



UmweltDialog

Wirtschaft · Verantwortung · Nachhaltigkeit

1

April
2014

Das CSR-
ePaper

Nachhaltiges Lieferketten Management

Einführung in
das nachhaltige
Lieferketten-
Management

Nachhaltigkeit im
Mittelstand: Geringe
Wahrnehmung –
großes Potenzial



Social Compliance –
ein unterschätzter
Wettbewerbsfaktor

Faire Textilien:
„Es bringt nichts,
nur eine Liste
abzuhaken“

„Audits dauern
länger als ein oder
zwei Tage!“

Globale Versor-
gungsketten gegen
Wetterextreme
sichern



Wir erklären Nachhaltigkeit.

UmweltDialog informiert seit 2003 umfassend rund die Themen Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR). Als verlässliche und unabhängige Journalisten berichten wir klar, verständlich, kompakt und überparteilich über aktuelle Themen und Trends rund um nachhaltiges Engagement. Mit heute über 500.000 Aufrufen pro Monat ist UmweltDialog einer der führenden CSR-Nachrichtenanbieter.



Liebe Leserinnen und Leser,

Deutschland ist nicht zuletzt deshalb eine weltweit führende Handelsnation, weil wir unsere Waren und Dienstleistungen aus aller Welt beziehen und in alle Welt liefern. Diese hohe Maß an Globalisierung ermöglicht erst den wirtschaftlichen Erfolg. Funktionierende Lieferketten spielen hierbei eine zentrale Rolle.

Jeder aus der Praxis weiß allerdings auch, dass mit der Auslagerung von Produktion auch die Kontrolle über die Umsetzung ausgelagert wird. Die Verantwortung für das Produkt und die Marke bleiben aber beim Auftraggeber. Neben Qualitätsstandards müssen daher auch Umwelt- und Sozialstandards beachtet werden.

In dieser ePaper Ausgabe von UmweltDialog widmen wir uns daher schwerpunktmäßig den Nachhaltigkeitsaspekten in der Lieferkette.

Wir wünschen Ihnen eine interessante und informative Lektüre!

A handwritten signature in cursive script, appearing to read "Elmer Lenzen".

Dr. Elmer Lenzen
CEO macondo publishing GmbH

Inhalt



Einführung in das nachhaltige Lieferketten-Management	6
Nachhaltigkeit im Mittelstand: Geringe Wahrnehmung – großes Potenzial	10
Social Compliance – ein unterschätzter Wettbewerbsfaktor	12
Faire Textilien: „Es bringt nichts, nur eine Liste abzuhaken“	16
„Audits dauern länger als ein oder zwei Tage!“	18
Globale Versorgungsketten gegen Wetterextreme sichern	22

Aus der Praxis

DHL Resilience360 – neues Instrument für Risikomanagement in der Logistik	24
VW erster deutscher Autohersteller im Clean Shipping Network	26
BMW und Zulieferer: Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit	28
10.000stes Unternehmen nutzt iPoint Conflict Minerals Platform	31

Management & Märkte

32

EU will Berichtspflicht für CSR	33
UN PRME Chapter für den deutschsprachigen Raum	35
Der Beitrag von „Best-in-Class“-Ratings	37
ESG-Themen: Stillstand beim Management	39
Unternehmen profitieren vom EU Emissionshandel	42
Nur 4 % der Manager halten ihr Unternehmen für innovativ	44
Löst der Ozean die Rohstoff-Probleme der Zukunft?	46
Faire Warenvielfalt	48

Aus den Unternehmen

49

Bayer legt integrierten Nachhaltigkeitsbericht vor	50
HOCHTIEF veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2013	53
Tetra Pak: Umweltziele 2020	55
DHL erweitert Transparenz bei CO2-Emissionen	58
Volkswagen will ökologische Nr. 1 werden	60
BSH engagiert sich für den Klimaschutz	62
NGOs und Verbraucherschützer bewerten Fortschritte der Nestlé Qualitätsinitiative positiv	65
Schmutziges Palmöl in Procter & Gamble-Produkten?	68
Marrokanerinnen schuften für deutsche Supermärkte	70

Politik

72

CSR in Nordrhein-Westfalen	73
Erfolgreiche Klagen im Namen der Natur	80
EU könnte sich Klima-Vorreiterrolle leisten	82
Konfliktmineralien-Studie der EU	85
Bürgermeister sind vertrauenswürdigere Politiker	86
Transparency begrüßt Gesetzentwurf zur Verschärfung der Abgeordnetenbestechung	88

Wilderei

90

Kampf gegen Elfenbeinhandel extrem gefährlich	91
Mit Microchips gegen Wilderer	93
Bundesregierung unterstützt weltweiten Kampf gegen Wilderei auf bedrohte Arten	95

Menschenrechte

97

Studie: Umsetzung von Menschenrechten mangelhaft	98
Globale Anzeigenkampagne ruft zum Botswana-Boykott auf	101
Ein Jahr bis zum Ende der 'Menschensafaris' in Indien	103
Monitoringstelle zur Einhaltung der Kinderrechte in Deutschland gefordert	105
Kita für Indigene Kinder	107

Impressum

109



(Foto: Kzenon / Fotolia.com)

Nachhaltiges Lieferketten-Management

Mit der fortschreitenden Globalisierung und Spezialisierung hat sich der Trend zum Outsourcing in den letzten Jahrzehnten stetig verstärkt. Unternehmen, die ihre Produktion und Dienstleistungen auslagern, lagern auch ihre Reputationsrisiken und ihre gesellschaftliche Verantwortung aus. Die dementsprechende Bedeutung eines guten Lieferkettenmanagements ist Unternehmen wie auch Anlegern bewusst.

Von Ida Karlsson

Im Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2012 hat RobecoSAM eine verbesserte Rahmenbewertung für die Nachhaltigkeit des Supply-Chain-Managements eingeführt. Im Lieferkettenmanagement liegt der Fokus traditionell auf vorgelagerten sozialen Risiken wie den Arbeitsbedingungen, der Kinderarbeit und Mindestlöhnen. Seit einiger Zeit wird das Konzept deutlich breiter verstanden und um eine Vielzahl ökonomischer, ökologischer und sozialer Fragen ergänzt, die alle Bereiche der Wertschöpfungskette betreffen, inklusive der Innovationsstärke.

Im Laufe der vergangenen zehn Jahre haben sich die Unternehmen im Licht von Nachhaltigkeitsaspekten intensiver mit ihrem Lieferkettenmanagement beschäftigt. Diese Entwicklung lässt sich im RobecoSAM CSA beobachten. Angefangen

hat das CSA im Supply-Chain-Bereich mit Standards zur Bewertung der Leitlinien für Lieferanten und der Art und Weise, wie die Unternehmen die Einhaltung dieser Leitlinien überprüfen. Daraus entstanden ist ein umfassendes Bewertungsgerüst, das ökonomische, ökologische und soziale Supply-Chain-Risiken genauso berücksichtigt.

Die Wichtigkeit des Lieferkettenmanagements

Im Lieferkettenmanagement stehen Unternehmen vor dem Dilemma, einerseits die Kosten sowie die Produktionszeiten in ihren Lieferketten zu reduzieren, und andererseits zugleich Verbesserungen in der Nachhaltigkeit und Qualität zu erzielen. Wenn Unternehmen einen bedeutenden Anteil ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und ihrer Umweltauswirkungen an ihre Lieferanten ausgelagert haben, wird das Lieferkettenmanagement zu einem ihrer wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen. Misswirtschaft kann auch zu Lieferkettenstörungen führen, die sich negativ auf den gesamten Betrieb und die finanzielle Entwicklung des Unternehmens auswirken.

Aus Anlegersicht sprechen mehrere Gründe dafür, das Lieferkettenmanagement der Unternehmen genau im Auge zu behalten. Eine vor kurzem von der Harvard Business School veröffentlichte Studie zeigt, dass Unternehmen, die frühzeitig nachhaltige Praktiken anwenden, langfristig besser abschneiden. Ein weiteres Ergebnis der Studie zeigt: Unter den Vorreitern der Nachhaltigkeit ist auch der Anteil der Unternehmen grösser, die Nachhaltigkeitsleitlinien für ihre Lieferanten eingeführt haben. Potenzielle Risiken einer schlecht gemanagten Lieferkette können zu Produktrückrufen und erheblichen direkten Kosten führen. Daher liegt es im Anlegerinteresse, Unternehmen zu identifizieren, die ihre Lieferketten effektiv steuern und entsprechend profitabel agieren.

Bewertungsrahmen für das Lieferkettenmanagement

RobecoSAM hat einen umfassenden Bewertungsrahmen für das Lieferkettenmanagement der Unternehmen im CSA entwickelt. Der Ansatz betrachtet sieben zentrale Faktoren. Im Mittelpunkt stehen die Risikoidentifizierung und das Risikomanagement sowie die Art und Weise, wie Nachhaltigkeitsaspekte in die übergreifende Supply-Chain-Strategie integriert werden, wie diese die finanzielle Performance beeinflussen und sich damit auf die Unternehmensentwicklung insgesamt auswirken.

Die Analyse der Daten, die seit Einführung des neuen CSA-Bewertungsrahmens für das Lieferkettenmanagement erfasst worden sind, zeigt vor allem eines: Die Unternehmen schenken ihren Lieferketten und der Steuerung der damit verbundenen Risiken und -chancen zunehmend Beachtung. Die CSA-Teilnehmer, die ein breites Spektrum an Branchen vertreten, bezeichnen das Lieferkettenmanagement als eines der finanziell bedeutsamsten Themen. Doch obwohl das Thema mehr Beachtung findet, wird deutlich, dass die Unternehmen bei ihren internen Praktiken erheblich weiter sind als ihre externe Berichterstattung vermuten lässt. Dadurch sehen ihre Stakeholder nicht immer, inwieweit Unternehmen die Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen in ihren Lieferketten aktiv adressieren.

Kritische Beobachtung der Öffentlichkeit fördert fortschrittliche Ansätze

Ein Blick auf die in Abb. 1 dargestellten Durchschnitts- und Spitzenwerte für fünf Branchen zeigt deutliche Unterschiede bei der Umsetzung nachhaltiger Lieferkettenpraktiken auf Branchenebene auf. Dafür gibt es keine einfache Erklärung. Einige der möglichen Einflussfaktoren sind im Folgenden skizziert:

-
1. Branchen wie die Lebensmittelindustrie und der Einzelhandel, die direkte Kundenbeziehungen unterhalten, werden von der Öffentlichkeit kritisch beobachtet. Für die Lebensmittelhersteller ist die Nachverfolgbarkeit ihrer Produkte das wichtigste Anliegen. Die Endverbraucher wollen wissen, was in den Nahrungsmitteln steckt und woher diese stammen. Im Einzelhandel liegt das Hauptaugenmerk auf den Arbeitsbedingungen bei den Zulieferern. Dadurch sahen sich die Unternehmen in diesen Branchen gezwungen, ihre Lieferkettenrisiken früher als andere zu adressieren.
 2. Branchen wie der Maschinenbau und die Elektroindustrie – deren Lieferketten mit hohen Umweltauswirkungen verbunden sind und die sehr abhängig von Lieferanten und pünktlichen Lieferungen sind – mussten sich ebenfalls frühzeitig mit einem nachhaltigen Lieferkettenmanagement beschäftigen. Der öffentliche Druck ist dabei nur ein Grund. Ein weitaus wichtiger ist die Notwendigkeit, eine verlässliche Versorgung durch Lieferanten sicherzustellen und gemeinsam mit den eigenen Lieferanten Chancen für die Verringerung der Energiekosten von ausgelagerten, ressourcenintensiven Produktionsprozessen zu nutzen.
 3. Auch die Computer- und Bürolelektronikhersteller stehen seit einiger Zeit unter kritischer Beobachtung durch die Öffentlichkeit. Entsprechend setzen sie sich vermehrt mit dem Thema auseinander. Die zunehmende kritische Beobachtung der Öffentlichkeit hat den Anstoß für branchenweite Gemeinschaftsinitiativen gegeben, die den hohen Durchschnittswert in dieser Branche ebenfalls erklären können.
 4. Serviceorientierte Branchen wie der Finanzdienstleistungssektor stehen im Hinblick auf ihre Lieferketten noch nicht unter hohem Druck. Das ist ein Grund für die niedrigeren Werte und die weniger fortgeschrittene Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken im Lieferkettenmanagement dieser Branchen.

Unternehmen managen ihre Risiken, bevor sie sie messen

Eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine effektive Steuerung der lieferkettenbezogenen Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen ist ein ausreichendes Wissen über die eigenen Lieferanten. Nur auf dieser Basis können die Unternehmen bestimmen, welche ihrer Lieferanten von kritischer Bedeutung sind und welche ein hohes ökonomisches, ökologisches oder soziales Risiko darstellen. Wie es so häufig heißt, können Unternehmen „nur das managen, was sie auch messen können“. Paradoxerweise zeigen die im vergangenen Jahr erfassten Daten jedoch, dass viele Unternehmen damit begonnen haben, ihre (wahrgenommenen) Risiken zu managen, bevor sie messen, inwieweit sie diesen Risiken wirklich ausgesetzt sind. Rund 85 Prozent der teilnehmenden Unternehmen geben an, dass sie Lieferantenstandards haben – aber nur 36 Prozent haben eine gut dokumentierte Analyse ihrer Ausgaben durchgeführt.

Für das nachhaltige Lieferkettenmanagement sind die Bewusstseinsbildung, die Nachverfolgbarkeit und die Transparenz von grösster Bedeutung. Es wissen längst nicht alle Unternehmen, wer ihre kritischen und risikobehafteten Lieferanten sind, obwohl die Daten von RobecoSAM zeigen, dass sich diese Zahlen von 2012 bis 2013 verbessert haben.

Standards für Lieferanten – ein erster Schritt, aber was bedeutet er?

Die Einführung eines Verhaltenskodex für Lieferanten steht dabei typischerweise an erster Stelle. Das ist ein sinnvoller Schritt, weil er die Lieferanten zwingt, bestimmte Sozial- und Umweltstandards einzuhalten. Eine genauere Untersuchung

zeigt, dass die Qualität dieser Standards sehr stark variiert (siehe Abb. 2)(Figure 7, Seite 19 pdf). Die meisten Unternehmen geben Leitlinien zu Umwelt-, Arbeitssicherheits- und Gesundheitsstandards, Menschenrechten, Geschäftsethik und Arbeitsbedingungen vor.

Standards, welche die Umsetzung von Umweltmanagementsystemen und die Offenlegung von Umwelt- und Sozialdaten verlangen, sind hingegen noch selten. Darüber hinaus verlangen nur rund die Hälfte der CSA-Teilnehmer von ihren Lieferanten, dass sie die gleichen Standards auch für ihre eigenen Zulieferer anwenden. Das bedeutet, dass diese Unternehmen nur die Kontrolle über die Standards haben, die von der ersten Zulieferebene befolgt werden müssen. Die fehlende Transparenz der nachgelagerten Segmente ihrer Lieferketten setzt diese Unternehmen potenziell grossen Risiken aus.

Fazit und Ausblick

In den vergangenen zehn Jahren haben sich die Unternehmen verstärkt darum bemüht, die ökologischen, sozialen und ökonomischen Auswirkungen ihrer eigenen Geschäftstätigkeit zu managen und darüber zu berichten. Die Lieferkettenanalyse bringt sie hier einen wichtigen Schritt weiter. Sie hilft ihnen, die tatsächlichen Auswirkungen ihrer betrieblichen Tätigkeiten, den Umfang ihrer finanzwirtschaftlich relevanten Risiken und die gesamte Bandbreite an Chancen zu bestimmen, die sich durch nachhaltige Geschäftspraktiken eröffnen. Bei vielen Unternehmen konzentrieren sich die grössten umweltspezifischen und sozialen Auswirkungen sowie Reputationsrisiken vor allem auf die Lieferkette und weniger auf die eigenen betrieblichen Prozesse. Zugleich müssen sich die Unternehmen auf eine zuverlässige, reibungslose Versorgung mit Produkten und Dienstleistungen verlassen können, um ihre langfristige Profitabilität zu sichern. Diese Herausforderungen zu managen und ihre Auswirkungen zu messen, ohne immaterielle ökonomische, ökologische und soziale Faktoren umfassend zu berücksichtigen, ist nicht nur unklug, sondern unmöglich.

Bewusstseinsbildung und Transparenz gewinnen an Dynamik

Die Ergebnisse der Anwendung des verbesserten analytischen Modells zur Untersuchung des Lieferkettenmanagements zeigen, dass das Risikobewusstsein und die Transparenz zwar weiterhin begrenzt sind, viele Unternehmen aber grosse Anstrengungen unternehmen dies zu ändern. In den letzten Jahren haben mehrere Faktoren neue Impulse zur Verbesserung der Lieferkette gegeben. Einer sind die Forderungen der Stakeholder, die von den Unternehmen verlangen, dass sie ihre Massnahmen zur Steuerung ihrer Lieferanten vollständig offenlegen. Ein weiterer neuer Standard ist die Global Reporting Initiative. Diese beinhaltet mehrere Leistungsindikatoren zum Lieferkettenmanagement, die über Menschenrechtsfragen hinausgehen. Daneben haben Investoren wie RobecoSAM begonnen, die Unternehmen zu fragen, wie sie ihre Lieferketten managen. So wollen sie feststellen, ob Unternehmen ihre ausgelagerten Reputationsrisiken und ihre ausgelagerte unternehmerische Verantwortung effektiv managen.

Mehr als Audits und Bewertungen

RobecoSAM wird die eigene Rahmenstruktur zur Bewertung des Lieferkettenmanagements kontinuierlich weiterentwickeln und optimieren, um bei den Unternehmen ein besseres Verständnis und Management von Lieferkettenrisiken und -chancen zu fördern. Der wachsende Konsens unter Unternehmen und Anlegern bezüglich der finanzwirtschaftlichen Bedeutung des Lieferkettenmanagements ist ermutigend. Vor allem wird dies helfen, die Dynamik in diesem Bereich aufrechtzuerhalten und die Umsetzung nachhaltiger Praktiken weiter zu fördern.

Quelle: Dieser Beitrag erschien im Original im Global CompactJahrbuch 2013

Nachhaltigkeit im Mittelstand: Geringe Wahrnehmung - großes Potenzial

Mittelständische Unternehmen kommunizieren ihr nachhaltiges Engagement zu bescheiden. Obwohl Nachhaltigkeit im Unternehmen einen hohen Stellenwert hat und oft schon seit Jahren praktiziert wird, fällt das Engagement in der Öffentlichkeit viel zu wenig auf, lautet das Fazit einer Umfrage von Hansen Kommunikation bei mittelständischen Unternehmen. Demnach werden lediglich 40 Prozent der befragten Unternehmensvertreter von Kunden und Lieferanten auf das Thema Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen angesprochen.

Dieser Befund deckt sich mit den Ergebnissen einer Studie der HypoVereinsbank, die dem Mittelstand bereits vor Jahren Bescheidenheit in Sachen Nachhaltigkeitskommunikation bescheinigte. Dass nachhaltiges Engagement von den Medien noch zu wenig wahrgenommen wird, liegt jedoch nicht nur an der Bescheidenheit mittelständischer Unternehmen. So kam das Adolf Grimme Institut in einer Umfrage im Auftrag des Nachhaltigkeitsrates der Bundesregierung zu dem Schluss, dass das Thema Nachhaltigkeit für Medienmacher schwer greifbar und schwer zu transportieren sei. Die Mehrzahl der befragten Journalistinnen und Journalisten gab an, dass für sie Nachhaltigkeit ein abstrakter Begriff und damit nur selten eine Nachricht wert ist. Das war 2005.



Foto: Marion Book

Heute besteht akuter Handlungsbedarf, den Nachrichtenwert von Nachhaltigkeit zu steigern. Bundesregierung, politische Institutionen und Nichtregierungsorganisationen (NGO's) eint aktuell gemeinsam das ausdrückliche Interesse, die Nachhaltigkeitsdebatte in den Medien zu forcieren. „Die mediale Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit ist keinesfalls ausreichend, um den drängenden gesellschaftlichen Herausforderungen angemessen zu begegnen“, heißt es dazu im aktuellen Media Report des Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) „Nachhaltigkeit und Medien“ im Auftrag und gefördert vom Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (MUNLV) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Denn der Mainstream interessiere sich in der Regel nicht für Umweltfragen und verfüge über keine oder geringe Kenntnisse auf diesem Gebiet. Laut Sociovision Institut setzt sich das Mainstream-Milieu aus folgenden Gruppen zusammen: Konsum-Materialisten, Traditionenverwurzelte, Bürgerliche Mitte, Hedonisten und Experimentalisten. Angehörige dieser Gruppen seien nicht bereit, für nachhaltige Produkte mehr Geld auszugeben. Ein Großteil vertrete die

entscheidend, diese Mainstream-Gruppen, die zusammen über 50% der Gesellschaft ausmachen mit entsprechenden Medienformaten zu erreichen“, heißt es im Media Report.

Bisher aber sind Nachhaltigkeitsaspekte noch nicht in das typische Schema eines Medienprodukts integriert. Konventionelle Printmedien verfügen über keine eigenen Nachhaltigkeitsrubriken. Die meisten Zeitungen haben ihr Schema seit Jahren nicht geändert. Das ist aber nur die formale Seite. Inhaltlich ist Nachhaltigkeit kaum beschreibbar: „Der Begriff umschreibt eine komplexe Thematik mit vielen Bedeutungsdimensionen. In der Praxis wird die Komplexität des Themas in der medialen Berichterstattung meist auf wenige Daten und Fakten reduziert. Aufgrund des Aktualitäts- und Zeitdrucks wird jedoch oftmals auf Stereotype zurückgegriffen. Journalisten haben immer weniger Zeit, tief in Sachverhalte einzudringen“, heißt es dazu im Media-Report.

Für mittelständische Unternehmen ist das auch eine Chance, weil sie eine Informationslücke füllen können. Vor allem aber: Sie geben dem abstrakten Sujet „Nachhaltigkeit“ ein Gesicht, machen das Thema anschaulich. „Mittelständische Unternehmen dürfen nur nicht darauf warten, dass die Medien auf sie zukommen, sondern müssen offensiv mit Themenangeboten auf die Redaktionen zugehen und selbst die Initiative ergreifen“ sagt Gabriele Collier, Geschäftsführerin bei Hansen Kommunikation Collier GmbH. „Der Mittelstand kann so bei den Medien mit Nachhaltigkeit punkten und damit einen substantiellen Beitrag zur Nachhaltigkeitsdebatte liefern. Das kann niemand besser als mittelständische Unternehmen.“

Denn laut Institut für Mittelstandsforchung (IfM) in Bonn übernehmen fast 95 Prozent aller mittelständischen Unternehmen in Deutschland freiwillig Verantwortung für soziale und ökologische Belange. „Viele Unternehmen haben eine gesellschaftliche Vorbildfunktion, die in den Medien herausgestellt werden kann, um Nachhaltigkeit voran zu bringen“, sagt Gabriele Collier. „Der gesellschaftliche Beitrag, den mittelständische Unternehmen dazu leisten können, kann gar nicht hoch genug eingeschätzt werden.“

45 Prozent der von Hansen Kommunikation befragten mittelständischen Unternehmen wünschen sich eine intensivere Nachhaltigkeitskommunikation. „Mit Bescheidenheit lässt sich dieses Ziel kaum erreichen“, so Gabriele Collier. „Aber wer Informationen zum nachhaltigen Engagement oder gar einen Nachhaltigkeitsbericht vorweisen kann, schafft die Voraussetzung, um von den Medien und damit von der Öffentlichkeit besser wahrgenommen zu werden.“ Dazu lautet die Empfehlung der Media-Studie: Wenn nachhaltige Themen in den Medien behandelt werden sollen, können sie Mediennutzer nur dann erfolgreich mit Botschaften erreichen, wenn sie der Logik der Medien folgen. Den Printmedien wird wiederum eine „Serie von Nachrichten über neue soziale Geschäftskonzepte“ empfohlen. Und zwar als Erfolgsfaktor.

Quelle: UD / pm



(Foto: Marion Lenzen)

Social Compliance – ein unterschätzter Wettbewerbsfaktor

Deutschland ist mit seinen Wirtschaftsstrukturen stark in den globalen Handel eingebunden: Rund 31 Mrd. Arbeitsstunden werden jedes Jahr außerhalb Deutschlands geleistet, um die Nachfrage des deutschen Marktes nach Produkten und Dienstleistungen zu decken. Auf zwei in Deutschland geleistete Arbeitsstunden kommt somit eine im Ausland.

Von Hubertus Drinkuth

Zwei Drittel dieser ausländischen Arbeitsstunden unterliegen dabei dem erhöhten Risiko, unter schlechten Arbeitsbedingungen abgeleistet zu werden. Die Textilindustrie verzeichnet mit 3,4 Mrd. Stunden bei weitem die meisten Risikostunden. Aber auch andere Industrien, wie die Elektronikindustrie mit 1,7 Mrd. Stunden oder der Fahrzeugbau mit 1,2 Mrd. Stunden, haben signifikante Risiken in ihren Lieferketten (vgl. Abbildung 4).

Diese gewaltige Anzahl an Risikostunden kumuliert dabei über alle Stufen der Lieferkette. Wo genau in der Lieferkette die Risiken anfallen ist brancheabhängig. So liegt z.B. für einen deutschen Textilhändler der größte Anteil an Risikostunden bereits in der 1. Stufe der Lieferanten (Tier 1). Grund dafür ist, dass Bekleidungsunternehmen

häufig in Regionen einkaufen, in denen risikoreichere Arbeitsbedingungen vorherrschen (z.B. Bangladesch).

Umgekehrt ist es im Fahrzeugbau: Die direkten Lieferanten („Tier 1“) sind häufig in Deutschland ansässig und verfügen somit über risikoärmer Strukturen. Diese Tier 1 Lieferanten greifen allerdings auf Lieferanten mit Fertigungsstätten in risikoreicheren Ländern zurück (z.B. China). Die Risikostunden akkumulieren sich damit für den Fahrzeugbau eher weiter unten in der Lieferkette (Tier 2, 3, 4-n) (vgl. Abbildung 7). Wenig verwunderlich ist, dass mit jeder Tierstufe industrielle Vorprodukte sowie Produkte der Landwirtschaft und Rohstoffgewinnung an Bedeutung gewinnen und das Gesamtrisiko maßgeblich beeinflussen (vgl. Abbildung 8).

Damit fallen viele Menschenrechtsverletzungen in Tier-Stufen an, die – aus Sicht eines deutschen Fahrzeugbauers – zunächst irrelevant erscheinen, weil es zu diesen Vor-Vorlieferanten keine direkten Vertragsbeziehungen gibt. Dies gilt aber nur so lange, bis ein Nachweis erbracht wird, dass Produkte aus eben diesen Tier-Stufen in ein bekanntes Markenprodukt einfließen. In der Öffentlichkeit wird dann wenig differenziert und die Verantwortung für Menschenrechtsverletzungen wird klar dem Markenunternehmen zugeschrieben.

Dass diese Sichtweise bereits heute Realität ist, zeigt eine Veröffentlichung von Greenpeace aus dem Mai 2012, die einer Reihe von namhaften Automobilherstellern vorwirft, dass in ihren Lieferketten bei der Herstellung von Roheisen in Brasilien neben illegaler Abholzung des Regenwaldes auch Zwangsarbeit und massive Verstöße gegen Gesundheits- und Sicherheitsstandards stattfinden. Mit diesem Bericht griff Greenpeace 2012 ein Thema wieder auf, das bereits im November 2006 durch Bloomberg in die Öffentlichkeit getragen wurde.

