

**imug Kompetenzen**

## Der EIRIS-imug-Researchprozess

imug Beratungsgesellschaft  
für sozial-ökologische Innovationen mbH  
Brühlstr. 11  
30169 Hannover

fon +49.511.121960  
fax +49.511.1219695  
email [contact@imug.de](mailto:contact@imug.de)  
web [www.imug.de](http://www.imug.de)

### Inhaltsübersicht

1.	Selbstverständnis und Hintergrund .....	3
2.	Erfassung und Kategorisierung der Unternehmen nach Risikoklassen .....	4
3.	Beschaffung der Nachhaltigkeitsinformationen .....	4
4.	Durchführung der Analyse und Bewertung der Unternehmen .....	5
5.	Rückkopplung der Ergebnisse an die Unternehmen .....	6
6.	Kontrolle des Prozesses .....	7
7.	Qualitätssicherung und Training .....	7
8.	Prinzipien des Research .....	8
9.	Der EIRIS-imug-Researchprozess .....	9
10.	imug Beratungsgesellschaft .....	10
11.	Kontakt.....	14

## 1. Selbstverständnis und Hintergrund

Corporate Research führt das imug für Kunden durch, die keine Standardbewertungen in Sachen Nachhaltigkeit übernehmen wollen, sondern eigene ethische, soziale und ökologische Kriterien in spezifischer Gewichtung für ihr Portfolio-Screening nutzen wollen.

Unsere Leistungen sind:

- Customized Research
- Screening von Nachhaltigkeitsportfolios
- Konzeption nachhaltiger Anlagepolitiken für Publikums- und Spezialfonds
- Beratung bei Kommunikation- und Vertriebsaufgaben im Financial Service
- Schulung des Vertriebs im Themenfeld Nachhaltiges Investment

imug Investment Research arbeitet seit 2002 nach einem Commitment, das Fragen der **Unabhängigkeit, Nachvollziehbarkeit und Transparenz** der Research behandelt. Dies wird auf Nachfrage gerne zugesandt. Zudem ist das imug Mitinitiator des freiwilligen Qualitätsstandards zum CSR-Research (CSRR-QS). 15 Researchagenturen aus Europa haben diesen zertifizierbaren Standard entwickelt, damit sie die Nachvollziehbarkeit und Transparenz ihrer Arbeit unter Beweis stellen können. Mehr dazu unter: [www.cssr-qs.org](http://www.cssr-qs.org) und [www.imug.de](http://www.imug.de)

### Hintergrund:

Die imug Beratungsgesellschaft ist 1995 aus dem imug Institut an der Universität Hannover hervorgegangen. Die Marketingkompetenz des imug fokussiert auf die Frage, auf welche Weise sich betriebswirtschaftliche Ziele wie Umsatz, Marktanteil, Gewinn mit tatsächlichen Vorteilen für die Konsumenten und Kunden, für die Gesellschaft und für die Umwelt im Sinne eines Sustainability-Konzeptes optimal verbinden lassen.

Im Arbeitsbereich Investment Research stehen Recherchen für Fonds, die in Unternehmen mit besonderen sozialen und ökologischen Leistungen investieren, im Mittelpunkt der Arbeit. Ergänzt wird diese Arbeit um Marktforschungs- und Kommunikationsprojekte zur nachhaltigen Geldanlage. Bei praxisorientierten Forschungsprojekten kooperiert die imug Beratungsgesellschaft mit dem imug Institut.

**Research für EIRIS:**

Im Auftrag von EIRIS (Ethical Investment Research Services) recherchiert die imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen mbH die im DAX30 und MDAX gelisteten Unternehmen sowie Aktiengesellschaften aus Österreich und der Schweiz. Insgesamt ergibt dies circa 170 Unternehmen. Grundlage für alle sozial-ökologischen Unternehmensbewertungen ist ein von EIRIS entwickeltes Research Manual, das alle Nachhaltigkeitskriterien sowie ausführliche Erläuterungen umfasst.

Im Folgenden werden Struktur und Ablauf der Unternehmensbewertungen vorgestellt. Zudem wird die Informationsbeschaffung beschrieben. Eine grafische Darstellung des Gesamtprozesses findet sich am Ende des Textes.

