



Sinnstifter

SICODA

**Keine Angst vor dem
Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz**
und auch nicht vor dem Hinweisgeberschutzgesetz



Whitepaper zum Webinar von
Jürgen Schöntauf und Oliver Gönner
Zusammenfassung und Übersicht

Inhalt

Einführung	4
Unternehmen haften für Missstände bei Zulieferern	6
Ab wann und für wen gilt das Gesetz?.....	7
Unternehmenscompliance	8
Wertekultur als Basis des Compliance-Managements.....	10
Gelebte Werte sind wie eine zusätzliche Führungskraft.....	12
Wie können Sie die Erkenntnisse über Ihre Unternehmens-Werte nutzen?	13
Werte machen die Unternehmenskultur intelligenter	14
Erforderliche Maßnahmen im Rahmen des Lieferkettensorgfaltsgesetz.....	16
1. Grundsatzstrategie	16
2. Risikoanalyse	16
3. Maßnahmenplan.....	18
4. Beschwerdemanagement.....	18
Hinweisgeberschutzgesetz	18
5. Berichten	19
Ihre Experten	20

»**Alle**
Menschen
sind **frei**
und **gleich**
an Würde und Rechten
geboren.«

Einführung

Wussten Sie, dass nach wie vor weltweit mehr als 150 Millionen Kinder dafür arbeiten, dass auch wir in Deutschland bestimmte Waren bekommen? Das reicht von der Banane über den Lippenstift bis zum Grabstein. Allein auf den Kakaoplantagen Westafrikas schufteten zwei Millionen Kinder, damit wir in Deutschland Schokolade essen können.

Globale Lieferketten haben ein großes Problem. Sie bringen immer wieder sehr viele und sehr gravierende Missstände mit sich. Menschen, die an der Wertschöpfung von Produkten beteiligt sind, sind immer wieder Menschenrechtsverletzungen wie Kinderarbeit, Sklaverei und Zwangsarbeit sowie Ausbeutung, Diskriminierung, fehlenden Arbeitsrechten, Umweltzerstörung und Gesundheitsgefährdung ausgesetzt.

In Deutschland setzte die Bundesregierung lange auf Freiwilligkeit: 2016 wurde ein erster Versuch unternommen, mit dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) die Erwartungen an Unternehmen und staatliche Institutionen zum Schutz von Menschenrechten in Liefer- und Wertschöpfungsketten zu definieren. Der Erfolg war überschaubar: Laut einem Monitoring-Bericht des NAP von Ende 2020 sind deutlich weniger als 50 Prozent der betroffenen Unternehmen ihren Sorgfaltspflichten freiwillig nachgekommen.



Seit dem 01.01.2023 gibt es ein Gesetz, das klare Verantwortlichkeiten festlegt und die Unternehmen zum Handeln auffordert. Bekannt ist es unter dem Wortungetüm »Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz« (LkSG).

Das Gesetz betrifft viel mehr Unternehmen, als manche glauben. Denn Unternehmen in Deutschland sind im Vergleich zu denen aus anderen Industrieländern besonders intensiv in internationale Lieferketten eingebunden. Allein im Jahr 2020 werden deutsche Unternehmen rund eine Billion Euro mit Importen umsetzen.

Für viele Unternehmen wird es jetzt darum gehen, Compliance-Richtlinien zu erstellen und vor allem wirksam umzusetzen. Dafür müssen alle Beschäftigten eingebunden werden! Unternehmer oder Unternehmerinnen können das nun als eine weitere Zumutung im Alltag sehen und sich fragen, ob und wie man sich da irgendwie »durchwurschteln« kann. Man kann es aber auch als Chance sehen, weil die Vorteile von Compliance-Richtlinien für Unternehmen vielfältig sind.

Hier schließt sich auch der Kreis vom LkSG zu den Unternehmenswerten. Eine funktionierendes Compliance-Management aufzubauen wird nur funktionieren, wenn alle dahinterstehen und die Werte im Unternehmen gelebt werden. Eine positive Unternehmenskultur zu etablieren ist keine leichte Aufgabe, aber eine, die sich lohnt.

Parallel zum Lieferkettenschutzgesetz hat die EU-Kommission die EU-Hinweisgeberrichtlinie verabschiedet, die europäische Unternehmen dazu verpflichtet, ihren Mitarbeitenden interne Meldekanäle zur Verfügung zu stellen. Betroffen sind alle europäischen Unternehmen ab 250 Mitarbeitenden und ab Dezember 2023 mit mehr als 50 Mitarbeitenden (mehr dazu auf Seite 18).

