

COMPUTER UND ARBEIT

10
2012

Vernetztes Wissen für Betriebs- und Personalräte



Unternehmensethik

Die sozialen Medien und das Web 2.0 zwingen Konzerne zu mehr Transparenz und unterstützen sie zugleich . . . **Seite 25**

Beschäftigtendaten

Eine Umfrage unter Belegschaftsvertretern zum Datenschutz kommt zu alarmierenden Ergebnissen. Es besteht Handlungsbedarf . . . **Seite 30**

Loss Prevention

Systeme zur Aufdeckung von Kassenfehlbeständen dürfen ohne Betriebsvereinbarung nicht genutzt werden – ein Regelungsbeispiel **Seite 32**

Soziale Medien – neue Aufgaben für die Interessenvertretung

In Zusammenarbeit mit:

- Arbeitsrecht im Betrieb
- Der Personalrat

Unternehmen am Pranger

Soziale Medien fördern verantwortliches Handeln

Alexander Klier // DGB-Bildungswerk Bayern

HIER LESEN SIE:

- das Web 2.0 zwingt Konzerne zu mehr Transparenz und unterstützt sie gleichzeitig dabei
- eine DIN-Norm gibt Orientierung, wie gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen umzusetzen ist
- Social Media hilft Interessenvertretungen bei der Bewertung von Prozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette



Das Internet und dort vor allem die sozialen Medien haben sich zu einem nicht zu unterschätzenden Machtfaktor entwickelt. Missstände in international tätigen Konzernen, z. B. bei den Arbeitsbedingungen, können sich auf diese Weise in kürzester Zeit weltweit verbreiten und für Empörung sorgen und auch zu Boykottaufrufen führen. Durch diese neue Form der Öffentlichkeit muss die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung und deren Vermittlung über die neuen Medien noch mehr Beachtung finden. Diese Offenheit können Betriebsräte wiederum systematisch für ihre Arbeit nutzen. Bei der Bewertung von Prozessen entlang der gesamten Wertschöpfungskette hilft ihnen außerdem das Internet mit seinen interaktiven und kollaborativen Möglichkeiten.

Am 5. März 2012 wurde im Internet ein Video veröffentlicht, das wie kein anderes zuvor davon zeugt, welche enorme politische Macht die sogenannten sozialen Medien und das Internet entfalten können. Unter Schlagzeilen wie „Das Internet jagt einen Massenmörder“ (Stern), „Kony 2012 oder die erste Online-Treibjagd auf einen Verbrecher“ (ZDF) bzw. „Kony 2012: Mit Social Media gegen den Völkermörder?“ (Zeit) gab es online eine heftige und durchaus kontroverse Auseinandersetzung um ein Video, das bis zu diesem Zeitpunkt zum am meisten angesehenen im Netz wurde. Durch den Film einer bis dahin unbekanntem NGO namens „Invisible Children“ wurde der Massenmörder Joseph Kony – und seine Taten

– binnen Stunden einer Weltgemeinschaft bekannt.¹ Die grundsätzliche Idee, über die sozialen Medien Missstände in einer globalen Öffentlichkeit anzuprangern, wurde mit diesem Video äußerst wirksam umgesetzt.

Die Kampagne beweise, so der Stern, „dass sich die sozialen Netzwerke durchaus dazu nutzen lassen, auch unbequeme Themen aufs Tableau zu bringen“ und zeuge davon, dass Menschen darauf angesprochen werden können, dass es globale und grundsätzliche Probleme gibt, die es anzupacken gilt.

Das ist auch der Erfolg von Kampagnen wie AVAAZ oder Campact², die über das Internet massenhaft Menschen ansprechen und für unterschiedliche Aktionen gewin-

nen können. Über die neuen Medien kann man sich mittlerweile vor allem gut darüber informieren, wie sich transnationale Konzerne in anderen Ländern verhalten. So ist etwa unter dem Stichwort „Der Fall Coca Cola“ eine sehenswerte und sehr ausführliche Dokumentation auf YouTube zum Verhalten des Konzerns – beispielsweise seiner Abfüllfabriken in Kolumbien, Guatemala und der Türkei – zu sehen. Dort werden in Bezug auf die Arbeitsbedingungen die Menschenrechte mit Füßen getreten.