## 2. Erfassung und Kategorisierung der Unternehmen nach Risikoklassen

Um den Kunden die für sie relevanten Nachhaltigkeitsinformationen zeitnah zur Verfügung stellen zu können, hat EIRIS die zu analysierenden Unternehmen in fünf Risikoklassen eingestuft. Für jede dieser Risikoklassen gelten bestimmte Bearbeitungszeiträume, je nachdem, in welchem Maße die Geschäftsaktivitäten die Umwelt beeinträchtigen oder in welchen Ländern das Unternehmen aktiv ist. Weitere Aspekte – etwa das Korruptionsrisiko oder der Umgang mit Zulieferern – werden bei der Klassifizierung ebenfalls berücksichtigt. Ferner ist von Bedeutung, ob das Unternehmen einen aussagekräftigen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

## 3. Beschaffung der Nachhaltigkeitsinformationen

Die Analyse und Bewertung der Unternehmen nach den von EIRIS definierten Kriterien erfolgt auf Basis öffentlich zugänglicher Unternehmensinformationen. Dazu zählen beispielsweise:

- Geschäftsberichte
- Nachhaltigkeitsberichte
- Umwelt-, Personal- und Sozialberichte
- Gesundheits- und Arbeitssicherheitsberichte
- sonstige Unternehmenspublikationen

Diese Publikationen werden von den Unternehmenswebseiten heruntergeladen und im imug archiviert. Gleiches gilt für Printversionen der Berichte, welche die Unternehmen auf dem Postwege zur Verfügung stellen.

Die Benachrichtigung über Berichtsveröffentlichungen erfolgt z.B. über den Email-Service von „ReportAlert.info“ – im Falle von Nachhaltigkeitsberichten – oder über Presseartikel und Einladungen zur nächsten Hauptversammlung der Unternehmen in den Medien.

Eine weitere wichtige Informationsquelle für die Analyse und Bewertung der Unternehmen sind deren Internetseiten, da einige Unternehmen keine Printberichte über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten veröffentlichen. Informationen über die sozialen und ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit sowie jährlich aktualisierte Kennzahlen finden sich häufig in einer gesonderten Nachhaltigkeits-Sparte auf der Homepage. In der Regel verweisen auch diejenigen Unternehmen auf ihre Internetseiten, die einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen. Ergänzende, für das Research relevante Informationen sind beispielsweise: Unternehmensleitlinien, Verhaltenskodizes, Pressemitteilungen etc. Zentrale Dokumente – etwa ein konzernweit gültiger Code of Conduct – werden heruntergeladen und archiviert.

Darüber hinaus werden Medienberichte aus der tagesaktuellen Wirtschaftspresse (Handelsblatt, Frankfurter Rundschau, Financial Times, oekoinvest u.a.) sowie Email-Newsletter von anerkannten Organisationen und NGOs (wie z.B. Greenpeace, BankTrack, Corporate Ethics, Amnesty International, GermanWatch, [www.ecoreporter.de](http://www.ecoreporter.de), [www.umweltdialog.de](http://www.umweltdialog.de), [www.csr-news.net](http://www.csr-news.net) u.a.) oder anderen Stakeholdern (Gewerkschaften, econsense, dnwe etc.) zu den entsprechenden EIRIS-Kriterien ausgewertet („issue monitoring“).

#### 4. Durchführung der Analyse und Bewertung der Unternehmen

Entsprechend der im Research Manual niedergelegten Regeln und Kriterien zur Analyse und Bewertung der Unternehmensdaten werden die relevanten, öffentlich verfügbaren Informationen innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens ausgewertet. Diese Auswertung beinhaltet auch die stichwortbasierte Internetrecherche zu „kontroversen Geschäftsaktivitäten“, die EIRIS als kritisch definiert hat (Waffenproduktion, Tierversuche etc.). Die im imug-Research-Universum vertretenen Branchen sind auf die Analysten verteilt, um den Aufbau von Branchenkompetenzen zu unterstützen.

Die Daten werden in webbasierten Datenbanken erfasst, welche EIRIS seinen Research-Partnern zur Verfügung stellt. Im Zuge der Datenerfassung werden auch die Veränderungen zu den vorherigen Einträgen sowie die Quellen, die für die Aktualisierung bzw. erstmalige Eintragung der Informationen verwendet wurden, dokumentiert.