Unternehmen haften für Missstände bei Zulieferern

Ob Lebensmittel, das neueste Smartphone oder der aktuelle Modetrend: Die Produkte, die wir täglich kaufen und nutzen, sind das Ergebnis einer zunehmend globalisierten Welt. Selbstverständlich sind nicht alle Unternehmen auf globale Lieferketten angewiesen. Typisch sind diese jedoch für die folgenden Branchen:

- Produktion von Mode und Textilien (besonders sog. Fast-Fashion-Industrie)
- Elektronikindustrie
- Chemie- und Pharmaunternehmen
- Herstellung und Produktion von Lebensmitteln
- Produktion von Automobilen
- Zulieferer und Motorenbau
- Maschinenbau und Verfahrenstechnik

Die globalisierten Lieferketten dieser Produkte sind oftmals anfällig für Rechtsverletzungen aller Art (Menschenrechte, Arbeitsrechte, Umwelt und Gesundheit und Korruption). Die Basis für das Lieferkettengesetz sind die zehn Prinzipien des UN Global Compact. Sie finden diese unter der Website:

<https://www.globalcompact.de/ueber-uns/united-nations-global-compact>

Eines der Ziele des neuen Gesetzes ist es daher, die Globalisierung der Lieferketten sozialer zu gestalten. Damit reiht sich das Lieferkettengesetz in eine bereits lange Liste von nationalen und internationalen Gesetzen und Richtlinien ein, die die Einhaltung von Menschenrechten in der globalen Wirtschaft stärker verankern sollen.

Die Lieferkette bezeichnet vereinfacht den gesamten Weg eines Produktes oder einer Dienstleistung von der Rohstoffgewinnung über die Produktion, den Transport, die Lagerung und den Vertrieb hin zum Endkunden. Global betrachtet beschreibt sie die wirtschaftliche Verflechtung der transnationalen Organisation von Gütern und Dienstleistungen. Ein T-Shirt beispielsweise legt rund 18.000 Kilometer um die Welt zurück, bevor es in einem deutschen Geschäft zu kaufen ist. In der damit verbundenen globalen Lieferkette sind mehr als 450 Menschen beschäftigt. Streng genommen handelt es sich aber nicht um eine Kette, sondern um ein Netzwerk von Organisationen, die am Wertschöpfungsprozess beteiligt sind.

Unternehmenscompliance

Der Begriff Compliance stammt aus dem angloamerikanischen Sprachraum und bedeutet übersetzt so viel wie Gesetzestreue oder Regelkonformität. Inhaltlich wird darunter die Pflicht des Vorstands verstanden, für die Einhaltung der verbindlichen Regeln im Unternehmen zu sorgen.

Bevor Sie ein Compliance-Programm aufsetzen, sollten Sie sich folgende Fragen stellen und alle Aspekte, die die Compliance-Kultur des Unternehmens betreffen, im Code of Conduct (Verhaltenskodex) festhalten:

- Was sind die Ziele des Compliance-Programms?
(z. B. wertschöpfende Unternehmenskultur, weniger Korruption etc.)
- Passen Unternehmenskultur und Geschäftsmodell zu den Compliance-Zielen?
- Stehen Geschäftsleitung, HR und Führungskräfte hinter den Compliance-Zielen?
- Welche Compliance-Kultur soll gepflegt werden?

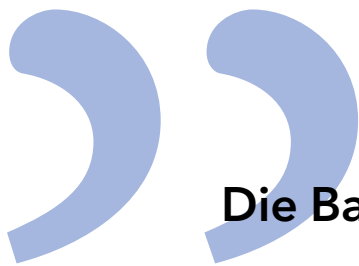
Je konkreter diese Fragen beantwortet werden, umso größer ist der Erfolg der Compliance-Maßnahmen.

Verhaltenskodex (Code of Conduct)

Bei dem Code of Conduct handelt es sich um einen gemeinsamen Verhaltenskodex, um erwünschtes Verhalten zu fördern und unerwünschte Handlungen zu vermeiden. Was macht einen guten Code of Conduct aus? Er sollte ...

