15.); www.okotaj.hu/szamok/23-24/tarsad8.html (2020. 07. 15.)

7 www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/donate (2020. 05. 10.)

és baleset-biztosítás). A 20 század elején az amerikai Ford⁸ és a német Krupp⁹ konszernek felismerték, hogy a jobb munkakörülmények növelik a dolgozók termelékenységét (Scientific Management¹⁰). Ugyanakkor azt is észrevették, hogy a társadalmi szerepvállalás egyben népszerűséget növelő marketing stratégiának is jól beválik. A Standard Oil Company hatalmas nyereségéből összegyűjtött vagyonból 1949-ben John D. Rockefeller Jr.¹¹ egy hét hektáros telket adományozott az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) New York-i székházának, 8,5 millió dollár értékben. A 20. század második felében Japánban is megjelentek a jobb társadalom kiépítését támogató „jó vállalatok” („ii kaisha”, vagyis a „good companies”¹²). Az 1960-as években, az olajválság hatására a környezetvédelem került előtérbe, 1971-ben megalakult a Greenpeace,¹³ majd az 1980-as években elkezdtek megjelenni a politikai palettán a zöld pártok. Az 1990-es évektől a globalizációs kihívásokra adott válaszként a CSR egyre több nemzetközi fórumon napirendre került (ENSZ Konferenciák,¹⁴ Global Compact,¹⁵

-
- 8 Henry Ford (1863-1947) 1903-ban alapította meg a Ford Motor Company-t, öt év múlva bemutatásra került a T Modell, amelyet hatalmas kereskedelmi siker követett. A jótékonykodásról és emberségességről híressé vált üzletember szociális reformjai, valamint sajátos foglalkoztatáspolitikája sokáig kivételesnek számított Amerikában. Ford mutatott rá például arra is, hogy mennyire fontos a munkavállalók motiválása a termelés sikeréhez. MEYER, Stephen: *The Five Dollar Day: Labor Management and Social Control in the Ford Motor Company, 1908–1921*. State University of New York Press, 1981, 249.
- 9 A családi vállalkozást Friedrich Carl Krupp (1787-1826) alapította, a cég 1999 óta ThyssenKrupp AG-ként működik. Az 1870-es években Bismarck szociális törvénykezése a Krupp vállalkozást is befolyásolta, azaz Alfred Krupp kénytelen volt lépéseket tenni a munkabiztonság és munkavédelem területén, valamint dolgozók munkaidőn kívüli is gondoskodni. Szociálpolitikájának motivációja leginkább is az volt, hogy szociális vívmányokkal kívánta elkerülni a szociáldemokrácia létrejöttét. Alfred Krupp von Bohlen und Halbach 1967-es halálát követően egyetlen fia, Arndt lemondott az örökségről és a Krupp vagyonból létrejött az Alfred Krupp von Bohlen und Halbach Alapítvány.
- 10 TAYLOR, Frederick W.: *The principles of scientific management*. New York, Cosimo, 2006, 88.
- 11 A jótékonykodásáról leginkább híres John Davison Rockefeller, Jr. (1874-1960) alapította meg 1901-ben a Rockefeller Egyetemet, majd 1913-ban létrehozta szintén a család nevét viselő Rockefeller Alapítványt.
- 12 KURODA K. – ISHIDA, Y.: *CSR in Japan: Toward Integration and Corporate–CSO Partnership*. In: HASAN, S. (eds): *Corporate Social Responsibility and the Three Sectors in Asia. Nonprofit and Civil Society Studies (An International Multidisciplinary Series)*. New York, NY, Springer, 2017. https://doi.org/10.1007/978-1-4939-6915-9_3 (2020. 09. 20.)
- 13 www.greenpeace.de/ueber-uns/greenpeace-stellt-sich-vor (2020. 09. 20.)
- 14 www.bmz.de/de/service/glossar/K/konferenz_rio.html (2020. 09. 20.)
- 15 www.unglobalcompact.org/ (2020. 07. 15.)

