

**Themen dieser Ausgabe**

- **Unternehmerische Verantwortung auf dem Weg zur Normung?**
- **Stiftung Warentest untersucht Unternehmensverantwortung der Anbieter für Umwelt und Soziales**
- **Corporate Social Responsibility (CSR) und Verbraucher**
- **Neues Gesetz fordert Berichterstattung über nicht-finanzielle Aspekte der Geschäftstätigkeit von Konzernen**
- **Eurosif entwickelt Handbuch für Pensionskassen**
- **BMU-Studie: Kenntnis von Nachhaltigkeitsfonds steigt seit 2002 nur langsam an**
- **Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Verbraucherinformation**
- **„Der Einzelhandel als Partner und Motor für nachhaltigen Konsum“**
- **imug-econsense-Workshop „Corporate Social Responsibility und China“ am 04. April 2005 in Hannover**

- **Unternehmerische Verantwortung auf dem Weg zur Normung?**

Bereits seit einigen Jahren wird die Frage diskutiert, ob die Strukturen und Verfahren der freiwilligen Normung dafür geeignet sind, einen konstruktiven Beitrag zur sozialen Verantwortung von Unternehmen und Organisationen zu leisten. Das Präsidium des DIN hatte sich bereits im Jahre 2002 mit diesem Thema befasst. Als Ergebnis der Beratungen unterstützte das Präsidium den bisherigen deutschen mehrheitlich getragenen Stand-



punkt, dass die Aufgaben und Strukturen der Unternehmen die Aktivitäten zur sozialen Verantwortung (Corporate Social Responsibility) bereits einschließen und ausreichend international erarbeitete Papiere, z. B. der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), als Bezugsdokumente vorliegen. Daher sei eine Normung in diesem Bereich nicht erwünscht (Präsidialbeschluss 6/2002).

Die Beratungen auf internationaler Ebene zeigten jedoch, dass es zu dieser Frage sehr unterschiedliche Positionen gibt. Dabei wurde insbesondere deutlich, dass es mehrheitlich keinen Bedarf für zertifizierbare CSR-Managementsysteme gibt. Außerdem wurde deutlich gemacht, dass es nicht die Aufgabe der ISO sein kann, Anforderungen festzulegen, die üblicherweise im politischen Raum angesiedelt sind und die eine demokratische Legitimierung erfordern.

Damit waren die Handlungsspielräume bereits weitgehend eingeengt. Es zeigte sich aber, dass eine breite Mehrheit der Konferenzteilnehmer unter bestimmten Voraussetzungen die Erarbeitung freiwilliger Leitlinien im Rahmen der ISO befürwortet. Insbesondere die Entwicklungsländer setzten sich dafür ein, weil sie häufig nicht über entsprechende nationale Regelungen verfügen. Sie befürchten, dass fehlende Regelungen zur sozialen Verantwortung den Zugang zu den globalen Märkten erschweren könnten.



Unter Berücksichtigung der Konferenzergebnisse und nach ausführlicher Konsultation mit den Teilnehmern beschloss der Technische Lenkungsausschuss

der ISO (ISO/TMB) am 28. Juni 2004, ein Norm-Projekt zur Erarbeitung von Leitlinien zur sozialen Verantwortung zu genehmigen.

Am 15. Dezember 2004 fand in Deutschland dazu die konstituierende Sitzung des Arbeitsausschusses „Gesellschaftliche Verantwortung von Organisationen“ (NASG-AA 1) statt. Im Arbeitsausschuss sind die Interessen von Wirtschaft, öffentlicher Hand, Gewerkschaften, Verbrauchern, Nichtregierungsorganisationen und Anderer vertreten. Der Arbeitsausschuss wird die Arbeiten des entsprechenden Gremiums bei der ISO national begleiten, die deutsche Position in die internationale Arbeit einbringen und diese aktiv mitgestalten. Das DIN hat die Möglichkeit, sechs die interessierten Kreise repräsentierenden Experten zu den ISO-Sitzungen zu entsenden. In dieser Funktion wird Ingo Schoenheit, Geschäftsführender Vorstand des imug Instituts, die Gruppe „Andere Institutionen“ international vertreten.