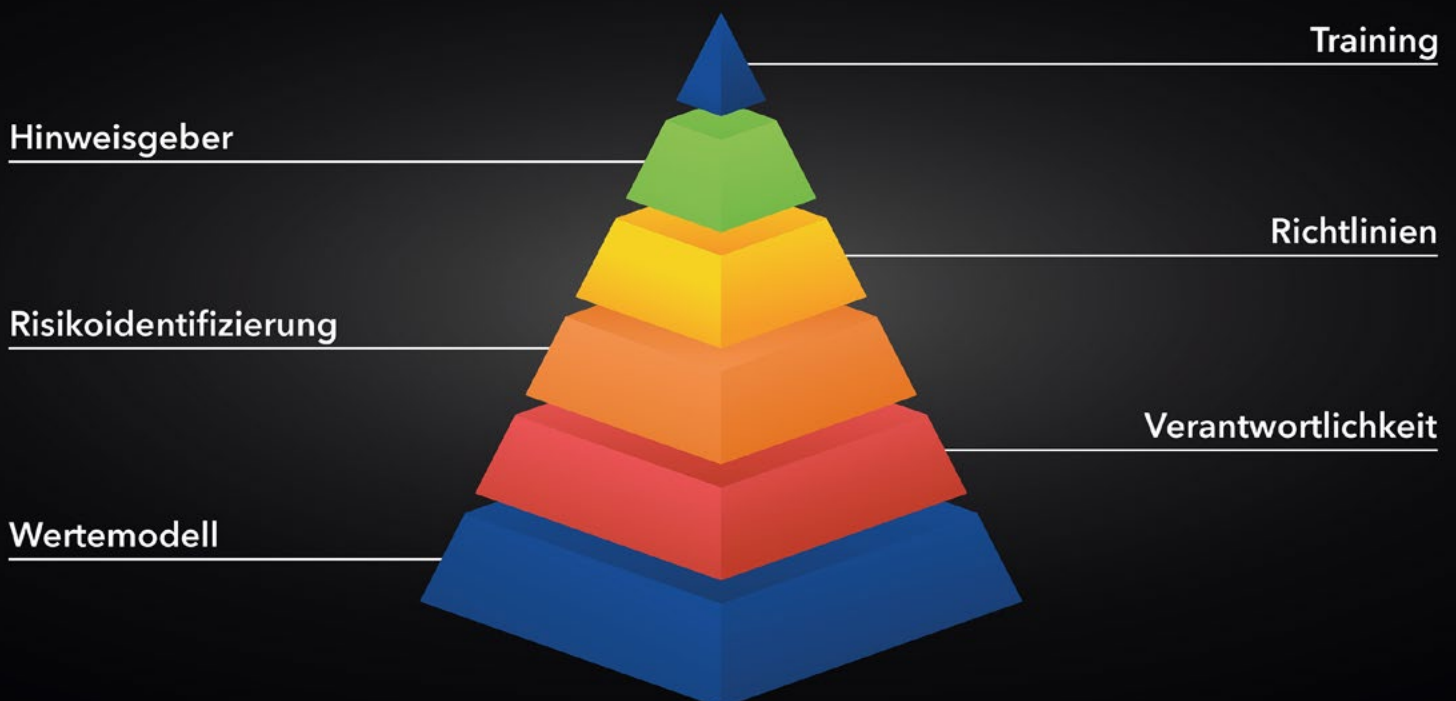
- sich an den Risiken des Unternehmens orientieren
- klar verständlich formuliert sein
- gut und regelmäßig kommuniziert werden und
- leicht zugänglich für alle Mitarbeiter sein

Ein Verhaltenskodex bildet die Grundlage für viele Compliance-Richtlinien, da er die grundlegenden Verhaltensstandards im Unternehmen festlegt. **Er definiert beispielsweise die Unternehmenswerte, den Schutz des Unternehmens Eigentums, den Umgang mit Korruption und Interessenskonflikten, aber auch das eigenverantwortliche Handeln.** Darüber hinaus sollte ein Verhaltenskodex explizit regeln, wie sich Mitarbeitende verhalten sollen, wenn sie einen Verstoß gegen geltende Vorschriften beobachten, und welche Konsequenzen ein Fehlverhalten nach sich zieht.



**Die Basis jeder Unternehmenscompliance
ist ein tragfähiges Wertemodell.**

Unternehmenscompliance



Wertekultur als Basis des Compliance-Managements

Eine Studie des **Center for Organizational Excellence der Universitäten St. Gallen und Genf** ist zu dem Ergebnis gekommen, dass sich nachhaltiges soziales und ökologisches Verhalten auch ökonomisch lohnt. Eine verantwortungsvolle Strategiearbeit kann die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen maßgeblich und messbar verbessern!

»Werteorientierung erhöht in der Regel die Wertschöpfung. Wertegemeinschaften sind daher immer auch starke Leistungsgemeinschaften.«

Sven Korndörffer, Vorsitzender der Wertekommission e.V.

Eine werteorientierte Unternehmenskultur nur halbherzig aufzubauen, kann im schlimmsten Fall zu großem Imageschaden führen. Ein unglaublicher Wertekanon eines Unternehmens macht es noch schwieriger, fähige Fachkräfte von sich zu überzeugen und an Ihr Unternehmen zu binden.

Bis 2030 werden in Deutschland jedes Jahr rund 400.000 zusätzliche Arbeitskräfte benötigt, um alle offenen Stellen zu besetzen. Der Wettbewerb um besonders qualifizierte Fachkräfte wird daher immer härter. Je verantwortungsbewusster ein Unternehmen agiert, desto besser kann es kompetente Fachkräfte rekrutieren.

Immer mehr - vor allem junge - Menschen achten darauf, ob potentielle Arbeitgeber eine werteorientierte Unternehmenskultur haben.