Agenda 2030,¹⁶ SDGs¹⁷). A 21. században a társadalmi felelősségvállalás már mintegy elvárassá fogalmazódott meg a vállalatok felé.¹⁸ Ennek az az oka, hogy egyre több fogyasztónak válik fontossá, és kifejezetten tudni szeretné, hogy a vásárolt termék milyen eredetű és hogyan állították elő (környezetvédelmi szempontok betartása, gyermekmunka elkerülése), ezért a vállalatok nemzeti és nemzetközi területen is egyre többet tesznek a fenntarthatóság érdekében.

A cégek környezetvédelmi aktivitása ugyanis kifizetődő. Munkaerő-piaci pozíciójukat erősíti, mert a CSR meggyőző érv lehet abban, hogy tehetséges és innovatív munkaerőhöz jussanak. Újabb és újabb környezettudatos vevő csoportokat tudnak elérni, akik hangsúlyt helyeznek a fenntarthatóságra, az egészséges életmódra és az ökológiai felelősségvállalásra (Lifestyle of Health and Sustainability¹⁹). A vállalatoknak általában azt vetik a szemére, hogy üzletpolitikájukban gyors haszon elérésére törekednek. A CSR-tudatos vállalatok ezzel szemben a fenntarthatóságra és a hosszú távú nyereségre koncentrálnak, a nyersanyagok helyes és környezetbarát hasznosításával (Orientáció es hosszútáv). A pénzügyi piacok befektetői is nyereségük maximalizálására törekcsenek, de itt is egyre nagyobb szerepet kap a fenntarthatóság és a társadalmi felelősség (például a brandenburgi nagyberuházó elektromos autókat gyártó Tesla részvényei vásárlásának előnyben részesítése, digitális vállalkozások támogatása, megújuló energiaforrásokba való tőkebefektetések).

3. A vállalat helye a társadalomban. Mit jelent a CSR?

A modern társadalmakban a vállalatok sokrétű kapcsolatban állnak a polgárok független szerveződéseivel. A lakossági csoportosulásokkal kialakított

16 www.bmz.de/de/themen/2030_agenda/index.html (2020. 05. 10.)

17 www.sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300 (2020. 05. 10.)

18 Kazuhiro Arai a Fenntartható Kapitalizmus c. könyvében (Jizoku Kano-na Shihon Shugi, Discover, 2017) arról ír, hogy a globális pénzügyi válságot (2007-2008) követően új rendszert kell felépíteni, amelyben hosszú távon csakis a jó vállalatok támogatására kerülhet sor, azaz olyan cégekbe szabad csak befektetni, akik mind gazdaságilag, mind szociálisan hasznosak és törődnek a munkavállalóik boldogságával. Suto, Megumi és Takehara, Hitoshi pedig a CSR 21. századbeli fejlődését elemzik, azt, hogy a japán kormány milyen mértékben veszi ki a részét a vállalati finanszírozásban, amely a 20 század végi piaci orientáltságból a társadalmi és környezet védelmi elkötelezettség felé kezdett irányulni. SUTO, Megumi – TAKEHARA, Hitoshi: Corporate Social Responsibility and Corporate Finance in Japan. Advances in Japanese Business and Economics. 17. Singapore, Springer Nature Singapore Pte Ltd., 2018, 1-13.

19 www.en.wikipedia.org/wiki/LOHAS (2020. 07. 15.)