Weitere Informationen zum internationalen Normungsprozess im Bereich soziale Verantwortung von Unternehmen finden Sie unter <http://www2.din.de/> und <http://www.iso.org/sr>

#### ■ Stiftung Warentest untersucht Unternehmensverantwortung der Anbieter für Umwelt und Soziales

In der Zeitschrift test Nr. 12 vom Dezember 2004 prüft die Stiftung Warentest erstmals in einer eigenen Untersuchung nicht nur die Qualität der Produkte, sondern auch den sozialen und ökologischen Herstellungskontext.



In dem Test von Funktionsjacken bekommen die interessierten Leser neben den bewährten Urteilen über die Produktqualität auch Informationen, ob und wie die Anbieter der Funktionsjacken ihre Verantwortung für Umwelt und Soziales wahrnehmen. Eine eigenständige Bewertungstabelle zur Unternehmensverantwortung zeigt, wie die Anbieter die Kriterien in den untersuchten CSR-Themenbereichen erfüllen. Darüber hinaus wird in dem CSR-Teil des Testes der Hintergrund zur Übernahme von Sozial- und Umweltverantwortung entlang der textilen Kette

beschrieben.

Die Untersuchung der Unternehmensverantwortung von Anbietern von Funktionsjacken ist eines von drei Pilotprojekten in diesem neuen Testfeld. Im Heft 1/ 2005 und im Heft 3/ 2005 werden die Überprüfungen zur Unternehmensverantwortung der Anbieter für Umwelt und Soziales in den Produkttests von Tiefkühl-Lachs bzw. Vollwaschmitteln fortgesetzt. Für diese Ausweitung ihrer Testarbeit hat die Stiftung Warentest viel Zustimmung, aber auch Kritik erfahren. Das erste positive Fazit der Stiftung Warentest lautet: „Wir bleiben am Ball“.

Die konzeptionellen Herausforderungen von Untersuchungen zur Corporate Social Responsibility im Kontext eines vergleichenden Warentests werden in einem Beitrag von Schoenheit, I./ Hansen, U. diskutiert, der in einer aktuellen

Festschrift für Herrn Prof. Dr. Hans Raffée erschienen ist (Wiedmann, K.-P./ Fritz, W./ Abel, B. (Hrsg.): Management mit Vision und Verantwortung, Wiesbaden 2004).

Der Beitrag „Corporate Social Responsibility – Eine Herausforderungen für den vergleichenden Warentest“ ist als pdf-Datei erhältlich bei Markus Grünewald ([gruenewald@imug.de](mailto:gruenewald@imug.de)) (Stichwort: CSR und vergleichender Warentest).

Informationen zu den Untersuchungen der Unternehmensverantwortung und den CSR-Bewertungskriterien finden Sie unter [www.test.de](http://www.test.de)

### ■ Corporate Social Responsibility (CSR) und Verbraucher

lautet der Arbeitstitel eines vom imug Institut im Auftrag des BMVEL bearbeiteten Forschungsprojektes, dessen Zielsetzung es ist, Handlungsempfehlungen hinsichtlich der Inhalte, der Distribution und der Gestaltung von Verbraucherinformationsangeboten über CSR zu erarbeiten.

Die Umsetzung nachhaltiger Konsumstrukturen in Deutschland ist mit gravierenden Informationsdilemmata und dadurch bedingten Verhaltensunsicherheiten verbunden. Unternehmen fällt es schwer, Konsumenten über ihre sozialen und ökologischen Leistungen glaubwürdig zu informieren. Die Konsumenten ihrerseits haben nur unzureichende Möglichkeiten, sich über den sozialen und ökologischen Herstellungskontext von Produkten zu informieren. Zur Beantwortung der im Projekt aufgeworfenen Forschungsfragen werden drei empirische Module bearbeitet, die in einem theoretischen Rahmen entwickelt werden:

- CSR-Informationsbedarf von Konsumenten in ausgewählten Branchen
- CSR-Informationsangebote für Konsumenten in Deutschland und ausgewählten EU-Ländern
- Wirkungen innovativer CSR-Informationskonzepte am Beispiel der drei CSR-Pilotprojekte der Stiftung Warentest

Erste Ergebnisse werden im Sommer 2005 erwartet.

Informationen zum Projekt „CSR und Verbraucher“ erhalten Sie bei Markus Grünewald ([gruenewald@imug.de](mailto:gruenewald@imug.de)). Über Neuigkeiten und Entwicklungen werden wir Sie selbstverständlich in den imug news und auf unserer Homepage [www.imug.de](http://www.imug.de) informieren.