Wir wollen Ihnen zeigen, dass das neue LkSG nicht nur eine weitere lästige Pflichtaufgabe ist, die man jetzt erledigen muss. Es lohnt sich, nicht nur irgend etwas aufzuschreiben, sondern das Thema grundlegend anzugehen.

Gegen halbherzige Formulieren leerer Versprechungen sprechen vor allem zwei Punkte:

1. Das, was Sie jetzt im Rahmen des LkSG erarbeiten, muss belastbar, überprüfbar und quantifizierbar sein, weil die Wirksamkeit Ihrer Maßnahmen einmal im Jahr oder auch bei besonderen Anlässen und wesentlichen Veränderungen - und dazu gehört auch die Grundsaterklärung (siehe S. 16) - überprüft werden muss.

Dabei geht es ganz konkret um die individuellen Bedürfnisse eines Unternehmens. Es hilft also nicht, die Compliance-Regeln des Wettbewerbers zu kopieren. Wenn man zum Beispiel Zulieferer für einen großen Konzern ist, der unter das LkSG fällt, ist man Teil der Lieferkette und wird regelmäßig überprüft.

2. Sie verpassen eine große Chance. Unternehmen mit einer wertorientierten Unternehmenskultur sind für potenzielle Fachkräfte deutlich interessanter als andere Unternehmen. Nachhaltige Unternehmen werden in Zukunft besser und leichter qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden und vor allem halten. Und sind dabei langfristig wirtschaftlich besser aufgestellt.



Gelebte Werte sind wie eine zusätzliche Führungskraft

Werte werden nicht gelehrt, sondern gelebt. Um eine nachhaltige, glaubwürdige und zuverlässige Unternehmenskultur zu etablieren, müssen das Management und die Führungskräfte auf allen Ebenen hinter den Unternehmenswerten stehen. Deshalb muss das Thema Werte in jedem Unternehmen ganz oben stehen. Wenn das Management und die Führungskräfte nicht dahinter stehen, wird es nicht funktionieren.

Werte

- machen das »Wie«, »Warum« und »Wofür« bewusst
- formulieren ethische Zielvorstellungen
- dienen der Orientierung bei unternehmerischen Entscheidungen
- wirken als zusätzliches KPI (Key Performance Indicator)
- entschärfen Spannungen und Konflikte
- etablieren Gemeinsamkeiten
- schaffen Vertrauen und Verbundenheit
- geben der Kultur einen Richtungsimpuls
- schaffen klare Außen- und Innendarstellung
- überzeugen (potentielle) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von ihrem Arbeitgeber
- ermöglichen mehr Selbstorganisation
- machen Kommunikation bewusster
- fördern reiferes Führungsverhalten
- **erfüllen das Compliance-System mit Leben und sorgen für die richtige Umsetzung.**

Werte wirken auf mehreren Ebenen:

- im Führungsverhalten
- im Miteinander in der Organisation, im Team in den Abteilungen (Subkulturen)
- im Verhältnis mit Endkunden
- im Verhältnis Lieferanten, Investoren und allen anderen Stakeholdern

Wie können Sie die Erkenntnisse über Ihre Unternehmenswerte nutzen?

Werte sind die Grundlage für ein zukunftsorientiertes Leitbild:

Das Warum - Was ist unser tiefster innerer Antrieb?

Die Vision - Wie sieht die Welt aus, zu der wir unseren Beitrag leisten?

Die Mission - Welchen Beitrag leisten wir mit unserer täglichen Arbeit?

- Wertekanon und Leitbild sind die Basis der internen und externen Kommunikation.
- Positionierung als Arbeitgebermarke - Fachkräfte leichter finden und binden.
- Mit Werten gelingt die Abgrenzung zum Wettbewerb.
- Werte bringen mehr Motivation nach innen.
- Mit werteorientiertem »Onboarding« gelingt die Integration neuer Mitarbeiter.
- Gleichzeitig wird die Mitarbeiterfluktuation verringert.
- Verhaltensnormen machen Werte messbar.



Werte machen die Unternehmenskultur intelligenter

Durch die Einordnung der Kernwerte Ihres Unternehmens in ein Wertetableau können Sie den größtmöglichen Nutzen aus Ihren Werteprozessen ziehen.

Alle Werte und Handlungsmotive lassen sich einem von sechs Bedürfnisfeldern zuordnen. Sie stehen in einem Spannungsverhältnis zueinander, so dass gegensätzliche Bedürfnisfelder Gegensatzpaare bilden.

In der Regel werden Sie die bestimmenden Werte Ihres Unternehmens in einem oder zwei der Bedürfnisfelder wiederfinden. Damit haben Sie alle Möglichkeiten, nicht nur die Wertekultur, sondern auch die Führungskultur in Ihrem Unternehmen zu steuern.