kapcsolatokon keresztül sokféle impulzus éri őket. A helyi közösségek és a vállalatok kapcsolatrendszerének gyökereit az adja, hogy a helyi társadalom rendelkezik olyan sajátos problémákkal, amelyek csak részben tekinthetők a makrogazdaság helyi vetületeinek.²⁰ Ezen kívül a vállalatok működésük során valamennyien kapcsolatba kerülnek a természeti környezettel is. A vállalatok környezetromboló tevékenységét a társadalom és az állam számos eszközzel próbálja féken tartani. Az állami szerepvállalás a közvetlen gazdasági szabályozáson túl a gazdaság működéséhez szükséges munka és reál infrastruktúra megteremtését is jelenti, mindezek túlmutatnak a gazdasági szférán. Az alternatív közgazdaságtan²¹ például már az 1970-es években a 'humanizáció' és az 'ökologizáció' elvére építve a gazdaságon kívüli értékekre helyezte a hangsúlyt, s ennek alapján a társadalmilag és morálisán felelős vállalati koncepciók, valamint az etikai koordináció előtérbe kerülését sürgette. A huszonegyedik században a jogalkalmazásban is egyre fontosabb szerephez jut a közgazdaságtan, a verseny és az ágazati szabályozásban egyre nagyobb mértékben kerülnek alkalmazásra a közgazdasági elemzések.²² A társadalmi és gazdasági élet komplex rendszere minden szereplő aktív részvételét és ezáltal aktív felelősségvállalását követeli meg.

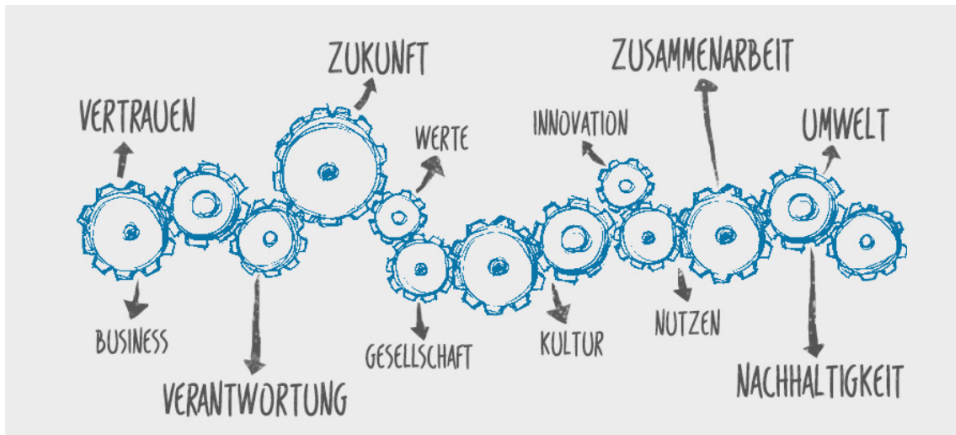
A CSR egy olyan felelős magatartást, amelynek elemei a következők:

- Gazdasági Fenntarthatóság
- Vállalatirányítás (Corporate Governance) és Szolgáltatékészség (Compliance)
- Klíma és Környezeti felelősség
- Szociális felelősség
- Termékfelelősség
- Társadalmi szerepvállalás

20 CHIKÁN Attila: *Vállalatgazdaságtan*. Budapest, Aula Könyvkiadó, 2008, 107-125.

21 Olyan törekvések elvi alátámasztása, amelyek az átfogó ökológiai katasztrófák elkerülésére a gazdálkodás teljes rendszerét figyelembe vevő emberléptékű és konstruktív megközelítést sürget, és felhívja a figyelmet arra, hogy az erőforrásokat nem szabad korlátlanul felhasználni. SCHUMACHER, E. F. www.en.wikipedia.org/wiki/E._F._Schumacher (2020. 06. 15.)

22 Forensic economics. VALENTINY Pál: *Közgazdaságtan a jogalkalmazásban. Közgazdasági Szemle*, 2019, 66 (2), 134-162.



1. ábra. Forrás: Német Szövetségi Munkaügyi és Szociális Minisztérium.²³

4. CSR Németországban²⁴ és a Nemzeti CSR-Fórum²⁵

A vállalatok társadalmi és környezetvédelmi felelősségvállalásának gyökerei Németországban több mint egy évszázados múltra nyúlnak vissza. Otto von Bismarck²⁶ Németországában már a 19. században kialakult az a gyakorlat, hogy a gyárak elkezdtek törődni a munkavállalókkal, és átvállaltak olyan feladatokat, mint a lakásépítés, iskolák alapítása, kulturális intézmények létrehozása a termelés közvetlen környezetében. Ugyanakkor azt is korán felismerték a vállalkozók, hogy a bizalom egy fontos valuta, amelynek hatalmas értéke van az ügyfelek, az üzleti partnerek, a dolgozók és a politikusok szemében egyaránt. A szakszervezeti mozgalmak, valamint a nyugdíj, beteg- és baleset-biztosítás bevezetésére irányuló első szociális állami lépések is mind a vállalatok szociális felelősségvállalásának közvetlen eredményei, amelyek