### ■ Neues Gesetz fordert Berichterstattung über nicht-finanzielle Aspekte der Geschäftstätigkeit von Konzernen

Angestoßen durch eine Modernisierungsrichtlinie der EU, die neue Inhalte für die Lageberichte großer Kapitalanlagegesellschaften vorschreibt, haben Bundestag und Bundesrat im Herbst 2004 einer Bilanzrechtsreform zugestimmt. Diese trat am 1. Januar 2005 in Kraft. Über die genaue Auslegung werden wahrscheinlich noch Juristen streiten. Fakt aber ist, dass ab



Januar nicht-finanzielle Leistungsindikatoren, wie Informationen über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange in den Lagebericht einfließen und angemessen dargestellt werden sollen. Ähnliche Gesetzesvorhaben werden zur Zeit in verschiedenen Ländern der EU diskutiert.

In diesem Zusammenhang ist eine von Germanwatch e.V. in Auftrag gegebene Studie von Axel Hesse, Münster, erschienen. Sie stellt die „Integration von Klimachancen und -risiken in die Finanzberichterstattung“ dar und erörtert die neue deutsche Rechtslage.

Die erwähnte Studie von Axel Hesse kann kostenlos unter [www.sd-m.de](http://www.sd-m.de) heruntergeladen werden.

#### ■ Eurosif entwickelt Handbuch für Pensionskassen

Der europäische Dachverband für nachhaltige Investments Eurosis hat ein Handbuch für Pensionskassenverwalter entwickelt.

Mit Hilfe dieses Werkzeugkastens sollen Pensionskassen Anregungen finden, wie soziale, ökologische und ethische Kriterien in ihren Investmentprozess integriert werden können. Das Handbuch enthält eine Reihe von Hintergrundinformationen über SRI und jede Menge praktische Beispiele, wie Pensionskassen sich dem Thema Nachhaltigkeit annehmen können.

Vier verschiedene Ansätze werden näher dargestellt: Negative Screening, Positive Screening, Engagement und Voting.

Gerade in Deutschland verhalten sich die Pensionskassen noch sehr passiv und haben erst zu einem sehr geringen Teil Nachhaltigkeitskriterien in ihre Anlagepolitik integriert. Das europäische Ausland dagegen weist vielfältigere Formen des Engagements auf und kann erhebliche Wachstumsraten im Bereich von SRI bei Pensionsfonds verzeichnen.



Das SRI toolkit steht auf der Website von Eurosis kostenlos als Download bereit: [www.eurosis.org](http://www.eurosis.org) Nähere Informationen zu Leistungen des imug für Pensionskassen und -fonds erhalten Sie bei Silke Riedel ([riedel@imug.de](mailto:riedel@imug.de))

#### ■ BMU-Studie: Kenntnis von Nachhaltigkeitsfonds steigt seit 2002 nur langsam an

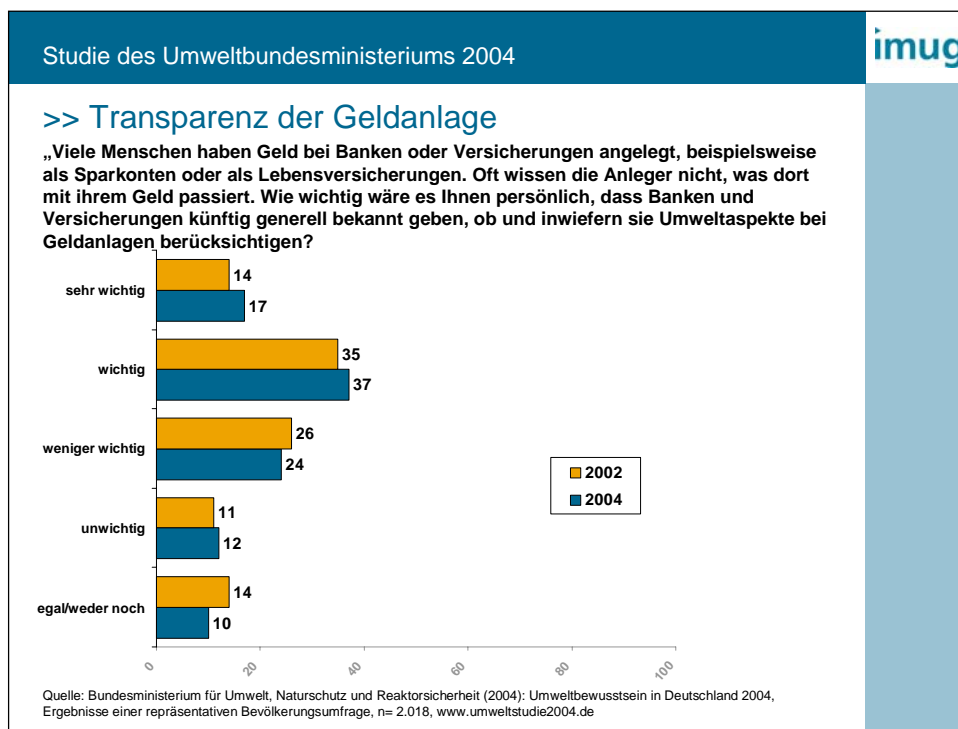
Im Rahmen der aktuellen Studie des Bundesumweltministeriums zum Umweltbewusstsein in Deutschland 2004, wurden die über 2.000 Befragten auch zur Attraktivität von Ökofonds und zur Transparenz der Geldanlage befragt.