Mutmaßliche Kidnappings, Folter oder auch die Ermordungen von Gewerkschaftsführern gehören hier, oft in Tochterfirmen ausgelagert, zum „Geschäftsmodell“. Insgesamt zeigt sich, dass die Öffentlichkeit

des Gebarens transnationaler Konzerne im Netz und die Auseinandersetzung mit sozialen Medien ein Thema ist, das auch Interessenvertretungen interessieren muss, denn es liegt nahe, dass dies nicht nur für Regierungen, sondern vor allem für transnationale Unternehmen zu einem Problem werden kann.³ Und damit auch für die darin tätigen Interessenvertretungen.

Transparenz und globale Verantwortung

Mittlerweile ist unbestritten, dass die Privatwirtschaft eine eigenständige Verantwortung für die Einhaltung und Verbreitung der Menschenrechte hat. Deshalb korrelieren beispielsweise die Ausführungen der ISO 26000 als neuem Leitfadens zur Umsetzung gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen mit der Feststellung, dass die Missachtung der Kollektivrechte, also z. B. die Gründung von Gewerkschaften, eines der am meisten missachteten Menschenrechte darstellt. Wie es darum tatsächlich bestellt ist und wer die Aussagen der Konzerne dazu kontrollieren kann, ist dabei ein heiß umstrittenes Thema. Insbesondere aber, und das verweist wieder auf die Rolle der sozialen Medien, ist ein neuer Blick darauf zu werfen, wie sich die Unternehmensverantwortung über die Wertschöpfungskette erstreckt – und entsprechend kritisch begleitet wird oder werden kann.

Kette im Blick

Im Rahmen der ISO 26000 soll das Augenmerk auf dem Bezug zum Kerngeschäft liegen. Wenn dieses darin besteht, Elektronik zu produzieren und zu verkaufen, dann bedeutet unternehmerische Verantwortung in diesem Zusammenhang auch, die Abbaubedingungen der Metalle zu kennen sowie die Probleme, die sich aus der Entsorgung ergeben, in den Blick zu nehmen. Nicht nur in den Blick: über geeignete Prozesse und Audits dafür zu sorgen, dass sich die Bedingungen ändern und global akzeptierte Standards umgesetzt werden.

Die Verantwortung wird formuliert als Verpflichtung „für die Auswirkungen ihrer Entscheidungen und Tätigkeiten auf die Gesellschaft und Umwelt durch transparentes und ethisches Verhalten“ über die

gesamte Wertschöpfungskette gerade zu stehen. Möglich wird dann, dass die gesellschaftliche Verantwortung „in der gesamten Organisation integriert ist und in ihren Beziehungen gelebt wird“.⁴

Das Bekenntnis der ISO 26000 zur Verantwortung über die gesamte Produktionskette hinweg ist insofern wegweisend, als die Wertschöpfungskette bisher noch nicht im Fokus einer unternehmerischen Gesamtverantwortung steht. Und leider auch nicht im Fokus des Handelns der Interessenvertretungen.

Zertifizierungen und Transparenz

Entgegen bereits etablierter Standards wie etwa SA 8000 oder auch der BSCI (Business Social Compliance Initiative) sieht die ISO 26000 keinerlei Auditierung vor. Eine Forderung, die insbesondere der Deutschen Industrie wichtig war und dennoch ungewöhnlich für eine ISO-/DIN-Norm ist.

Eine problematische Situation und Zündstoff für Kritik ist die Freiwilligkeit auch deshalb, weil damit eine Beliebigkeit bei der Auswahl von Maßnahmen bleibt. Und schließlich stellt sich die Frage, wer denn nun kontrollieren kann, ob sich die jeweiligen Organisationen tatsächlich konform mit der ISO 26000 verhalten. Im Rahmen der Norm sollen dafür „sämtliche Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft transparent gemacht werden“.⁵ Eine Regelung, die wesentlich weiter geht als beispielsweise die deutsche Gesetzgebung, die sich hierbei meist nur auf die betriebliche Rechnungslegung bezieht.