Haben Sie die Kernwerte Ihres Unternehmens erarbeitet und unterfüttern sie diese mit entsprechenden Handlungsrichtlinien, dann sind auch Ihre Unternehmenswerte messbar. **Und damit können Sie auch die Richtlinien des LkSG erfüllen!**

Darüber hinaus können Sie sich fragen, in welchem Bedürfnisbereich die Kundenbedürfnisse liegen, die Sie mit Ihren Produkten und Dienstleistungen befriedigen.

Die sechs Bedürfnisbereiche sind

- Abwechslung/Vielfalt
- Bedeutung
- Beitrag leisten
- Sicherheit/Komfort
- Zugehörigkeit
- Wachstum

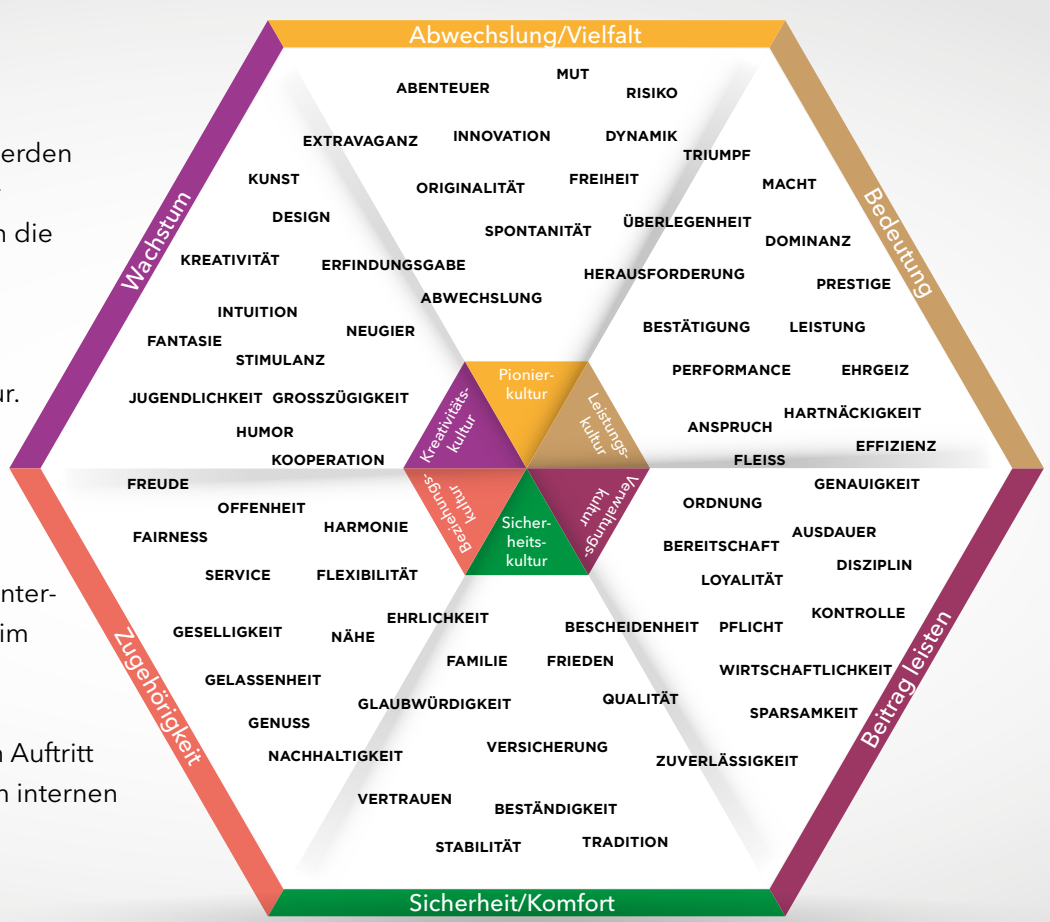
Mit Hilfe einer wertorientierten Unternehmenskultur und des Wertetableaus können Sie ein Compliance-Management aufbauen, das Ihr Unternehmen voranbringt und zukunftsorientiert aufstellt. Das alle Anforderungen des Gesetzes zur Sorgfaltspflicht in der Lieferkette erfüllt und von Ihren Teams umgesetzt werden kann. Ihr Benefit wird sein, dass Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerne und hochmotiviert in Ihrem Unternehmen arbeiten und Sie auch in den nächsten Jahren problemlos die benötigten Fachkräfte finden werden.

Werte liefern Hinweise zur Kultur in einem Unternehmen.

Die jeweiligen Unternehmenswerte werden in die dazugehörigen Bedürfnisfelder eingetragen. In der Regel werden sich die Werte in einem oder zwei der Felder befinden.