Es ist unbestreitbar: Das Thema Arbeitsbedingungen in der Lieferkette hat Auswirkungen auf den Unternehmenswert. Dabei sind vier wesentliche Werttreiber zu unterscheiden (vgl. Abbildung 10):

Reputation: Unternehmen sind auf eine gute Reputation angewiesen, sowohl intern, um die Ansprüche bestehender und potenzieller neuer Mitarbeiter an das Unternehmen zu erfüllen, als auch extern, beispielsweise um relevante Käufergruppen zu erhalten oder zu erschließen. Durch die international immer stärkere Vernetzung und Digitalisierung der Medien steigt die Wahrscheinlichkeit, dass bestehende Probleme in Lieferketten schnell aufgedeckt und bekannt werden. Im Falle von „Social Non-Compliance“ in der Lieferkette sind negative Reputation für ein Unternehmen heute sehr wahrscheinlich.

Liefersicherheit: Schlechte Arbeitsbedingungen bergen ein erhebliches operationelles Risiko. Kommt es zum Ausfall einer Fertigungsstätte (z.B. durch Streik oder Brand), fehlen schlagartig Fertigungskapazitäten in der Lieferkette. D.h. meist können Aufträge, die bei den betroffenen Fabriken platziert wurden, nicht schnell genug auf andere Fabriken umgeleitet werden und in der Folge fehlen Vorprodukte und/oder die Waren zum Verkauf.

Qualität: Weiterhin fördern schlechte Arbeitsbedingungen die Mitarbeiterfluktuation. Eine erhöhte Wechselbereitschaft in der Mitarbeiterschaft erschwert es Unternehmen erheblich, z.B. die gleichbleibende Qualität ihrer Produkte sicherzustellen bzw. die Qualitätsanforderungen ihrer Kunden zu erfüllen. Es kommt zudem zu Ineffizienzen im Produktionsablauf. Beides führt zu höheren Kosten und zu Frustrationen in der Kunde-Lieferant-Beziehung.

Regulierung: Politische Instanzen erwarten zunehmend, dass Arbeitsbedingungen eingehalten werden. Unternehmen in Kalifornien müssen seit dem 1. Januar 2012 darüber berichten, wie sie sicherstellen, dass ihre Lieferketten frei von Sklaverei und Menschenhandel sind. Es gibt darüber hinaus bereits Fälle, in denen Markenunternehmen für die

Produktionsbedingungen in ihren Lieferketten haftbar gemacht werden. Bekanntestes Beispiel sind die „Saipan Lawsuits“, bei der 26 US-amerikanische Einzelhändler und 23 Textilfabriken wegen schlechter Arbeitsbedingungen in den Produktionsbetrieben verklagt wurden und einem Vergleich in Höhe von insgesamt rund 20 Mio. US-Dollar zustimmten. Natürlich darf nicht nur die Risikoseite von Social Compliance betrachtet werden. Im Umkehrschluss ergeben sich positive Umsatz- und Ergebniseffekte, wenn Arbeitsbedingungen in der Lieferkette professionell gemanagt werden: Die Zuverlässigkeit der Lieferkette wird verbessert, die Akzeptanz von Kundengruppen für Produkte steigt, Markenwerte werden erhöht, Effizienzsteigerungen in der Beschaffung werden möglich.

Trotz dieses Wissens ist es verwunderlich, dass Unternehmen die Potentiale von Social Compliance noch nicht ausschöpfen. Doch dies wird sich ändern: Das Thema Arbeitsbedingungen in der Lieferkette wird einen ähnlichen Weg nehmen wie ihn das Thema Qualität in den letzten 40 Jahren genommen hat. Ausgelöst durch eine Qualitäts- und Produktivitätsrevolution in Japan hatten Unternehmen in anderen Industriestaaten zunächst ihre internen Fähigkeiten für ein besseres Qualitätsmanagement erhöht, um dann zu realisieren, dass ohne eine Einbindung der Lieferkette nachhaltige Erfolge nicht erreicht werden können. Heute ist ein integriertes, Supply-Chain übergreifendes Qualitätsmanagement Standard (vgl. Abbildung 11).

Fast spiegelbildlich findet dieser Prozess heute zum Thema Sozialverantwortung statt. In den vergangenen Jahren haben Unternehmen damit begonnen, die Arbeitsbedingungen im eigenen Hause zu hinterfragen. Sie haben z.B. Maßnahmen zur Mitarbeiterzufriedenheit oder Mitarbeitergesundheit ergriffen. Jetzt setzt sich die Erkenntnis durch, dass eine weitere Lieferketten-Verbesserung u.a. davon abhängt, dass mindestens die grundlegenden Standards guter Arbeitsbedingungen in der Supply Chain eingehalten werden. Das Management von Social Compliance in der Lieferkette wird zum Wettbewerbsfaktor und bekommt Geschäftsführungsrelevanz.

Damit stellt sich die Frage, wie dieses Thema von Unternehmen anzugehen ist. Es gibt keinen „One size fits all“-Ansatz für gute Arbeitsbedingungen. Unternehmen müssen sich jeweils in ihrem spezifischen Unternehmenskontext mit dem Thema auseinanderzusetzen. Dies kann in vier Schritten erfolgen.

Im ersten Schritt müssen die eigenen Anforderungen eines Unternehmens an die Lieferkette erfasst und Transparenz über die Lieferkette erreicht werden: Von welchen Lieferanten aus welchen Ländern werden welche Vorprodukte bezogen; wo und wie beschaffen diese Lieferanten wiederum ihre Vorprodukte, usw. Dies ist nicht selten die größte Herausforderung, da viele Unternehmen über ihre direkten Zulieferer hinaus nicht wissen, wo ihre Vorprodukte herkommen.

Um diese Wissenslücken zu schließen, gibt es neue Analysemöglichkeiten. Lebenszyklusmodelle, multiregionale Input-Output-Verfahren und Datenbanken zu globalen Sozialrisiken ermöglichen heute eine aussagekräftige Orientierung, in welchen Ländern, Branchen und auf welcher Stufe in der Lieferkette Social Compliance Risiken existieren.

Sind die Lieferketten strukturell analysiert und weiß ein Unternehmen, wo und in welchem Umfang mit erhöhten Risiken zu rechnen ist, werden in einem zweiten Schritt die jeweiligen Chancen und Risiken bewertet. Dafür sollten die vier Dimensionen Reputation, Liefersicherheit, Qualität und Regulierung herangezogen (s.o.) werden. Die Bewertung erlaubt eine Priorisierung der Handlungsfelder.

Für die priorisierten Handlungsfelder müssen in einem dritten Schritt die tatsächliche Situation der Arbeitsbedingungen in der Lieferkette identifiziert werden. Hierzu können Ergebnisse von Self-Assessments, Erkenntnisse von standardisierten oder firmenspezifischen Assessments vor Ort (Audits) und externer Stakeholder herangezogen werden. Dabei gilt es, eine qualitativ möglichst gute Evaluierung der Situation in der Vielzahl verschiedener Fertigungsstätten zu erhalten.

Sollte die Bestandsaufnahme im dritten Schritt ergeben, dass es Bereiche mit Handlungsbedarf gibt, werden Qualifizierungsmaßnahmen der Produktionsstätten notwendig (Schritt 4). Dazu müssen die Ursachen für die Social Compliance Probleme im Detail identifiziert und zusammengetragen werden, um darauf aufbauend eine angepasste Qualifizierung einzuleiten. Hierbei müssen sich das beschaffende Unternehmen und die Lieferanten einbringen.

Es gilt, dem Lieferanten zu veranschaulichen, warum die gestellten Anforderungen eine Relevanz für sein eigenes Unternehmen haben. Die Qualifizierung kann von individuellen Programmen in den Fertigungsstätten bis zu Workshops mit einer Gruppe von Lieferanten reichen. Diese vier Schritte sind in einem kontinuierlichen Prozess zu durchlaufen, um so sukzessive die Potentiale, die sich aus guten Arbeitsbedingungen in der Lieferkette ergeben, auszuschöpfen.

Abschließend lässt sich festhalten, dass ein zukünftiges Supply Chain Management nur dann erfolgreich sein wird, wenn Arbeitsbedingungen als integraler Bestandteil des Lieferanten- oder Supply Chain Managements verstanden und von Beginn an strategisch verankert werden. Dazu muss der Umgang mit Social Compliance zum einen in der Lieferkette als Bestandteil der Unternehmensstrategie definiert werden und zum anderen sich die oben skizzierten Aktivitäten im Einkaufsverhalten widerspiegeln.

Quelle	Über die Autoren
Der Beitrag erschien im Original im Jahrbuch Global Compact Deutschland 2013	
Torben Kehne ist Director Social Compliance bei Sustain Consulting,	

Anzeige



Faire Textilien: „Es bringt nichts, nur eine Liste abzuhaken“

Fairtrade will ein neues Label für Textilien entwickeln. Bisher gibt es zwar Kleidung aus fair produzierter Baumwolle, bei der Weiterverarbeitung muss aber lediglich die ILO-Kernarbeitsnorm eingehalten werden, die etwa Kinder- oder Zwangsarbeit verbietet. Künftig soll nun die gesamte Produktionskette inklusive der Bedingungen für Arbeiter in den Fabriken dem fairen Standard entsprechen. In drei Jahren könnten die ersten Fairtrade-zertifizierten Hemden und Hosen zu kaufen sein, sagt Maren Sartory von Fairtrade Deutschland im Gespräch. Das Interview führte Ingo Arzt im Auftrag des Rates für nachhaltige Entwicklung.

Frau Sartory, beeinflusst Fairtrade den Textilmärkt positiv oder fristet entsprechende Kleidung noch ein Nischendasein?

Maren Sartory: Der Marktanteil ist leider noch sehr gering, ich kann nicht einmal sagen, wie hoch. Aber von einem Nischendasein würde ich nicht sprechen. Das mediale Interesse an fair produzierter Kleidung ist sehr groß, auch Konsumenten wünschen sich mehr davon. Aber wer faire Kleidung kaufen will, der muss momentan danach suchen.

Warum eigentlich?



Fairtrade will bei Textilien die gesamte Lieferkette zertifizieren. Foto: CROSS DESIGN/Fotolia.com

Sartory: Die meisten Unternehmen kaufen irgendwo fertige Stoffe, T-Shirts oder Hosen und kennen ihre Lieferkette nicht. Die meisten Konsumenten wiederum wollen zwar keine Kleidung aus Kinderarbeit, aber ein Schnäppchen. Beim Kaffee greifen sie häufiger zu Fairtrade, bei Textilien kaufen sie aber mit einer ganz anderen Intention ein: Sie wollen primär Kleidung, die ihnen steht. Das Einkaufsverhalten ist ein komplett anderes. Deshalb sind hier weniger die Konsumenten und mehr die Firmen in der Verantwortung. Die müssen dafür sorgen, dass ihre Lieferketten fair sind.

Momentan ist bei Fairtrade-Kleidung nur die Baumwolle fair, nicht die gesamte Lieferkette.

Sartory: Richtig, bisher gibt es tatsächlich keinen Standard, der das von Anfang bis Ende komplett garantiert. Der GOTS, also der Global Organic Textile Standard, bezieht sich nur auf den Bio-Bereich, der macht aber am Markt nur einen kleinen Anteil aus. Bei Fairtrade ist die Baumwolle fair, weil sich die Standards nur auf den Anbau beziehen. Jetzt „wir aber die gesamte Lieferkette zertifizieren. Fairtrade ist übrigens nicht bio, auch wenn wir den entsprechenden / mit einem Bonus fördern und auch ökologische Kriterien haben.“

Warum ist es so schwer, die gesamte Lieferkette zu zertifizieren?

Sartory: Wir wollen nicht einfach einen neuen Standard schaffen. Vor kurzem waren wir in Indien unterwegs, da waren wir in Fabriken, in denen hängen schön nebeneinander aufgereiht 20 Zettel mit diversen Zertifizierungen und Verhaltensnormen. Die werden aber nicht gelebt. Nach der Zertifizierung herrscht Stillstand. Wir wollen, dass sich ein Unternehmen auch in eine bestimmte Richtung entwickelt. Es bringt nichts, nur eine Liste abzuhaken.

Was heißt das konkret?

Sartory: Beispielsweise müssen die Fabriken nachweisen, dass sich die Einkommen nach oben entwickeln. Wir wollen auch, dass die Mitarbeiter geschult und qualifiziert werden. Allgemein arbeiten wir im Fairtrade-System mit einem Netzwerk an Beratern zusammen. Sie helfen dann den Gremien, die darüber entscheiden, wie die Fairtrade-Gelder investiert werden, weil die Arbeiter, die darüber entscheiden, oft keinen höheren Schulabschluss haben. Das alles muss sich erst etablieren.

Wie viele der großen Bekleidungsketten springen bisher auf ihre Idee an?

Sartory: Bisher gibt es den Standard noch nicht, aber das Interesse ist groß. Manche haben zumindest vereinzelt Bio-Kleidung im Angebot. Aber bei Fairtrade müssen Sie auf langfristige Beziehungen zu ihren Lieferanten setzen. Momentan existieren diese häufig nicht. Wir wollen die Entwicklung des Standards noch dieses Jahr beginnen und hoffen, dass wir dann für die Implementierung möglichst schnell Unternehmen mit an Bord bekommen.

Wird die Kleidung dann teurer?

Sartory: Das muss nicht sein. Wir haben in Indien Fabriken gesehen, da kommen das billige T-Shirt und das Designer-T-Shirt aus der gleichen Produktionslinie. Die Lohnkosten fallen bei Textilien ohnehin kaum ins Gewicht. Faire Rohstoffe sind auf jeden Fall genug da: Wir haben Bauern, die verkaufen 80 Prozent ihrer Fairtrade-zertifizierten Baumwolle zum normalen Preis, weil die Nachfrage nach fairer Produktion so gering ist.

Quelle: UD / RNE

„Audits dauern länger als ein oder zwei Tage!“

Um auf dem internationalen Markt zu bestehen, brauchen Unternehmen funktionierende Zulieferer. In der Praxis sind gerade Betriebe am Ende der Lieferkette aus Entwicklungs- und Schwellenländern dem globalen Preisdruck ausgesetzt. Schlimmstenfalls arbeiten dann die Angestellten für wenig Geld unter menschenunwürdigen Bedingungen. Forderungen nach transparenten Lieferketten und kontrollierten Lieferanten hören sich theoretisch gut an. Wie Audits sachgemäß die Arbeitssituation in einem Betrieb abbilden können, erklärt uns Richard Karmel von der internationalen Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Mazars in unserem Interview. Mazars führt weltweit Audits im Bereich der Menschenrechte durch. Für ihre Prüfungsmethoden im Bereich Human Rights und Corporate Culture wurde die Gesellschaft in den letzten beiden Jahren mit dem Innovation Award des International Accounting Bulletin ausgezeichnet.

Von Sonja Scheferling

UmweltDialog: Gisela Burckhardt (Clean Clothes Campaign Deutschland) hat gegenüber Spiegel Online gesagt, dass sich inzwischen eine regelrechte Industrie von Sozialaudits entwickelt habe. Diese deckten aber nicht wesentliche Probleme wie etwa das Fehlen von Organisationsfreiheit oder erzwungene Überstunden auf. Was halten Sie von dieser These?

Richard Karmel: Wenn man bedenkt, was bisher als „Sozialaudit“ bezeichnet wurde, stimme ich der Aussage zu. Der Begriff wurde in der Vergangenheit oftmals unsachgemäß verwendet. Tatsächlich wurde er als Grundlage für unterschiedliche Formen von Zertifikaten benutzt. Nur sehr wenige dieser Sozialaudits entsprachen dabei Evaluationsrichtlinien oder wurden von anerkannten professionellen Prüfern durchgeführt. So täuschte der Begriff „Audit“ eine falsche Sicherheit vor. Ein Beispiel dafür ist der Brand in der Textilfabrik Tazreen Fashion in Bangladesch Ende 2012. Tazreen hatte einige Wochen zuvor ein auditiertes Zertifikat erhalten. Dieses Audit hatte gerade einmal ein bis zwei Tage gedauert. Aus meiner Sicht kann man aber keine qualifizierten Antworten aus einer ein bis zwei Tage andauernden Prüfung ziehen, egal welche Bereiche evaluiert werden. Innerhalb der Audits, welche wir beispielsweise zur Überprüfung von „Organisationsfreiheit“ durchführen, befragen wir eine statistisch signifikante Anzahl von Mitarbeitern. Darüber hinaus überprüfen wir die dementsprechenden Märkte und beziehen die lokalen Gesetze ein. Dieser Vorgang, von der Planung bis zur Fertigstellung, dauert mehrere Wochen.



Richard Karmel von der internationalen Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Mazars in UmweltDialog-Interview, Foto: Mazars

UD:Mit den „Indicators for Human Rights Compliance hat Mazars einen eigenen Standard zur Überprüfung von Menschenrechten in Unternehmen entwickelt. Erläutern Sie kurz seinen Ansatz. Was machen Sie bei Mazars besser?

Karmel: Unser Ansatz geht über die herkömmlichen Audits im Bereich der Menschenrechte hinaus. Momentan versuchen die meisten Sozialaudits, die bisherigen Einflüsse auf die Arbeitsprozesse eines Unternehmens zu beurteilen. Damit sind sie rückwärtsgewandt. Der Ansatz von Mazars überprüft, ob das Reporting eines Unternehmens an den United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights ausgerichtet ist. Damit ist unser Audit inhärent zukunftsgerichtet und bietet unseren Kunden dadurch größeren Nutzen. Dementsprechend überprüfen wir in einem Unternehmen die Strategien, die Prozesse und die Kontrollen hinsichtlich ihrer Existenz, ihrer Eignung und ihrer Effektivität. Wenn all diese Punkte in einem Unternehmen funktionieren, ist es unwahrscheinlich, dass Arbeitsabläufe die Menschenrechte negativ beeinflussen. Vielmehr herrscht dann eine Kultur vor, in welcher die Arbeitsbeziehungen durch das gegenseitige Vertrauen zwischen Unternehmen und Stakeholdern bestimmt werden. Natürlich gibt es niemals eine absolute Garantie, da man leider willkürliche Verhalten einzelner nicht vermeiden kann.

UD:Wie tief analysieren Sie dabei die Lieferkette (Tier 1, Tier 2, Tier 3)

Karmel: Ein Audit funktioniert nicht, wenn es als isolierter Arbeitsvorgang betrachtet wird, dessen Ergebnis die bloße Zertifizierung des Zulieferers ist. Vielmehr müssen Evaluierungen als Teil der Unternehmensstrategie angesehen werden. Das bezieht sich auch auf die gesamte Lieferkette eines Unternehmens. So evaluieren wir, ob in den Zulieferbetrieben ebenfalls ähnliche Strategien, Prozesse und Kontrollen verankert sind und wie effektiv sie arbeiten. Dementsprechend überprüft der Tier 1 Zulieferer, wiederum seine Zulieferer (Tier 2) und so weiter. Es ist wichtig, dass die Verträge mit den Zulieferern diese Strategien widerspiegeln. Der Auftraggeber muss die Möglichkeit haben, die eigenen Zulieferer unangekündigt besuchen und überprüfen zu können. Wir empfehlen den Unternehmen, eine Liste jener Betriebe anzulegen, mit welchen keiner der Zulieferer zusammenarbeiten darf. Diese Liste sollte an alle Zulieferer auf allen Stufen kommuniziert und stets aktualisiert werden.

Ein Audit sollte insgesamt als Teil einer übergeordneten Kommunikation zwischen einem Unternehmen und seinen Zulieferern angesehen werden. Es muss das ganze Jahr über einen Dialog über die Probleme und Herausforderungen im Bereich der Menschenrechte bestehen. Die jeweiligen Verantwortlichen müssen sich dabei immer fragen, welche sozialen Auswirkungen bestimmte Entscheidungen haben und wie diese das Unternehmen beeinflussen.

UD:In asiatischen Ländern zum Beispiel ist die Hemmschwelle bei Mitarbeitern höher, etwas Negatives zu berichten. Wie können Sie als Prüfer sicher stellen, dass Sie die Realität abbilden?

Karmel: Manchmal ist das Zögern, negative Themen anzusprechen, ein direktes Resultat kultureller Diversität oder kultureller und sozialer Hierarchien. Mazars schützt sich dagegen, indem wir ein Team aus einheimischen und auswärtigen Mitarbeitern einsetzen. Das erlaubt uns, Projekte in Übersee durchzuführen und dort Personal einzusetzen, das nicht aus dem zu überprüfenden Land kommt. Dadurch stellen wir sicher, dass die richtigen Personen die richtigen Fragen stellen. Denn auswärtige Mitarbeiter werden nicht durch tiefverwurzelte



Mazars prüft für mehr Transparenz in den Lieferketten und kontrollierte Lieferanten, Foto: Cross Design/Fotolia.com

kulturelle Befindlichkeiten beeinflusst. Wenn wir beispielsweise in Indien arbeiten, liegt die Projektleitung in den Händen von Mitarbeitern aus Großbritannien. Diese führen dann die Befragungen durch, wenn ortansässige Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit durch die kulturellen Begebenheiten beeinträchtigt werden könnten. Dadurch eliminieren wir die Risiken, dass Rücksichtnahme gegenüber Vorgesetzten oder die Abneigung, direkte Fragen zu stellen, die Ergebnisse vernebeln.

Obgleich die Themen bezüglich des Kastensystems in Indien bekannt sind, darf nicht vergessen werden, dass es auch ohne Kastensystem soziale Stratifikationen gibt. Indem wir diesen Punkt aus der Gleichung nehmen, gewährleisten wir, dass auch negative Aspekte in Gänze beleuchtet werden; unsere Mitarbeiter sind darin ausgebildet, so lange nachzufragen, bis sie zufriedenstellende Antworten bekommen. Ein weiterer Vorteil eines gemischten Teams ist, dass die ortansässigen Mitarbeiter die jeweiligen kulturellen Befindlichkeiten und Überlegungen kennen. Solche Nuancen sind von entscheidender Bedeutung.

UD: Was denken Sie über den Prozess der Auswahl der Zulieferer? Liegt das Problem nicht schon grundsätzlich in der falschen Auswahl der Lieferanten? Wie erkennt ein Unternehmen die „schwarzen Schafe“ in seiner Branche?

Karmel: Bisher haben nur wenige große Unternehmen Verhaltensregeln im Bereich der Beschaffung aufgestellt, die speziell auf Themen wie Existenzminimum, Überstunden, Kinderarbeit, Organisationsfreiheit, Nicht-Diskriminierung etc. eingehen. Deswegen ist es nicht verwunderlich, dass viele Beschaffungs-Abteilungen nach dem Preis urteilen und den billigsten Zulieferer auswählen; ohne über die daraus folgenden Risiken für ihre eigene Reputation nachzudenken. Die Überprüfungen der Zulieferer finden oftmals erst dann statt, wenn die Unternehmen bereits Schaden genommen haben. Auch wenn man das als Fehler im System bezeichnen kann, handelt es sich eher um eine neue Phase für Wirtschaft und Handel, in welcher sich das proaktive im Gegensatz zum reaktiven Handeln noch nicht durchgesetzt hat. Wie bereits erwähnt, empfehlen wir Unternehmen, eine Liste problematischer Zulieferer zu führen. Diese bringt zum Ausdruck, mit welchen Zulieferern das Unternehmen nicht zusammenarbeiten will und welche Unternehmen auch für die Zulieferer tabu sind.

UD: Welche Anreize kann ein Unternehmen seinen Lieferanten und deren Zulieferern bieten, die Menschenrechte am Arbeitsplatz einzuhalten?

Karmel: Soziale Medien nehmen heute einen großen Einfluss auf die Reputation der Unternehmen. Dadurch wird ihnen bewusst, dass Menschenrechtsverletzungen innerhalb der Lieferkette Auswirkungen auf ihren Ruf und ihre Umsatzzahlen haben können. Unternehmen müssen ihre Erwartungen im Bereich der Menschenrechte deutlich gegenüber den Zulieferern kommunizieren. Darüber hinaus müssen Betriebe Beschwerdemechanismen für ihre Zulieferer etablieren. So können diese Probleme melden, welche wiederum von den Unternehmen beseitigt werden. Im Gegenzug akzeptieren die Zulieferer unangekündigte Prüfungen. Es muss klar sein: Wenn Zulieferer zum wiederholten Male, trotz der Unterstützung der Unternehmen, definierte Standards missachten, riskieren die Zulieferer, ihre Aufträge zu verlieren. Allgemein muss jedes Unternehmen mit Zulieferern zusammenarbeiten wollen, welche Qualitätsprodukte rechtzeitig liefern, zu einem Preis, der den Mitarbeitern wenigstens das Existenzminimum sichert. Darüber hinaus müssen die Arbeitsbedingungen allgemein akzeptierte Gesundheits- und Sicherheitsstandards erfüllen und nicht das Leben der Mitarbeiter bedrohen.

UD: Wir bedanken uns für das Gespräch!

Über Harald Nikutta:

Als für die Unternehmens- und Geschäftswicklung verantwortlicher Geschäftsführer setzt Harald Nikutta seit 2007 Schwerpunkte für das Erscheinungsbild von MAZARS im deutschen Markt. Operativ nutzt er dazu auch seine Erfahrungen als ehemaliger COO von MAZARS und seine ausgewiesene Expertise als Trainer, Coach und Mediator. Er spricht sich offen dafür aus, dass das Thema Menschrechte umfassend adressiert wird: „Denn wir haben nur dann langfristig eine Existenzberechtigung, wenn wir uns als Wirtschaftsvertreter diesen zentralen Fragen und Themen ernsthaft stellen. Scheitern wir damit, dann bewegen wir uns in einer Wirtschaftswelt, in die wir als Mazars mit unserem ethischen Kompass nicht hineinpassen.“

Über Richard Karmel:

Richard Karmel ist geschäftsführender Partner von Mazars in London. Zusammen mit seinem Team hat er einen innovativen Ansatz konzipiert, der Unternehmen und Banken hilft, das Reputationsrisiko unter Einhaltung ihrer sozialen und ökologischen Verpflichtungen zu managen. Momentan arbeitet er in einer Arbeitsgruppe zur Entwicklung von Standards: Diese garantieren Stakeholdern, dass Unternehmen in der Praxis ihrer Verantwortung zur Wahrung von Menschenrechten nachkommen. Das Projekt wird von der United Nations Working Group on Business and Human Rights unterstützt.

Quelle: UD

Anzeige

terre des hommes
Hilfe für Kinder in Not

Foto: Ansgar Kottwitz

»Wir befreien
Kinderarbeiter.
Weltweit.
Helfen Sie mit.«

Weltweit werden Mädchen und Jungen durch Not und Willkür zum Arbeiten gezwungen. Sie haben keine Chance auf Schule und Ausbildung.

terre des hommes befreit ausgebeutete Kinder.
Das unterstütze ich.
Bitte helfen auch Sie – mit Ihrer Spende!

www.tdh.de



(Foto: Geological-Survey/flickr.com)

Globale Versorgungsketten gegen Wetterextreme sichern

Extreme Wetterereignisse wie Taifun Haiyan oder Hurrikan Sandy können starke Auswirkungen auf die Weltwirtschaft haben. Bislang sind solche Folgen für globale Wirtschaftsströme aber in den Abschätzungen zu Folgen des Klimawandels kaum erfasst. Das sollte sich ändern, so Anders Levermann vom Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung: „Wirtschaftssysteme sind eng miteinander verknüpft und von globalen Versorgungsnetzen abhängig – deshalb muss die Anpassung an den Klimawandel global gedacht werden – eine lokale Perspektive reicht da nicht aus.“ In einem Kommentar im renommierten Fachblatt Nature schlägt er vor, die nötigen Wirtschaftsdaten auf der neuen Internetseite zeean.net zu sammeln.