Es ist ein Anspruch, der von Unternehmen erst einmal ernst genommen und umgesetzt werden will. Eine weitere Möglichkeit bietet die Einbeziehung unabhängiger und vertrauenswürdiger Dritter – aber auch und gerade die Nutzung des Internet. Und zwar deshalb, weil externe Stakeholder die sozialen Medien gezielt und leicht für eine kritische Berichterstattung, aber auch für einen Dialog, verwenden können.

Berichterstattung im Internet

Über Maßnahmen, die sie einer sogenannten Corporate Social Responsibility (CSR) – also einer unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung – zuordnen, berichten die meisten Unternehmen mittlerweile

relativ konsequent; und in Ergänzung zu den Print-Berichten immer häufiger über eigene Bereiche im Internet bzw. auf der Homepage. Doch trotz aller Bemühungen bleibt bei den meisten Unternehmen, die ein CSR-Programm verfolgen, systematisch unberücksichtigt, dass sie „auch und zuallererst mit ihrer eigenen wirtschaftlichen Tätigkeit gesellschaftliche Verantwortung übernehmen sollten“.⁶

Insofern ist eine Berichterstattung über karitative Maßnahmen eigentlich nicht das Ziel. Es geht vielmehr um einen Diskurs über die erreichbaren Ziele einer gesellschaftlichen Verantwortung sowie aktuelle Informationen über die Erfolge und Hindernisse auf dem Weg dorthin und um eine Verbindung zwischen Nachhaltigkeitszielen und den Beziehungen zu den wichtigsten Stakeholdern. Für eine echte Vernetzung in diesem Sinn bietet sich das Internet vor allem aus zwei Gründen an⁷:

- Technisch kann ein breites Potenzial angeboten werden wie z.B. Hypertextualität, mediengerechte und barrierefreie Textgestaltung sowie Angebote an Multimedia-Informationen. Auch eine rasche Aktualisierung von Informationen ist über das Internet möglich.
- Vor allem jedoch können mit Hilfe der neuen und sozialen Medien echte Kommunikationskanäle geschaffen werden, die Nachhaltigkeitsberichterstattung also zu einem inhaltlichen Austausch mit den relevanten Stakeholdern ausgebaut werden.

Immerhin 20% der Internet-Nutzer in Deutschland beteiligen sich an Diskussionsforen und in Chat-Räumen. Bei Jugendlichen ist dieser Anteil noch sehr viel höher. Ideale Bedingungen, um in einen echten Dialog über Nachhaltigkeit zu treten.

Kommunikation gesellschaftlicher Verantwortung

Weil der rechtliche Rahmen den moralischen Entwicklungen immer hinterherhinkt, muss die gesellschaftliche Verantwortung auch auf einer Basis von Freiwilligkeit innerhalb der transnational und national agierenden Organisationen stattfinden. Unternehmen müssen in einem echten Sinn Handeln und aufgrund einer moralischen

Überlegung zum Thema gesellschaftliche Verantwortung offenbaren.

Denn nur wenn es nicht alleine auf den gesetzlichen Zwang für ein entsprechendes Handeln ankommt, sondern weil es moralisch geboten ist, können nachhaltige und neue Pfade der gesellschaftlichen Verantwortung entwickelt werden. Solche ethischen Abwägungen werden wiederum erst dann eine Grundlage unternehmerischer Entscheidungen darstellen, wenn sich die Mehrheit der Menschen dazu verhält und moralische Standards zur Grundlage – etwa ihrer Einkaufsentscheidungen – machen.

Wozu wiederum die Aufklärung über das tatsächliche Verhalten der Unternehmen, ganz im Sinne einer politischen Willensbildung, gehört. Zusammen mit einer gelebten Transparenz, welche die Kontrollfrage klärt und die Antwort den Stakeholdern, bei denen einer der wichtigsten die eigenen Beschäftigten sind, im Sinne einer kritischen Öffentlichkeit überlässt.

Von „geleakten“ Dokumenten ...

Insbesondere Stakeholder können mit Hilfe des Internet „in Bezug auf unternehmerisches Handeln eine bisher kaum gekannte Transparenz herstellen“.⁸ Bisher jedoch werden vor allem die Investoren mit großzügigen Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung bedient, weniger bis gar nicht die sonstigen Anspruchsgruppen – auch nicht die eigenen Beschäftigten und ihre Vertretungen. Das zeigt, dass sich die Unternehmen „einem direkt über das Internet geführten Dialog nur bedingt öffnen“.⁹

In der Regel gibt es weder Möglichkeiten zu vertraulichen Dialogen, noch namentliche Ansprechpartner. Überhaupt keine Rolle spielen bisher öffentliche Dialogmöglichkeiten wie etwa Chats oder Diskussionsforen. Das ist insofern bedauerlich, als vor allem hierüber das Anliegen einer transparenten Kommunikation möglich und ein echter Austausch realisierbar sind.