Werte prägen die Unternehmenskultur. Liegen Ihre Werte eher im Bereich Zugehörigkeit? Dann ist Ihr Unternehmen mit Sicherheit sehr Serviceorientiert. Liegen die Werte eher im Bereich Bedeutung? Dann wird das Unternehmen durch eine starke Dominanz im Auftreten geprägt.

Erkennen lässt sich dies am gesamten Auftritt nach außen und natürlich im täglichen internen Miteinander.

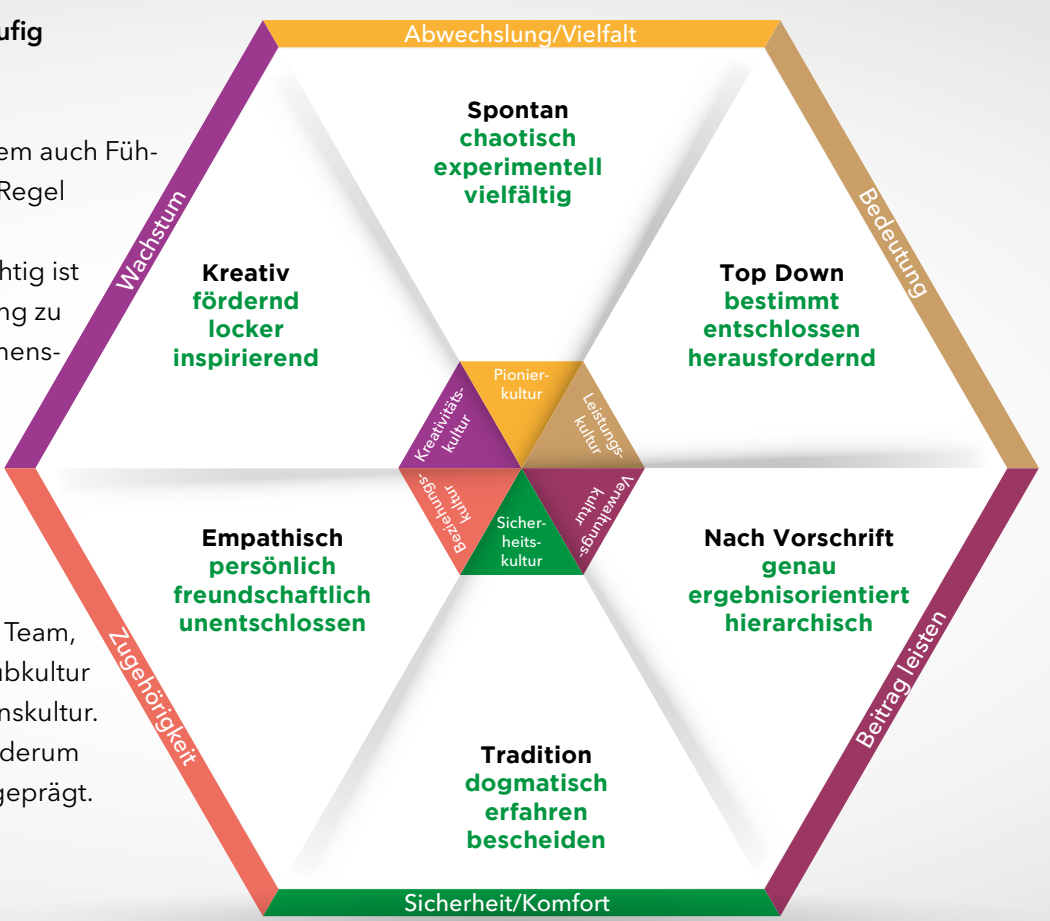


Das Werte-Verständnis prägt sehr häufig die Führungsstile.

Wenn Sie neue Mitarbeitende, vor allem auch Führungskräfte einstellen, werden in der Regel bestimmte Fähigkeiten und fachliche Kompetenzen erwartet. Genauso wichtig ist es aber auch, auf die Werteorientierung zu achten und ob sie zu ihren Unternehmenswerten passen

Denn mit jedem neuen Mitarbeiter, der in Ihr Unternehmen kommt, geht ein kleiner Wertewandel einher.

Mit jeder neuen Führungskraft ist es womöglich sogar ein größerer. Jedes Team, jede Abteilung ist letztendlich eine Subkultur im Gesamt-Rahmen ihrer Organisationskultur. Diese Subkulturen werden häufig wiederum durch die jeweiligen Führungskräfte geprägt.



Erforderliche Maßnahmen im Rahmen des Lieferkettensorgfaltsgesetz

1. Grundsatzstrategie

Die Grundsatzerklärung ist das Bekenntnis des Unternehmens zum konkreten Umgang mit Menschenrechten in der Lieferkette. Die von der Unternehmensleitung verabschiedete Grundsatzerklärung soll deutlich machen, dass das Unternehmen seine Verantwortung zur Achtung der Menschenrechte wahrnimmt.