Durch ein besseres Verständnis von ökonomischen Strömen können Versorgungsnetze stabilisiert und gleichsam klimaintelligent ausgerichtet werden, um unsere Gesellschaft weniger anfällig für die Folgen der globalen Erwärmung zu machen. „Stürme, Fluten oder Dürren an einem Ort können überall auf der Welt weitreichende Konsequenzen haben“, erklärt Levermann. „Die zerstörerische Flut in Thailand 2011 zum Beispiel hatte lokal verheerende Folgen. Sie hatte aber auch globale Konsequenzen – über Monate waren Festplatten für Computer weltweit Mangelware.“ Die Ströme von Material, Kommunikation und Energie, ihre Wechselwirkungen und Marktdynamiken können von Klimaextremen betroffen sein – direkt oder indirekt über Versorgungsketten. „Damit Regierungen und Unternehmen die Risiken des Klimawandels in ihre Planungen einbeziehen zu können, müssen wir zunächst die anfälligen Knotenpunkte der globalen

Versorgungsnetze ermitteln“, sagt Levermann.

Netzgemeinschaft für den Aufbau einer Datenbank

Die neu gestartete Internetseite [zeean.net](#) soll der Beginn einer Netzgemeinschaft für den Aufbau einer Datenbank werden, die ökonomische Netzwerke in bislang noch nie dagewesenen Umfang abbildet. Um die Folgen von Klimaextremen zu untersuchen, sind sehr detaillierte Informationen notwendig. Ähnlich wie in Wikipedia kann auf zeean.net jeder registrierte Nutzer Informationen etwa zu Güterströmen zwischen verschiedenen regionalen Wirtschaftssektoren eingeben. Alle Informationen werden von anderen Nutzern geprüft und bewertet. Ziel ist es, ein System der Selbstkontrolle durch eine Gemeinschaft von Fachkundigen zu schaffen, um einen hohen Grad an Genauigkeit zu gewährleisten. Eine akademische Ausbildung ist nicht Voraussetzung, entscheidend ist die Güte der Datenquellen. Verwendet werden sollen nur öffentlich zugängliche Datenquellen sowie öffentlich zugängliche Algorithmen und Analysewerkzeuge, um eine maximale Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu ermöglichen.

Wissen der Universität Sydney

Bislang beschäftigen sich rund um die Welt nur wenige Forschergruppen mit dem Sammeln und Auswerten solcher Daten. Zeean.net baut auf eine Sammlung von Informationen von australischen Wissenschaftlern der Universität Sydney auf, die Daten zu ökonomischen Strömen zwischen 26 Sektoren in 186 Regionen der Welt über die letzten 23 Jahre zusammengetragen haben. Mit jeder neuen Information soll zeean.net genauer und detaillierter werden, während sich für den Benutzer ein Netzwerk entfaltet, das die Verkettung von Versorgungswegen aufzeigt. Und es damit erlaubt, anfällige Verbindungen zu identifizieren. Langfristig sollen die ökonomischen Daten mit globalen und regionalen Klimamodellen verknüpft werden, um Einschätzungen zu möglichen Auswirkungen künftiger Extremereignisse geben zu können. „Unser wachsendes Wissen über Klimaextreme muss mit zunehmender Kenntnis der Ströme von Gütern, Energie und Informationen, die unsere Gesellschaft am Laufen halten, kombiniert werden“, sagt Levermann. „Wenn wir diese Informationen öffentlich zugänglich zu machen, könnte das eine Eigendynamik in unseren globalen Versorgungsnetzen anstoßen, die am Ende unsere Gesellschaften im Hinblick auf künftige Klimafolgen widerstandsfähiger macht.“

Quelle: UD/fo



(Foto: Deutsche Post DHL)

DHL Resilience360 - neues Instrument für Risikomanagement in der Logistik

DHL hat ein neues Instrument für Risikomanagement namens DHL Resilience360 vorgestellt. Das einzigartige Instrument verschafft Unternehmen einen ganzheitlichen Blick über ihre Lieferketten sowie potenzielle Risiken in Echtzeit. Störungen in der Lieferkette sowie umwelt- und soziopolitische Volatilität können so in Wettbewerbsvorteile verwandelt werden.

DHL hat heute ein neues Instrument für Risikomanagement namens DHL Resilience360 vorgestellt. Das einzigartige Instrument verschafft Unternehmen einen ganzheitlichen Blick über ihre Lieferketten sowie potenzielle Risiken in Echtzeit. Störungen in der Lieferkette sowie umwelt- und soziopolitische Volatilität können so in Wettbewerbsvorteile verwandelt werden.

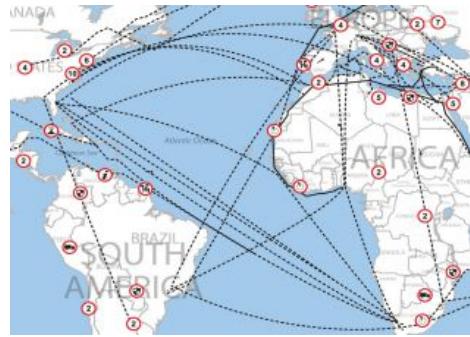
Mithilfe des DHL Resilience360-Instruments vermeiden Kunden Produktionsstopps und Umsatzverluste, indem im Falle einer Störung Ressourcen umverteilt und alternative Strategien angewandt werden. Dies erhöht die finanzielle Stabilität der Unternehmen und erlaubt potenziell Umsatz- und Marktanteile von Wettbewerbern zu erringen.

"Wir wissen, dass Lieferketten das Lebenselixier des Geschäfts unserer Kunden sind, und schaffen Lösungen wie DHL Resilience360, um ihnen bei den heutigen Herausforderungen zu helfen", sagte DHL Chief Commercial Officer Bill Meahl. "Risiken können nicht gänzlich ausgeschlossen werden, aber wir können die negativen Auswirkungen auf das Geschäft minimieren. Mit den richtigen Instrumenten können Unternehmen von Störungen und Desastern profitieren, indem sie auf die richtigen Maßnahmen zurückgreifen, um schnell und effektiv zu reagieren, wenn es Wettbewerber nicht können."

Kritische Gefahrenherde der Lieferkette erkennen

DHL Resilience360 ermöglicht es Kunden kritische Gefahrenherde ihrer Lieferkette zu erkennen, zu visualisieren und ein Risikoprofil aufzubauen, um mögliche Gegenmaßnahmen zu entwickeln. Das Instrument verbindet Informationen über Naturkatastrophen, Diebstahl, geopolitische und andere Risiken mit dem globalen Produktions- und Distributionsnetzwerk des Kunden. Nach der Visualisierung der kompletten Wertschöpfungskette des Kunden bietet das Instrument einen Überblick über Risiken in Echtzeit und schlägt, in Zusammenarbeit mit Partnern, Optionen für sofortige Gegenmaßnahmen vor.

Zeitgleich mit der Einführung von DHL Resilience360 stellt DHL den Bericht "The Resilient Supply Chain" vor, der zusammen mit Lisa Harrington, Präsidentin der Iharrington group LLC, entwickelt wurde. Der Bericht zeigt auf, dass Unternehmen enormen Schaden für ihr Geschäft riskieren, wenn sie sich ausschließlich auf Risikomanagement konzentrieren und keine belastbare Lieferkette aufbauen.



Mit DHL Resilience360 haben Kunden ihre Supply Chain durchgehend im Blick. Egal wo sich die Ware gerade befindet. Foto: DHL

Schnelle, schlanke, robuste und hybride Lieferkette

Zunehmende Volatilität ist zu einem Kennzeichen der globalisierten Märkte geworden und nicht mehr ein einzelnes Ereignis zu einem bestimmten Zeitpunkt. Der Bericht zeigt auf, dass zuvor als "Best Practice" bekannte Lieferkettenmodelle wie "just in time" oder "lean", nun zu fragil und riskant sind. Vorgeschlagen wird eine neue, "schnelle, schlanke und robuste", hybride Lieferkette, die sich über die fortlaufende Identifikation und Steuerung von operationellen Risiken hinaus weiterentwickelt und externe Risiken berücksichtigt.

Der Bericht enthält außerdem erstmalig den "Resilience Index", der die fünf Branchen Technologie, Automobil, Konsumgüter und Einzelhandel, Life Sciences & Healthcare sowie Konstruktion und Maschinenbau nach dem Niveau ihrer Belastbarkeit bewertet. Der Index stellt dar, dass die Technologie- und Automobil-Branchen die ausgereiftesten und damit profitabelsten Lieferketten betreiben, gefolgt vom Konsumgüter- und Einzelhandels-Bereich. Den Branchen Life Science and Healthcare sowie Konstruktion und Maschinenbau mangelt es derzeit an der Fähigkeit eine belastbare Lieferkette aufzubauen, zu betreiben und aufrecht zu erhalten.

Quelle: UD/cp

VW erster deutscher Autohersteller im Clean Shipping Network

Der Volkswagen Konzern ist als erster deutscher Automobilhersteller dem Clean Shipping Network, einem Zusammenschluss von Ladungseigentümern, beigetreten. Die Volkswagen Konzernlogistik nutzt künftig das Bewertungstool Clean Shipping Index (CSI), um die Umweltauswirkungen von Seetransporten zu analysieren und zu reduzieren. Der Schritt ist Teil der Strategie des Volkswagen Konzerns, das Ziel der ökologischen Nachhaltigkeit in immer mehr Geschäftsbereichen entlang der Prozesskette zu verankern.

Die Daten im CSI machen die ökologische Effizienz dieser Transporte besser vergleichbar. Der Index ermöglicht den Mitgliedern des Clean Shipping Network, Emissionen einzelner Schiffe und einzelner Strecken nachzuvollziehen und dadurch valide Umweltkriterien bei der Auswahl von Schiffen zu berücksichtigen. Neben Chemikalien und Abfallentsorgung gehören dazu Kohlendioxid (CO₂), Stickoxid (NO_x) und Schwefeloxid (SO_x).



Thomas Zernechel, Leiter der Volkswagen Konzernlogistik: "Die Volkswagen Konzernlogistik wird sich im Clean Shipping Netzwerk verstärkt dafür einsetzen, dass Schiffe weniger Emissionen verursachen und Abgase nachbehandelt werden. Außerdem will Volkswagen dafür werben, dass weitere Kriterien wie die Verringerung von Rußemissionen in den Index aufgenommen werden."

Volkswagen ist dem Clean Shipping Network beigetreten, um die Umweltauswirkungen von Seetransporten zu analysieren und zu reduzieren.
(Foto: VW)

NABU-Bundesgeschäftsführer Leif Miller: "Der Beitritt der Volkswagen Konzernlogistik zum Clean Shipping Network ist ein sinnvoller Schritt, den wir begrüßen. Insbesondere Krebs erregende Feinstpartikel müssen eingedämmt werden. Bei der Festlegung konkreter Ziele und Maßnahmen unterstützen wir gern."

Merijn Hougee, Direktor des Clean Shipping Index: "Deutschland hat viele große Unternehmen, die eine nachhaltige Schifffahrt wirkungsvoll fördern können. Wir hoffen, dass der Beitritt von Volkswagen anderen Unternehmen als Vorbild dient."

Volkswagen beteiligt sich auch aktiv an der Green-Logistics-Session im Rahmen des Forums Automobillogistik, dass der Verband der Automobilindustrie (VDA) und die Bundesvereinigung Logistik (BVL) Anfang Februar in Frankfurt am Main ausrichten.

Quelle: cp

Anzeige

KOMPASS

Wie nachhaltig ist Ihr Unternehmen?

The N-Kompass diagram is divided into four quadrants:

- Umwelt (Blue):** Contains 'Klima' (Climate), 'Ressourcen' (Resources), 'Natur' (Nature), and 'Soziales' (Social).
- Klima (Yellow):** Contains 'Kosten' (Cost), 'Energie' (Energy), 'Lieferkette' (Supply Chain), and 'Arbeitsmarkt' (Labor Market).
- Kapital (Pink):** Contains 'Gewinnabilität' (Profitability), 'Lieferketten' (Supply Chain), 'Arbeitsmarkt' (Labor Market), and 'Kunden' (Customers).
- Soziales (Red):** Contains 'Umwelt' (Environment), 'Gewinnabilität' (Profitability), 'Lieferketten' (Supply Chain), and 'Kunden' (Customers).

Der **N-Kompass** ist das neue Online-Werkzeug für nachhaltige Unternehmensführung. Damit bringen Sie Ihr Unternehmen Schritt für Schritt auf Nachhaltigkeits-Kurs.

Selbstständig, systematisch und ohne teure Berater!

www.n-kompass.de

Kostenlose Analyse starten!



BMW-Museum in München.
(Foto: BMW Group)

BMW und Zulieferer: Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit

12.000 Lieferanten in 70 Ländern steuern Teile und Dienstleistungen zur Produktion der Autos und Motorräder von BMW bei - für die Einkäufer der Münchener nicht nur ein logistisches Puzzle. Die Komponenten müssen qualitativ hochwertig zur richtigen Zeit und zu wettbewerbsfähigen Preisen an den Produktionslinien sein. Zugleich müssen die Waren und Dienstleistungen den Standards zur Nachhaltigkeit entsprechen. Die Lösung: Das geht am besten gemeinsam mit den jeweiligen Gliedern der Supply-Chain.

Von Gerd Pfitzenmaier

Gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit: Unter dieser Prämisse organisiert die Münchener BMW Group ihren Einkauf von Produkten und Dienstleistungen für den Bau ihrer Automobile und Motorräder rund um den Globus. Immerhin gilt es dabei, etwa 12.000 Lieferanten in 70 Ländern der Erde auf ein gemeinsames Verständnis einzuschwören und zugleich deren Arbeit kontinuierlich nicht nur zu kontrollieren. Vielmehr setzt das Unternehmen auf konkrete Hilfestellung und Information für die einzelnen Glieder in der Lieferkette. Zusammen soll sich deren Performance so stetig verbessern: „Unser langfristiges Ziel ist“, beschreibt BMW die selbst auferlegte Verantwortung für die eigene Supply-Chain, „dass

unsere Nachhaltigkeitsstandards nicht nur bei unseren Lieferanten erster Stufe, sondern auch bei allen Sublieferanten umgesetzt werden.“

Teamwork und Netzwerke

Ein ehrgeiziges Vorhaben. Die Zusammenarbeit mit den Partnern müssen die Münchner auf ein gemeinsames Verständnis von Produkt- und Produktionsqualität stellen. Die Lieferkette darf nicht stocken, der Nachschub muss gewährleistet sein. Zu alldem müssen die Preise wettbewerbsfähig bleiben – und nicht zuletzt lösen die Zulieferer den BMW-Anspruch an Nachhaltigkeit ein.

Die weltweite Verteilung dieser großen und kleinen Produktionsstätten und Händler erfordert eine individuelle Bewertung der jeweiligen Partner. Zugleich muss der Maßstab vergleichbar bleiben. „Angesichts einer Vielzahl an Lieferanten und Sublieferanten“, wissen die BMW-Einkäufer, stelle dieser Anspruch eine große Herausforderung dar. Diese nehmen sie an, weil sie darin zugleich „auch eine große Chance“ für das Unternehmen erkennen. Wieder setzen sie dabei auf Teamwork: Federführend ist zwar das Ressort „Einkauf und Lieferantennetzwerk“, die Fachbereiche „Nachhaltigkeit und Umweltschutz“ sowie „Rohstoffmanagement“ steuern jedoch den nötigen Input bei, um die Aspekte der Nachhaltigkeit wie Umwelt-, Sozial- und Governance-Standards bei den Partnern zu verankern.

Dafür nutzen sie ein eigens entwickeltes Indikatoren-Set. Mit ihm können die Autobauer aus München seit 2009 Nachhaltigkeit messen und mit Kennzahlen unterfüttern. So steuern sie ihre Prozesse und kontrollieren, ob sie den selbst gesetzten Zielen immer näher rücken: „Berichtsgrößen, wie beispielsweise den Anteil von Lieferanten für Produktionsmaterial mit einem Umweltmanagementsystem gemäß ISO14001 oder die Anzahl der Lieferantenfertigungsstandorte, von denen uns eine Selbstauskunft vorliegt“, beschreiben die Verantwortlichen dieses mit Zahlen und Daten unterlegte Nachhaltigkeitsmanagement, „verwenden wir vor allem, um Fortschritte unserer Nachhaltigkeitsanstrengungen zu messen.“

Verbessertes Risikomanagement

Hohe Priorität hat für BMW das dadurch verbesserte Risikomanagement. 2012 zu einem Dreistufen-System weiterentwickelt, besteht es heute aus einem auf das Unternehmen angepassten, spezifischen Nachhaltigkeits-Risikofilter. Ein Nachhaltigkeitsfragebogen mit 27 konkreten Anfragen zu den jeweiligen Produktionsstandorten vor Ort ergänzt die Risikobewertung. Darunter etwa will die Konzernzentrale wissen, ob der Zulieferer ein Umweltmanagementsystem gemäß ISO 14001 implementiert hat, wie es um die Recyclingfähigkeit bei der Produktentwicklung steht oder ob er Verwertungskonzepte vorweisen kann. Wichtig ist auch, wie der BMW-Partner die Einhaltung von Menschenrechten garantiert.



Mehr als 12.000 Zulieferer tragen zum Erfolg der BMW-Familie bei. Für eine verantwortungsvolle Nachhaltigkeitsstrategie ist die Einbindung der Supply Chain daher unerlässlich. Foto: BMW

Nachhaltigkeits-Audits komplettieren das Maßnahmenbündel zur Sicherung der BMW-Nachhaltigkeitsstandards. Mit

diesem Risiko-Filtersystem identifizieren die Verantwortlichen für die BMW-Lieferkette die potenziellen schwarzen Schafe unter den Partnern. Bei Sublieferanten ist die Entdeckung und Steuerung noch schwieriger. „Wir haben nur indirekte Einflussmöglichkeiten“, beschreiben die Münchner die diffizile Aufgabe. Sie könnten nur über die unmittelbaren Lieferanten auf eine Verwirklichung der Standards in der gesamten Lieferkette drängen. Die Lösung: „Wir unterstützen unsere Lieferanten der ersten Stufe deshalb dabei, Managementsysteme einzuführen und fordern sie auf, die Einhaltung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen bei ihren eigenen Lieferanten sicherzustellen.“

Maßnahmen zur Verbesserung der Lieferanten

„Wenn durch den Nachhaltigkeitsfragebogen ein mittleres oder niedriges Nachhaltigkeitsniveau beim Lieferanten ermittelt wird“, beschreibt das Unternehmen selbst den weiteren Verlauf der Zusammenarbeit, „entwickeln Einkäufer und Lieferant gemeinsam einen Maßnahmenplan, um die Nachhaltigkeitsleistung des Lieferanten zu verbessern.“ Generell gelte bei BMW nämlich das Ziel, die Geschäftsbeziehung mit Lieferanten, bei denen Nachhaltigkeitsverstöße bei Sublieferanten auftreten, nicht zu beenden. Vielmehr sollen diese gezielt zu nachhaltigerem Verhalten befähigt werden.

So geht BMW auch mit den Lieferanten der so genannten ersten Stufe um: Zeige ein Audit Verstöße oder Verbesserungspotenziale auf, werde in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten ein konkreter Maßnahmenplan entwickelt, um die Nachhaltigkeitsleistung des Lieferanten zu verbessern. „Wenn der Lieferant nicht kooperiert oder gegen eine wesentliche Nachhaltigkeitsklausel der BMW Group verstößt, kann das Ergebnis die Beendigung der Geschäftsbeziehung sein“, heißt es bei BMW weiter.

Das allerdings soll das letzte Mittel bleiben. 2012 verzeichnet das Berichtswesen der Autobauer nur fünf Fälle, bei denen ein internes „Ad-hoc-Team Supply Chain“ aus je einem Vertreter des operativen und strategischen Einkaufs, der Konzernstrategie, der Konzernkommunikation sowie des Betriebsrats einschreiten musste, um einen Partner auf die BMW-Linie zurück zu führen. Die Abweichler mussten Stellung zum Vorwurf beziehen. „Kommt es zu keiner Klärung, erfolgt ein Besuch am Lieferantenstandort. Bestätigt sich der Verstoß und der Lieferant zeigt sich unkooperativ bzw. zeigt keine Verbesserung auf, kann ein Ausstieg aus der laufenden Geschäftsbeziehung erfolgen“, informieren die Richtlinien des Unternehmens.

Das allerdings gab es etwa 2012 genau ein einziges Mal.

Quelle: UmweltDialog

10.000stes Unternehmen nutzt iPoint Conflict Minerals Platform

Einen Meilenstein hat der Software-Spezialist iPoint-systems erreicht: Mitte Januar hat sich das 10.000 Unternehmen als Nutzer der iPoint Conflict Minerals Platform (iPCMP) registriert. „Damit hat sich iPoint-systems seine Position als Marktführer für Software im Bereich Konfliktmineralien-Berichterstattung endgültig gesichert“, erklärt Jörg Walden, CEO von iPoint-systems. Die iPCMP kam im September 2012 auf den Markt und hat sich seitdem als die branchenübergreifende Lösung etabliert, wenn es darum geht, Gesetzesvorgaben rund um Konfliktrohstoffe einzuhalten.

Dass das Thema Konfliktmineralien weltweit Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen beschäftigt, zeigt ein Blick auf iPoints Kundenliste: Hersteller und Zulieferer aus 68 Ländern, den unterschiedlichsten Branchen und Unternehmensgrößen setzen auf die iPCMP. Vertreten sind etwa die Automobil-, Elektronik-, Luft- und Raumfahrt-, Maschinenbau-, Schiffsbau-, Textil- und Bekleidungsindustrie, darunter sowohl Betriebe mit weniger als 50 Mitarbeitern als auch mit mehreren Tausend Beschäftigten, denen iPoint je nach Größe und Reporting-Anforderungen passende Lizenzen bietet - die Basis-Lizenz für kleinere Unternehmen gibt es seit einigen Wochen kostenlos.



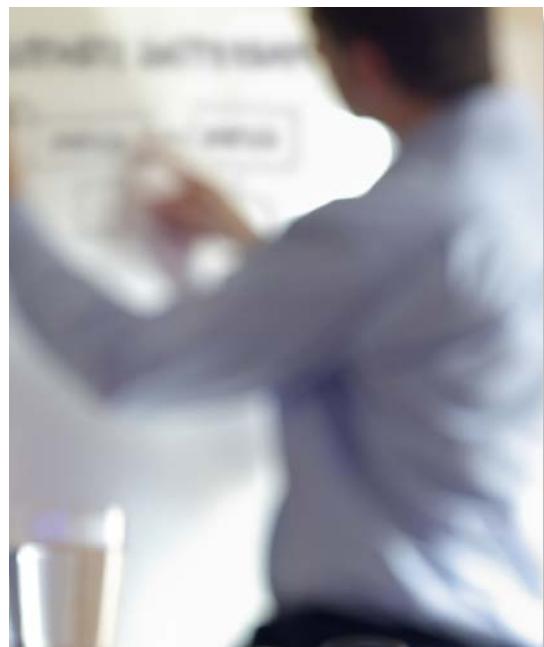
Eine europäische Regelung zum Thema Konfliktmineralien wird vorbereitet. Foto: UN Photo/P. Mugabane

Gesetzesinitiative der EU in Vorbereitung

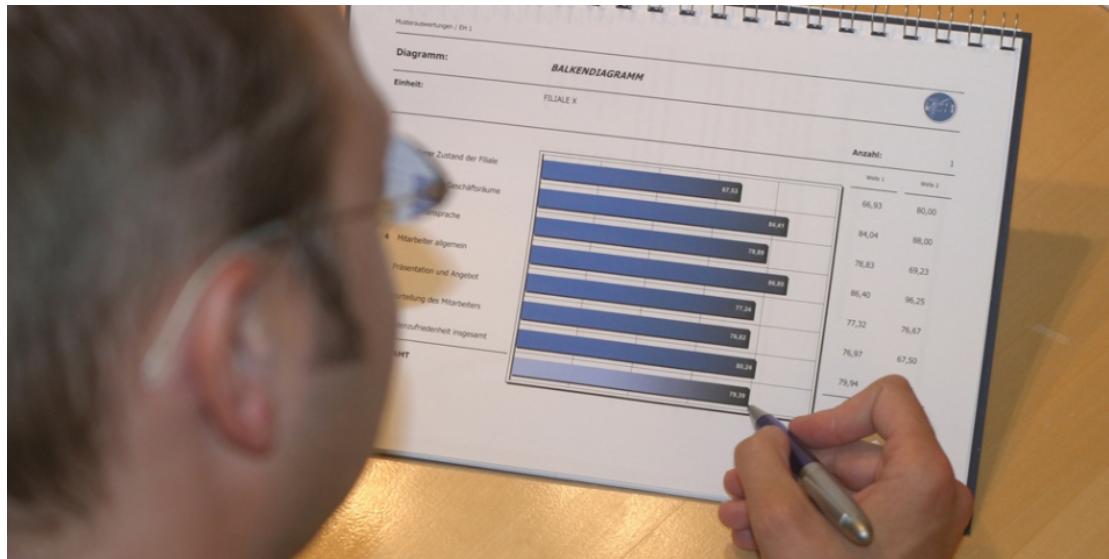
Seit der Verabschiedung der finalen Konfliktmineralien-Regelung durch die US-Börsenaufsichtsbehörde SEC Ende August 2012 sind Unternehmen dazu verpflichtet, jährlich Offenlegungsberichte zur Verwendung von Konfliktmineralien in ihren Produkten vorzulegen. Dies betrifft auch nicht-amerikanische Firmen, die innerhalb der Lieferkette eines börsennotierten US-Unternehmens tätig sind. iPoint-systems veröffentlichte mit der iPCMP als erster Anbieter bereits im September 2012 eine ausgereifte Lösung für das Conflict Minerals Reporting. Derzeit wird auch eine Conflict Minerals-Gesetzesinitiative der EU vorbereitet. Um deren Folgen besser abschätzen zu können, hat die Generaldirektion für Handel der Europäischen Kommission iPoint-systems beauftragt, die Auswirkungen zu analysieren. Die Studie wird voraussichtlich im ersten Halbjahr 2014 erscheinen.

Quelle: UD / cp

Management & Märkte



Quellen: Vladimir Popovic/Fotolia, Brian Jackson/Fotolia, Juri Arcurs/Fotolia, Sergey Nivens/Fotolia, SVLuma/Fotolia



(Foto: Marion Lenzen)

EU will Berichtspflicht für CSR

Was lange – und vor allem in Deutschland heftig – debattiert wurde, gewinnt nun langsam eine konkrete Form. Die EU-Ratspräsidentschaft und die Vertreter des Europäischen Parlaments konkretisierten in der vergangenen Wochen die Vereinbarung zur verpflichtenden Berichterstattung in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte.

Der ausgehandelte Vorschlag, dem der Ausschuss der Ständigen Vertreter der Mitgliedstaaten (COREPER) bereits am 26. Februar zustimmte, sieht vor, dass künftig EU-weit jene Unternehmen über Nachhaltigkeitsaspekte berichten müssen, die mehr als 500 MitarbeiterInnen haben sowie im öffentlichen Interesse stehen.

Gemeint sind damit vor allem börsennotierte Unternehmen sowie Banken, Finanzdienstleister und Versicherungen. Die betroffenen Unternehmen werden künftig aufgefordert, in ihrem Geschäftsbericht über ökologische, soziale und Mitarbeiterbezogene Aspekte, über die Wahrung der Menschenrechte, über Anti-Korruption und Bestechungsvorfälle sowie über die Vielfalt im Vorstand zu berichten. Dieser Abänderungsvorschlag richtet sich somit EU-weit an rund 6.000 große Unternehmen und nicht an 15.500 wie bisher erwartet.

