Compliance vs. CSR? - 3. CSR-Kommunikationskongress lenkt Blick auf Gemeinsamkeiten



Nur noch rund vier Wochen dann startet am 14. November in Osnabrück die dritte Auflage des CSR-Kommunikationskongresses. Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit stehen immer mehr im Fokus der öffentlichen Diskussion. Doch auch innerhalb von Unternehmen wird das CSR-Management mehr und mehr zu einem erfolgskritischen Faktor. Grund genug diesem Thema einen eigenen, spezialisierten Kongress zu widmen. In Osnabrück - so versprechen die Veranstalter - wird die Aufmerksamkeit dabei unter anderem auch auf die reputationssteigernde Potenziale einer gemeinsamen Compliance- und CSR-Kommunikation gelenkt.

Während Compliance häufig mit Begriffen wie "Zwang", "Strafe" oder "Verbot" negativ besetzt ist, genießt CSR im Sinne der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung sowie der Achtung von Umwelt- und Sozialstandards eine positive Konnotation. Auch organisatorisch haben beide Managementbereiche im Unternehmensalltag mitunter nicht viel gemein: Compliance wird von der Rechtsabteilung, CSR von der Kommunikationsabteilung betreut. Dabei würde die gemeinsame Sicht viele Potenziale für Effizienzsteigerungen in beiden Bereichen erschließen. Dies beginnt schon damit, dass CSR die kreativitäts-, innovations- und reputationssteigernden Potenziale besonders dann zur Geltung bringen kann, wenn ökologisches Bewusstsein sowie fairer, achtsamer und respektvoller Umgang miteinander wesentliche Bestandteile der Unternehmenskultur sind. Genau dies sind auch die Werte, die die Grundlage für ein erfolgreiches Compliance-System bilden.

Professor Stephan Grüninger, wissenschaftlicher Direktor des Konstanz Institut für Corporate Governance und Diskussionsteilnehmer beim 3. Deutschen CSR-Kommunikationskongress ist der Überzeugung, dass der internen Unternehmenskommunikation dabei in beiden, sich immer stärker annähernden Gebieten, eine entscheidende Rolle zukommt. Die Kommunikation unterstützt die Führungskräfte bei den Entscheidungen, die mit Compliance-Risiken einhergehen und macht sie fit für den Umgang mit ethischen Dilemmata und Compliance Konflikten. Die gemeinsame kommunikative Sicht fördert aber auch die Umsetzung des CSR-Gedankens.

So berichtet Andrea Krönung, Senior Compliance Officer bei der SGL Carbon SE und Fachgruppenleiterin Compliance Kommunikation beim Berufsverband der Compliance Manager, von der erfolgreichen Verankerung einiger CSR-Aspekte in den Verhaltenskodex ihres Unternehmens. Die Herausforderung liege jedoch darin, die Zusammenhänge der Themen zu verdeutlichen.

Dem kann Nicolai Seitz, General Counsel & Chief Compliance Officer der Vaillant Group, nur beipflichten. Als besondere Herausforderung sieht er die Vielfalt der internen Zielgruppen an, die von der obersten Managementebene bis zum "Blue Collar", von China über Russland bis nach Spanien reichen kann. Jede Gruppe muss gesondert angesprochen werden. Hier ist Kommunikations-Know how gefragt, da die Themen Kommunikation oder Change Management bis heute in der juristischen Ausbildung und Praxis der Compliance-Verantwortlichen so gut wie gar nicht vorkommen. Somit gibt es gute Voraussetzung für eine Zusammenarbeit, wenn beide Seiten auf den ?Clash of Cultures? vorbereitet sind, der sich ergeben kann, wenn Juristen auf

Kreative treffen (und umgekehrt).

Die kompletten Interviews mit den drei Panelisten des Workshops "Interne Compliance-Kommunikation" beim 3. Deutschen CSR-Kommunikationskongress am 14. und 15. November 2019 in Osnabrück finden Sie hier auf der Website im Dossier CSR Kommunikation und auf der Website zum CSR-Kongress.

Der 3. Deutsche CSR-Kommunikationskongress wird von der gemeinsamen Arbeitsgruppe ?CSR-Kommunikation? des Deutschen Netzwerks Wirtschaftsethik ? EBEN Deutschland e. V. (DNWE) und der Deutschen Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) organisiert. Partner sind die Deutsche Bundesstiftung Umwelt und das Unternehmensnetzwerk B.A.U.M.