23 Bizalom, Business, Felelősség, Jövő, Értékek, Társadalom, Kultúra, Innováció, Hasznosság, Együttműködés, Fenntarthatóság, Környezet.

24 www.csr-in-deutschland.de/DE/Startseite/start.html (2020. 09. 20.)

25 www.csrforum.eu/programm/ (2020. 09. 20.)

26 Otto Eduard Leopold von Bismarck-Schönhausen (1815-1898) szociális törvényeivel tulajdonképpen az iparosodás következményeként létrejött szociális szükségletekre próbált meg reagálni. Felismerte, hogy politikailag jobban jár, ha gondoskodik a munkásokról, elkerülve ezzel a szélsőséges szociális mozgalmak létrejöttét. 1883-ban bevezette a kötelező járulékokon nyugvó betegbiztosítást és 1884-ben a baleset-biztosítást. Ezek a törvények vezettek később a ma is működő betegbiztosítási pénztárok létrejöttéhez. 1889-ben a Reichstag elfogadta az öregségi biztosítást, majd 1891-ben bevezette a kötelező nyugdíjbiztosítást.

megalapozták a vállalatok és az állam együttműködését. A szociális partnerség,²⁷ a munkavállalók (szakszervezetek) és munkaadók közötti partnerségi kapcsolat is innen eredeztethető. A vállalati oktatási szerepvállalásból kialakult duális képzési rendszer is egy központi eleme a német gazdaságnak. A vállalatok hozzájárulása a társadalmi jóléthez sokkal erősebb Németországban, mint bárhol máshol a világban.

A német kormányon belül a Szövetségi Munkaügyi és Szociális Minisztérium a témavezető, de a CSR keretében történő összes kormánylépés szorosan összekapcsolódik a gazdasággal és a civil társadalommal. A Nemzeti CSR-Fórumot 2009-ben a Munkaügyi Minisztérium (Arbeitsministerium) keltette életre. A CSR-Fórum 41 magas rangú szakértőből áll, akik a gazdaságot, a szakszervezeteket, civil szervezeteket (NGO-kat), a tudományos életet képviselik együttműködve az érintett szövetségi minisztériumokkal (Szövetségi Gazdasági és Energia Minisztérium – BMWi, Szövetségi Munkaügyi és Szociális Minisztérium – BMAS). A Fórum legfontosabb feladata a német kormánnyal közösen a 2010-es nemzeti stratégia²⁸ kidolgozása volt. A Bundestag 2016 áprilisában foglalkozott a CSR kérdéskörével²⁹ azzal a céllal, hogy a felelős tevékenységet végző vállalatok aktivitása és a nemzeti CSR-lépések minél szélesebb nyilvánosságot kapjanak. A CSR-Fórum évente kétszer ülésezik, és tanácsokat ad a kormánynak a 2010-es nemzeti CSR stratégia továbbfejlesztésére. Az üléseket egy 9 tagú vezetőség készíti elő. A COVID-19 pandémia miatt az idei, április végére tervezett 16. Deutsche CSR-Fórumot őszre halasztották. A fórum szervezői felhívták a figyelmet a rizikó csoportok védelmére és az egészségügyi rendszer támogatására szólítottak fel. A nemzeti CSR-Fórum 2015-ös nyitó előadásán Andrea Nahles (SPD) korábbi munkaügyi miniszter felhívta a figyelmet a nemzetközi felelősségvállalás szerepére, és utalt az ENSZ 2011-es gazdasági és emberi jogi alapelveire³⁰ (UN Guiding Principles on Business and Human Rights: UN doc A/HRC/17/31) és annak nemzeti megvalósítására.³¹

27 PRIDDAT, Birger P.: *Leistungsfähigkeit der Sozialpartnerschaft in der Sozialen Marktwirtschaft. Mitbestimmung und Kooperation*. Marburg, Metropolis, 2011.