Des Weiteren führt das imug wöchentlich eine Zeitungsrecherche in Bezug auf realisierte Mergers & Acquisitions bei den untersuchten Unternehmen durch und meldet die Ergebnisse an EIRIS. Ferner werden kontinuierlich so genannte „News Stories“ zu einer vorgegebenen Auswahl von Kriterien recherchiert. Untersucht werden Tageszeitungen, Magazine und E-Mail-Newsletter. Ein wichtiges Hilfsmittel sind zudem Internet-Suchmaschinen und Datenbanken.

In regelmäßigen Abständen organisiert das imug so genannte „Company Days“, um den kontinuierlichen Austausch zwischen dem imug und den Unternehmen über aktuelle Entwicklungen, wie z.B. Veränderungen im Bereich der Kriterien etc., zu ermöglichen.

## 5. Rückkopplung der Ergebnisse an die Unternehmen

Nach erfolgter Freigabe der Daten durch EIRIS (4-Augen-Prinzip) wird das Unternehmensprofil im „EIRIS Portfolio Manager“ (EPM) aktualisiert. Daraufhin wird dem Head of CSR des analysierten Unternehmens das Profil zur Verfügung gestellt, wobei auf noch offene Sachverhalte bzw. fehlende Daten hingewiesen wird. Dem Unternehmen wird eine bestimmte Frist eingeräumt, um auf die ungeklärten Bereiche reagieren zu können und imug Investment Research ggf. Änderungen oder ergänzende Informationen mitzuteilen. Diese werden dann nach Eingang im imug in der Datenbank erfasst.

Erfolgt seitens des Unternehmens keine Rückmeldung innerhalb des vorgegebenen Zeitraums, wird nachgehakt, ob das Unternehmen die Unterlagen auch tatsächlich erhalten hat. Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass relevante Anmerkungen oder Ergänzungen noch einbezogen werden können. Zudem haben die Unternehmen auch im Jahresverlauf die Möglichkeit, dem imug weitere Informationen mitzuteilen, die dann ebenfalls ausgewertet werden, um sie den Kunden schnellstmöglich in EPM zugänglich zu machen. Stellt das Unternehmen interne Dokumente zur Verfügung, die als „vertraulich“ gekennzeichnet wurden, so verpflichtet sich das imug zu einem streng vertraulichen Umgang mit diesen Informationen. Wird von Unternehmensseite die Unterzeichnung einer „Confidentiality Policy“ verlangt, so entspricht das imug dieser Forderung.

Der hier beschriebene Researchprozess startet von Neuem, sobald der nächste Unternehmensbericht – Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsbericht – veröffentlicht wird.

## 6. Kontrolle des Prozesses

Einmal pro Monat wird EIRIS über den aktuellen Status der Unternehmensbewertungen und die vorgenommenen Aktualisierungen informiert. Das imug erhält von EIRIS quartalsweise eine quantitative und qualitative Rückmeldung („quarterly feedback“) bezüglich des Researchprozesses. Dabei geht es u.a. auch um die Einhaltung definierter Standards. Ferner werden die imug-Analysten in regelmäßigen Abständen aufgefordert, mit Hilfe eines vorgegebenen Schemas überarbeitete Unternehmensprofile auf inhaltliche und stilistische Richtigkeit hin zu überprüfen („quality feedback“).

Wenn die Eingaben in die Datenbanken abgeschlossen sind, werden diese von den „EIRIS-Approvern“ auf ihre Qualität hin kontrolliert. Bei Mängeln wird der für das jeweilige Unternehmen zuständige imug-Analyst aufgefordert, die Angaben erneut zu überprüfen und ggf. zu korrigieren. Die finale Freigabe der Profile in EPM erfolgt durch EIRIS.

## 7. Qualitätssicherung und Training

Das imug hat im Jahr 2002 einen Qualitätsstandard eingeführt, der die Unabhängigkeit, Nachvollziehbarkeit und Qualität der Unternehmensanalysen gewährleistet. imug Investment Research verpflichtet sich bei seinen Unternehmensbewertungen neben der Einhaltung der oben genannten Qualitätsstandards zu den Prinzipien der Fairness, Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit und Professionalität.

Die Arbeit findet unabhängig von Einflüssen durch die recherchierten Unternehmen oder Investoren statt. Falls Finanzinstitute bewertet werden, die zugleich Kunden des imug Investmentbereiches sind, werden diese genau so bewertet wie alle anderen Unternehmen auch.