Der administrativen Aufwand soll für die betroffenen Unternehmen minimal gehalten werden und die Unternehmen

werden aufgefordert knappe und vor allem nur nützliche Information offenzulegen, um die Entwicklung, Leistung, Position und Auswirkung von ihren Aktivitäten zu verstehen. Ein umfangreicher und detaillierter Bericht ist, nach derzeitiger Planung nicht nötig. Weiterhin bezieht sich dieser Abänderungsvorschlag auf die ganze Unternehmensgruppe, einzelne Standorte müssen ihre Daten nicht separat offenlegen.

Damit das Gesetz verabschiedet werden kann, muss der Abänderungsvorschlag durch das Europäische Parlament und von den EU-Mitgliedsstaaten des Rats verabschiedet werden. Es wird angenommen, dass das Europäische Parlament im April 2014 über diesen Abänderungsvorschlag abstimmen wird. Anschließend wird ihn der Europäische Rat verabschieden. Die Zustimmung gilt als sicher.

Hintergrund: Am 16. April 2013 hat die Europäische Kommission einen Abänderungsvorschlag der Berichtspflichten von Unternehmen (vgl. 4. und 7. EU-Modernisierungsrichtlinie) veröffentlicht. Ziel dieses Vorschlags ist es, die Transparenz hinsichtlich der sozialen und ökologischen Auswirkungen von Unternehmen zu erhöhen.

Quelle: csr-strategie.de & respACT.at



Im Rahmen der United Nations Global Compact Konferenz für verantwortungsvolle Management Education (PRME) am MCI Management Center Innsbruck fand der Gründungsakt für ein eigenes Chapter für den deutschsprachigen Raum statt. Von links Ulrich Jautz, Dekan an der Universität Pforzheim, Jürg Kessler, Rektor der HTW Chur, Bernhard Tilg, Tiroler Wissenschaftslandesrat, MCI-Rektor Andreas Altmann.

(Foto: MCI Management Center Innsbruck)

UN PRME Chapter für den deutschsprachigen Raum

Über eine erfolgreiche internationale UN-Konferenz kann man sich am MCI Management Center Innsbruck freuen. Konkret war die Unternehmerische Hochschule(R) soeben Ausrichter der hochkarätigen internationalen United Nations Global Compact Konferenz für verantwortungsvolle Management Education (PRME). Im Rahmen der Konferenz fand der Gründungsakt für ein eigenes Chapter für den deutschsprachigen Raum statt.

In Anwesenheit von zahlreichen Podiumsgästen und Teilnehmern/-innen aus aller Welt unterzeichneten Jonas Haertle, Chef des PRME Sekretariats im UN Global Compact Office in New York, Jürg Kessler, Rektor der HTW Chur, Ulrich Jautz, Dekan an der Universität Pforzheim, und Andreas Altmann, Rektor des MCI Management Center Innsbruck, die Gründungsurkunde.

Im Zentrum der Konferenz standen die sechs Prinzipien für verantwortungsvolle Management-Ausbildung (Principles for Responsible Management Education, kurz PRME), die unter Patronanz des UN Global Compact Office der Vereinten

Nationen im Jahre 2007 von Rektoren/-innen und Präsidenten/-innen führender Business Schools und akademischer Einrichtungen aus aller Welt entwickelt und gemeinsam verabschiedet wurden.

Ziel der PRME Initiative ist es, weltweit verantwortungsbewusste Managementausbildung und Managementforschung voranzutreiben, die Vorreiterrolle zu übernehmen und die anspruchsvollen Prinzipien zum internationalen Standard zu machen. Dem MCI wurde die Ausrichtung der Gründungskonferenz für den DACH-Raum aufgrund seiner beispielgebenden Aktivitäten der letzten Jahre zugesprochen.

Quelle: na

Anzeige

The advertisement features a white rooster with a red comb and wattle, wearing a small green tag with a white logo, standing on a grassy field. In the background, there are several colorful Easter eggs of various patterns (stripes, dots, bows) scattered on the grass. The background is a light beige color with faint musical notes floating around. The text is written in a playful, slightly irregular font.

Ich wollt' ich wär'
ein Oxfam-Huhn
... dann hätt' ich viel zu tun.
Ich legte jeden Tag ein Ei
und Ostern auch mal drei!

OxfamUnverpackt.de
Infos und Bestellungen unter www.OxfamUnverpackt.de oder 030 45 30 69 68.

Oxfam
Deutschland



(Foto: Marion Lenzen)

Klassenziel erreicht? Der Beitrag von „Best-in-Class“-Ratings

SÜDWIND hat in Bonn eine kritische Studie zu Nachhaltigkeitsratings vorgestellt. Die Studie mit dem Titel „Klassenziel erreicht? - Der Beitrag von „Best-in-Class“- Ratings zur Einhaltung von Menschenrechten im Verantwortungsbereich von Unternehmen“ wird im Rahmen einer Fachtagung in der Deutschen Welle veröffentlicht.

Seit über rund 15 Jahren investieren nachhaltige Investoren ihr Geld in Unternehmen, die unter sozialen und ökologischen Aspekten besser abschneiden als die Konkurrenten in ihrer Branche („Best-in-Class“-Ansatz). Für diesen Ansatz ermitteln Nachhaltigkeitsratingagenturen die ökologischen und sozialen Leistungen von Unternehmen und bewerten diese. Dies, so erklären die Agenturen initiativ einen Wettbewerb unter den Unternehmen und trüge dazu bei, dass die Branche insgesamt nachhaltiger wirtschaftet. Nachhaltige Investoren könnten deshalb auch ruhigen Gewissens in Branchen wie den Bergbau- oder Textilsektor investieren, obwohl es hier regelmäßig zu nachgewiesenen und dokumentierten Menschenrechtsverletzungen kommt.

Die [SÜDWIND-Studie](#) untersucht, ob es tatsächlich einen solchen Effekt gibt. Interviews mit 22 europäischen

Unternehmen aus den Branchen Textil, Bergbau, Einzelhandel und Nahrungsmittel ergaben ein ernüchterndes Bild der Wirksamkeit dieser Ratings. Nur zwei Unternehmen nannten Veränderungen, die sie aufgrund der Ratings vorgenommen hatten. Für viele Befragte waren andere Anspruchsgruppen wichtiger als die Gruppe von nachhaltigen Investoren. Noch drastischer fällt die Einschätzung der Nichtregierungsorganisationen ab: „Nichtregierungsorganisationen haben die Erfahrung gemacht, dass diese Ratings nicht aussagekräftig sind und dass sich deren Ergebnisse nicht mit den tatsächlichen Verhältnissen im Unternehmen messen lassen.“

Wertvoll sei aber, so das Fazit der Studie, dass Nachhaltigkeitsratings soziale und ökologische Themen in den Finanzmarkt hineinragen und auch Unternehmen ansprechen, die nicht im Fokus von Nichtregierungsorganisationen stehen, außerdem wirken diese Ratings über Jahre kontinuierlich auf Unternehmen ein. Um die Wirkung von Nachhaltigkeitsratings zu verstärken, empfiehlt die Studie eine bessere Zusammenarbeit der Nachhaltigkeitsratingagenturen mit Anspruchsgruppen, die oft einen direkteren und stärkeren Einfluss auf Unternehmen ausüben.

Quelle: UD/pm



(Foto: Marion Lenzen)

ESG-Themen: Stillstand beim Management

Angesichts der Probleme beim Klimawandel, bei der weltweiten Durchsetzung von guten Arbeitsstandards und in vielen anderen sozialen und umweltbezogenen Bereichen sind die Unternehmen gefordert, ihren Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung zu leisten. Die aktuellen Zahlen und Fakten zum Engagement der Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung, die die unabhängige Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research in ihrem Corporate Responsibility Review 2014 präsentiert, dokumentieren, dass diese ihrer Verantwortung nur teilweise gerecht werden.

Bei der Bewertung international tätiger, börsennotierter Großunternehmen mit Sitz in den Industrieländern, die oekom research regelmäßig im Auftrag zahlreicher Investoren analysiert, gab es im vergangenen Jahr wenig Bewegung. Nur rund jedes sechste Unternehmen (16,8 Prozent) erfüllt die von [oekom research](#) branchenspezifisch definierten Mindestanforderungen an das Nachhaltigkeitsmanagement und erhält dafür den oekom Prime Status (Stand 31.12.2013). Im Vergleich zu 2012 ist dieser Anteil nur leicht um 0,1 Prozent gestiegen. Ebenfalls gestiegen ist jedoch auch der Anteil der Unternehmen, die eine schlechte Nachhaltigkeitsleistung zeigen. Er liegt aktuell bei 53,1 Prozent nach 52,3 Prozent im Jahr 2012. Knapp ein Drittel aller Unternehmen (30,1 Prozent) weist zumindest erste Ansätze im Nachhaltigkeitsmanagement auf, entsprechende Aspekte sind jedoch noch nicht systematisch und flächendeckend im

Management verankert.

Im Ländervergleich liegen Unternehmen aus Finnland und Deutschland vorne. So erreichen 64,3 Prozent der relevanten finnischen Unternehmen den oekom Prime Status, von den deutschen Unternehmen sind es 58,3 Prozent. Auf den weiteren Plätzen folgen Italien (50,0 Prozent), Niederlande (40,7 Prozent) und Frankreich (40,3 Prozent). In Österreich zeigt jedes dritte Unternehmen eine hinreichende Leistung, in der Schweiz gut ein Viertel der Unternehmen. Von den US-amerikanischen und kanadischen Großunternehmen genügt nicht einmal jedes Zehnte den Anforderungen, Japan bildet wie in den Vorjahren mit einem Anteil von 7,7 Prozent das Schlusslicht.

Im Branchenvergleich erreichen die Hersteller von Haushaltsprodukten für ihr Nachhaltigkeitsmanagement im Durchschnitt 46,3 von 100 möglichen Punkten und damit die höchste Bewertung. Auf Rang 2 des Branchenratings platziert sich die Automobilindustrie mit einer Durchschnittsbewertung von 42,7. Die Öl- und Gasindustrie (22,4) sowie die Immobilienbranche (18,4) rangieren am unteren Ende der Rangliste.

„Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen, Verstöße gegen Umweltstandards und Korruption sind unter den global tätigen Großunternehmen nach wie vor stark verbreitet“, stellt Matthias Böning, COO und Head of Research von oekom research, fest. Verletzungen international anerkannter Arbeitsrechte finden dabei häufig nicht durch die Großkonzerne selbst statt, sondern bei deren Zulieferern in Entwicklungs- und Schwellenländern. In der Textilindustrie haben dies in jüngerer Zeit die schweren Arbeitsunfälle in Fabriken in Bangladesch gezeigt. oekom research hat bei jedem fünften der analysierten Textilunternehmen entsprechende Verstöße gegen Arbeitsrechtsstandards festgestellt. Noch höher ist der Anteil bei den Herstellern von Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräten, von denen mehr als jedes vierte Unternehmen (26,7 Prozent) durch entsprechende Verstöße aufgefallen ist.

In die Verletzung von Menschenrechten besonders häufig involviert sind die Unternehmen der Bergbaubranche. Knapp jedes zehnte Unternehmen (8,9 Prozent) weist hier einen entsprechenden Verstoß auf. Häufig geht es dabei um die unzureichende Entschädigung oder die gewaltsame Vertreibung von Anwohnern im Zuge der Erweiterung von Minen. Auch in Verstöße gegen Umweltstandards sind Unternehmen der Bergbaubranche besonders häufig verwickelt, bedingt unter anderem durch die massiven Umweltauswirkungen des Tagebaus sowie den Einsatz und die Freisetzung giftiger Substanzen. Mehr als jedes dritte analysierte Unternehmen (35,6 Prozent) weist hier einen Verstoß auf. Gleches gilt für knapp jede sechste im globalen Warenaustausch tätige Handelsgesellschaft. Dabei sind insbesondere große asiatische Handelshäuser, die auch im Abbau von Rohstoffen wie Kohle oder der Öl- und Gasförderung aktiv sind, an Umweltzerstörungen beteiligt.

Fälle von Korruption hat oekom research insbesondere bei den Anbietern von Medizintechnik und -produkten registriert. Rund jedes siebte analysierte Unternehmen (14,3 Prozent) ist hier in Korruptionsfälle verwickelt. Auch bei den Ausrüstern und Dienstleistern in der Öl- und Gasbranche, in der Pharmaindustrie sowie in der Baubranche liegt der Anteil von in Korruption involvierten Unternehmen bei über zehn Prozent.

„Wir sehen bei den weltweit größten Unternehmen zu wenige und zu kleine Schritte in Richtung einer nachhaltigen Wirtschaftsweise“, fasst Matthias Böning zusammen. Dies ist nach Einschätzung von oekom research in doppelter Hinsicht problematisch: Zum einen drohen in vielen kritischen Bereichen wie beispielsweise dem Klimawandel die Entwicklungen zu eskalieren. Je später hier gehandelt wird, desto höher wird der Aufwand sein, um Fehlentwicklungen zu korrigieren, sofern dies dann überhaupt noch möglich ist. Zum anderen werden auch Unternehmen, die etwa ihren

Energie-, Wasser- und Rohstoffverbrauch nicht systematisch managen oder Produkte anbieten, die dem steigenden Umwelt- und Sozialbewusstsein der Verbraucher nicht genügen, langfristig nicht am Markt bestehen. Insofern wäre es im Eigeninteresse der Unternehmen, das Kurzfristdenken aufzugeben und nachhaltig zu wirtschaften.

Die Studie finden Sie auf UmweltDialog.de

Quelle: UD/pm

Anzeige

A photograph of a woman in a pink shirt holding a baby in a green patterned cloth. They are sitting in a field with green plants. In the top right corner is the logo for Welt Hunger Hilfe, which includes a stylized plant icon and the text "welt hunger hilfe". Below the logo is a white box containing the text "Betrug: 10 EURO". At the bottom of the image is a banner with the text "WER MONATLICH SPENDET, HILFT JEDEN TAG." followed by account details: "Konto 1115 • BLZ 370 501 98 • Tel. 0228-2288-176 • www.welthungerhilfe.de". In the bottom left corner, there is a small orange logo for DZI Spenden-Siegel with a QR code next to it.



(Foto: industrieblick / Fotolia.com)

Unternehmen profitieren vom EU Emissionshandel

Im Vorfeld des aktuellen EU-Gipfels warnen energieintensive Industrieunternehmen erneut vor dem Verlust ihrer Wettbewerbsfähigkeit aufgrund von Klimaschutzauflagen. Auf dem Gipfel sollen die europäischen Klimaziele für 2030 diskutiert werden. Besonders kritisch sieht die Industrie die Reformvorschläge des EU-Emissionshandelssystems (ETS), in dem rund 40 Prozent der EU Treibhausgasemissionen erfasst sind. Eine WWF-Studie belegt nun am Beispiel ausgewählter Unternehmen: Gerade energieintensive Unternehmen erhielten in der Vergangenheit so üppige Freizuteilungen, dass sie durch deren Verkauf satte Zusatzgewinne einstreichen konnten.

Die in Berlin vorgestellte Studie des Öko-Instituts im Auftrag des WWF hat insbesondere untersucht, ob eine Verknappung von Emissionszertifikaten negative Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Industrie hat. Dabei zeigte sich, dass die neun untersuchten Unternehmen aus den Branchen Eisen und Stahl, Raffinerien, Chemische Industrie sowie Zement seit 2005 Freizertifikate im Wert von 8 Milliarden EUR erhalten haben. Bis Ende 2012 besaßen diese Unternehmen ungenutzte Zertifikate im Wert von über 1 Milliarde EUR – mit denen sie frei handeln können.

„Der Handel mit Emissionszertifikaten hat sich als Goldesel für die Unternehmen erwiesen. Von einer Belastung kann

keine Rede sein“, sagt Juliette de Grandpré, Referentin für EU Energie- und Klimapolitik bei WWF Deutschland. Die Studie zeigt zudem eindrücklich, dass die ab 2013 geltenden CO2-Obergrenzen für Industrieanlagen keinesfalls dazu führen, dass viele CO2-Zertifikate zugekauft werden müssen. Nur drei der neun untersuchten Unternehmen müssten bis 2020 überhaupt Zertifikate erwerben. Bis 2020 ist weiterhin eine Überzuteilung für die betrachteten Sektoren zu erwarten.

Da vom Emissionshandel derzeit keinerlei Impulse für den Klimaschutz ausgehen, ruft der WWF angesichts der Studienergebnisse die deutsche Bundesregierung auf, sich dringend für eine Stärkung des Emissionshandels auf europäischer Ebene einzusetzen.

Hintergrund

Das EU-Emissionshandelssystem (European Union Emission Trading System, EU ETS) ist ein marktwirtschaftliches Instrument der europäischen Energie- und Klimapolitik. Ziel des EU ETS ist es, die Treibhausgasemissionen zu möglichst geringen volkswirtschaftlichen Kosten zu senken. Derzeit sind etwa 40% der europäischen Treibhausgasemissionen vom EU-Emissionshandelssystem erfasst. Hierzu zählen die Emissionen aus rund 12.000 Anlagen der industriellen Stromerzeugung in thermischen Kraftwerken mit mehr als 20 MW Leistung sowie die fünf Industriebranchen Eisen- und Stahlverhüttung, Kokereien, Raffinerien und Cracker, Papier- und Zelluloseproduktion, Glas-, Keramik- und Ziegelindustrie, sowie Zement- und Kalkherstellung. Mit Beginn der 3. Handelsperiode (2013-2020) wurde die Aluminiumindustrie hinzugefügt. Die Preise für Emissionshandelszertifikate stagnieren derzeit bei einem Preis von 5 bis 7 EUR. Um Klimaschutzsteuerungswirkung zu entfalten müsste nach Expertenmeinungen einen Preis von 30 EUR erreicht werden.

Quelle: UD/pm

Nur 4 % der Manager halten ihr Unternehmen für innovativ

Industrieunternehmen gelten als überdurchschnittlich innovativ - insbesondere deutsche Firmen. Doch befragt nach ihrem eigenen Unternehmen, sieht die Führungsriege der hiesigen Industrie noch Handlungsbedarf, wie eine aktuelle Studie des Spezialchemiekonzerns ALTANA zeigt. Ein Grund: Den Unternehmen mangelt es an Innovationskultur. Das macht auch jungen Industrie-Talenten zu schaffen - sie arbeiten häufig nicht in einem Umfeld, in dem sie ihr Innovationspotenzial voll entfalten können.

Dies sind Ergebnisse des neuen "Industrie-Innovationsindex", für den die ALTANA Gruppe durch das Forsa Institut branchenübergreifend 250 Topentscheider sowie 250 Berufseinsteiger in deutschen Industrieunternehmen befragten ließ.

Die Innovationsfähigkeit eines Industrieunternehmens hat einen starken Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg - davon sind 90 Prozent der deutschen Industriemanager überzeugt. Befragt nach dem eigenen Unternehmen, ergreifen die Manager jedoch Zweifel. Insgesamt schätzt der Industriesektor seine Innovationsfähigkeit zwar als gut ein. In der ALTANA Studie ergibt sich ein Innovationsindex-Wert von 142 - ein Wert über 100 ist positiv. Aber nur zwei von fünf Managern sehen ihr Unternehmen im oberen Drittel einer Bewertungsskala von 1 bis 10. Und nur vier Prozent geben ihrer Firma die Bestnote.

"Die Ergebnisse überraschen - beim Thema Innovationsfähigkeit hat die deutsche Industrie ganz klar noch Luft nach oben. Gerade in Deutschland müssen wir uns die Frage stellen, wie die Möglichkeiten hier besser ausgeschöpft werden können", sagt Dr. Matthias L. Wolfgruber, Vorstandsvorsitzender der ALTANA Gruppe.

Unternehmenskultur nicht immer innovationsfördernd

Für Unternehmen ist es sehr wichtig, dass eine Kultur herrscht, in der Innovationen reifen können. "Die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens hängt nicht allein vom Budget für Forschung und Entwicklung ab", so Dr. Georg F. L. Wießmeier, Chief Technology Officer bei ALTANA. "Vielmehr ist sie die Summe vieler wichtiger innovationsfördernder Strukturen, Werte und Verhaltensweisen, die es im Unternehmen fest zu verankern gilt."

Wichtig für ein innovationsförderndes Arbeitsumfeld ist zum Beispiel, dass Vorgesetzte wertschätzend auf ungewöhnliche Vorschläge reagieren. Denn gerade neue Pfade und Blicke über den Tellerrand tragen zur Entwicklung von Innovationen bei. Doch zeigt die Studie, dass in zwei Dritteln der Unternehmen Ideen abseits der Norm nicht immer positiv aufgenommen werden. Eine aktive Förderung von unkonventionellen Denk- und Vorgehensweisen findet nach Angaben der Berufseinsteiger sogar nur in 15 Prozent der Unternehmen statt. Das bestätigen auch die Manager: Hier sehen nur zwölf Prozent im eigenen Unternehmen eine breite Akzeptanz für Mitarbeiter, die Neuland wagen wollen. Selbst vermeintliche Standards zur Innovationsförderung wie ein betriebliches Vorschlagswesen sind in weniger als einem Viertel der Unternehmen voll etabliert.

Einsicht ist da - doch der Mut zu Veränderung fehlt

Wie die ALTANA Studie zeigt, sind die Manager sich durchaus im Klaren darüber, dass sie nicht mit bestem Beispiel vorangehen: Nur 17 Prozent leisten nach eigenen Angaben persönlich einen optimalen Beitrag, um Innovationen zu fördern. Dabei wissen die Entscheider um die positiven Auswirkungen einer starken Innovationsfähigkeit. So halten 41 Prozent einen sehr hohen Innovationsgrad für notwendig, um sich vom Wettbewerb abzuheben.

Hintergrund zur Studie "Industrie-Innovationsindex"

Die Studie "Industrie-Innovationsindex" zeigt, wie es um die Innovationsfähigkeit und -kultur in deutschen Industrieunternehmen steht. Im November und Dezember 2013 führte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der ALTANA Gruppe 500 Telefoninterviews mit Vertretern aus Industrieunternehmen ab 250 Mitarbeitern durch. Es wurden 250 Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer und Bereichsleiter interviewt. Parallel dazu befragte Forsa 250 Berufseinsteiger aus Industrieunternehmen zwischen 18 und 35 Jahren mit einer Berufserfahrung zwischen zwei und fünf Jahren.

Der im Rahmen dieser Studie entwickelte Industrie-Innovationsindex stellt das Verhältnis zwischen innovativ-wahrgenommenen Unternehmen und nicht innovativ-wahrgenommenen Unternehmen dar: Ein Indexwert größer 100 bedeutet eine positiv wahrgenommene Innovationsfähigkeit der Industriebranche.

Quelle: UD/na



(Foto: Marion Lenzen)

Löst der Ozean die Rohstoff-Probleme der Zukunft?

Der Hunger der Menschheit nach Rohstoffen hält unvermindert an. Der Ölverbrauch hat sich seit Anfang der 1970er Jahre verdoppelt, und auch die Nachfrage nach mineralischen Rohstoffen steigt mit dem zunehmenden Einsatz von Metallen wie Kupfer, Nickel oder Kobalt in elektronischen Produkten wie Smartphones, Solarzellen oder Hybridautos. Die Rohstoffvorkommen in den Tiefen der Ozeane rücken dabei immer mehr in den Fokus des Interesses. Doch wann ist ein Abbau wirtschaftlich? Welche Umweltrisiken müssen bedacht werden? Und wer darf die Lagerstätten in internationalen Gewässern für sich beanspruchen?

Der »World Ocean Review 3 - Rohstoffe aus dem Meer - Chancen und Risiken« (WOR 3), herausgegeben von der gemeinnützigen Organisation maribus gGmbH und mit Unterstützung der Zeitschrift »mare«, des International Ocean Instituts (IOI) und des Exzellenzclusters »Ozean der Zukunft«, beschreibt ausführlich die bekannten metallischen und energetischen Rohstoffe in den Ozeanen und beleuchtet - wissenschaftlich fundiert und für Laien verständlich geschrieben - die Chancen und Risiken des Abbaus und der Nutzung von Rohstoffen.

Der neue Report liefert Fakten über die Menge an bekannten Öl- und Gasvorkommen und der festen Gashydratvorkommen unterhalb des Meeresbodens. Ferner geht es um das Potenzial von mineralischen Rohstoffen wie

Manganknollen, Kobaltkrusten und Massivsulfiden. Darüber hinaus thematisiert der WOR 3 die Verantwortung der internationalen Staatengemeinschaft für einen umweltverträglichen Abbau und die völkerrechtliche Herausforderung, für eine sozial gerechte Verteilung der Ressourcen in internationalen Gewässern zu sorgen.

»Die Nutzung des Ozeans wird in der Zukunft zunehmen. Für eine umweltverträgliche Ressourcengewinnung aus dem Meer und aus dem Küstenraum gilt es, dass alle Akteure gemeinsam an möglichst nachhaltigen Lösungswegen arbeiten«, sagt Martin Visbeck vom GEOMAR Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung Kiel und Sprecher des Kieler Exzellenzclusters »Ozean der Zukunft«.

Im Gegensatz zu schnell nachwachsenden Ressourcen wie etwa Fischen oder Muscheln entstehen mineralische und energetische Ressourcen aber nur im Laufe von vielen Millionen Jahren. Es gibt eine endliche Menge dieser Ressourcen, die nur mit hohem technischen Aufwand gefördert werden können.

»Wenn abseits unserer Wahrnehmung riesige Geschäfte locken, dann gerät nicht nur die Umwelt in Gefahr, sondern auch elementare Menschenrechte und soziale Gerechtigkeit. Insbesondere Großkonzerne, die seit Jahren in Westafrika Öl fördern, sahen in der Vergangenheit weder im Schutz der Natur noch in einer fairen Teilhabe der Bevölkerung an den Erlösen aus dem Ölgeschäft eine Notwendigkeit«, sagt Nikolaus Gelpke, mare-Verleger und Gründer von maribus gGmbH.

Hintergrund

Die maribus gGmbH wurde 2008 von mare-Verleger Nikolaus Gelpke ins Leben gerufen. Sie dient als gemeinnützige Organisation dem Zweck, die Öffentlichkeit für meereswissenschaftliche Zusammenhänge zu sensibilisieren und zu einem wirkungsvolleren Meeresschutz beizutragen. Bereits mit der ersten maribus-Veröffentlichung, dem »World Ocean Review 1« (WOR 1), ist ein umfassender und einzigartiger Bericht gelungen, der den Zustand der Weltmeere und die Zusammenhänge zwischen dem Ozean und den ökologischen, ökonomischen und gesellschaftspolitischen Beziehungen aufzeigt. Bis heute wurden rund 70.000 Exemplare dieser Gesamtübersicht in deutscher und englischer Sprache weltweit nachgefragt.



(Foto: Marion Lenzen)

Faire Warenvielfalt

Nicht nur Kaffee und Kakao werden fair gehandelt, sondern auch zahlreiche andere Produkte in vielen Bereichen. Für Verbraucher ist oft schwer zu erkennen, ob hinter dem Versprechen „fair“ tatsächlich auch entsprechende Arbeits- und Einkommensbedingungen für die Produzenten stecken. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. stellt auf www.oeko-fair.de faire Label vor und beschreibt, nach welchen Kriterien sie vergeben werden.