Obwohl der Bekanntheitsgrad zugenommen hat und nachhaltige Investments auch keinen Renditevergleich mit konventionellen Produkten mehr scheuen müssen, konnte das Interesse für diese Anlageform laut BMU-Studie in den vergangenen Jahren nicht wesentlich gesteigert werden: Nur sieben Prozent fänden eine solche Form der Geldanlage attraktiv.

Im Vergleich zu anderen ähnlichen Studie war in dieser Befragung nur aus-

schlaggebend, ob die Befragten älter als 18 Jahre waren, nicht aber, ob sie zu den Finanzentscheidern ihres Haushaltes gehören.

Interessant ist die zweite Frage im Komplex Finanzdienstleistungen. Hier wurde gefragt, wie wichtig es den Befragten wäre, dass Banken und Versicherungsunternehmen künftig generell bekannt geben, ob und inwiefern sie Umweltaspekte bei den Geldanlagen berücksichtigen. 54 Prozent geben an, dass ihnen die Transparenz bei der Geldanlage wichtig bis sehr wichtig sei. Dieses Interesse ist in den letzten zwei Jahren um fünf Prozentpunkte gewachsen und weist auf ein erhebliches Informationsdefizit und ein explizites Interesse der Kunden an der Mittelverwendung ihrer Finanzinstitute hin.



Die Studie kann unter [www.umweltstudie2004.de](http://www.umweltstudie2004.de) heruntergeladen werden. Weitere Informationen zum Marktvolumen des Nachhaltigen Investments oder zu Anlegerpräferenzen erhalten Sie bei Frau Silke Riedel (Fon 0511/ 1219632; E-Mail [riedel@imug.de](mailto:riedel@imug.de) )

■ Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Verbraucherinformation

Information und Markttransparenz sind spätestens seit dem klassischen Artikel von Akerlof ein zentrales Thema in der Wirtschaftstheorie geworden. Ausdruck dafür ist die Nobelpreisverleihung im Jahre 2001 an Akerlof und zwei Kollegen für deren Forschungsansatz. Akerlof beschreibt am Beispiel des Gebrauchtwagenmarktes,



wie Märkte mit einer asymmetrischen Informationsverteilung zwischen Anbietern und Nachfragern zusammenbrechen können, wenn für die Anbieter von Gütern guter Qualität keine Möglichkeit besteht, den Nachfragern diese Qualität glaubwürdig zu signalisieren. Diesem Ansatz wird in einem Aufsatz von Ingo Schoenheit nachgegangen, der die volkswirtschaftliche Funktion von Verbraucherinformation untersucht.

Der Aufsatz „Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Verbraucherinformation“ ist als pdf-Datei bei Sonja Scharnhorst erhältlich. (scharnhorst@imug.de) (Stichwort: Verbraucherinformation)

#### ■ „Der Einzelhandel als Partner und Motor für nachhaltigen Konsum“

war der Titel einer vom BMU und UBA am 22. Februar 2005 in Berlin durchgeführten Dialogveranstaltung im Rahmen des nationalen Dialogprozesses zur Förderung nachhaltiger Konsum- und Produktionsstrukturen in Deutschland.