Eine Lösung kommt jedoch von einer ganz anderen Seite, wenngleich wohl nicht im Sinne der meisten Unternehmen: Online-Plattformen wie WikiLeaks oder OpenLeaks wollen – und werden – die bestehende Lücke nutzen. Die Idee, mit der Julian Assange angetreten ist, hat nicht nur

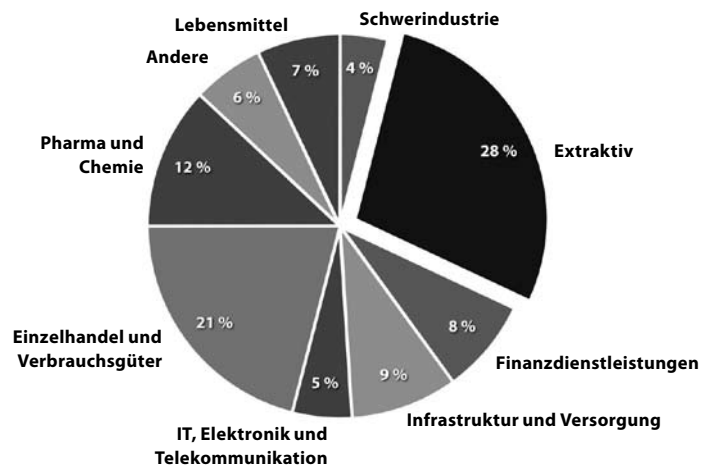
den Journalismus verändert. Sie steht wie keine andere für die zentrale Aufgabe einer glaubhaften Nachhaltigkeitskommunikation: für Vertrauen durch absolute Transparenz auch und gerade bei problematischen Tatbeständen. Ein Metier, in dem guter Journalismus immer zu Hause war. Weshalb es wohl nicht zufällig so ist, dass immer mehr Redaktionen großer Journale, Zeitungen und auch der Fernsehsender nach dem Vorbild von WikiLeaks anonyme „Briefkästen“ im Netz präsentieren.¹⁰

tionsgebern. Entgegen dem Anliegen echter Transparenz im Bereich der Nachhaltigkeit durchforsten die Sicherheitsabteilungen systematisch den E-Mail- und Telefonverkehr und schauen sich dabei Geheimdienstmethoden ab. Oft genug, um damit einen Abhörskandal zu generieren.

Darum gibt es hier mittlerweile im Netz eigene „Selbsthilfegruppen“ und viele Informationen bzw. Dialogangebote dazu, wie man sich einen guten Umgang damit vorstellt.

Verantwortung von Unternehmen im extraktiven Bereich

Verstöße gegen Menschenrechte nach Branchen



Nach einem offiziellen Bericht des UN-Sonderbeauftragten für Wirtschaft und Menschenrechte von 2008 gab es, nach Branchen gegliedert, im extraktiven Bereich besonders viele Verstöße gegen die Menschenrechte. Einnahmen aus dem extraktiven Bereich sind für viele Länder von enormer wirtschaftlicher Bedeutung. Ihre Gewinnung hat jedoch oft verheerende Folgen für die ökonomische Entwicklung und den Frieden. Für die ISO 26000 sind Vorteile, die sich daraus für Firmen im Anschluss ergeben, nicht statthaft.

Denn eins ist auch klar: „Ohne redaktionelle Aufbereitung gehen viele dieser Informationen einfach unter“.¹¹ Nicht nur ohne Aufbereitung. Auch ohne genügend Schutz, beispielsweise durch die Wahrung der Anonymität, werden die Informationen spärlich fließen. Informationen, über die Insider verfügen und die sie, ihrem Gewissen und ethischen Richtlinien folgend, immer öfter als „Pfeifenbläser“ (Whistleblower) zur Verfügung stellen wollen.