Das Wort „fair“ ist kein geschützter Begriff. Verbraucher müssen daher bei „fair“ gelabelten Produkten genau hinterfragen, welche Kriterien jeweils zugrunde liegen. Und die können durchaus unterschiedlich sein. So müssen bei dem einen Label die Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO erfüllt werden, ein anderes fordert einen auskömmlichen Milchpreis für Bauern in Deutschland. Bei einigen fairen Labeln spielen ökologische Kriterien eine Rolle, bei anderen sind sie nur ein wünschenswerter Zusatz. Auf www.oeko-fair.de können Verbraucher sich über faire Label aus den verschiedensten Konsumbereichen informieren und Näheres über Zertifizierer, Labelkriterien und den Zertifizierungsprozess erfahren.

Berücksichtigt sind auch Eigenmarken von Handelsunternehmen wie ALDI oder Lidl. Diese nutzen in der Regel bestehende Label wie Fairtrade und kennzeichnen diese Produkte noch einmal zusätzlich. Für Verbraucher sind so gekennzeichnete Waren schneller im Laden zu finden. Die Eigenmarken übernehmen also eine Art Wegweiserfunktion im Geschäft. „Auch wenn es sich eigentlich um eine Marketingmaßnahme handelt, so gelangen doch auf diese Weise fair gehandelte Produkte in den Massenmarkt und finden größeren Absatz. Und das wiederum hilft den Produzenten vor Ort“, sagt Saphir Robert, Referentin für Nachhaltigkeit der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

Quelle: UD/pm



*Aus den
Unternehmen*



Quellen: shock / Fotolia, luchshen / Fotolia, fotohansi / Fotolia, WavebreakmediaMicro / Fotolia, Dietmar Meinert / pixelino

Geschäftsbericht 2013
Erweiterte Fassung

Kontakt | Sitemap | English | → Bayer-Konzern

Über den Bericht Konzern Kennzahlen Lagebericht & Ergänzungen Abschluss Aktie Magazin Service

Geschäftsjahr 2013:
**Bayer im Jubiläumsjahr
weiter auf Erfolgskurs**
[mehr ▶](#)

Konzern Konzernlagebericht Aktie [Suche im Geschäftsbericht](#) Download Center

(Foto: Screenshot Bayer AG)

Bayer legt integrierten Nachhaltigkeitsbericht vor

Integrated Reporting ist das Gebot der Stunde. Künftig sollen CSR-Berichte nicht mehr separat und damit hauptsächlich für das Fachpublikum veröffentlicht werden, sondern ein Bestandteil des klassischen Geschäftsberichtes sein. Experten versprechen sich davon eine Stärkung des Nachhaltigkeitsgedankens innerhalb der gesamten Unternehmensstruktur. Das Leverkusener Pharmaunternehmen Bayer hat im 150sten Jubiläumsjahr jetzt seinen ersten voll integrierten Bericht vorgelegt.

Von [Dennis Lohmann](#)

Bereits im dem [Bericht](#) vorangestellten „Brief an die Aktionäre“ wird dabei die Grundintention hinter der neuen integrierten Nachhaltigkeitsberichterstattung deutlich. So liegt das Hauptaugenmerk auf den guten Geschäftszahlen und Wachstumsaussichten, Dr. Marijn Dekkers, Vorstandsvorsitzender der Bayer AG, betont aber unmissverständlich: „Es ist uns auch wichtig, wirtschaftliches Wachstum in Einklang mit ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung zu bringen. Wir stehen zu den Grundsätzen von Sustainable Development und den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen.“ Die hier formulierte Verbindung von wirtschaftlicher Vernunft und Gesellschaftlichem Engagament wird im Laufe des folgenden Berichtes konsequent aufgegriffen und übersichtlich dargestellt.

Unternehmerische Leistung – gesellschaftlicher Nutzen

Die positiven Auswirkungen von Bayers wirtschaftlicher Aktivität auf die Gesellschaft werden im Geschäftsbericht bereits auf den ersten Seiten im Magazinteil illustriert. Unter den Überschriften „*Krebs bekämpfen*“, „*Ernährung sichern*“ und „*Ressourcen sparen*“ verdeutlicht das Unternehmen so, wie sich Business Case und Nachhaltigkeit verbinden lassen. Jede Geschäftssparte von Bayer wird dabei mit einem besonders innovativen Beispiel aus der Praxis vorgestellt.

Krebs bekämpfen

Für der Kampf gegen Krankheiten steht der Bereich Bayer HealthCare: Die Medikamentensparte ist mit einem Gesamtumsatz von fast 19 Milliarden Euro Bayers wichtigstes ökonomisches Zugpferd. Gleichzeitig ist dieser Bereich naturgemäß in zahlreichen Projekten und Initiativen involviert, die eine direkte Auswirkung auf die Lebensqualität von Menschen haben.

Etwa beim Thema Krebsbekämpfung: Hier forscht Bayer unter anderem mit dem Universitätsklinikum Ulm an neuen Behandlungsmethoden. Der Standort Ulm verfügt mit seinen sechs Tumorzentren über eine von Deutschlands bedeutendsten Einrichtungen für die Bekämpfung von Krebs. „Unser gemeinsames Ziel ist es, wirksame Therapien zu entwickeln, um Krebspatienten ein längeres Leben und eine bessere Lebensqualität zu ermöglichen“, erläutert Dr. Jörg Möller, Leiter der Globalen Entwicklung bei Bayer HealthCare, im Geschäftsbericht. Obwohl an dieser Stelle in den vergangenen Jahren große Fortschritte erzielt wurden, ist der Bedarf an neuen Therapieformen weiterhin hoch. Der Schwerpunkt der Forschungsarbeiten lag dabei im vergangenen Jahr auf der Entwicklung von chemischen und biologischen Wirkstoffen, die gezielt in für Krebszellen typische Prozesse eingreifen.

Ernährung sicherstellen

Auch Bayer CropScience blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Die Unternehmenssparte konnte ihren Umsatz im Geschäftsjahr um mehr als fünf Prozent auf fast neun Milliarden Euro steigern. Gerade in sich entwickelnden und noch großflächig landwirtschaftlich geprägten Regionen setzt CropScience auf eine planmäßige Entwicklung der Landwirtschaft. Mit neuen Produkten versucht Bayer dabei, die Erträge langfristig zu steigern und die Ernährungssicherheit der einheimischen Bevölkerung zu sichern. Ein wichtiges Instrument, um sich auch in diesem Sektor als verlässlicher Partner zu präsentieren, sind die „Food Chain Partnerschaften“. Diese Expertenteams beraten lokale Farmer bei der kontinuierlichen Verbesserung der Anbaumethoden – sei es durch bessere Bewässerungsmethoden oder dem Schutz vor Schädlingsbefall.

Ressourcen schonen

Die Sparte MaterialScience konnte ihren Umsatz innerhalb des Konzerns mit knapp 11 Milliarden Euro weitgehend stabil halten. Mit innovativen Lösungen für Baustoffe und Anlagen konnte Bayer in den vergangenen Jahren immer wieder neue Impulse setzen. Im Geschäftsbericht verweist das Unternehmen vor allem auf die gute Entwicklung im Bereich der Erneuerbaren Energien. Gerade dieses Segment zeigte sich 2013 sehr dynamisch, was auch bei Bayer für eine gute Auftragslage sorgt. So entwickelte das Unternehmen ein Polyurethan-Harz, das den Rotoren von Windrädern zusätzliche Stabilität verleiht und der gesamten Branche noch einmal deutlich Auftrieb geben soll. Für Dr. Tony Van Osselaer, Produktionsvorstand von Bayer MaterialScience, ist die Aufgabe des Unternehmens für die kommenden Jahre daher klar: „Wir sehen uns als Vorreiter beim Schlüsselthema Energieeffizienz und entwickeln immer neue Verfahren, um Strom zu sparen und Ressourcen zu schonen.“

Ökonomie, Ökologie und Soziales

Die guten Zahlen der einzelnen Sparten schlagen sich auch im Gesamtergebnis der Bayer AG wieder. Der Konzern, der 2013 sein 150jähriges Bestehen feierte, kann dabei auf eine erfolgreiche Bilanz verweisen: Insgesamt stieg der Gesamtumsatz des Unternehmens von 39,7 Milliarden in 2012 auf 40,1 Milliarden Euro in 2013. Der weitaus umfangreichere Teil des Geschäftsberichtes erläutert im Anschluss an die Best Practice Beispiele die ökonomischen Dimensionen von Bayers Entwicklung.

Gut aufgeschlüsselt lassen sich auch in diesem überwiegend empirischen Teil klare Indikatoren für ein nachhaltiges Engagement Bayers finden. Im Kapitel Umweltschutz listet das Unternehmen dabei die wichtigsten Kennzahlen auf. So finden Nutzer hier wichtige Angaben zum Energieverbrauch, den ausgestoßenen Treibhausgasemissionen oder der produzierten Menge an Abfallstoffen. Ebenso berichtet Bayer über seine Personalpolitik, wobei die Themen Talentmanagement, Mitarbeiterstruktur und der Umgang mit dem demografischen Wandel viel Platz eingeräumt wird.

Die Global Reporting Initiative bewertete den Bericht abschließend mit der Bestnote A+.

Quelle: UmweltDialog

Anzeige

**WILLKOMMEN
WOLF!**
Er ist zurück in
Deutschland.
Helfen Sie ihm mit
einer Patenschaft.

Infos zum Wolf:
NABU · Patenschaften
Charitéstr. 3 · 10117 Berlin
www.NABU.de/woelfe
www.facebook.com/WillkommenWolf
Paten@NABU.de

11743

HOCHTIEF veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2013

Ende Februar ist der neue HOCHTIEF Nachhaltigkeitsbericht 2013 erschienen: „Mein Leben – Unser Raum“. Der Titel greift die Unternehmensvision auf: HOCHTIEF gestaltet Lebensräume. Mit seiner Geschäftstätigkeit nimmt der internationale Infrastruktur-Baukonzern Einfluss auf Mensch und Umwelt – und stellt sich der damit einhergehenden Verantwortung bewusst. Das Unternehmen verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz und versucht, Ökonomie, Ökologie und Soziales in einem ausgewogenen Verhältnis bei seinen weltweiten Aktivitäten zu berücksichtigen. Wie das konkret aussieht, das zeigt der nun vorgelegte Konzernbericht.

HOCHTIEF hat sich bereits vor vielen Jahren zu nachhaltigem Handeln und Corporate Responsibility (CR) bekannt und legt seit 2001 Umwelt-, seit 2005 Nachhaltigkeitsberichte vor. Inzwischen berichtet das Unternehmen jährlich. Die aktuelle Publikation liefert einen umfassenden Einblick in das nachhaltige Handeln im HOCHTIEF-Konzern. Wie im Vorjahr gliedert sie sich in drei Teile und ist nach den definierten sechs Themenfeldern der Nachhaltigkeit strukturiert: nachhaltige Produkte und Dienstleistungen, Klima- und Ressourcenschutz, Arbeitswelt, gesellschaftliches Engagement und Compliance.

Im Magazinteil findet der Leser interessante Reportagen zu je einem ausgewählten Beispiel aus diesen Bereichen – etwa zum umfangreichen Umweltschutz-Programm beim schottischen Brückenbauprojekt Queensferry Crossing und zu cleveren Energie-Einsparmaßnahmen bei der amerikanischen Tochtergesellschaft Turner – sowie ein Interview mit Essimari Kairisto, Finanzvorstand der HOCHTIEF Solutions AG, zum Thema Compliance.



HOCHTIEF veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2013
(Foto: istockphoto / shapecharge / Oli Keinath)

Der zweite Teil stellt detailliert die Managementansätze und Instrumente vor, mit denen HOCHTIEF Themen der Nachhaltigkeit steuert und entwickelt. Hier finden sich auch zahlreiche quantitative und qualitative Kennzahlen zu den sechs Themenfeldern. Die Berichterstattung orientiert sich, wie in der Vergangenheit, eng an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). „In diesem Bericht haben wir die Vielfalt und Detailtiefe der veröffentlichten Daten noch einmal erhöht. So schaffen wir zusätzliche Transparenz und informieren unsere Stakeholder noch umfassender“, erklärt Barbara Hansen, HOCHTIEF-CR-Koordinatorin. Die Bemühungen zeigen Wirkung: Die GRI hat die Übereinstimmung der

getroffenen Aussagen mit ihren Standards und Anforderungen geprüft und erstmals mit dem höchst möglichen Level A+ bestätigt.



Beitrag leisten: Mit der Entwicklung von Pumpspeicherwerken leistet HOCHTIEF einen Beitrag für eine nachhaltige, zukunftsfähige Energieinfrastruktur.

(Foto: plainpicture / Westend61 / Jörg-Tarrach)

realisiert weltweit ressourcenschonende und energieeffiziente Immobilien. Für eine zukunftsfähige Energieinfrastruktur auf Basis regenerativer Energie ist HOCHTIEF in Deutschland beispielsweise an der Entwicklung moderner Pumpspeicherwerke beteiligt. Dies sind nur zwei Beispiele wie das Unternehmen mit seinem Know-how direkt und indirekt zu einem verbesserten Klimaschutz beiträgt – und erfolgreich wirtschaftet.

Der HOCHTIEF Nachhaltigkeitsbericht 2013 liegt in deutscher und englischer Sprache vor und umfasst den Zeitraum Januar bis Dezember 2013. Er orientiert sich an den geltenden Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI G3.1) sowie den zehn Prinzipien des UN Global Compacts, dem HOCHTIEF bereits im Jahr 2008 beigetreten ist. Teile des Berichts wurden zudem einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen.

Der abschließende Segmentbericht liefert einen umfassenden Einblick in das Nachhaltigkeitsengagement in den drei HOCHTIEF-Divisions Americas, Asia-Pacific und Europe. Anhand zahlreicher Beispiele wird hier deutlich, wie die operativen Unternehmenseinheiten und Konzerngesellschaften ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und sie Nachhaltigkeit im Arbeits- und Unternehmensalltag realisieren. Die Highlight-Beispiele zeigen darüber hinaus, dass in Themen der Nachhaltigkeit große Potenziale für das Geschäft von HOCHTIEF liegen. So gehört die US-Tochter Turner seit Jahren in ihrem Markt zu den führenden Anbietern für nachhaltiges Bauen und

Quelle: UD / cp



(Foto: Tetra Pak)

Tetra Pak: Umweltziele 2020

Tetra Pak, weltweit führender Anbieter von Verarbeitungs- und Verpackungs-systemen für Lebensmittel, hat heute mitgeteilt, dass das Unternehmen 2013 gute Fortschritte mit Blick auf die Erreichung der selbstgesteckten Umweltziele für das Jahr 2020 gemacht hat. Im Mittelpunkt der Umweltagenda von Tetra Pak stehen die Entwicklung nachhaltiger Produkte, die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette und mehr Recycling.

Tetra Pak ist ein vom Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziertes Unternehmen und als solches bemüht, sein Rohmaterial aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen zu beziehen. Verpackungen von Tetra Pak bestehen durchschnittlich zu 75 Prozent aus Karton. Ziel ist es, dass der Rohkarton für Tetra Pak-Verpackungen zu 100 Prozent FSC-zertifiziert ist. In Deutschland wurden im vergangenen Jahr bereits 91 Prozent aller Tetra Pak-Getränkekartons aus FSC-zertifiziertem Karton gefertigt; 69 Prozent trugen das FSC-Label. Weltweit ist der Anteil von FSC-zertifiziertem Karton von 38 Prozent im Jahr 2012 auf 41 Prozent im Jahr 2013 gestiegen und es wurden 32 Milliarden Verpackungen mit dem FSC-Siegel verkauft – das sind über 5 Milliarden mehr als 2012.

Langfristig will Tetra Pak eine Verpackung entwickeln, die vollständig aus nachwachsenden Materialien besteht. Mit der

weltweiten Einführung des LightCap 30 erzielte Tetra Pak 2013 einen großen Fortschritt bei der Umsetzung dieser Umweltstrategie. Der bio-basierte Verschluss besteht aus HDPE (hochdichtes Polyethylen), das aus Zuckerrohr hergestellt wird. Über das gesamte Portfolio hinweg kamen im vergangenen Jahr weltweit 1,1 Milliarden Verpackungen mit diesem Verschluss auf den Markt – fast doppelt so viele wie im Vorjahr.

Verringerung des ökologischen Fußabdrucks

Bis 2020 will Tetra Pak bei kontinuierlichem Wachstum die Klimaauswirkungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf die Werte von 2010 begrenzen. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Initiativen ins Leben gerufen, unter anderem die Entwicklung und Auditierung eines Berichtssystems, das sich im Einklang mit der Green House Gas Protocol Corporate Value Chain-Norm befindet. Zwischen 2010 und 2013 hat Tetra Pak die klimaschädlichen Emissionen aus der eigenen Geschäftstätigkeit um 2.000 Tonnen CO₂-Äquivalente gesenkt, trotz eines Anstiegs der verkauften Verpackungen um 12 Prozent im gleichen Zeitraum.

Über die Organisation CDP (früher Carbon Disclosure Project) berichtet Tetra Pak regelmäßig über seine Fortschritte bei der Umsetzung der Klimaagenda. 2013 erzielte Tetra Pak einen CDP-Score von 91 (2012: 77). Verglichen mit dem Branchendurchschnitt von 49 ist das ein sehr hoher Wert. CDP ist eine unabhängige gemeinnützige Organisation, die Unternehmen dabei unterstützt, wichtige Umweltkennzahlen zu messen, zu verwalten und zu publizieren.

2013 hat Tetra Pak außerdem eine Reihe von Innovationen auf den Markt gebracht, die der Lebensmittel verarbeitenden Industrie bei der Verringerung ihres ökologischen Fußabdrucks helfen. Mit Tetra Alcross RO Lite beispielsweise können kleine und mittelgroße Käseproduzenten von der umfassenden Filtrationstechnologie von Tetra Pak profitieren und zusätzliche Wertschöpfung aus ihrer Molke erzielen. Tetra Vertico, ein Wärmetauscher der neuen Generation, bietet mehr Energieeffizienz bei der Erhitzung und Kühlung einer breiten Palette von viskosen Produkten. Und das Tetra Pak-Wartungssystem TPMS (Tetra Pak Maintenance System) On-line ermöglicht die individuelle, gezielte Wartung von Maschinen. Die bedarfsorientierte Wartung anstelle der Wartung nach starren Zeitplänen ist deutlich effizienter und die Leistung der Maschinen wird optimiert.

Mehr Recycling

Tetra Pak setzt sich dafür ein, die Recyclingquote gebrauchter Getränkekartons zu steigern. Bis 2020 soll die weltweite Recyclingquote auf 40 Prozent verdoppelt werden. Tetra Pak will das Bewusstsein der Verbraucher schärfen, Know-how und Erfahrung teilen, den Ausbau der Sammel- und Sortiersysteme fördern und Entwicklungen im Bereich der Recyclingtechnologie unterstützen.

Mit einer Recyclingquote von 71 Prozent in 2012 gehört Deutschland zu den Top-Performern. Für 2013 wird ein ähnlicher Wert erwartet. Weltweit stieg die Recyclingquote für gebrauchte Getränkekartons 2013 auf 24,5 Prozent. Insgesamt wurden ungefähr 43 Milliarden Verpackungen recycelt – das sind 4 Milliarden mehr als im Vorjahr. Große Fortschritte bei der Infrastruktur von Sammel- und Sortiersystemen wurden vor allem in den USA erzielt. Der Zugang von Verbrauchern zu Sammelsystemen lag 2013 bei 48 Prozent (2012: 41 Prozent). Das bedeutet, dass entsprechende Infrastrukturen ungefähr 7,9 Millionen mehr Haushalten verfügbar gemacht wurden.

„Eine hervorragende Umweltbilanz und die Erreichung unserer Umweltziele ist fester Bestandteil unserer Strategie bis

2020 und von entscheidender Bedeutung für die Zukunft des Unternehmens und unserer Kunden. Wir setzen uns an jeder Station der Wertschöpfungskette für eine bessere Umweltleistung ein – von der Beschaffung über die Entwicklung von Verarbeitungs- und Verpackungslösungen bis hin zu Leistungen und Support für unsere Kunden. Genau aus diesem Grund sind wir stetig erfolgreich bei der Erfüllung unserer ehrgeizigen Ziele“, so Claes Du Rietz, Vice President Environment bei Tetra Pak.

Quelle: UD/cp

Anzeige

Foto: picture alliance

Millionen stehen vor den Trümmern ihres Lebens

Ihre Spende für die Philippinen! **MISEREOR**
www.misereor.de/nothilfe

IHR HILFSWERK



(Foto: Deutsche Post DHL)

DHL erweitert Transparenz bei CO2-Emissionen

DHL Global Forwarding, Freight baut sein Portfolio an CO2-Emissionsberichten über Transporte weiter aus. Das Unternehmen hat das Greenhouse Gas Protocol "Product Lifecycle Accounting and Reporting Standard" in seine Berichterstattung integriert und eine neue Onlineplattform namens DHL Carbon Dashboard 2.0 eingeführt. Darüber hinaus stellt DHL ein Instrument namens Quick Scan vor, mit dem Unternehmen ihre CO2-Effizienz messen und mit Branchenwerten vergleichen können. Neben den Standardvarianten des Carbon Reports und des Dashboards gibt es nun auch für beide Services eine erweiterte Version, inklusive der neu gemessenen Daten und einer besseren Visualisierung des CO2-Ausstoßes.

"Wir erwarten, dass die Regularien für Emissionsberichte in den kommenden Jahren umfassender werden. Unser neues GoGreen-Serviceportfolio hilft Unternehmen, eine höhere Transparenz zu erzielen, Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung zu finden, Kosten einzusparen und ihren CO2-Ausstoß auszugleichen", sagt Roger Crook, CEO DHL Global Forwarding, Freight.

Um Daten anderer Treibhausgase in die Berechnungen mit aufzunehmen, implementiert DHL das Greenhouse Gas Protocol "Product Lifecycle Accounting und Reporting Standard". Der hierauf basierende, erweiterte Emissionsbericht

berücksichtigt Gase wie Methan, Stickstoffoxide und andere Schadstoffe. Zusätzlich berechnet das Protokoll vorgelagerte Emissionen durch die Produktion und den Transport von Energie und Kraftstoff mit ein.

Onlineplattform: Carbon Dashboard 2.0

Im Mittelpunkt des Serviceportfolios von DHL Global Forwarding, Freight steht das Carbon Dashboard 2.0, eine Onlineplattform, über die Kunden umfangreiche Informationen zu Emissionsquellen ihrer Lieferkette in übersichtlicher grafischer Darstellung erhalten. Die neue Version 2.0 hilft Logistik-Entscheidern, Schwachpunkte zu identifizieren und Kosten in Bezug auf Verkehrsträger und Frachtvolumen zu verbessern. Das Instrument ermöglicht außerdem Analysen auf Länder-, Regional- und Routenebene.

Ein Teil der Analysemöglichkeiten von DHL ist ein neuer Service namens Quick Scan, der die Kohlenstoffeffizienz eines Unternehmens misst, indem vordefinierte Kennzahlen einberechnet und mit Industriemaßstäben verglichen werden. Die Ergebnisse enthalten eine Übersicht der wichtigsten Verbesserungsbereiche, so dass der Kunde entscheiden kann, ob Änderungen an der Lieferkette nötig sind, um die CO₂-Effizienz zu steigern. Quick Scan ist Teil des Segments Green Optimization, das eingehende Analysen, Studien und Berichte mit Vergleichswerten umfasst.

Das grüne Portfolio umfasst nun eine breite Palette von Dienstleistungen, darunter zwei alternative CO₂-Emissionsberichte und drei Varianten des Carbon Dashboards (Standard, Advanced und 3rd-Party), die alle von unabhängigen Auditoren verifiziert sind. Darüber hinaus bietet DHL im Bereich Green Optimization Studien und Vergleichsberichte sowie die Möglichkeit für Kunden mit Climate Neutral ihren Kohlenstoff-Ausstoß über Emissionsrechte zu neutralisieren.



Quelle: UD/cp



Prof. Dr. Martin Winterkorn, Vorstandsvorsitzender der Volkswagen Aktiengesellschaft
(Foto: Volkswagen)

Volkswagen will ökologische Nr. 1 werden

Der Volkswagen Konzern investiert mehr Geld als jemals zuvor in umweltfreundliche Fahrzeuge. Die Ausgaben des Unternehmens für Forschung und Entwicklung sind im vergangenen Jahr um 15 Prozent auf den Rekordwert von 10,2 Milliarden Euro gestiegen. "Der Löwenanteil fließt weiter in 'grüne' Technologien", erklärte der Vorstandsvorsitzende der Volkswagen Aktiengesellschaft, Prof. Dr. Martin Winterkorn. Der Konzern bekräftigt damit sein Ziel, bis 2018 auch in ökologischer Hinsicht führender Automobilhersteller der Welt zu sein.

Winterkorn sagte weiter: "Volkswagen redet nicht nur – wir handeln. Unsere EU-Neuwagenflotte hat im vergangenen Jahr im Durchschnitt rund 128 Gramm CO₂ pro Kilometer emittiert. Damit liegen wir heute schon klar unter dem gesetzlichen Grenzwert für 2015." Auch in der Produktion gebe es gute Fortschritte: "Wir kommen deutlich schneller dabei voran, unsere Fabriken 25 Prozent umweltfreundlicher zu machen. Das heißt konkret: 25 Prozent weniger Energie- und Wasserverbrauch und natürlich CO₂-Emissionen bis 2018. Dank der Kreativität und des Einsatzes unserer Mitarbeiter weltweit haben wir diese Ziele heute schon zur Hälfte realisiert. Und dass Volkswagen heute schon die Standards in Sachen Nachhaltigkeit setzt, beweist auch der Dow Jones Sustainability Index. 2013 haben wir im weltweit wichtigsten Nachhaltigkeitsranking die Spitzenposition übernommen."

Größte real existierende CO2-Sparflotte der Welt

Derzeit können Kunden bei den Marken des Konzerns unter 54 Modellvarianten wählen, die unter 100 Gramm CO2/km liegen. 324 Modellvarianten liegen unter 120 g. Winterkorn: "Der Volkswagen Konzern bietet die größte real existierende CO2 -Sparflotte der Welt." Dazu gehörten 3-Liter-Autos wie der Golf TDI BlueMotion1 oder der Audi A3 TDI ultra2 und "3-Euro-Autos" wie der eco up!3, die für rund drei Euro 100 Kilometer weit fahren. Das "breiteste Angebot an Elektrofahrzeugen" – vom e-up!4 bis zum Porsche Panamera S E-Hybrid5 – werde jetzt um die Plug-In Hybride Golf GTE6 und Audi A3 Sportback e-tron7 ergänzt. Winterkorn: "Schon in Kürze folgen zahlreiche weitere Effizienzmodelle wie der Audi A8, A6 und Q7 oder der Volkswagen Passat als Plug-In Hybrid. Weil diese Technologie Zukunft hat."

Baukästen sichern Zukunftsfähigkeit

Die Modularisierungs-Strategie des Konzerns in der Produktion macht es möglich, in den kommenden Jahren mehr als 40 Modelle zu elektrifizieren. Winterkorn: "Unsere Modularen Baukästen versetzen uns in die Lage, unsere Autos viel schneller, flexibler und wirtschaftlicher zu entwickeln und zu bauen als bisher. Wir können mit ihnen noch mehr Vielfalt bieten – und auch Nischenmodelle profitabel realisieren. Und sie ermöglichen uns, alle Innovationen und alle Antriebsarten in kürzester Zeit in alle Segmente und Marken zu bringen."