28 www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/EN/PDF-Publikationen/a398-csr-action-plan-englisch.pdf?__blob=publicationFile (2020. 07. 15.)

29 www.bundestag.de/resource/blob/424954/76374d447099012620a493400ba0001c/wd-5-032-16-pdf-data.pdf Corporate Social Responsibility (CSR) Aktueller Stand in Deutschland (2020. 06. 15.)

30 www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf (2020. 09. 20.)

31 www.auswaertiges-amt.de/blob/297434/8d6ab29982767d5a31d2e85464461565/

A felelős vállalatokról szóló nemzeti stratégia megvalósításában fontos szerepet kapott az OECD felelős multinacionális vállalatirányításra vonatkozó irányelveinek³² átültetése, az ILO munkanormáinak³³ megvalósítása és az UN Global Compact³⁴ útmutatása, melyek világszerte fontos eszközei a felelős vállalatvezetés támogatásának, mert ezek magatartási kódexként kiemelkedő szerepet játszanak nemzetközi beruházásoknál és a vállalati együttműködésekben. Előírásokat tartalmaznak arra nézve, hogy a vállalatoknak hogyan kell eljárniuk a szakszervezetekkel szemben, aktivitásuk kifejtésekor hogyan kell ügyelniük a környezetvédelemre, részt kell venniük a korrupció elleni harcban, figyelembe kell venniük a fogyasztók érdekeit (fogyasztóvédelem). Ebben fontos lépést jelent a nemzetközi beszállítókért vállalt felelősség és a termékek környezettudatos előállítása.

A német kormány legfontosabb CSR-tevékenysége az elmúlt években a Munkaügyi Minisztérium (BMAS) és a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Minisztérium (BMWZ) közös kezdeményezése a „Jó munka a világszerte fenntartható szállítói hálózatok által” („Gute Arbeit weltweit durch nachhaltige Lieferketten fördern”) című dokumentum kidolgozása, ami a német G7 elnökség alatt került napirendre. A nemzeti akcióterv kidolgozása az ENSZ gazdasági és emberi jogi alapelveinek megvalósítására („Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte”³⁵), az ISO 26000³⁶ szociális felelősségre vonatkozó normájának betartása, valamint az EU 2014/95/EU („CSR-Richtlinie”) sz. irányelvének átültetése Az erről szóló törvény³⁷ („Gesetz zur Umsetzung der EU-Richtlinie zur Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen in nationales Recht”) 2017. április 19-én lépett hatályba.

A vállalati megbízásokról szóló EU irányelvek (214/24/EU: ivóvíz, energia és közlekedés, 214/25/EU: postai szolgáltatások és 214/23/EU: koncessziók)

nap-wirtschaft-menschenrechte-data.pdf (2020. 10. 13.)

32 www.oecd.org/berlin/publikationen/oecd-leitsaetze-fuer-multinationale-unternehmen.htm (2020. 06. 15.)

33 www.ilo.org/berlin/arbeits-und-standards/kernarbeitsnormen/lang--de/index.htm (2020. 05. 10.)

34 www.unglobalcompact.org/ (2020. 05. 10.)

35 www.auswaertiges-amt.de/blueprint/servlet/blob/297434/8d6ab29982767d5a31d2e85464461565/nap-wirtschaft-menschenrechte-data.pdf (2020. 05. 10.)

36 www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html (2020. 05. 10.)

