

Call for Proposals

Doing well by doing good: Verantwortungsvolles Unternehmertum als Wettbewerbsvorteil österreichischer Unternehmen

Format: Studie mit Fokus auf konkreten Empfehlungen für Politik und Unternehmen in Österreich

Zeitplan: Einreichungsfrist Proposals: 29. September 2021
Auftragserteilung: Mitte Oktober 2021
Zwischenbericht: 22. November 2021
Fertigstellung: März 2022

Sprache: Deutsch oder Englisch

Budget: 20.000 Euro inkl. USt

Hintergrund und Problemaufriss

International gewinnt die Diskussion um Werteorientierung bzw. verantwortungsvolles Handeln der Unternehmen/der Wirtschaft seit langer Zeit an Bedeutung, wie zahlreiche Initiativen zeigen: so wird auf EU-Ebene im Herbst ein Legislativvorschlag für verpflichtende Sorgfaltsprüfung in der Lieferkette erwartet und der Fokus auf verstärkte Nachhaltigkeitskapitel in EU-Handelsabkommen steigt. Auch abseits der EU gewinnt das Thema an Bedeutung: so haben eine Reihe von OECD/EU-Mitgliedstaaten - darunter auch Österreich durch die Tätigkeit des Nationalen Kontaktpunkts für die OECD-Leitsätze und die Bekanntmachung der OECD Due Diligence Leitfäden - bereits entsprechende Maßnahmen gesetzt. Einige Staaten haben auch verbindliche Regelungen erlassen. Die Erwartungen der Zivilgesellschaft und insbesondere auch der Konsumenten in die Richtung verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln (responsible business conduct, RBC) steigen entsprechend der medialen Präsenz des Themas und inkorrektes ethisches Verhalten von Unternehmen hat zunehmend nicht nur Auswirkungen auf die Konsumentenwahrnehmung, sondern auch auf Umsätze und Börsenkurse.

Während das Ziel der Bestrebungen auf internationaler Ebene ein „level playing field“ für verantwortungsbewusst agierende (europäische) Unternehmen und eine Stärkung der gesellschaftlichen Akzeptanz einer offenen Handelspolitik sind, können Unternehmen auch direkt vom positiven Image durch verantwortungsvolles Handeln profitieren. Bereits 2018 identifizierte die Außenwirtschaftsstrategie eine werteorientierte Außenwirtschaft als österreichischen Standortvorteil - im zunehmend globalisierten Wettbewerb könnte RBC also zu einer USP, also einem Alleinstellungsmerkmal, werden. Gerade für die österreichische Volkswirtschaft, die in großem Maße vom Export abhängig ist und deren Struktur durch Klein- und Mittelbetriebe geprägt ist, könnte sich dadurch ein Alleinstellungsmerkmal und, idealerweise, ein Wettbewerbsvorteil entwickeln.

Im Rahmen einer Studie soll nun untersucht werden, ob und wie unternehmerische Verantwortung ein Alleinstellungsmerkmal und Wettbewerbsvorteil für österreichische Unternehmen darstellt, ob sich im Rahmen des momentanen Trends first-mover advantages nutzen lassen und ob ein verstärkter Fokus auf und die Vermarktung von RBC eine Investition in langfristige Wettbewerbsfähigkeit darstellen kann. Die Studie soll dabei dezidiert auf die Struktur der österreichischen Unternehmenslandschaft eingehen und - neben großen Unternehmen mit Hebel- und Leuchtturmwirkung - auch KMU untersuchen.

Mögliche Forschungsfragen

- Darstellung des Konzepts und der Geschichte
- Wirkungsfaktoren von RBC auf Unternehmen - Einfluss von RBC auf Unternehmenswahrnehmung, Produktwahrnehmung und Kaufentscheidung von Konsumenten:
 - Einfluss von RBC auf Preisgestaltung
 - Einfluss von RBC auf Recruiting, Motivation und Loyalität der Mitarbeiter
 - Auswirkungen von RBC auf Kapitalaufbringung, zB in Zusammenhang mit sustainable/responsible financing
 - RBC als Faktor der unternehmerischen Risiko- und Kommunikationspolitik
 - RBC als Innovationsfaktor
- Geschichte und Status RBC in Österreich, EU und weltweit
- Identifikation globaler Trends und aktueller Tendenzen insbes. in den Bereichen Menschenrechte und Lieferketten, Analyse aktueller internationaler und EU Entwicklungen im Bereich RBC einschl. aktueller EU-Gesetzgebungsvorhaben sowie Diskussionen in der UN sowie der OECD
- Potentieller Einfluss von RBC und aktueller Entwicklungen auf Wettbewerbsfähigkeit österreichischer Unternehmen. inkl. Bedeutung der Wirkungsfaktoren aus Unternehmenssicht
- Einfluss von RBC auf das Image des österreichischen Wirtschaftsstandortes

- Potential für die Zukunft:
 - Welche Faktoren fördern bzw. behindern die Umsetzung von RBC in Österreich?
 - Wie sollten zukünftige Regelungen in der EU/darüber hinaus bzw. andere Entwicklungen ausgestaltet sein, damit die positiven Auswirkungen auf österreichische Unternehmen und den Wirtschaftsstandort optimiert werden und negative Auswirkungen möglichst gering gehalten werden?
 - Welche Rolle können dabei die OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen und der österreichische nationale Kontaktpunkt (öNKP) spielen?

Ergebnisse / Relevanz

Die Studienergebnisse sollen in die zukünftige Positionierung des Wirtschaftsstandorts Österreichs, österreichischer Unternehmen und deren Produkte einfließen und politische Handlungsfelder definieren.

Impressum

Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Stubenring 1, 1010 Wien

Wien, 2021. Stand: 15. September 2021

Abt. III/7 Handels-sowie wettbewerbspolitische Analysen und Strategien

Telefon: +43 1 711 00-805456

E-Mail: POST.III7_19@bmdw.gv.at.