Ökobilanzen für die gesamte Lebensdauer

Volkswagen werde seine Nachhaltigkeitsoffensive konsequent ausbauen, kündigte Winterkorn an: "Wir lassen es nicht damit bewenden, umweltfreundliche Autos in umweltfreundlichen Werken zu bauen. Wir denken und gestalten Mobilität ganzheitlich. Von der Energieerzeugung über Entwicklung, Produktion, Handel und Betrieb bis zur Wiederverwertung. Mit einer Umweltstrategie, die verbindlich und messbar in allen Marken und Regionen des Volkswagen Konzerns verankert ist." Zu einer ganzheitlichen Verantwortung gehöre auch, im Sinne eines "Life Cycle Engineering" für immer mehr Fahrzeuge eine Bilanz der Umweltauswirkungen über die Gesamtlebensdauer vorzulegen.

Umsetzung der Umweltstrategie entlang der Wertschöpfungskette

Die Umweltstrategie des Konzerns wird deshalb verbindlich und messbar in allen relevanten Geschäftsbereichen entlang der Wertschöpfungskette umgesetzt. Dazu gehört, dass die hohen Nachhaltigkeitsanforderungen des Konzerns inzwischen fester Bestandteil von Verträgen mit Lieferanten sind. Volkswagen ist zudem als erster deutscher Autohersteller dem Clean Shipping Network beigetreten, um die Umweltauswirkungen von Seetransporten zu analysieren und zu reduzieren. Ein weiteres Beispiel ist eine Energie-Effizienz-Beratung für alle Autohäuser der Marke Volkswagen in Deutschland, um den CO2-Ausstoß der Partnerbetriebe bis 2020 um 25 Prozent zu senken.

Quelle: UD/cp



(Foto: BSH)

BSH engagiert sich für den Klimaschutz

Zum Markenkern der BSH gehören besonders energieeffiziente Geräte für Küche und Waschkeller. Diese senken nicht nur die Betriebskosten für Verbraucher, sondern schützen durch ihre ressourcenschonende Arbeitsweise auch das Klima. Doch die Einsparungen beim Verbrauch haben noch eine weitere Folge: Auf den gesamten Lebenszyklus der Geräte hin betrachtet, gewinnt der Effizienzgedanke auch innerhalb der Produktion stetig an Bedeutung. Bis 2015 will die BSH daher den spezifischen Ressourcenverbrauch in Produktion, Logistik und Verwaltung um 25 Prozent senken.

Von Dennis Lohmann

Grund für die Anstrengungen sind auch die Erfolge beim Absatz der effizienten Geräte. So hat sich der Anteil des Supereffizienz-Portfolios gegenüber 2009 verdoppelt und liegt mittlerweile bei 31 Prozent. Allerdings verbrauchen die Geräte mittlerweile so wenig Energie, dass die eingesetzten Ressourcen im Produktionsprozess sich zunehmend auf die Bilanz für den gesamten Lebenszyklus auswirken. War die Nutzungsphase früher für mehr als 95 Prozent des Energiebedarfs verantwortlich, stieg der Anteil der Produktionsphase bei hocheffizienten Geräten auf bis zu 28 Prozent. Bereits 2010 hat die BSH auf diese Entwicklung mit der Einführung eines konzernweiten Effizienzprogramms reagiert.

25 Prozent in fünf Jahren

Bereits zum Start wurden durch die Betriebsführung fünf Säulen definiert, auf denen die Initiative aufgebaut ist:

- Optimierung vorhandener Anlagen und Maschinen. Dabei stehen energieintensive Prozesse an erster Stelle.
- Regeln für die Beschaffung von Ressourcen verbrauchenden Maschinen und Anlagen, die im Beschaffungsprozess für die Lieferantenentscheidung relevant sind.
- Auslegungskennzahlen, die bei Gebäuden und Gebäudesanierungen einen Einfluss auf den zukünftigen Ressourcenverbrauch haben.
- Erfassung und Aufbereitung von Energiekennzahlen sowie den Prozess zur Planung und Verfolgung der Kennzahlen. Dabei werden auch die Inhalte des Ressourcenmonitorings und der Steuerung von Verbrauchern definiert und ein einheitliches System für die BSH ausgewählt.
- Übertragung der Ergebnisse und Methoden auf die Lieferanten.

Grundlage für alle Maßnahmen war dabei eine eingehende Analyse der Ausgangssituation. Mithilfe von Pilotprojekten wurden anschließend Prozesse entwickelt, die den Ressourcenverbrauch konzernweit senken. Im Nachhaltigkeitsbericht verweist die BSH etwa auf die Virtualisierung der Server im türkischen Standort Cervezköy, mit welcher der Energieverbrauch der IT-Infrastruktur um 68 Prozent gesenkt werden konnte. Insgesamt gelang es der BSH durch diese und weitere Maßnahmen, den Gesamtenergieverbrauch des Unternehmens im vergangenen Jahr um sechs Prozent auf insgesamt 775 Gigawattstunden (GWh) zu reduzieren.

Unternehmen für Klimaschutz

Einhergehend mit den eigenen Anstrengungen zur Reduktion des produktionsbezogenen Ressourcenverbrauchs wurde die BSH die branchenübergreifenden Initiative „Klimaschutz-Unternehmen“ aufgenommen. Gerade das produzierende Gewerbe hat einen großen Einfluss auf den Ausstoß von Treibhausgasen und damit auf den Klimawandel.

Angaben des Statistischen Bundesamtes zufolge war die Industrie 2011 für ca. 43 Prozent des Primärenergieverbrauchs verantwortlich, wobei die chemischen und Metall verarbeitenden Sektoren den Hauptanteil tragen. Die „Klimaschutz-Unternehmen“ positionieren sich daher bewusst als Exzellenzinitiative für Energieeffizienz und den Kampf gegen den Klimawandel innerhalb der Industrie. Ihre Mitglieder sind der Deutsche Industriebenchmark für Ressourceneffizienz und sollen durch die Weitergabe von Erfahrungswerten und Best-Practice-Beispielen andere Unternehmen zum Nachahmen anregen. Die BSH präsentiert sich hier aktuell mit einem Beispiel aus der Fabrik Traunreut in Bayern. Dort wurde die Vorbehandlung der Emalierung auf ein für die Industrie völlig neues Konzept umgestellt, das zu einer Einsparung von mehr als 600MWh geführt hat.



BSH setzt auf energieeffiziente Produktionsprozesse. Foto: BSH

Umweltfreundliche Logistik

Und noch ein weiteres Thema gewinnt bei den Themen Klimaschutz und Ressourcenschonung zunehmend an

Bedeutung: die Logistik. Die BSH berichtet hierzu im aktuellen Jahrbuch der CSR-Initiative „UN Global Compact“. Dort erläutert Hans-Gert Bauerfeind, Chef der BSH-Logistik: „Zwar arbeiten wir auch mit externen Transporteuren zusammen, die technische und kreative Seite der Logistik steuert aber unser eigenes Team.“ Kreativität heißt dabei auch, immer wieder neue Wege zu beschreiten. So verkehrt zweimal die Woche ein Containerzug zwischen den Fertigungsstandorten Cerkezköy und Giengen, der Leerfahrten überflüssig macht. Der Zug ist auf der Fahrt nach Cerkezköy mit Fertigungsteilen und auf dem Rückweg nach Giengen mit Hausgeräten beladen. Mit dieser und anderen Maßnahmen ist es der BSH bisher gelungen, auf einigen Transportstrecken schon über 20 Prozent CO2-Emissionen einzusparen – bis 2020 will die BSH-Logistik insgesamt 20 Prozent CO2 gegenüber dem Basisjahr 2006 einsparen.

Quelle: UD

Anzeige



GRUND RECHT.

WIR HABEN WAS GEGEN ARMUT.

Afghanische Frauen ernähren ihre Familien vom eigenen Land.



EINFACH EINE SMS MIT
OXFAM AN DIE **81190** SENDEN
UND MIT 6 EURO HELFEN!*
• ZZGL. SMS-VERSANDKOSTEN,
5,85 EURO GEHEN DIREKT AN OXFAM.

www.oxfam.de



OXFAM
Deutschland



(Foto: Nestlé)

NGOs und Verbraucherschützer bewerten Fortschritte der Nestlé Qualitätsinitiative positiv

Ob Fix-Produkte von Maggi, Dolce Gusto-Kapseln von Nescafé oder Speiseeis von Schöller – schon bald werden sich Verbraucher im Supermarkt per QR-Code im Detail über Nährwerte, Verarbeitung und Herkunft vieler Lebensmittel informieren können. Denn bereits bis Jahresende will der führende Lebensmittelhersteller Nestlé in Deutschland rund 50 Prozent seiner über 5.000 Produkte und 50 Marken mit einem QR-Code auf der Verpackung ausstatten. Übersichtlich, jederzeit und an jedem Ort abrufbar, können sich Verbraucher so Informationen zu Ernährung, Sicherheit, Gesellschaft und Umwelt herunterladen. Ende 2015 sollen nahezu alle Produkte mit QR-Code ausgestattet sein.

Damit zahlt Nestlé Deutschland auf eines seiner Hauptziele ein, mehr Orientierung und Transparenz bei Lebensmitteln zu schaffen. Dieses ist Teil der 2013 gestarteten Initiative „Qualität bedeutet mehr“. Bis Ende 2015 will das Unternehmen die Qualität seiner Produkte sowie deren Herstellung mit einem umfassenden Qualitätsverständnis in den vier Dimensionen Ernährung, Sicherheit, Umwelt und Gesellschaft optimieren. So sollen beispielsweise Kernrohstoffe zu 100 Prozent aus nachhaltigem Anbau stammen. Bereits jetzt trifft dies zu 70 Prozent bei Kaffee, zu 50 Prozent bei Kakao und zu 100 Prozent bei Vanille zu, die in Deutschland verarbeitet werden. „Wir sind stolz darauf, dass wir bereits ein Drittel unserer

Ziele umsetzen konnten. Mit der Initiative haben wir das gesamte Unternehmen über alle Geschäftsbereiche hinweg noch fokussierter auf die Wünsche unserer Verbraucher ausgerichtet, für die Qualität weit mehr als nur Geschmack bedeutet“, sagt Gerhard Berssenbrügge, Vorstandsvorsitzender der Nestlé Deutschland AG, bei der Vorstellung der ersten Ergebnisse in Frankfurt.

Nestlé hat sich zudem vorgenommen, Rezepturen nachvollziehbarer zu machen und den gesundheitlichen Wert der Produkte zu verbessern, etwa durch die Reduktion von Zucker oder Salz über verschiedene Marken. Beispielsweise enthalten mittlerweile alle Nestlé Kinder-Cerealien bis zu 30 Prozent weniger Zucker. Maggi-Produkte werden bis 2015 rund 10 Prozent weniger Salz enthalten, Smarties sind bereits jetzt frei von künstlichen Farbstoffen und Aromen. „Mit diesem ganzheitlichen und fundierten Ansatz setzt Nestlé Deutschland neue Maßstäbe in der Branche. Dahinter steckt eine Menge Arbeit, die sich aber langfristig auszahlt. Wer nachhaltige Ernährung dauerhaft zur Basis seines Handelns macht, wird sich im Wettbewerb behaupten können“, sagt Michael Kuhndt, Geschäftsführer des Wuppertaler Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP), das als unabhängiger wissenschaftlicher Partner das Programm begleitet und die Kennzahlen für die Fortschrittsmessung entwickelt hat.

Die Meinung der Verbraucher ist gefragt

Begleitet wird der Prozess zudem durch einen NGO-Beirat, zu dem renommierte Institutionen wie die Verbraucher Initiative e.V., das Öko-Institut e.V. oder der Global Nature Fund gehören. Georg Abel, Bundesgeschäftsführer der Verbraucher Initiative e.V. und Sprecher des NGO-Beirats: „Kein Unternehmen kann heute mehr an der Gesellschaft vorbei agieren. Der Nestlé-Ansatz unterstreicht dabei die kundenorientierte Ausrichtung sowie die gesellschaftliche Verankerung des Programms, das nicht nur auf wenige Leuchtturmprojekte abzielt, sondern ganzheitlich orientiert ist.“ Besonders wichtig ist dem Unternehmen auch die Meinung der Verbraucher, um die Qualitätsinitiative weiterzuentwickeln. In einem Verbraucherbeirat, der einen Querschnitt der deutschen Bevölkerung repräsentiert, engagieren sich seit 2013 32 ehrenamtliche Beiräte. Sie sind gefragte Rat- und Impulsgeber und vertreten im direkten Austausch mit Nestlé-Mitarbeitern die Wünsche der Verbraucher. „Im Fokus unserer Geschäftstätigkeit steht immer auch der Anspruch, gemeinsam zur Lösung globaler und lokaler Probleme beizutragen. Entsprechend unserer internationalen Strategie der gemeinsamen Wertschöpfung – Creating Shared Value – soll unser Handeln gleichzeitig einen Mehrwert für die Gesellschaft leisten. Dies gilt insbesondere auch für unsere Qualitätsinitiative“, sagt Berssenbrügge.

Ab Ende April wird das Unternehmen zudem erstmals mit einer übergreifenden Medienkampagne der Nestlé-Markenfamilie sowohl im Fernsehen als auch im Internet an den Start gehen. Ein Unternehmens-Spot sowie verschiedene Marken-Spots werden exemplarisch das Nestlé Qualitätsversprechen verdeutlichen. Den Auftakt der Multi-Marken-Kampagne machen Maggi, Wagner und Beba. Außerdem werden die Spots im Internet über den Nestlé-Marktplatz, die einzelnen Marken-Webseiten, Facebook oder Youtube verbreitet. Online können sich Verbraucher jederzeit über Nestlé-Produkte und deren Herstellung informieren. Alle Spots knüpfen an die Leidenschaft des Unternehmensgründers Heinrich Nestle für gute Lebensmittel an, der vor 200 Jahren am 10. August 1814 in Frankfurt am Main geboren wurde. Mit seiner Erfindung des „Nestlé Kindermehls“ trug er maßgeblich dazu bei, die Kindersterblichkeit



Bald können sich Verbraucher durch einen Barcode über Nährwerte, Verarbeitung und Herkunft der Nestlé Produkte informieren. Foto: LVDESIGN/Fotolia

weltweit zu senken. Seine Vision, Ernährung langfristig zu verbessern, wird in den Spots eine zentrale Rolle spielen. „Qualität ist unsere DNA. In allen unseren Marken und Produkten spiegeln sich der Pioniergeist und die Werte Heinrich Nestles wider, die noch heute unser Unternehmen prägen“, sagt Berssenbrügge.

Quelle: UD/cp

Anzeige

Betrag:
10 EURO

Verwendungszweck:
**FÜR ANNIE IST
WASSER ENDLICH
EINE KLARE SACHE.**

welt
hunger
hilfe

DZI
Geprüft - Empfohlen!
Spenden-Siegel

WER MONATLICH SPENDET, HILFT JEDEN TAG.
Konto 1115 • BLZ 370 501 98 • Tel. 0228-2288-176 • www.welthungerhilfe.de



(Foto: Marion Lenzen)

Schmutziges Palmöl in Procter & Gamble-Produkten?

Procter & Gamble bezieht Palmöl von Herstellern, die nach Greenpeace-Recherchen Regenwald in Indonesien zerstören und Rückzugsräume der bedrohten Sumatra-Tiger und Orang-Utans vernichten. Darüber informierten Greenpeace-Aktivisten die Mitarbeiter am P&G-Standort in Schwalbach am Taunus.

Palmöl steckt in zahlreichen Konzern-Produkten wie zum Beispiel Head & Shoulders Shampoo, Ariel Waschmittel oder Gillette Rasierschaum. "Als einer der größten Palmölabnehmer weltweit hat Procter & Gamble eine Verantwortung beim Regenwaldschutz. Der Konzern muss schmutziges Palmöl aus seinen Produkten verbannen", sagt Gesche Jürgens, Waldexpertin von Greenpeace.

Über verzweigte Lieferwege gelangt das schmutzige Palmöl zu Procter & Gamble. Eins der zehn Fallbeispiele im Greenpeace-Report: Die Firma BW Plantation verkauft Palmöl an zahlreiche Händler, darunter auch Musim Mas, die auch Procter & Gamble beliefern. Greenpeace-Recherchen belegen, dass BW Plantation in Kalimantan tausende Hektar ausgewiesenen Orang-Utan-Lebensraum zerstört hat. "Procter & Gamble muss schleunigst Transparenz und Rückverfolgbarkeit in seine Lieferkette bringen und strengere Anforderungen an seine Palmöllieferanten stellen", sagt Jürgens.

Rund 460.000 Tonnen Palm- und Palmkernöl verarbeitet Procter & Gamble jährlich in seinen Produkten. Weniger als zehn Prozent des verwendeten Palm- und Palmkernöls bezog Procter & Gamble im Berichtsjahr 2012/2013 zertifiziert nach den Kriterien des Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO). Dieser soll eigentlich für mehr Nachhaltigkeit in der Palmölbranche sorgen. Greenpeace kritisiert die RSPO-Kriterien jedoch als zu schwach und wies in einem Report im September 2013 nach, wie RSPO-Mitglieder schützenswerte Wälder zerstören und Torfmoore trockenlegen. In Indonesien ist die Palmölproduktion der größte Treiber der Entwaldung. Allein für Palmöl werden jährlich um die 150.000 Hektar Regenwälder zerstört. Die Austrocknung von Torfmooren und Rodung von Wäldern setzt klimaschädliches CO₂ frei. Die Tiere des Waldes wie zum Beispiel der bedrohte Sumatra-Tiger, der Orang-Utan und das Waldkänguru verlieren ihren Lebensraum. Es kommt zu Landraub und Vertreibung der lokalen Gemeinden.

Verbraucher können mit Greenpeace gemeinsam Procter & Gamble auffordern, auf Palmöl aus Regenwaldzerstörung zu verzichten. [Jetzt startete eine internationale Greenpeace-Petition](#) an die Vorsitzende der Geschäftsführung, Pirjo Väliaho, sowie den internationalen CEO A.G. Lafley.

Quelle: na



(Foto: Marion Lenzen)

Marrokanerinnen schuften für deutsche Supermärkte

Ausbeutung und Dumpinglöhne sind im Bohnenanbau in Marokko weit verbreitet. Frauen leiden besonders unter den massiven Arbeitsrechtsverletzungen. Dies zeigt die Studie "Nicht die Bohne wert" der Christlichen Initiative Romero (CIR), die jetzt veröffentlicht wird. Insgesamt wurden 89 FeldarbeiterInnen und PackerInnen der vier führenden Bohnenproduzenten in der Region Souss Massa Draa (Quality Beans Maroc /QBM, Guernikako, Terre Agronomique und Alamo) befragt, von wo unter anderem auch Edeka, Aldi Nord, Rewe und Kaiser's ihre Bohnen beziehen. 2.300 der insgesamt 19.000 Tonnen Bohnen, die jedes Jahr von Deutschland importiert werden, stammen aus Marokko.

"Die meisten Arbeiterinnen geben an, ausgebeutet zu werden", sagt die (Co-)Autorin der Studie, Franziska Humbert. "Obwohl sie einen Rechtsanspruch auf eine dreimonatige Mutterschutzfrist haben, werden schwangere Frauen häufig entlassen und erst nach der Geburt wieder angestellt. Kinderbetreuung ist ein Fremdwort und reguläre Arbeitsverträge die Ausnahme."

"Am härtesten haben die Arbeiterinnen unter den Dumpinglöhnen zu leiden. Ihre Löhne reichen nicht aus, um eine Familie zu ernähren", weiß Sandra Dusch Silva von der entwicklungspolitischen Organisation CIR. Die Löhne der meisten

befragten Feldarbeiterinnen entsprechen nur knapp dem marokkanischen Mindestlohn von 150 Euro oder liegen sogar darunter. Die 2004 festgelegte Armutsgrenze liegt jedoch bei 156 Euro. Gewerkschaften schätzen, dass heute ein Mindestlohn von 500 Euro für eine durchschnittliche marokkanische Familie mit 6,4 Personen notwendig ist.

Prekär ist auch der Transport zu den Feldern. "Oft sind wir in einem Lastwagen übereinander gestapelt wie Tiere", erzählt ein Feldarbeiter. In der untersuchten Anbauregion gab es 2011 und 2012 insgesamt acht Tote.

Mitverantwortlich für diese katastrophalen Bedingungen sind deutsche Supermarktketten. Edeka, Rewe, Aldi und Lidl kontrollieren rund 85 Prozent des Lebensmitteleinzelhandels und nutzen diese Macht gegenüber ihren Lieferanten aus, um die Kosten zu drücken. Zwischen vorgeblicher sozialer Verantwortung und tatsächlicher Einkaufspraxis klafft eine Lücke. "Edeka zahlt Unmengen für 'supergeile' Werbespots, aber Hungerlöhne für die Frauen, welche die Bohnen für ihre Eigenmarken-Produkte anbauen", so Dusch Silva.

Die Christliche Initiative Romero fordert von den Supermarktkonzernen, ihren Lieferanten faire Preise zu zahlen, damit diese den Kostendruck nicht an die Arbeiterinnen weitergeben. Gleichzeitig müssen sie die Arbeitsbedingungen entlang ihrer Zuliefererkette offenlegen und einer glaubwürdigen Initiative zur Einhaltung von Sozialstandards beitreten.



Politik



Quellen: Presse- und Informationsamt Berlin, Marion Lenzen, SVLuma / Fotolia



(Foto: Dietmar Meinert / pixelio.de)

CSR in Nordrhein-Westfalen

Noch vor wenigen Jahren wäre es ein Bild mit Seltenheitswert in der CSR-Welt gewesen: Die Düsseldorfer Rheinterrassen bis an den Rand gefüllt mit Besuchern, und mehr als zehn Diskutanten drängten auf die Bühne, sodass ein zweites Podium zum Fuße der Hauptbühne eröffnet werden musste.

Von Riccardo Wagner

Der Anlass? Garrelt Duin (SPD), Minister für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes NRW, hatte im Oktober 2013 zum CSR Summit geladen. Das gewünschte Signal war klar: In NRW ist CSR keine Mode, sondern traditionell fest in der Wirtschaft verankert. Und so schwor er in seiner Eingangsrede die Anwesenden auf die Formel des Tages ein: „Verantwortliches Unternehmertum stärkt den Standort NRW und Deutschland“.

Duin: „Diese mit dem Begriff der ‚Corporate Social Responsibility‘ umschriebenen Anforderungen an Unternehmen sind kein Sahnehäubchen für konjunkturell gute Zeiten. Sie sind ein Grundpfeiler des Selbstverständnisses von Unternehmen in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland.“

Verantwortung mit Tradition

Nordrheinwestfälische Industriemagnaten wie Alfred Krupp prägten bereits im 19. Jahrhundert das Ideal des Ehrbaren Kaufmannes. So baute Krupp als einer der ersten Unternehmer eigene Wohnungen für seine Mitarbeiter und sorgte mit einer Krankenversicherung für die rudimentäre Absicherung der betroffenen Familien. Gemäß dem Motto „Der Zweck der Arbeit muss das Gemeinwohl sein“ führte auch sein Sohn, Friedrich Alfred Krupp, die Firmenphilosophie weiter und prägte damit ganze Generationen von Unternehmern und auch die öffentliche Meinung.

Nicht umsonst verbindet sich heute mit dem Schlagwort „rheinischer Kapitalismus“, als Ausdruck einer sozial orientierten Marktwirtschaft, der Gegenentwurf zum angelsächsischen, liberalen Marktmodell. Der französische Wirtschaftswissenschaftler Michel Albert prägte in den 1990er Jahren diesen Begriff zur Beschreibung eines wirtschaftlichen Zusammenlebens, das von engen Sozialpartnerschaften, Verflechtungen und Kooperationen gezeichnet ist.

Neue Herausforderungen

Längst gilt es aber nicht mehr, nur soziale Herausforderungen in Form existenzieller Absicherung zu meistern. NRW, als das mit über 17 Millionen Einwohnern bevölkerungsreichste und mit einem BIP von mehr als 580 Milliarden Euro ebenfalls wirtschaftlich stärkste Bundesland, blickt auf eine bewegte Wirtschaftsgeschichte mit fundamentalen Strukturänderungen zurück. Der Wandel von der montan- und schwerindustriell geprägten Wirtschaft zum modernen Industrie-, Technologie-, Dienstleistungs- und Forschungsstandort ist längst noch nicht abgeschlossen. Ebenso machen Herausforderungen wie der demographische Wandel, der Klimawandel, der Verlust von Biodiversität, Ressourcenknappheit und Energiewende keinen Halt vor NRW.

Die Inanspruchnahme der Unternehmen und der Appell an ihre gesellschaftliche Verantwortung kommen daher nicht von ungefähr. Längst haben Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft erkannt, dass allein die effektive, trisektorale Kooperation und die transparente und verbindliche Verantwortungsübernahme aller Beteiligten der einzig wirkungsvolle Weg sein wird, um diese großen Themen zu sinnvollen Lösungen zu führen.

Politische Signale

Mit der Verankerung von CSR im Koalitionsvertrag der Rot-Grünen-Landesregierung wurde 2012 ein wichtiges Signal gesetzt. Sie möchte damit – nach eigenem Bekunden – verantwortlich wirtschaftende Unternehmen in ihrer Vorbildrolle stärken, Anreize zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung und Unterstützung bei der Umsetzung von CSR in Branchen und Regionen leisten sowie CSR-Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen stärken.

Einen praktischen Anreiz hat die Landesregierung mit der Verabschiedung des Tariftreue- und Vergabegesetztes TVG-G-NRW im Mai 2013 gesetzt. Es soll für fairen Wettbewerb und die Einhaltung von Tarifen und Sozialstandards bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen sorgen. Festgelegt ist hier u.a. ein Mindestlohn von 8,62 Euro – der auch für Leiharbeiter gilt. Zudem wurden weitere Anforderungen z.B. zur Frauen und Familienförderung integriert.

Doch auch für die eigene Politik möchte sich die Landesregierung mit dem Beschluss der Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie NRW klare Leitplanken für die Arbeit setzen. Die Strategie soll nach eigenen Aussagen ökologische Verantwortung, ökonomische Vernunft und soziale Gerechtigkeit miteinander verknüpfen. Die bereits verabschiedeten Eckpunkte der Strategie, die bis zum Jahr 2015 ausgearbeitet werden soll, sind:

- Grüne & faire Wirtschaft
- Soziales
- Klimaschutz und Klimaanpassung
- Mobilität
- Biodiversität
- Fläche
- Eine Welt
- Bildung für nachhaltige Entwicklung

So sollen Themen wie Ressourceneffizienz, Kreislaufwirtschaft, regionale Wertschöpfung, Menschenrechte, Sozial- und Öko-Standards, CO2-Reduktion (25 Prozent bis 2020, 80 Prozent bis 2050), Verkehrs- und Logistikkonzepte, Renaturierung von Lebensräumen (45 Prozent der 43.000 Tier- und Pflanzenarten in NRW sind gefährdet, vom Aussterben bedroht oder bereits ausgestorben) Eingang in die Tagespolitik finden.

Dass es mit der Umsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips noch ein weiter Weg sein wird, macht LAG 21 Geschäftsführer Dr. Klaus Reuter deutlich: „Obwohl wir viele ermutigende Ansätze beschreiben können, steht auch zwanzig Jahre nach Rio ein Agenda 21-Mainstreaming noch aus.“

So zeigte sich im Rahmen einer Studie der LAG 21, dass 57 Prozent der befragten 182 Kommunen und Kreise über einen entsprechenden Agenda-Beschluss verfügen und 34 Prozent über eine Energie- und Klimaschutzstrategie. Zusätzliches Personal oder Sachmittel zur Umsetzung stellt dafür nicht einmal jede zweite Kommune oder Kreis zur Verfügung.