37 A német jogalkotó egy az egyben átültette az irányelvet: §§ 289b ff. HGB (Einzelabschluss) és a §§ 315b ff. HGB (Konzern), amely a 2017-es üzleti évtől érvényes.

reformja³⁸ a német kormány beszerzéseire is kihatással volt.³⁹ A beszerzések modernizálásáról a német kormány 2015-ben hozott döntést.⁴⁰

5. A CSR Stratégia továbbfejlesztésének központi elemei

A CSR Stratégia továbbfejlesztésének központi elemei:

- Kis és közepes vállalkozások támogatása,⁴¹ CSR-díj⁴² adományozása.
- A nemzeti stratégia nemzetközi szinten való megvalósítása, a német pozíció nemzetközi szintén (EU, G7, G20, ILO) való hatékonyabb képviselése.

A nemzeti CSR-Fórum által 2018-ban elfogadott „Berlini konszenzus a vállalatok felelősségéről a szállítói és hozzáadott értéket produkáló hálózatok iránt”⁴³ elnevezésű határozat megvalósítása, amelynek célja, hogy a vállalatok növekvő felelősséget vállaljanak beszállítói hálózatukért és biztonságosabbá tegyék a szállítási csatornáikat.

A vállalatok társadalmi felelősségéről szóló EU Stratégia⁴⁴ és az EU 2014/95/EU számú irányelvének megvalósítása.

2020-ban a szakértőkből álló zsűri 25 vállalatot választott ki, akik esélyesek német kormány CSR-díjára. Három kategóriában és a 2 külön kategóriában „CSR és a digitalizáció”, valamint „Felelős beszállítói hálózat-menedzsment” lehetett pályázni, a zsűri minden kategóriában 5-5 vállalatot választott ki a 168 pályázó közül. A pályázatok 80 százaléka olyan vállalatoktól származott, akik először vettek részt a megmérettetésben.

38 www.deutsches-ausschreibungsblatt.de/da/service/glossar/vergaberechtsreform-2016/ (2020. 05. 10.)

39 www.csr-in-deutschland.de/DE/Wirtschaft-Menschenrechte/Engagement-Bundesregierung/Aktivitaeten-der-Bundesregierung/Oeffentliche-Beschaffung/oeffentliche-beschaffung.html (2020. 05. 10.)

40 www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/E/eckpunkte-zur-reform-des-vergaberechts.pdf?__blob=publicationFile&v=3 (2020. 05. 10.)

41 www.csr-innovation.de/ (2020. 05. 10.)

42 www.csr-in-deutschland.de/DE/CSR-Preis/CSR-Preis-2020/csr-preis-2020.html (2020. 05. 10.)

43 www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Thema-Arbeitsrecht/csr-konsens-lieferwertschoepfungsketten.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (2020. 06. 15.)

44 www.ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/DE/1-2011-681-DE-F1-1.Pdf (2020. 06. 15.)

6. Vállalati polgárság (Corporate Citizenship⁴⁵–CC)

A CSR stratégia átültetése minden vállalatnál más és más. Más tevékenységet fejt ki egy termelő vállalat, és mást egy kereskedő vagy egy tőzsdén jelenlévő konzern, és megint mást egy közepes méretű családi vállalkozás, amelynek mély regionális gyökerei vannak. A CSR-stratégiát csak olyan vállalkozások tudják sikeresen megvalósítani, amelyek tisztában vannak saját tevékenységükkel és az általa okozott hatásokkal. A kiegészítő társadalmi hasznosságú aktivitás ('Add on') sikerének gyümölcse lehet a munkabiztonság növekedése, a dolgozói elégedettség, az energia hatékonyság vagy a beszállítókkal szembeni minimális standardok betartása. A vállalati polgárság ezzel szemben kifejezetten csak az üzleti tevékenységen felüli közhasznú szerep vállalást (elkötelezettséget) jelenti, amely szponzorálási, adományozási, alapítványi tevékenységekben nyilvánulhat meg.

A digitális vállalati kommunikációt vizsgáló Net Federation GmbH⁴⁶ évente három kritérium szerint vizsgálja és elemzi a konzern struktúrával rendelkező német cégeket: Tartalom és Formatervezés, Párbeszéd és Interakció, Technológia és Vevőszolgálat. A vállalati vizsgálati mérce négy részterületből áll: Corporate Social Responsibility (CSR), Human Resources (HR), Media Relations (MR), Vállalati tevékenység.