Diese Erklärung muss vom Unternehmen jährlich aktualisiert und öffentlich zugänglich gemacht werden, z. B. auf der Website des Unternehmens.

2. Risikoanalyse

Die Risikoanalyse dient der Ermittlung der menschenrechtlichen und umweltbezogenen Risiken im eigenen Geschäftsbereich und bei den unmittelbaren Zulieferern des Unternehmens. **Eine Risikoanalyse hat einmal jährlich oder anlassbezogen schon vorher zu erfolgen**, wenn mit einer wesentlich veränderten oder wesentlich erweiterten Risikolage in der Lieferkette gerechnet werden muss.

Menschenrechtliche Risiken, denen entgegengewirkt werden soll:

- jeglicher Form von Kinderarbeit
- jeglicher Art von Sklaverei
- jeglicher Form von Zwangsarbeit
- jeglicher Form von Diskriminierung
- jeglicher Form von unangemessener Bezahlung
- fehlende Arbeitsrechte (Verhinderung von Gewerkschaften)
- mangelnder Arbeitsschutz
- jeglicher Form der Herbeiführung von Bodenveränderungen, die die natürlichen Grundlagen zum Erhalt und der Produktion von Nahrung erheblich beeinträchtigt, einer Person Zugang zu einwandfreiem Wasser verwehrt, einer Person den Zugang zu Sanitäreinrichtungen erschwert oder zerstört oder die Gesundheit einer Person schädigt.

Die betroffenen Unternehmen haben zu prüfen, inwieweit ihre Geschäftstätigkeiten zu Menschenrechtsverletzungen führen können. Sie haben Maßnahmen zu ergreifen, um Verstößen gegen grundlegende Menschenrechtsstandards vorzubeugen und einen Beschwerdemechanismus für Betroffene einzuführen.

Die eigentliche Risikobewertung erfolgt anhand folgender Kriterien

- Anzahl der betroffenen Personen
- Unumkehrbarkeit
- Eintrittswahrscheinlichkeit
- Schweregrad des Verstoßes

Dazu gehört selbstverständlich nicht nur die Kenntnis der menschenrechtlichen und ökologischen Risiken im eigenen Land, sondern auch in allen Ländern, die an der Lieferkette beteiligt sind. Es kann notwendig sein, in bestimmte Länder zu reisen, um Risiken vor Ort zu identifizieren.

Auf der Website <https://www.mvorisicochecker.nl/de/weltkarte> können Sie eine erste Überprüfung der Risiken in den Ländern vornehmen, mit denen Sie im Rahmen ihrer Lieferkette zu tun haben.

ÜBER UNS FAQ KONTAKT DEUTSCH EINLOGGEN

HOME STARTEN SIE DEN CHECK CSR-RISIKOMANAGEMENT GUTE PRAXIS WELTKARTE AKTUELLES DATENQUELLEN

DEUTSCHLAND X SCHLIESSEN
3 Länderrisiken wurden identifiziert

ARBEITSRECHTE (2) +
DISKRIMINIERUNG (2 RISIKEN) +

STARTEN SIE DEN VOLLSTÄNDIGE TEST
Die oben genannten Risiken beziehen sich nur auf das ausgewählte Ursprungsland. Für einen vollständigen Einblick in die Risiken, die mit einer Kombination aus Produkt/Dienstleistung und Ursprungsland verbunden sind, und zum Herunterladen der Ergebnisse, gehen Sie bitte zum CSR Risiko-Check.

STARTEN SIE DEN RISIKO-CHECK

ÜBER UNS FAQ KONTAKT DEUTSCH EINLOGGEN

HOME STARTEN SIE DEN CHECK CSR-RISIKOMANAGEMENT GUTE PRAXIS WELTKARTE AKTUELLES DATENQUELLEN

BRASILLEN X SCHLIESSEN
28 Länderrisiken wurden identifiziert

ARBEITSRECHTE (10) +
MENSCHENRECHTE & ETHIK (9) +
UMWELT (7) +
FAIRE GESCHÄFTSPRAKTIKEN (2) +

STARTEN SIE DEN VOLLSTÄNDIGE TEST
Die oben genannten Risiken beziehen sich nur auf das ausgewählte Ursprungsland. Für einen vollständigen Einblick in die Risiken, die mit einer Kombination aus Produkt/Dienstleistung und Ursprungsland verbunden sind, und zum Herunterladen der Ergebnisse, gehen Sie bitte zum CSR Risiko-Check.

STARTEN SIE DEN RISIKO-CHECK

3. Maßnahmenplan

Im Anschluss an die Risikoanalyse wird auf dieser Grundlage ein Maßnahmenplan erstellt, in dem die identifizierten Risiken einschließlich der Maßnahmen zu deren Bewältigung aufgeführt sind.