Alle Researchergebnisse werden so dokumentiert, dass sie nachvollziehbar (transparent) und nachprüfbar sind.

Darüber hinaus ist das imug Mitinitiator des freiwilligen Qualitätsstandards zum CSR-Research („CSRR-QS“). 15 Researchorganisationen aus Europa haben im Auftrag der Europäischen Kommission diesen zertifizierbaren Standard entwickelt. Ziel ist es, die Qualität von CSR-Researchorganisationen zu gewährleisten und die Prozesse und Kriterien transparent und nachvollziehbar zu machen.

Das imug stellt sicher, dass Researcher sowie Praktikanten und Assistant Researcher zu Beginn ihrer Tätigkeit ausführlich in die methodischen Grundlagen der Unternehmensbewertungen eingeführt werden. Eine fortlaufende Unterstützung findet durch die Senior Researcher statt. Nach Bedarf werden

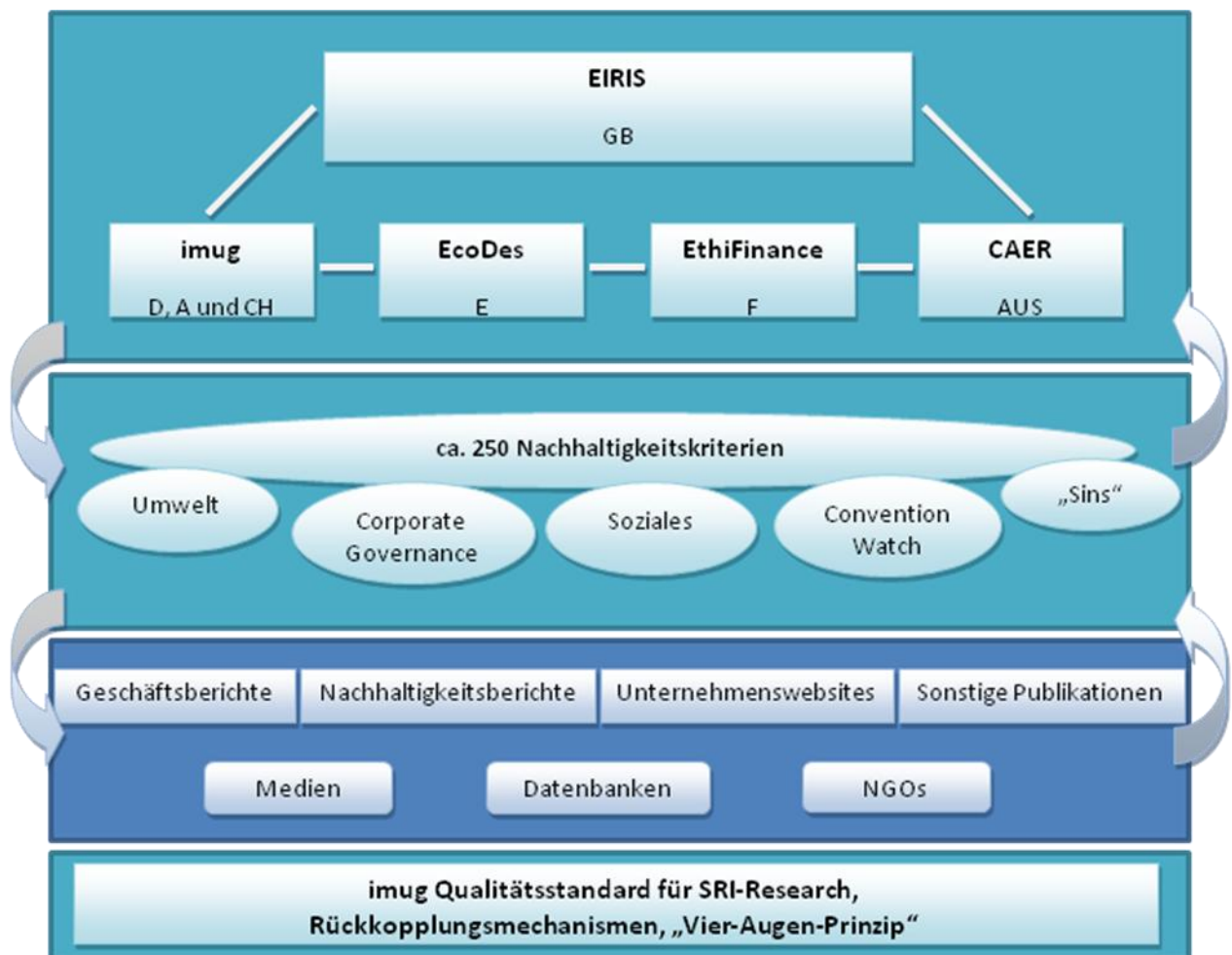
zusätzliche Schulungen durchgeführt. Zudem finden monatlich Telefonkonferenzen mit EIRIS statt, in denen es auch um die Weiterbildung in der Research-Methodologie geht. Außerdem bietet EIRIS seinen Research-Partnern Schulungsprogramme zu einzelnen Untersuchungsbereichen an. Der entsprechende Bedarf wird von EIRIS regelmäßig abgefragt. Auch auf den jährlichen Treffen („partners meetings“), die EIRIS mit seinen Research-Partnern durchführt, stehen stets Schulungsthemen auf der Agenda.