7. Korona pandémia és az Európai Zöld Megállapodás⁴⁷

Az 1992-ben alapított UnternehmensGrün⁴⁸ 2020 áprilisában kezdeményezte, hogy a koronavírus által okozott gazdasági nehézségeket orvosolni hivatott Európai Unió támogatások (Recovery Fund⁴⁹) elosztásának figyelembevételkor

45 www.csr-iso-26000.de/csr/corporate_citizenship/ (2020. 06. 15.)

46 www.csr-benchmark.de/corporate-social-responsibility-benchmark-2019/benchmark (2020. 06. 15.)

47 „Ahhoz, hogy teljesüljön a klímasemlegességi cél, minden gazdasági ágazatnak cselekednie kell. Együttes feladataink a következők: beruházás a környezetbarát technológiákba; az innováció előmozdítása az ipari szereplők körében; tisztább, olcsóbb és egészségesebb közlekedési formák bevezetése, mind az egyéni, mind a tömegközlekedésben; az energiaágazat széntelenítése; az épületek energiahatékonyságának biztosítása; együttműködés nemzetközi partnereinkkel a világszintű környezetvédelmi szabványok javítása érdekében.” Európai Bizottság

48 www.unternehmensgruen.org/blog/2020/04/20/corona-und-green-deal-beschleunigen-nicht-bremsen/ (2020. 06. 15.)

49 www.bloomberg.com/news/articles/2020-04-26/eu-recovery-fund-should-be-around-1-6-trillion-gentiloni-says (2020. 07. 15.)

olyan munkaintenzív és digitalizációban éllovas szektorok kerüljenek a középpontba, amelyek a klímavédelem és az energiahatékonyság kritériumainak eleget tesznek. A Green Deal⁵⁰ programot nem szabad lelassítani, és a COVID-19-okozta gazdasági recesszióból való gazdaság élénkítési stratégia megvalósítása (regeneráció) nem mehet a Zöld Európa felépítésének rovására.

A francia Pascal Canfin Európai Parlamenti képviselő a Covid-19 utáni újjáépítésben a Zöld Európát támogató kezdeményezését⁵¹ 200 politikus, szakszervezeti vezetők, NGO képviselői és vállalati vezetők is aláírtak, köztük például az E.ON, L’Oreal, Danone, Coca Cola, H&M, Volvo, Microsoft, Renault és az Ikea. A felhívást a német, francia, belga, olasz, portugál, spanyol és szlovák média is felkarolta. A kezdeményezés támogatói azt követelik, hogy a korona pandémiát követő összeurópai rekonstrukcióban csak klímabarát és energiatakarékos beruházások támogatása jöhessen számításba.

Az európai gazdaságot tehát csak akkor sikerül fenntarthatóvá tenni, ha az éghajlatváltozásokat és a környezeti kihívásokat minden szakpolitikai területen figyelembe veszik.

„A koronavírus-válság rávilágított arra, milyen sebezhetőek vagyunk, és mennyire fontos, hogy helyreállítsuk az egyensúlyt az emberi tevékenység és a természet között. A biodiverzitási és „a termelőtől a fogyasztóig stratégia”⁵², amelyek az európai zöld megállapodás központi elemei, új és jobb egyensúly kialakítását célozzák meg a természet, az élelmiszerrendszerek és a biológiai sokféleség között. A cél az, hogy megvédjük az emberek egészségét és jóllétét, egyúttal pedig az EU versenyképességét és ellenálló képességét is javítsuk. Ezek a stratégiák létfontosságúak ahhoz, hogy megvalósuljon az a nagy ívű átmenet, amelynek most tesszük meg az első lépéseit.”⁵³

A felelős vállalati tevékenység egyre fontosabb és feltűnőbb szerepet kap a vállalatok marketing-tevékenységében,⁵⁴ az egyes területeken átvállalt

50 www.ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en, www.ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_hu#aktualitasok (2020. 07. 15.)