... und Whistleblowing im Netz

Trotz aller Fortschritte bleibt das größte Risiko im Moment noch bei den Informa-

tionen. Wenn ein an Werten orientiertes und integrires Handeln in den Vordergrund gerückt werden soll, dann können die Whistleblower ein Vorbild für Loyalität und Respekt gegenüber Mitarbeitern, Mitmenschen und der Natur abgeben.¹² Damit sie diese Funktion wahrnehmen können, wird in einigen Unternehmen zweierlei unternommen:

- Es werden explizit und auf breiter Ebene bzw. über alle Beschäftigte ethische Entscheidungsgrundlagen und moralische Überlegungen geschult.
- Das Meldesystem Whistleblowing wird nach außen hin geöffnet, so dass z.B.

auch Kunden und Lieferanten als Hinweisgeber fungieren können. Hinweisgebersysteme, die für jeden offen stehen, sind bisher eine große Ausnahme. Doch gerade hier wiederum ergibt sich über die sozialen Medien und das Internet eine völlig neue Chance: Die Hinweise als das zu verstehen, was eine globale Verantwortung erst möglich macht. Transparenz über die Wertschöpfungskette hinweg sicherzustellen und Informationen dazu zu erhalten, in welchen Bereichen noch mehr oder weniger großer Änderungsbedarf existiert und dabei alle relevanten Stakeholder einzubeziehen.

Gewerkschaften, Beschäftigtenvertretungen und das Web

Eine Ablehnung der ISO 26000 aufgrund der Selbstverpflichtung und mangelnder Transparenz geht an der Frage vorbei, wie man zu einer echten gesellschaftlichen Verantwortung über die Wertschöpfungskette hinweg kommen kann. Über die Ziele und Mechanismen findet in der Regel wenig Kommunikation mit der unteren Ebene des Unternehmens statt.

Auch die Arbeitnehmervertreter werden nur in seltenen Fällen einbezogen. Umgekehrt nutzen auch betriebliche Interessenvertretungen die Möglichkeiten im Rahmen einer postulierten unternehmerischen Verantwortung kaum. Die Beschäftigten spüren wiederum sehr genau, wenn die kommunizierten Werte des Unternehmens „nicht mit der gelebten Unternehmensrealität übereinstimmen“.¹³

Interessenvertretungen können dies für ihre Arbeit systematisch nutzen, wenn sie z. B. die Prinzipien der ISO 26000 in Fragen der Transparenz und Kommunikation für sich in Anspruch nehmen. Besonders ergeben sich daraus Verpflichtungen des Unternehmens in Bezug auf die Rechenschaft. Auch über die Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen hinsichtlich der Wertschöpfungskette ist umfassend Auskunft zu geben und Transparenz im Sinne der Veröffentlichung klarer, vollständiger und zeitnaher Informationen aller (möglichen) Auswirkungen der Entscheidungen zu gewährleisten.

Um das Anliegen einer Verantwortung und Transparenz über die Wertschöpfungskette aufzugreifen empfiehlt es sich, zu diesem Thema eine eigene Beratung nach § 80 Abs. 3 BetrVG einzufordern. Gerade wenn es nicht primär um Beschäftigte des eigenen Unternehmens geht, sollten Belegschaftsvertretungen sich durch die sozialen Medien nicht nur animieren lassen, eigenständige Recherchen im Internet betreiben, sondern gegebenenfalls die dahinter stehenden Stakeholder und Gruppen direkt am Gespräch beteiligen.

Weiterhin sollten Interessenvertretungen in Multistakeholder-Foren mitarbeiten, um das konkrete Verhalten ihres Unternehmens in der Wertschöpfungskette adäquat beurteilen zu können. Die globale Dimension, Informationen und Transparenz über das Netz herzustellen, weist jedoch vor allem auf eine Frage hin, die künftig für Beschäftigtenvertreter deutlich an Bedeutung gewinnen wird: Wie eng – oder auch weit – ist ihr Mandat bezüglich der gesetzlichen Kodifizierung in transnationalen Unternehmen zu sehen?