## 8. Prinzipien des Research

Die folgenden Grundregeln des Research werden im imug-Code of Conduct näher beschrieben und sollen hier nur kurz skizziert werden:

- **Unabhängigkeit** von Finanzinstituten und zu bewertenden Unternehmen
- **Transparenz:** Nachvollziehbarkeit der Bewertungen, Transparenz über Quellen, Begründungen beim Downgrading
- **Umgang mit Stakeholderinformationen**
- **Vertraulichkeit der Daten**
- **Training:** kontinuierliche Themenfortbildung, monatliche Telefonkonferenzen, jährliche Analystentreffen in London
- **Vier-Augen-Prinzip** bei der Analyse

## 9. Der EIRIS-imug-Researchprozess



## 10. imug Beratungsgesellschaft

Wir untersuchen und bewerten Stakeholderbeziehungen. Wir liefern Daten, Kennziffern und Argumente. Wir beraten und unterstützen Unternehmen aber auch bei der Gestaltung ihrer Stakeholderbeziehungen. Wir beachten, dass Kunden und Mitarbeiter heute komplexere Erwartungen haben. Unser Analyse- und Beratungsansatz ist nachhaltig. Für uns gehören Kundenorientierung, Führungskompetenz, Mitarbeiterorientierung und gesellschaftliche Verantwortung zusammen. Auf die Balance kommt es an.

### Unsere Herkunft

Die imug Beratungsgesellschaft ist 1995 als ein spin off des Instituts für Markt-Umwelt-Gesellschaft an der Leibniz Universität Hannover in der Rechtsform einer GmbH gegründet worden. Die Gesellschafter sind Frau Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen, Herr Prof. Dr. Peter Hansen und Herr Dr. Ingo Schoenheit (zugleich Geschäftsführer). Dr. Ingo Schoenheit, Stefan Dahle, Jan Devries und Ulrike Niedergesäß betreuen als Partner und erfahrene Senior Consultants die verschiedenen Projekte in ihrer Umsetzung.

### Unsere Strategie

Kundenorientierung, Marktforschung, CSR und Wertemanagement, Investment Research entwickeln wir als eigene Geschäftsfelder, die eine gemeinsame Philosophie transportieren. Wir verbinden Effizienz mit Verantwortung. Wir erzielen Synergieeffekte und sind dadurch unseren Wettbewerbern überlegen.

### Unsere Leistungen

- Individuelle Marktforschung nach wissenschaftlichen Standards
- Strategische Marketing- und Kommunikationsberatung
- Umsetzung und Prozessbegleitung
- Erfolgskontrolle

### Unsere Werte

Als Berater und Dienstleister für Unternehmen und Organisationen handeln wir auf der Grundlage folgender Werte:

- **Qualität**

Wir stellen an unsere eigenen Arbeiten inhaltlich und formal höchste Ansprüche. Wir bekennen uns zur Leistungsorientierung und wollen exzellenten Service leben.

- **Fairness**

Im Umgang mit unseren Kunden und unseren Mitarbeitern lassen wir uns vom Grundwert der Fairness leiten. Wir achten insbesondere auf die legitimen Interessen unserer Kunden, die uns Daten und Informationen anvertrauen.