Entwicklungspotenzial vorhanden

Die 396 Kommunen des Landes NRW sind damit zwar auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit, doch vor allem in Sachen Transparenz und Kommunikation ist noch erhebliches Potenzial vorhanden. Auf Landesebene liegt hier zumindest ein umfassender Umweltbericht vor, der auf gut 140 Seiten ausführlich alle relevanten Themen darlegt. Im Bereich der Kommunalverwaltung sucht man eine Nachhaltigkeitsberichterstattung jedoch meist vergebens. So hat der Kreis Unna gemeinsam mit seinen zehn Städten und Gemeinden als eine der ersten Kommunen in NRW 2013 seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Auf 75 Seiten werden dort für die Handlungsfelder Bildung, Wirtschaft, Fläche, Klima und Mobilität insgesamt 40 Ziele für die Entwicklung der nächsten Jahre formuliert und Auskunft über den Status quo gegeben. Bleibt abzuwarten, wie schnell dieses Vorhaben Schule macht – angesichts der knappen Ressourcen darf man hier vermutlich nicht allzu euphorisch sein.

CSR in der Unternehmensstrategie

Dass VerANTWORTung eng mit Antwort-geben, also Dialog, Kommunikation und Transparenz zu tun hat, ist auf der

Unternehmensseite inzwischen ein Allgemeinplatz – zumindest bei den Großunternehmen des Landes. Mit den umsatzstärksten Unternehmen, wie den Versorgern E.ON, RWE und Deutsche BP, den Einzelhandelskonzernen Metro, REWE, ALDI (Süd/Nord), dem Telekommunikationsdienstleister Deutsche Telekom, dem Logistikdienstleister Deutsche Post, dem Maschinen- und Anlagenbauer ThyssenKrupp und dem Chemieriesen Bayer, verfügt NRW nicht nur über wichtige Leuchttürme der deutschen Wirtschaft, sondern auch über eine ganze Reihe von Unternehmen, die zu den Vorreitern des CSR-Managements in Deutschland zählen.

Nicht zu vergessen, die zahlreichen familiengeführten Traditionssunternehmen, die mitunter weltweit agierende Konzerne sind und seit vielen Jahrzehnten für Nachhaltigkeit und faires Wirtschaften stehen, wie zum Beispiel der Oetker-Konzern oder Hausgerätehersteller Miele, der seine Qualitätsstrategie vor allem auf der Motivation und Loyalität seiner Mitarbeiter aufbaut und seit Jahren mit einer Fluktuationsrate von circa einem Prozent Maßstäbe setzt.

CSR im Mittelstand – ein zartes Pflänzchen

Von der Wirtschaft NRWs zu sprechen und dabei nur große Namen im Blick zu haben, wäre jedoch ein Fehler – denn von den insgesamt gut 750.000 Unternehmen in NRW sind mehr als 99 Prozent sogenannte kleine und mittelständische Unternehmen. Nach Definition der EU sind dies Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern und weniger als 50 Mio. Euro Jahresumsatz. Von den 1,3 Billionen Euro Umsatz aller Unternehmen in NRW im Jahr 2012 entfielen gut 34 Prozent, beinahe 500 Milliarden, auf die KMU des Landes, dabei stellen sie mit über 3 Millionen mehr als die Hälfte aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze.

Wer also von der Wirksamkeit der Unternehmensverantwortung für den Standort NRW spricht, muss vor allem auch diese Unternehmen erreichen. Aus diesem Grund hat die Bundesregierung im Jahr 2011 das Projekt Unternehmensverantwortung im Mittelstand ins Leben gerufen. Von insgesamt 72 aktiven Projekten sind mehr als zwanzig Projekte in NRW beheimatet.

CSR-Förderung im Mittelstand – der Grundstein ist gelegt

Die NRW Projekte decken dabei ein großes regionales und inhaltliches Spektrum ab. So treibt beispielsweise die Bertelsmann Stiftung ihr bereits erfolgreich pilotiertes Projekt „Verantwortungspartner“ mit moderativer Unterstützung aus Gütersloh in bundesweit 15 Regionen voran. In NRW ist das Projekt, auch bereits vor der ESF-Förderung, in der Region Lippe vertreten. Die Stiftung ist zudem für die bundesweite Vernetzung der ESF-Projektträger zuständig.

Der UPJ e.V. ist ebenfalls mit einem bundesweit ausgerichteten Projekt auch in NRW aktiv. Das „CSR Regio.Net“ Projekt schult und begleitet in NRW insgesamt zwölf Unternehmen über einen Zeitraum vom drei Jahren. „Wir bieten den Unternehmen in mehreren Beratungstagen und Workshops eine Einführung in alle CSR-Handlungsfelder, mit dem Ziel, gemeinsam mit diesen Teilnehmern einen CSR Fahrplan zu entwickeln“, erklärt Moritz Blanke, Berater des UPJ Netzwerkes. „Uns und die Unternehmen begeistert vor allem, welche Motivation rund um das Thema entsteht, was sich auch darin zeigt, dass alle Unternehmen ihre Bemühungen selbstständig und dauerhaft fortsetzen wollen“, so Blanke weiter. Doch für ihn ist klar: „CSR ist im Mittelstand noch ein Nischenthema, deshalb ist es wichtig, dass der Ansatz auch in der öffentlichen Diskussion auf der Agenda gehalten wird“. Dem pflichtet auch Dr. Frank Osterhoff, Projektleiter der

„Verantwortungspartner“, bei: „CSR braucht im Mittelstand noch einige Starthilfe und Moderation, um die Bandbreite der Chancen des Themas verständlich und auch nutzbar zu machen“.

So bietet beispielweise der Future e.V. in seinem Projekt DemographieFit konkrete Hilfe zur Bewältigung der Herausforderungen, die der demographische Wandel mit sich bringt. „Viele Unternehmer gehen mit den Themen aus dem CSR-Spektrum eher intuitiv um. Das möchten wir für eine ganz konkrete Problemstellung beheben, indem wir ihnen, im Rahmen unserer Beratung, analytisch aufzeigen, wo Risiken und Potenziale für das Unternehmen bei der Mitarbeiterentwicklung liegen und ihnen helfen, die Erkenntnisse strategisch umzusetzen – was letztlich zu einer umfassenderen CSR-Strategie führen kann“, erklärt Udo Westermann, Vorstand des Future e.V.

Die Schwierigkeit, CSR als Gesamtpaket bei den KMU zu platzieren, haben auch andere Projekte erkannt und sich deshalb gezielt auf Einzelaspekte in der Unternehmensansprache konzentriert. Wie das Projekt „Bocholter Unternehmer engagieren sich für Bocholt“, das sich in erster Linie mit den Themenfeldern Mitarbeiter und Gesellschaft befasst. „Darüber hinaus haben wir in unserer Steuerungsgruppe einen Maßnahmenkatalog für Bocholt entwickelt, denn aus unserer Sicht spielt CSR auch bei der Regionalentwicklung eine wichtige Rolle“, sagt Klaus Merten, Projektleiter in Bocholt.

Ein Ansatz, der auch bei der CSR Initiative Rheinland der IHK Bonn/Rhein-Sieg verfolgt wird. Das Projekt hat sich insgesamt vier Handlungsfeldern verschrieben: CSR Information und Schulung über Workshops und Sprechstunden für Unternehmen und NGOs, CSR-Erstberatung inkl. eines CSR-Checks nach ISO 26000, Etablierung eines CSR Netzwerkes im Rheinland und der Förderung von CSR-Kooperationen, die ebenfalls auf einem, im Partnerkreis der Initiative abgestimmten, Themenkatalog für die Region beruhen. „Wir wollen mit der CSR Initiative Rheinland, auch über den Projektzeitraum hinaus, ein Kompetenz- und Vernetzungszentrum zum Thema CSR im Rheinland schaffen. Dafür haben wir bereits ein Netzwerk gebildet, dem neben der Bundesstadt Bonn, dem Landschaftsverband Rheinland, dem Bistum Aachen, der Handwerkskammer zu Köln oder auch dem Generali Zukunftsfonds noch weitere große gemeinnützige Institutionen und Verbände als Partner angehören“, sagt Michael Pieck, Pressesprecher der IHK Bonn/Rhein-Sieg.

In der Region KölnBonn sind mit den Projekten der Hochschule Bonn/Rhein-Sieg („Förderung von weiblichen Führungskräften“), dem 3 Win e.V. („Personalentwicklung durch Engagement“) zwei weitere Projekte vertreten, die sich vor allem über das Themenfeld Mitarbeiter dem Thema CSR nähern. „Personalentwicklungsziele mithilfe von Aktivitäten bei und für gemeinnützige Zwecke zu verbinden, ist aus unserer Sicht, gerade für KMU, eine effiziente Alternative zu üblichen Personalentwicklungsmaßnahmen“, erläutert Dieter Schöffmann, Vorstand von 3WIN.

Über die Platzierung von Absolventinnen als „CSR-Kümmerer“ positioniert sich die Hochschule Rhein-Sieg erfolgreich bei KMUs der Region. „Das Thema Fachkräfte bewegt die Unternehmen, denn es betrifft sie schon heute ganz konkret – hier haben wir angesetzt. In unserem Projekt haben wir bisher neun Unternehmen über einen längeren Zeitraum begleitet, in sechs Unternehmen waren Studentinnen der Hochschule über einen längeren Zeitraum im Einsatz, wovon vier auch direkt ein Beschäftigungsangebot erhalten haben“, sagt Simone Matthei, Leiterin des Projektes.

Die Erfahrung, dass KMU bei CSR kompetente Hilfe über einen längeren Zeitraum benötigen, hat auch Martina Meeuvissen, Projektleiterin des Projektes CSR Mehrwert der Wirtschaftsförderung des Rhein-Kreis Neuss gemacht. „Wir haben im Projekt Unternehmen aus fünf wichtigen Kernbranchen in einem mehrstufigen Workshopprozess begleitet. Wir sind froh, dass alle Unternehmen diesen Weg mit uns konsequent gegangen sind und sich in jedem der insgesamt 23 Unternehmen konkrete CSR-Projekte und Strategien entwickelt haben, die auch über den Projektzeitraum hinaus verfolgt werden.“

Einen etwas anderen Ansatz hat das Projekt „MIT 3 – Mitverantwortung und Mitbestimmung im Mittelstand“ gewählt. Das DGB Bildungswerk NRW hat es sich mit dem Projekt zur Aufgabe gemacht, Betriebsräte für das Thema CSR zu gewinnen. „Wir sind im ersten Schritt bei sehr vielen Betriebsräten und Unternehmen auf offene Ohren gestoßen. So konnten wir insgesamt bisher gut 70 Betriebe persönlich besuchen und werden zunächst circa 15 davon intensiver beraten und begleiten“, erklärt Nikolaus Bley, Leiter des Projektes. „Wichtig ist es dabei, dass wir es schaffen, dass das Thema CSR für die Agenda des Betriebsrates fruchtbar gemacht wird und dass sich eine gute Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung entwickelt, die wir auch von Anfang an einbinden“. CSR, als fester Bestandteil der Unternehmensstrategie, sieht Bley jedoch noch als Zukunftsmusik bei vielen Unternehmen. „Der Informationsbedarf ist riesig und wir sollten mit der Marke „CSR in Germany“ den besonderen bundesdeutschen Weg aus CSR, Ehrbarer Kaufmannstradition und Mitbestimmung weitergehen.“

Die CSR Welt expandiert

Doch auch jenseits der geförderten CSR-Projekte entwickelt sich in NRW eine immer buntere CSR Welt. Ob „CSR-Frühstücke“, „Marktplatz Gute Geschäfte“, Verbandsaktivitäten wie die des Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik, der studentischen Nachhaltigkeitsorganisation sneep oder auch regionale Netzwerke wie das „CSR-Netzwerk Dortmund“, das auf Betreiben der Stadt Dortmund, Unternehmensvertretern und der evangelischen Kirche im September 2013 ins Leben gerufen wurde – CSR als Diskussionsthema und als Managementkonzept wird immer öfter sichtbar.

Welchen Stellenwert CSR in den nächsten Jahren einnehmen wird, zeigt sich vor allem bei einem Blick auf die Bildungslandschaft in NRW. So sprießen inzwischen nicht nur die Angebote zu praktischen Weiterbildungen, z.B. als CSR Manager (z.B. IHK Bonn/Rhein-Sieg), aus dem Boden, sondern auch die Universitäten und Fachhochschulen nehmen sich in großer Breite des Themas an. Einen guten Überblick bietet hier der 2012 veröffentlichte CSR-Atlas, der auf mehr als 200 Seiten einen Großteil der Aktivitäten in NRW vorstellt (www csr-atlas.de).

Immer mehr Hochschulen gehen darüber hinaus den Weg, eigene Institute mit dem Themenschwerpunkt CSR und Nachhaltigkeit zu gründen. Beispielsweise das IZNE (Internationales Zentrum für nachhaltige Entwicklung) der Hochschule Bonn/Rhein-Sieg, das es sich zum Ziel gesetzt hat, Studierende, neben der Vermittlung von Fachkompetenzen, für die gesellschaftlichen Herausforderungen zu sensibilisieren und entsprechend auszubilden. Dafür arbeitet das IZNE hochschulübergreifend mit Professoren verschiedenster Fachrichtungen. Oder das EthNa Kompetenzzentrum CSR der Hochschule Niederhein, das sich mit den Themen Wirtschafts- und Unternehmensethik, CSR und Nachhaltigkeit befasst und hochschulinterne, aber auch hochschulexterne, Bildungsangebote, Forschungen und Beratung anstrebt.

NRW – ein CSR-Land im Aufbruch

Die Vielzahl von Aktivitäten zu Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit, die hier nur in Auszügen skizziert werden können, macht vor allem eines deutlich – CSR ist fester Bestandteil der Unternehmenszukunft und spielt bei der Entwicklung des Wirtschaftsstandortes NRW eine Schlüsselrolle – dafür war nicht zuletzt die große Teilnahmebereitschaft am CSR Summit eindrucksvoller Beleg. Nun gilt es, die junge Pflanze zu stützen und behutsam aufzuziehen.

Quelle	
Der Beitrag erschien im Original im Jahrbuch	Global Compact Deutschland 2013

Autoren:

Riccardo Wagner und Marcus Eichhorn sind Inhaber der CSR-Agentur BetterRelations in Brühl bei Bonn.

Anzeige



Erfolgreiche Klagen im Namen der Natur

Etwa die Hälfte aller umweltrechtlichen Klagen der deutschen Umweltverbände ist erfolgreich. Damit wird das Ziel des Verbandsklagerechts erreicht, für die Einhaltung umweltrechtlicher Vorgaben zu sorgen und negative Auswirkungen von Industrie- und Infrastrukturvorhaben für die Umwelt zu verhindern oder weitgehend zu verringern.

Das Öko-Institut wertete im Auftrag des Umweltbundesamts gemeinsam mit der Sonderforschungsgruppe Institutionenanalyse (sofia, Hochschule Darmstadt) erstmals die nach dem Umweltrechtsbehelfsgesetz erhobenen Verbandsklagen von 2006 bis 2012 aus. 48 Prozent aller Klagen vor den Verwaltungsgerichten waren dabei ganz oder teilweise erfolgreich.

Wichtige Erkenntnis der Studie: Verbände prüfen die erweiterten Klagemöglichkeiten, die der deutsche Gesetzgeber einräumt, sorgfältig: So gab es zwischen 2006 und 2012 insgesamt 58 Klagen, also etwa 12 pro Jahr. Im Vergleich zu den mehr als 700 Umweltverträglichkeitsprüfungen, die jährlich durchgeführt werden, sind dies lediglich 1,7%.

„Wir sehen, dass die Verbände von ihrem Recht, als Anwalt der Umwelt aufzutreten, sehr verantwortungsvoll Gebrauch machen“, fasst Falk Schulze, Projektleiter am Öko-Institut und Experte für Umweltrecht, zusammen. „Das beweist auch der Erfolg der Klagen – vielfach kann dadurch erreicht werden, dass beispielsweise weniger Schadstoffe in die Umwelt gelangen oder dass Belange des Natur- und Artenschutzes z.B. durch Auflagen stärker berücksichtigt werden müssen.“

Mehr Verständigung im Vorfeld

Die Befragung von mehr als 35 Akteuren ausgewählter Klageverfahren durch die Forschungsgruppe sofia ergab zudem, dass die Einwände der Umweltverbände meist auch von den Behörden und Vorhabenträgern positiv bewertet werden. So konnten durch die verstärkte Kommunikation im Verfahrensverlauf sowohl im Verwaltungsverfahren als auch bei der Konzeption der Projekte Verbesserungen erzielt werden.

„Die Befürchtung, die Verbandsklage werde zur Blockade von Investitionen missbraucht oder führe zu einer Überlastung der Gerichte, ist damit widerlegt“, erläutert Prof. Dr. Martin Führ, Projektleiter und Professor für Umweltrecht an der Hochschule Darmstadt. „Im Gegenteil, wir sehen, dass durch die Einwände der Umweltverbände Vieles berücksichtigt werden kann, was der Projekträger im ersten Schritt nicht bedacht hat.“

Antragsunterlagen erleichtert werden. Weiterhin sollte die Frist für Einwendungen, so der Jurist des Öko-Instituts, von derzeit sechs Wochen auf mindestens zwei Monate verlängert werden.

Auch der „Umweltanwalt“ wie in Österreich, der als weiterer, unabhängiger Akteur im Verwaltungsverfahren auftreten kann oder naturwissenschaftlich-technische Beratungsgremien für Richter wie in den Niederlanden, wären Möglichkeiten, weitere Verbesserungen im Sinne umweltverträglicherer Planungsprozesse zu erzielen.

Völker- und europarechtlicher Hintergrund zur erweiterten Klagemöglichkeit nach dem Umwelt-Rechtsbehelfsgesetz

Die erweiterten Klagemöglichkeiten für Umweltverbände im Umwelt-Rechtsbehelfsgesetz gehen auf die EU-Richtlinie zur Öffentlichkeitsbeteiligung zurück. Damit entsprechen die EU und ihre Mitgliedsstaaten der Aarhus-Konvention, die seit 2001 mehr Öffentlichkeitsbeteiligung bei Entscheidungsverfahren zu Gunsten der Umwelt festschreibt. Die völkerrechtliche Vereinbarung haben sowohl die EU-Mitgliedsstaaten als auch die EU selbst ratifiziert. Derzeit berät die EU-Kommission über den möglichen Erlass einer Richtlinie zum verbesserten Gerichtszugang in Umweltangelegenheiten. Das Konsultationsverfahren, an dem sich das Öko-Institut mit einer Stellungnahme beteiligt hat, wurde Ende September 2013 abgeschlossen.

Nach Abschluss der Studie hat der Europäische Gerichtshof in dem „Altrip-Urteil“ vom 7. November 2013 (Az.: C-72/12) die Klagemöglichkeiten von Umweltverbänden weiter gestärkt. Auch das Bundesverwaltungsgericht hat in seiner Entscheidung zum „Luftreinhalteplan Darmstadt“ (7 C 21.12) die Klagemöglichkeiten ausgeweitet. „Der Gesetzgeber ist jetzt aufgefordert, das deutsche Recht an die Vorgaben der EU und des Völkerrechts anzupassen“, sagt Projektleiter Martin Führ.



(Foto: Europäische Kommission / C. Lambiotte)

EU könnte sich Klima-Vorreiterrolle leisten

Aktuell diskutieren die Regierungs-Chefs der EU Mitgliedsländer in Brüssel die Einführung eines ehrgeizigen Reduktionsziels für Treibhausgase bis 2030. Obwohl die weltweiten Klimaverhandlungen nur langsam voran kommen, könnte Europa als Pionier des Klimaschutzes die zukünftige globale Erwärmung um mehr als ein Grad verringern – wenn sein Handeln Signalwirkung für andere Länder hat, so dass diese sich ab 2030 gleichfalls beteiligen. Dies zeigt eine jetzt veröffentlichte Studie.

Zwar müssten die großen Emittenten wohl bereits deutlich vor 2030 am globalen Klimaschutz mitwirken, um ein zeitweises Überschreiten der Zwei-Grad-Grenze für die globale Erwärmung noch zu verhindern. Doch selbst wenn sie erst ab 2030 die notwendigen Schritte unternähmen, würde das Überschreiten auf etwa 0,2 bis 0,4 Grad Celsius beschränkt bleiben. Die Kosten der Vorreiterrolle wären für die EU gering. Nachzügler hätten zwar den Vorteil anfänglich geringerer Kosten, aber später höhere Kosten beim Übergang zur überwiegend CO2-freien Wirtschaftsweise.

„Die krisengeschüttelte EU ist unsicher, ob sie es sich noch leisten kann, beim Klimaschutz eine Vorreiterrolle einzunehmen“, sagt Leit-Autor Elmar Kriegler vom Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK). „Falls die internationale Klimapolitik weiterhin wenig Fortschritte macht, und falls es eines Wegbereiters bedarf, um dem Ganzen

eine Richtung zu geben, könnte die EU-Initiative viel bewegen. Eine Reduzierung um mehr als ein Grad würde bedeuten, dass eine ganze Menge Klimaschäden vermieden werden könnten.“ Diese Strategie funktioniert aber nur, wenn der Rest der Welt sich letztendlich anschließt, da eine einzelne Region allein den Klimawandel nicht wirkungsvoll bekämpfen kann. „Beispielhaftes Handeln muss andere Länder überzeugen“, sagt Kriegler. „Daher sichern Vorreiter den Erfolg ihrer Anstrengungen am besten damit, dass sie die ökonomische Machbarkeit demonstrieren und es für andere attraktiv machen, sich daran zu beteiligen.“

Die zusätzlichen Kosten für die EU werden als gering eingeschätzt, da sie bereits heute eine wirksame Klima- und Energiepolitik betreibt, bei der eine Emissionsreduzierung von 30 Prozent bis 2030 erwartet wird. Die Studie untersucht die mögliche Vorreiterrolle der EU in Übereinstimmung mit ihren Plänen für eine Reduzierung ihres Ausstoßes von Treibhausgasen um 40 Prozent bis 2030, verglichen mit dem Emissionsniveau von 1990.

Verlagerung von Emissionen nur in geringem Umfang

Ein weiterer Grund, warum die Kosten für Europa als gering eingeschätzt werden, ist der voraussichtlich geringe Umfang des so genannten ‚Carbon Leakage‘. Bei einer Beschränkung des Ausstoßes von Treibhausgasen besteht oft die Befürchtung, dass energieintensive Industrien in Teile der Welt mit niedrigeren Umweltstandards abwandern. Oder dass ein rückläufiger Verbrauch von fossilen Brennstoffen durch Klimaschutzmaßnahmen in einer Region die Weltmarktpreise für Kohle, Öl und Gas reduziert und hierdurch den Verbrauch anderenorts steigen lässt. Beide Effekte könnten die Bemühungen von Vorreitern zunichte machen. In der Studie wird dieser Effekt jedoch als gering eingeschätzt. Nur etwa 20 Prozent oder weniger der Emissionen würden verlagert statt vermieden werden, so das Ergebnis des ganz überwiegenden Teils der Computersimulationen. Diese Leakage-Rate misst den Anteil von zusätzlichen Emissionen im Rest der Welt verglichen mit der Emissionsreduzierung des Vorreiters.

Falls China zusammen mit der EU auf dem Weg zu einer weltweiten Emissionsreduktion voran ginge, könnte dies die Emissionen bis 2030 um ein Vielfaches dessen verringern, was die EU allein erreichen könnte. Damit würde sich die Wahrscheinlichkeit, die globale Erwärmung unter 2 Grad Celsius zu halten, leicht erhöhen. Chinas kurzfristige Vermeidungskosten wären allerdings deutlich höher als die der Europäischen Union. „Damit für China ein solches Szenario interessant wird, müsste die Betrachtung auch auf zusätzlichen Nutzen von Klimaschutzmaßnahmen wie namentlich die verringerte Luftverschmutzung ausgeweitet werden“, sagt Kriegler. „Abgesehen hiervon müssen Nachzügler abwägen zwischen niedrigeren kurzfristigen Kosten und später höheren Übergangskosten. Und dies würde auch für China gelten.“

Investitionen in fossile Infrastruktur könnte Milliardenverschwendungen sein

Wenn Nachzügler sich an einem globalen Regelwerk für den Klimaschutz beteiligen, bedeutet das für sie eine Herausforderung: sie müssen in kurzer Zeit den Sprung von einer schwachen zu einer starken Emissionsreduktion schaffen, so die Studie. „Das Risiko, auf eine auf fossilen Brennstoffen basierende Infrastruktur festgelegt zu sein, ist ein Hauptargument gegen verzögerndes Handeln“, sagt Ko-Autor Keywan Riahi vom International Institute for Applied Systems Analysis (IIASA). Dies trifft zum Beispiel auf den Neubau von Kohlekraftwerken zu. „Heutige Energieplaner treffen Investitionsentscheidungen in Milliardenhöhe – die sich als falsch erweisen könnten, sobald eine Klimapolitik eingeführt ist. Daher ist eine verzögerte Klimapolitik kostenträchtig; ganz abgesehen von dem Risiko, dass strenge

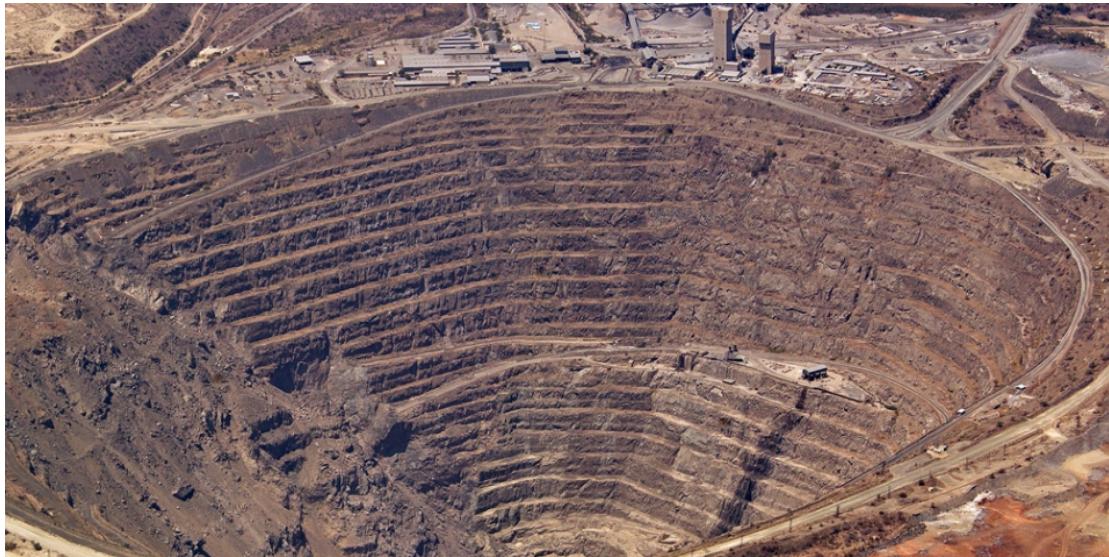
Klimaziele außer Reichweite geraten könnten.“

Die neue Multimodell-Studie ist Teil des AMPERE-Projektes („Assessment of Climate Change Mitigation Pathways and Evaluation of the Robustness of Mitigation Cost Estimates“) und wird in einer Sonderausgabe der Zeitschrift Technological Forecasting & Social Change veröffentlicht. Mit AMPERE wurde eine europäische Plattform von modernsten Energie-Ökonomie-Computermodellen geschaffen, mit welchen eine Reihe von Analysen zu den Folgen kurzfristiger Klimapolitik für die Erreichung langfristiger Klimaziele durchgeführt worden sind. Das Projekt wird vom PIK und IIASA koordiniert. Finanziert wird es von der Europäischen Union.