Als Reflexionsfrage für das Gremium und die einzelnen Mitglieder darin könnte folgende Frage dienen: Sind Internet und die neuen Medien Instrumente der Informationspolitik, die uns auch selbst betreffen könnten? Gerade letzte Frage ist durchaus in einem doppelten Sinn gemeint: Als Instrumente, die man selbst zur Informationsbeschaffung einsetzen kann und als Instrumente, die eine Interessenvertretung auch negativ treffen können, indem etwa das eigene Unternehmen einer kritischen Öffentlichkeit unterliegt. Als Betriebsrat aktiv die Rolle als Vertretung eines besonderen Stakeholders – den der Beschäftigten – anzugehen, kann auch bedeuten, die eigenen (nicht geheimen) Informationen der Weltöffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Und so auch vonseiten der Arbeitnehmervertretung her für Transparenz zu sorgen.

Die derzeitige Debatte um die Stärkung des Whistleblowing innerhalb eines Betriebs kann für die Belegschaftsvertretungen äußerst hilfreich sein. Hierbei geht es oft auch um Informationen, die das eigene Handeln tangieren können. Entsprechend steht eine vernünftige Betriebsvereinbarung zum Schutz der Hinweisgeber an

oberster Stelle. Eine solche kann jedoch nur dann gut greifen, wenn es Regeln gibt, wie mit den Informationen umgegangen wird und wie das Gremium – oder auch deren Mitglieder – insgesamt die Transparenz innerhalb des Unternehmens bewerten. Im unternehmensethischen Kontext weist das Whistleblowing deutlich auf Missstände, wie etwa Korruption, unmoralisches Verhalten von Führungskräften oder Umweltkandale, hin. Eine Bedeutung, die die betrieblichen Interessenvertretungen im Hinblick auf die eigene Verantwortung nicht unterschätzen sollten. Es wäre jedenfalls ganz im Sinne einer Übernahme von Verantwortung im Rahmen der ISO 26000.

Autor

Dr. Alexander Klier ist Pädagogischer Leiter beim DGB-Bildungswerk Bayern, Region München, alexander.klier@bildungswerk-bayern.de, www.dgb-bildungswerk-bayern.de

Fußnoten

- 1 Joseph Kony (Gründer und Anführer der „Lord's Resistance Army (LRA)“) macht(e) durch Mord und der Rekrutierung von Kindersoldaten mit besonderer Grausamkeit auf sich aufmerksam; gegen ihn liegen mehrere internationale Haftbefehle vor
- 2 Die beiden Websites sind zu finden unter: www.avaaz.org/de und www.campact.de
- 3 Die Probleme zeigt einerseits der Fall des Mordes am Gewerkschafter Luciano Romero in Kolumbien, bei dem es um den Zusammenhang gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen über die Wertschöpfungskette hinweg geht; zum anderen können von politischen Aktionen Interessenvertretungen unmittelbar betroffen sein, wie die Diskussion um einen Boykott von Coca Cola in München zeigt: Betroffen davon wären die Abfüllanlagen in Fürstenfeldbruck gewesen, ein gewerkschaftlich gut organisierter Betrieb mit einem aktiven Betriebsratsgremium – zur Verantwortung gezogen für die Konzernpolitik von Coca Cola insgesamt
- 4 Bay (Hrsg.), ISO 26000 in der Praxis, 2010, 27
- 5 Bay, aaO., 64
- 6 Strauss, Corporate Social Responsibility in der Unternehmenskultur und Mitarbeiterführung, in: Personal Entwickeln, 131. Erg.-Lfg., 2009, 4
- 7 Blanke/Godemann/Herzig, Internetgestützte Nachhaltigkeitsberichterstattung, PDF, 2007, www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Aktuelles/Nachrichten/blanke_et_al_internetgestuetzte_berichterstattg2007.pdf
- 8 Blanke/Godemann/Herzig, aaO., 12
- 9 Blanke/Godemann/Herzig, a.a.O., 30
- 10 Digitale Postfächer für brisante Dokumente betreiben z.B. der Sender Al-Jazeera, das Wall Street Journal, der Wiener Kurier („Austroleaks“-Seite) und die WAZ-Gruppe
- 11 Reißmann, Whistleblowing nach Wikileaks, PDF, 2012, www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,druck-814118,00.html
- 12 Professionelle Unterstützung für Whistleblower gibt es z.B. unter <http://whistleblower-netz.de>
- 13 Strauss, aaO., 10