- **Nachhaltigkeit**

Wir wollen Leistungen anbieten, die die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft stärken. Wir denken ganzheitlich und handeln verantwortlich.

**Ansprechpartner im SRI-Team**

**Dr. Ingo Schoenheit**



Geschäftsführender Gesellschafter

... hat 1992 zusammen mit Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Hansen das imug Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft an der Universität Hannover gegründet, aus dem 1995 die imug Beratungsgesellschaft hervorgegangen ist. Als Senior Consultant berät er Unternehmen in Marketing- und Strategiefragen. Insbesondere die Zielsetzung einer gekonnten Stakeholderorientierung von Unternehmen und die Ausgestaltung einer sozial und ökologisch verantwortlichen Unternehmenspolitik steht im Zentrum vieler Beratungsprojekte. Von Herrn Schoenheit liegen zahlreiche Buch- und Aufsatzveröffentlichungen in den Themengebieten Konsumentenverhalten, Corporate Social Responsibility und nachhaltige Finanzmärkte vor.



**Silke Riedel (Dipl.-Sow.)**

Head of imug Investment Research

... ist seit Juli 2000 bei der imug Beratungsgesellschaft mbH in Hannover beschäftigt und leitet dort den Bereich Investment Research. Ein Schwerpunkt ihrer Arbeit ist die sozial-ökologische Unternehmensbewertung für Nachhaltigkeitsfonds sowie die Beratung von Institutionen, die nachhaltige Investmentprodukte entwickeln. Eine Vielzahl an internationalen und nationalen Projekten sowohl im Bereich Nachhaltigkeitsresearch als auch Forschung und Marktbeobachtung liegen in ihrem Verantwortungsbereich. Zudem ist sie Mitglied im Anlageausschuss der Bewegungstiftung, ständiges Jurymitglied bei der Ethikbank zum Preis „Nachhaltiger Mittelstand“ und Mitglied im Beirat der Umweltbank. Silke Riedel studierte an der Universität Oldenburg Sozialwissenschaften mit dem Schwerpunkt Umweltpolitik/ Umweltplanung. Darüber hinaus ist Frau Riedel als ausgebildete Mediatorin tätig.



**Markus Grünewald (Dipl.-Ök.)**

... ist gelernter Großhandelskaufmann sowie ausgebildeter Wirtschaftswissenschaftler mit Schwerpunkt Umweltmanagement. Seit 1998 ist er als Mitarbeiter beim imug in unterschiedlichen Projekten in den Themenfeldern sozial-ökologische Unternehmensbewertung und Nachhaltiger Konsum tätig. Seit 2006 unterstützt Markus Grünewald den Bereich Investment Research. Von Markus Grünewald liegen Veröffentlichungen im Themenfeld Nachhaltiger Konsum und sozial-ökologische Unternehmensbewertungen vor.



**Imke Mahlmann** (Dipl.-Ök.)

... ist seit 1996 Mitarbeiterin des imug. Ihren Arbeitsschwerpunkt bildete zunächst das Issue Monitoring und Issue Management für Themen aus den Bereichen Umwelt und Verkehr. Seit 2006 arbeitet Imke Mahlmann im Bereich Investment Research. Bei der sozial-ökologischen Bewertung von Unternehmen ist sie für verschiedene Branchen verantwortlich. Imke Mahlmann ist ausgebildete Industriekauffrau und studierte Wirtschaftswissenschaften in Deutschland und England.



**Julius Hansen** (Dipl.-Ök.)

... studierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaften mit den Schwerpunkten Umweltökonomie und Nachhaltigkeitsmanagement an der Universität Lüneburg. Erste Arbeitserfahrungen im Themenfeld der Nachhaltigkeitsberichterstattung sammelte er in der CSR-Abteilung eines international agierenden Handels- und Dienstleistungskonzerns. Seit 2008 ist Julius Hansen im Bereich Investment Research als SRI-Analyst im imug tätig. Bei der sozial-ökologischen Bewertung von Unternehmen ist er für verschiedene Branchen verantwortlich.

## 11. Kontakt

imug Beratungsgesellschaft  
für sozial-ökologische Innovationen mbH  
Brühlstraße 11  
D-30169 Hannover

Fon +49.511.12196-0  
Fax +49.511.12196-95  
Email: [contact@imug.de](mailto:contact@imug.de)  
Internet: [www.imug.de](http://www.imug.de)