51 www.tagesschau.de/inland/green-deal-103.html (2020. 07. 15.)

52 Megfizethető árú és fenntartható módon előállított egészséges élelmiszerek az európai polgárok számára. Fellépés a klímaváltozás ellen; a környezet védelme; a biológiai sokféleség megőrzése; méltányos gazdasági megtérülés az élelmiszerláncban belül; a biogazdálkodás előmozdítása.

53 Frans Timmermans, az Európai Bizottság ügyvezető alelnöke.

54 Néhány példa: Siemens Group: www.new.siemens.com/global/en/company/sustainability.html (2020. 10. 10.); Volkswagen Group (VW): [10-06-15_gp_MSF_BMU\(4sustainability.de\)](http://10-06-15_gp_MSF_BMU(4sustainability.de)) (2020. 10. 10.); REWE Group: www.rewe-group.com/de/nachhal-

társadalmi célú aktivitás számos vállalat logójában is megjelenik. A cégek CSR-stratégiája elősegíti az ENSZ által 2015-ben meghatározott célok megvalósulását. Kétségtelen, hogy ezek a célok elsősorban államok és kormányok számára kerültek megállapításra, azonban azok tényleges megvalósulása nagyban függ a gazdasági élet szereplőinek hozzáállásától. A stratégia ilyen módon való kidolgozása lehetővé tette, hogy a fenntartható fejlődés programjába bekerüljenek a jövőre nézve kulcsfontosságú területek. Például az alapvető emberi jogok tiszteletben tartása, a közlekedési eszközök modern vezetését biztosító technológiák fejlesztése, és a biztonság. A fenntartható fejlődés globális szabványai alapján felépített belső döntési és ellenőrzési struktúra célja, hogy a jövőben a vállalatok a fenntartható fejlődés érdekében tett lépései folyamatosak legyenek és azokat a „Sustainability Reporting Standards of the Global Reporting Initiative⁵⁵ (GRI)” szabványaihoz igazítsák. Tehát egy jól kidolgozott CSR stratégia nemcsak a munkaerőpiacon juttatja előnyösebb helyzetbe a vállalatot, hanem segíti a fogyasztók megtartását és egy új, környezettudatos vevőkör megnyerését. Könnyíti az együttműködést az azonos értékek alapján működő más gazdálkodó szervezetekkel, valamint az etikus marketing stratégiának köszönhetően 'láthatóvá' teszi a vállalati törekvéseket a médiában is. A nemzetközi klímavédelmi célokhoz illeszkedő tudatos vállalati felelősségvállalásnak konkrét gazdasági hozadéka is vannak elsősorban a regionális, de a globális piaci versenyben is, hiszen a kormányok adókedvezményekkel jutalmazták a környezettudatos cégeket, és a CSR előnyöket jelenthet állami, valamint regionális támogatások elnyerésénél is.

tigkeit (2020. 10. 10.); Daimler Konzern: www.daimler.com/nachhaltigkeit/strategie.html (2020. 10. 10.); Lufthansa Group: www.lufthansagroup.com/en/responsibility/corporate-responsibility.html (2020. 10. 10.); Az európai közös vállalkozás, az Airbus SE: www.airbus.com/company/sustainability/corporate-citizenship.html (2020. 10. 10.); Würth Group: www.wuerth.com/web/de/wuerthcom/engagement/nachhaltigkeit/nachhaltigkeit.php (2020. 10. 10.); www.wuerth.de/web/media/downloads/pdf/nachhaltigkeit/WRTH_NHB2017_Ressourcen.pdf (2020. 10. 10.); Sanofi Group in Deutschland: [CSR-Report-2019-Sanofi-Deutschland.pdf](http://www.sanofi.com/de/unternehmen/nachhaltigkeit/) (2020. 10. 10.); Robert Bosch GmbH: www.bosch.com/de/unternehmen/nachhaltigkeit/ (2020. 10. 10.)

55 www.globalreporting.org/standards (2020. 06. 15.)