BMU und UBA planen, eine Initiative mit dem Titel „Produkt des Monats“ ins Leben zu rufen. Ziel ist es, durch eine unter den Hauptakteuren – UBA, Verbraucherverbände, Einzelhandel – abgestimmten Aufklärungskampagne innerhalb einzelner Produktgruppen den vergleichsweise nachhaltigen Produktalternativen mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen. Eine ähnliche Zielrichtung verfolgen die Projekte „Eco-Top-Ten“ und „Leitsysteme zur Förderung nachhaltige Produkte im Einzelhandel und „Echt gerecht – clever kaufen“, die auch auf der Dialogveranstaltung diskutiert wurden.

In allen genannten Projekten sehen die anwesenden Experten gute Ansätze, nachhaltiges Konsumverhalten in der breiten Öffentlichkeit zu fördern. Kritik wurde daran geäußert, dass mit BMU/ UBA und BMVEL zwei Ministerien das Thema Nachhaltiger Konsum besetzen. Für die Zukunft wurde eine bessere Abstimmung auf Ministeriumsebene und Verzahnung in den einzelnen Projekten angemahnt.

Die Dokumentation des Dialogprozesses finden Sie unter [www.ecologic-events.de/scp-konferenz/de/index.htm](http://www.ecologic-events.de/scp-konferenz/de/index.htm). Als Ansprechpartner stehen beim BMU Dr. Ulf Jaeckel ([ulf.jaekel@bmu.de](mailto:ulf.jaekel@bmu.de)) und beim UBA Christian Löwe ([christian.loewe@uba.de](mailto:christian.loewe@uba.de)) zur Verfügung.

#### ■ imug-econsense-Workshop „Corporate Social Responsibility und China“ am 04. April 2005 in Hannover

Die gesellschaftlichen Veränderungen in China und der ungebremsste Wachstumskurs der chinesischen Wirtschaft macht China für die deutsche Wirtschaft zu einem interessanten Absatz und Beschaffungsmarkt. Zugleich stellen sich Fragen, ob ein stärkeres Engagement auf dem chinesischen Markt sozial und ökologische verträglich oder gar sinnvoll ist und dem Anspruch entspricht, insgesamt gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. Obwohl sich insgesamt eine positive Grundhaltung zu etablieren scheint, welche die Chancen einer intensivierten Kooperation stärker betont,

**econsense**  
Forum Nachhaltige Entwicklung  
der Deutschen Wirtschaft

zeigen sich immer wieder Unsicherheiten, wie ein verantwortliches und zugleich wirtschaftlich erfolgreiches Handeln auf dem chinesischen Markt konkret realisiert werden kann.

Am 04. April 2005 sind Unternehmensvertreter, Journalisten, Politiker, Studenten und Hochschulangehörige nach Hannover eingeladen, um im Rahmen eines eintägigen Workshops über diese zentralen Fragen zu diskutieren. Veranstalter dieser Tagung sind das imug Institut und econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V.

Tagungsprogramm und Anmeldung bei Nadine Heller (Tel.: 0511/12196-11/[heller@imug.de](mailto:heller@imug.de)) oder unter [www.imug.de](http://www.imug.de) bzw. [www.econsense.de](http://www.econsense.de)

Vorherige Ausgaben dieses newsletters finden Sie im Archiv unter [www.imug.de](http://www.imug.de)

## Impressum

© imug Beratungsgesellschaft mbH, 2005  
Brühlstr.11  
30169 Hannover  
fon 511.12196-0  
fax 511.12196-95  
[csr-news@imug.de](mailto:csr-news@imug.de)  
<http://www.imug.de>

Die imug csr-news erscheinen 4 mal jährlich.

Wenn Sie Fragen oder Anregungen zu diesem newsletter haben, so schicken Sie uns bitte eine Email an [csr-news@imug.de](mailto:csr-news@imug.de). Wir würden uns freuen, wenn Sie diesen newsletter weiterempfehlen.

Sollten Sie diesen newsletter nicht weiter erhalten wollen, senden sie bitte einfach eine Email mit dem Subject „unsubscribe“ an [csr-news@imug.de](mailto:csr-news@imug.de) .