Stellt das Unternehmen fest, dass in seinem Geschäftsbereich oder bei einem direkten Zulieferer eine Verletzung einer menschenrechtlichen oder ökologischen Verpflichtung bereits eingetreten ist oder unmittelbar bevorsteht, soll es Gegenmaßnahmen ergreifen, um die Verletzung zu verhindern, zu beenden oder ihr Ausmaß zu minimieren.

4. Beschwerdemanagement

Die Unternehmen sollen ein internes Beschwerdeverfahren einrichten, das es Personen ermöglicht, auf menschenrechtliche und ökologische Risiken aufmerksam zu machen und Verstöße gegen menschenrechtliche und ökologische Verpflichtungen zu melden. Das Beschwerdeverfahren ist bekannt zu machen. Im Rahmen des Beschwerdeverfahrens sind Vertraulichkeit und die Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen zu gewährleisten.

Hinweisgeberschutzgesetz

Das Hinweisgeberschutzgesetz (auch gerne als Whistleblower-Richtlinie benannt) wird vielen Unternehmen eine hervorragende Absicherung geben. Ab Dezember 2023 werden alle Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dazu verpflichtet, Hinweisgebern aus dem Unternehmen eine anonyme Meldeplattform zu bieten, um sie vor Benachteiligungen, Vergeltung und Diskriminierung zu schützen.

Die Vorteile einer internen Meldeplattform liegen auf der Hand: Gibt es keine geeignetes Meldeverfahren im Unternehmen, wenden sich Hinweisgeber im Zweifelsfall direkt an die Medien, die Öffentlichkeit und die Strafverfolgungsbehörden. Für Unternehmen ist dies die schlechteste Option, da Imageschäden und direkte Strafzahlungen die Folge sein können. Mit Hilfe einer internen Plattform können alle Hinweise erst einmal im Unternehmen behandelt werden. Sollte tatsächlich ein Fehlverhalten festgestellt werden, besteht so die Möglichkeit dieses abzustellen, bevor es in die Öffentlichkeit kommt.

5. Berichten

Das Lieferkettensorgfaltsgesetz fordert eine umfangreiche Dokumentations- und Berichtspflicht. Die Compliance- Verantwortlichen im Unternehmen müssen einmal im Jahr an die Geschäftsführung zum Stand der Compliance und zu den aktuellen Risiken in der Lieferkette berichten. Diese wiederum muss einen Gesamtbericht jährlich veröffentlichen.

Stellt das Unternehmen fest, dass im eigenen Geschäftsbereich oder bei einem unmittelbaren Zulieferer eine Verletzung einer menschenrechtlichen oder umweltbezogenen Verpflichtung bereits eingetreten ist oder unmittelbar bevorsteht, soll es Gegenmaßnahmen ergreifen, um die Verletzung zu verhindern, zu beenden oder deren Ausmaß zu minimieren.

Gegebenenfalls ist gemeinsam mit dem unmittelbaren Zulieferer eine Strategie zur Beendigung oder Minimierung des Verstoßes zu entwickeln. Als letztes Mittel kann auch der Abbruch der Geschäftsbeziehung in Betracht kommen, wenn die Verletzung einer geschützten Rechtsposition oder einer umweltbezogenen Verpflichtung als sehr schwerwiegend einzustufen ist und die gemeinsam erarbeiteten Maßnahmen keine Abhilfe schaffen.

Was kann gemeldet werden?

Voraussetzung für eine Meldung ist, dass die meldende Person begründeten Anlass zu der Annahme hat, dass die Offenlegung vergangenes, gegenwärtiges oder wahrscheinliches künftiges Fehlverhalten aufdeckt, das in eine oder mehrere der folgenden Kategorien fällt:

- Diebstahl, Unterschlagung und Veruntreuung, Betrug
- Bestechung und Korruption
- Wettbewerbs- und kartellrechtliche Verstöße
- Diskriminierung und Belästigung
- Interessenskonflikte
- Produktsicherheit
- Verstöße im Bereich Umwelt, Gesundheit und Sicherheit
- Verletzung von Menschenrechten
- Insider Trading
- Datenschutz und Informationssicherheit
- Sanktionsverstöße
- Verstöße gegen den Firmen-Verhaltenskodex

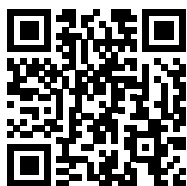
Googlen ist gut, KI ist riskant, Experten sind sicher und besser!



Jürgen Schöntauf

Berater für wertorientierte
Unternehmenskultur
<https://sinnstifter-kultur.de>
juergen@sinnstifter-kultur.de
Telefon: 02242 901 66 12

Selbachstraße 2
53773 Hennef



Oliver Gönner

Rechtsanwalt und Experte für
Compliance-Management
<https://www.sicoda.de>
oliver.goenner@sicoda.de
Telefon: 0228 286 140 60

Rochusstraße 198
53123 Bonn