Quelle: UD/pm

Anzeige

The advertisement features a woman named Heike Vesper, Head of Marine Conservation, holding a large banner that depicts a school of tuna swimming in the ocean. The banner has the text "DIE AUSBEUTUNG DER MEERE STOPPEN? WIR HABEN ES IN DER HAND!" (Stop overfishing of the oceans? We have it in our hands!). The background of the ad is a blue underwater scene with many fish. In the top left corner, there is a logo for WWF's 50th anniversary. In the bottom left, there is a call-to-action button with the text "UNTERSTÜTZTE UNSERE ARBEIT" and "SMS: * STICHWORT FISCH AN DIE NUMMER 81190". In the bottom right, there is a QR code and the text "MEHR ERFAHREN & MITREDEN: DIALOG.WWF.DE". A small note at the bottom left states: "Eine SMS kostet 5 Euro, davon gehen 4,83 Euro direkt an den WWF. Kein Abo; zzgl. Kosten für eine SMS."



(Foto: sfrmtd / Fotolia.com)

Konfliktmineralien-Studie der EU

Mit der Veröffentlichung des Verordnungsentwurfs zu einer Europäischen Konfliktmineraliengesetzgebung, wurde jetzt auch iPoints Konfliktmineralienstudie publiziert.

Als Teil des Folgenabschätzungsprozesses hatte die Generaldirektion für Handel der Europäischen Kommission iPoint im letzten Jahr beauftragt, die Auswirkungen einer möglichen europäischen Konfliktmineralien-Initiative zu analysieren. iPoints Studie befasst sich hauptsächlich mit den Due Diligence Compliance-Kosten, dem Nutzen sowie den damit verbundenen Auswirkungen auf ausgewählte Operatoren in Bezug auf bestimmte Mineralien. Ein Teil der Studie präsentiert die Ergebnisse einer Befragung von Nutzern der iPoint Conflict Minerals Platform (iPCMP).

Quelle: UD/cp

Bürgermeister sind vertrauenswürdigere Politiker

In 25 Ländern hat der GfK Verein Menschen gefragt, welchen Berufen sie vertrauen. Ganz oben stehen in 15 Ländern die Feuerwehrleute. Den geringsten Zuspruch erhalten in Deutschland und 22 weiteren Ländern die Politiker. Nur ihren Bürgermeister sehen viele Befragte offenbar mit anderen Augen, denn die Kommunalpolitiker schneiden deutlich besser ab. Helfende Berufe genießen das Vertrauen der Menschen: Auf allen Kontinenten belegen laut der Studie "GfK Trust in Professions 2014" Feuerwehrleute, Sanitäter, Pflegekräfte und Ärzte die vorderen Plätze.

In Deutschland zählen im Vertrauensranking auch Piloten und Apotheker zur Spitzengruppe (siehe Tabelle auf Seite 2). Etliche Berufsgruppen, nach denen der GfK Verein gefragt hat, schneiden in den 25 Umfrageländern sehr unterschiedlich ab. Die größte Bandbreite besteht international bei Bankern: In Indien erreichen sie mit 88 Prozent den höchsten Vertrauenswert, den niedrigsten in Spanien mit 14 Prozent. Auch die Polizei wird in den einzelnen Ländern ganz unterschiedlich bewertet: Gut 81 Prozent der Deutschen vertrauen den Gesetzeshütern, in Russland sind es lediglich 50 Prozent und in Kenia gerade einmal 25 Prozent. Pfarrern und Geistlichen sprechen 61 Prozent der Deutschen ihr Vertrauen aus, während sie in Spanien mit etwas mehr als 28 Prozent hinter den Versicherungsvertretern liegen.

Deutschland: Bürgermeister vertrauenswürdiger als Politiker

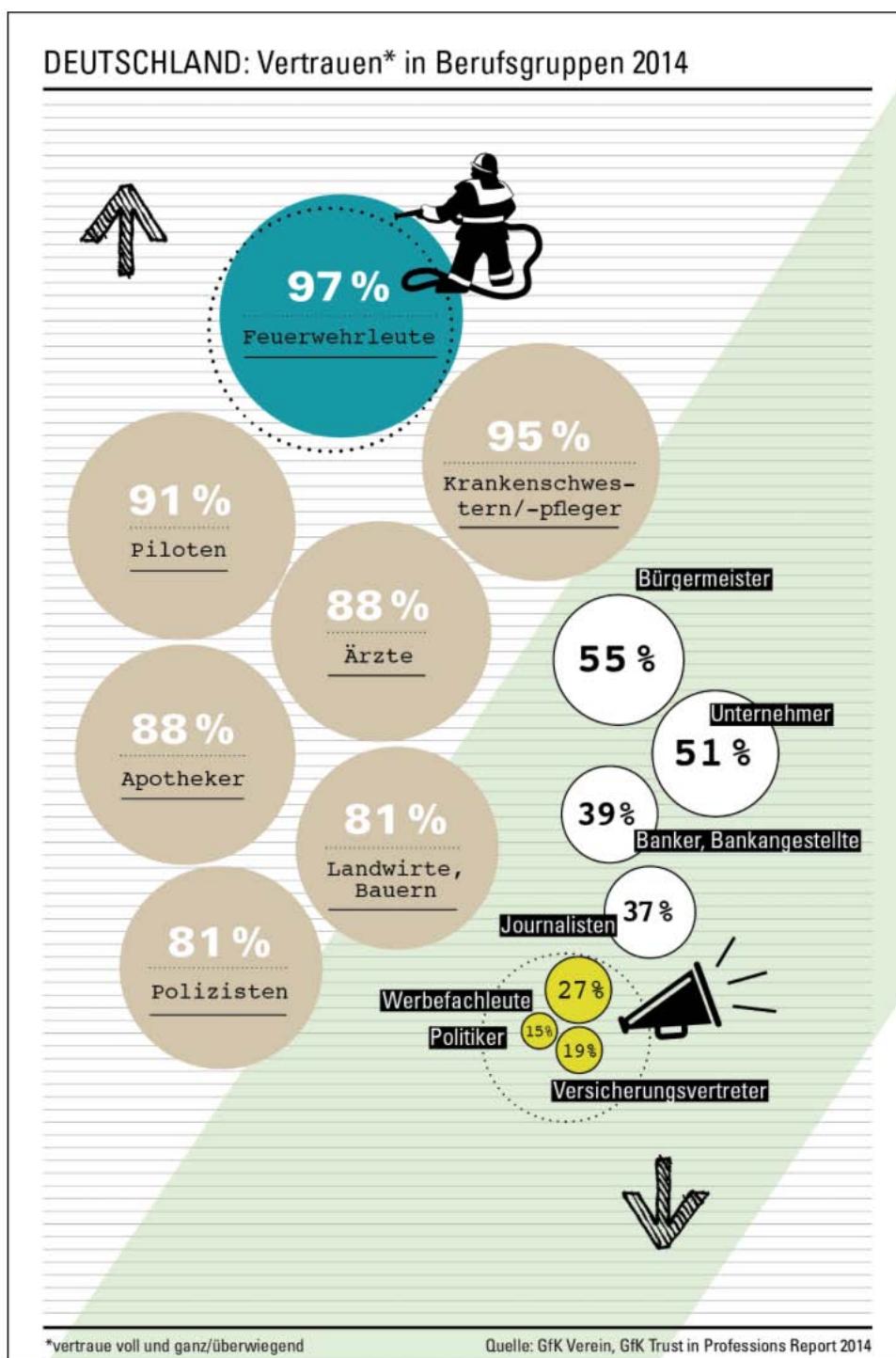
In Deutschland landen die Versicherungsvertreter mit 19 Prozent auf dem vorletzten Platz - und damit deutlich hinter den Bankern (39 Prozent), aber vier Prozentpunkte vor den Politikern. Die schlechte Platzierung der Volksvertreter verblüfft insofern, als dass Bürgermeister deutlich besser abschneiden: Ihrem führenden Kommunalpolitiker vertrauen immerhin knapp 55 Prozent der Deutschen. Jeder vierte der in dieser Studie abgefragten Berufe erreicht in Deutschland nicht einmal die 50-Prozent-Marke. Dazu zählen beispielsweise TV-Moderatoren und Schauspieler. Auch die Profisportler bzw. -fußballer bekommen mit nur 39 Prozent eine eher schlechte Bewertung, ein ähnliches Vertrauensniveau erzielen die Journalisten mit 37 Prozent.

Im oberen Mittelfeld liegen u.a. die Markt- und Meinungsforscher sowie Computer-/ Softwarespezialisten mit einem Vertrauenswert von 58 Prozent.

Zur Studie

Diese Ergebnisse sind ein Auszug aus der Studie "GfK Trust in Professions 2014" und basieren auf rund 28.000 Verbraucherinterviews, die im Auftrag des GfK Vereins im Zeitraum September bis November 2013 in insgesamt 25 Ländern durchgeführt wurden. Grundlage der Untersuchung ist die Abfrage des Vertrauens in 32 Berufsgruppen mittels

folgender Skala: "vertraue ich voll und ganz", "vertraue ich überwiegend", "vertraue ich weniger", "vertraue ich überhaupt nicht".





(Foto: Presse- und Informationsamt Berlin)

Transparency begrüßt Gesetzentwurf gegen Abgeordneten-Besteckung

Die Antikorruptionsorganisation Transparency International Deutschland begrüßt den Gesetzentwurf der Großen Koalition zur Verschärfung des Straftatbestandes der Abgeordnetenbestechung (Drs. 18/476). Diese Verschärfung ist Voraussetzung für die Ratifizierung der UN-Konvention gegen Korruption, für die sich Transparency Deutschland seit Jahren einsetzt. Von der Neuregelung wird nicht nur der Stimmenkauf und – verkauf, sondern jede Handlung in Wahrnehmung des Mandats erfasst. Ebenso werden zukünftig immaterielle Vorteile und Zuwendungen an Dritte vom Straftatbestand erfasst.

Edda Müller, Vorsitzende von Transparency Deutschland: „Wir sind froh, dass die Große Koalition diesen Entwurf vorgelegt hat. Dieser wird jetzt im Deutschen Bundestag beraten. Dabei sind einige Nachbesserungen notwendig. Im Entwurf sind leider nur die verpflichtenden Minimalstandards der UN-Konvention umgesetzt.“

Transparency kritisiert, dass der Straftatbestand der Bestechlichkeit und Besteckung im geschäftlichen Verkehr (§ 299 StGB) nicht in den Vortatenkatalog des Geldwäschetatbestandes aufgenommen wird, so wie es Artikel 23 der UN-Konvention gegen Korruption vorsieht.

Problem: Spenden direkt an Abgeordnete sind weiterhin zulässig

Edda Müller, Vorsitzende von Transparency Deutschland: „Direktspenden an Abgeordnete sind ein großes Einfallstor unzulässiger Einflussnahme. Ein Verbot solcher Spenden durch die entsprechende Änderung des Abgeordnetengesetzes ist dringend geboten“.

Neben den Parteispenden sind nach dem Abgeordnetengesetz (§ 44a, Abs. 2) Spenden direkt an Abgeordnete möglich. Zuwendungen von einem Spender müssen erst ab einer Höhe von 5.000 Euro dem Bundestagspräsidenten angezeigt und ab 10.000 Euro veröffentlicht werden. Diese Spenden unterliegen nicht den gängigen Regeln der Parteienfinanzierung.

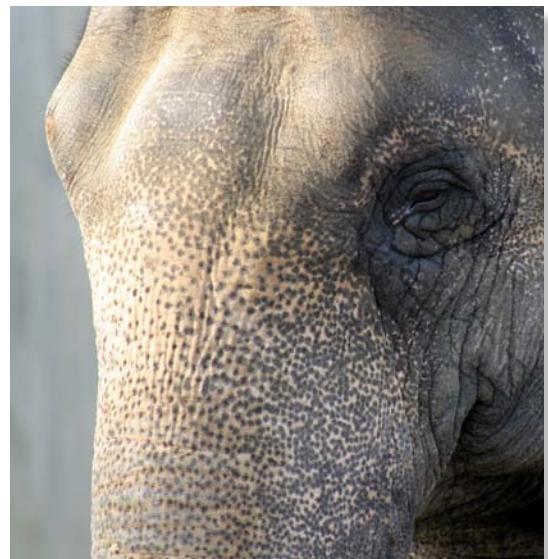
Keine Ratifizierung des Strafrechtsübereinkommens des Europarates über Korruption

Weiterhin wurde versäumt, die Anforderungen des Strafrechtsübereinkommens des Europarates über Korruption im Hinblick auf den Straftatbestand der Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr voll zu erfüllen, so dass diese Ratifizierung weiterhin nicht möglich ist.

Zu Transparency Deutschland

Transparency International Deutschland e. V. arbeitet deutschlandweit an einer effektiven und nachhaltigen Bekämpfung und Eindämmung der Korruption. Dies ist nur möglich, wenn Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten und Koalitionen gebildet werden. In Arbeits- und Regionalgruppen werden die Ziele an entscheidende Stellen transportiert, Lösungen erarbeitet und gesellschaftliche wie politische Entwicklungen kritisch begleitet.

Wilderei



Quellen: Marion Lenzen, Fotolia



(Foto: Anne K. Taylor Fund/NABU)

Kampf gegen Elfenbeinhandel extrem gefährlich

Täglich töten Wilderer etwa 100 Elefanten in Afrika. In den siebziger Jahren gab es auf dem Kontinent noch 1,2 Millionen Elefanten; heute sind es weniger als 440.000. Allein im vergangenen Jahr wurden mehr als 45 Tonnen Elfenbein weltweit beschlagnahmt. Der Hauptanteil des gewilderten Elfenbeins geht nach China, wo er zu Amulett und Statuen verarbeitet wird. "Die Schmuggler sind keine armen Landbewohner, die ihren Lebensunterhalt verdienen müssen, sondern skrupellose Geschäftsmacher, die oft in Drogenschmuggel und Terrorismus verstrickt sind", sagte NABU-Vizepräsident Thomas Tennhardt. "Im Kampf gegen diese Elfenbein-Mafia verlieren immer mehr Wildhüter ihr Leben oder werden schwer verletzt. Zur Ausrüstung der Wilderer zählen meist halb- oder vollautomatische Schusswaffen."

Nach Angaben der "International Ranger Foundation" wurden im Jahr 2013 weltweit mehr als 85 Wildhüter während ihres Dienstes ermordet, etwa die Hälfte von ihnen in Afrika. Wird ein Ranger im Einsatz für den Natur- und Artenschutz getötet oder verletzt, verlieren seine Angehörigen nicht nur einen geliebten Menschen, sondern meist auch das Haupteinkommen für die ganze Familie. Aus diesem Grund hat die NABU International Naturschutzzstiftung den Rangerfonds ins Leben gerufen.

Mit dem Geld aus diesem Fonds können Ranger in der Ausübung ihres gefährlichen Berufs unterstützt werden, beispielsweise durch eine verbesserte Ausbildung und Ausrüstung. Zudem greift NABU International mit dem Rangerfonds den Familien verletzter oder getöteter Wildhüter in Äthiopien unter die Arme. Seit Anfang dieses Jahres wurde dies auf Kenia ausgeweitet, wo die staatliche Wildschutzbehörde "Kenya Wildlife Service" mit Hilfe der Spendengelder sicherstellt, dass die Kinder der getöteten Ranger zu einer weiterführenden Schule oder zur Universität gehen können.

Wie viele andere Natur- und Tierschutzorganisationen weisen der NABU und die NABU International Naturschutztiftung darauf hin, dass die immer wieder diskutierte Lockerung des Marktes für Elfenbein aus vielen Nachhaltigkeitsgründen unvertretbar ist. "Daher fordern wir ein absolutes Verbot des internationalen und nationalen Elfenbeinhandels", sagte Dr. Barbara Maas, Leiterin Artenschutz der NABU International Naturschutztiftung.

Zudem fordert der NABU gemeinsam mit vielen anderen Verbänden das in Deutschland lagernde beschlagnahmte Elfenbein zu vernichten, um es unbrauchbar und für Diebe uninteressant zu machen. "Es muss zudem dringend eine zentrale Erfassungsstelle für eingeführtes Elfenbein in Deutschland eingerichtet werden, damit Missbrauch öffentlich gemacht werden kann", so Maas.

Quelle: na

Anzeige

The advertisement features a woman, Dr. Thuy Anh Le, who is the leader of the Central Annamite Project. She is shown in a lush green forest. Below her is a large image of a tiger walking through dense jungle foliage. The WWF logo and the text "50 JAHRE" are visible on the left side. A QR code is on the right. Text at the bottom encourages SMS donations to support tiger conservation.

**DIE TIGER SCHÜTZEN?
WIR HABEN ES IN DER HAND!**

Dr. Thuy Anh Le
Leiterin Projekt Zentralannamiten

UNTERSTÜTZE
UNSERE ARBEIT

SMS-* STICHWORT
TIGER
AN DIE NUMMER
81190

Die tropischen Bergwälder Südostasiens sind die Heimat der seltenen Indochinesischen Tiger. Für ihren Schutz sind seit 20 Jahren WWF-Mitarbeiter in der Region im Einsatz. Unser Ziel: die letzten wildlebenden Tiger der Welt nicht nur zu retten, sondern ihren Bestand zu verdoppeln.

MEHR ERFAHREN & MITREDEN: DIALOG.WWF.DE >

* Eine SMS kostet 5 Euro, davon gehen 4,83 Euro direkt an den WWF. Kein Abo; zzgl. Kosten für eine SMS.

macondo



Mit Microchips gegen Wilderer

Um Kenias bedrohte Nashorn-Population zu retten, gehen Umweltschützer neue Wege. Möglichst jedes Tier soll zum Schutz vor Wilderern mit Mikrochips gekennzeichnet werden. Diese werden in die Hörner der Dickhäuter eingepflanzt. Insgesamt mehr als 1000 Tiere sollen so ausgestattet werden. Im Masai Mara Naturschutzgebiet und dem Lake Nakuru Nationalpark wurden nun die ersten Tiere behandelt. Kenia gehört damit zu den Pionieren im Einsatz von modernsten Technologien zum Schutz von durch Wilderei bedrohten charismatischen Tierarten wie Nashorn und Elefant.

Kenias Naturschützer wollen damit erreichen, dass die Tiere vor allem besser vor Wilderei geschützt werden. Sollte ein Tier getötet werden, ließe sich die Spur des Horns über den Mikrochip verfolgen und die Täter könnten einfacher überführt werden. Auch könnten bei eindeutigen Schuld nachweisen höhere Strafen vor Gericht verhängt werden. „Die stark gestiegenen Preise für Horn und Elfenbein haben eine Wildereikrise auf Elefanten und Nashörner in Afrikas Savannen ausgelöst“, sagt Volker Homes, Leiter Artenschutz vom WWF Deutschland. „Vor allem in Vietnam gilt das Horn einerseits als vermeintliches Allheilmittel, wird aber zunehmend auch als Genusselixier konsumiert, das einem Kater nach zu viel Alkoholkonsum vorbeugen soll. Aufgrund der hohen Preise wird es inzwischen auch als Statussymbol und

Wertanlage gesehen, " so Homes.

Für das vom Kenya Wildlife Service mit Unterstützung des WWF und dem Narok Gemeindebezirk gestartete Projekt wurden bislang unmarkierte Tiere ausgewählt, denen einerseits die üblichen Ohrmarken angebracht wurden, die nun aber zugleich mit den Mikrochips ausgestattet wurden. Die Tiere werden dafür von einem Tierarzt narkotisiert, der danach folgende Eingriff dauert ungefähr 10 Minuten. Dabei wird ein Loch in das Horn der Tiere gebohrt, der Chip eingesetzt und zugeklebt. Im Laufe der Zeit wächst das Horn über das Loch und verschließt es so. Zugleich wird den Tieren eine DNA-Probe entnommen, um die Nashorn-DNA-Datenbank von Kenia zu vervollständigen. Durch die Kombination der Maßnahmen wird eine 100 prozentige Rückverfolgbarkeit der Tiere und ihrer Hörner in Kenia ermöglicht, die im Falle von Wilderei wichtiges Beweismaterial liefert und so eine deutlich effektivere Strafverfolgung ermöglicht.

Die Nashorn-Wilderei steigt seit einigen Jahren dramatisch an. In Afrika leben derzeit noch circa 25.500 Nashörner aus zwei Arten, über 80 % davon in der Republik Südafrika. Dort wurden im Jahr 2007 gerade mal 13 Tiere gewildert, in 2013 waren es über 1000 Tiere. Bis Ende Februar 2014 wurden abermals 146 Tiere gewildert. In Kenia leben derzeit noch knapp 400 Breitmaulnashörner und rund 630 Spitzmaulnashörner. Auch hier steigt die Zahl der getöteten Nashörner an. Während 2012 insgesamt 30 Tiere gewildert wurden, waren es 2013 schon 59. Und auch in diesem Jahr sind bereits sieben Nashörner getötet worden.

Hintergrund:

Die Generalversammlung der Vereinten Nationen hat den 3. März als Tag des Artenschutzes ausgerufen, um auf die Bedeutung von Wildtieren für den Menschen und ihren Wert für nachhaltige Entwicklung hinzuweisen. Das Datum erinnert an die Unterzeichnung des Washingtoner Artenschutzübereinkommens (CITES) am 3. März 1973. Ziel des Abkommens ist es, den illegalen Handel mit Wildtieren zu unterbinden und sicherzustellen, dass der Fortbestand von Wildarten nicht durch legalen Handel bedroht wird.

Quelle: UD/pm



(Foto: Marion Lenzen)

Bundesregierung unterstützt Kampf gegen Wilderei

Bundesumweltministerin Barbara Hendricks hat ein stärkeres Engagement Deutschlands im Kampf gegen illegalen Wildtierhandel angekündigt. „Wir dürfen nicht zulassen, dass kommende Generationen Elefanten, Tiger und Nashörner nur noch aus den Geschichtsbüchern kennen“, sagte sie auf einer von der britischen Regierung ausgerichteten Artenschutz-Konferenz in London. An dem Gipfel, der auf eine Initiative von Prinz Charles und Prinz William zurückgeht, nehmen Präsidenten, Minister und hochrangige Delegierte aus allen Teilen der Welt teil.

„Die Wilderei hat in vielen Regionen der Welt ein Ausmaß angenommen, das einem Ausverkauf der Natur gleichkommt“, sagte Hendricks. Der illegale Wildtierhandel bedeute zugleich „eine Katastrophe für die Menschen in den betroffenen Regionen“. International agierende kriminelle Kartelle und terroristische Organisationen konzentrieren sich zunehmend auf diesen lukrativen Sektor. Dies führt zu gravierenden Sicherheitsproblemen und einem Anstieg von Korruption und Armut.

Die Londoner Konferenz bringt von Wilderei betroffene Staaten in Afrika und Lateinamerika zusammen mit Transit- und Zielländern in Asien, in denen es eine wachsende Nachfrage nach Wildtierprodukten wie Elfenbein gibt. Neben Deutschland und Großbritannien sind auch andere westliche Partner wie die USA und Frankreich vertreten.

Grundlage der Verhandlungen in London ist eine Deklaration, in der das gemeinsame Vorgehen festgelegt wird. So sollen unter anderem diese Delikte weltweit als schwere Kriminalität verstanden werden, um die Verfolgung von Wilderern in den Heimatländern der Wildtiere und die Zerschlagung krimineller Strukturen weltweit effizient zu ermöglichen. Zugleich soll die unter der Wildereikrise leidende lokale Bevölkerung gezielt unterstützt und als Partner für den Artenschutz gewonnen werden. Die Zielländer sollen die Nachfrage nach illegalen Wildtierprodukten deutlich senken.

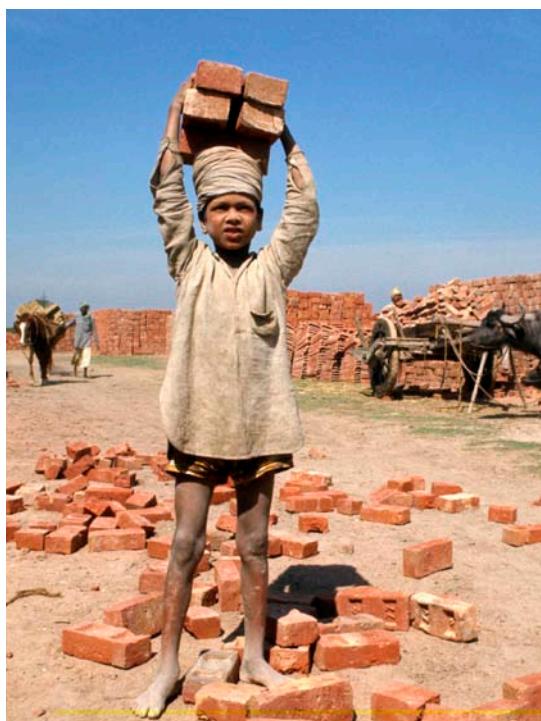
„Die Konferenz ist ein großer Fortschritt im internationalen Kampf gegen den illegalen Wildtierhandel“, sagte Hendricks.
„Wir werden unser Engagement nicht nur fortführen, sondern auch verstärken.“

Die Bundesregierung hilft zum Beispiel bei der Ausbildung von Wildhütern und beim Schutzgebietsmanagement in Afrika. Auch Maßnahmen zur Unterstützung von Zollbehörden und Kampagnen zur Nachfragereduzierung werden gefördert. Im Dezember 2013 fand eine internationale Konferenz zum Schutz des Afrikanischen Elefanten in Gaborone/Botswana statt, die vom Bundesumweltministerium initiiert und unterstützt wurde. Die Ergebnisse dieser Konferenz fließen nun auch in den Londoner Gipfel mit ein. Deutliche Unterstützung erfährt auch eine Initiative im Rahmen der Vereinten Nationen in New York: Eine Freundesgruppe unter Führung von Deutschland und Gabun soll dort auf Botschafterebene den Kampf der internationalen Gemeinschaft gegen den illegalen Wildtierhandel vorantreiben.

Quelle: UD / pm



Menschen- rechte



Quellen: Marion Lenzen, UN Photo / Eskinder Debebe, UN Photo / Jean Pierre Laffont, UN Photo / Staton Winter, UN Photo / Nayan Tara



(Foto: UN Photo/P. Mugabane)

Studie: Umsetzung von Menschenrechten mangelhaft

Deutsche Unternehmen geraten im Ausland immer wieder in Konflikt mit den Menschenrechten. Importe von Kupfer aus Peru, Steinkohle aus Kolumbien und Textilien aus Bangladesch sind nur einige von vielen Beispielen, die ein jetzt vorgelegter Prüfbericht von Germanwatch und MISEREOR dokumentiert.

Mitverantwortlich ist nach Ansicht der Autoren auch die Politik: "Der deutsche Staat wird seiner völkerrechtlichen Verpflichtung bislang nicht gerecht, die Menschenrechte vor Verstößen durch deutsche Unternehmen im Ausland effektiv zu schützen", resümiert Armin Paasch, Referent für Wirtschaft und Menschenrechte bei MISEREOR und Mitautor der Studie. "Es ist unbegreiflich, dass Deutschland fast drei Jahre nach Verabschiedung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte immer noch keinen Aktionsplan zur Umsetzung erarbeitet hat."

"Der Koalitionsvertrag bekennt sich zur Umsetzung der Leitprinzipien - aber bis heute hat die Bundesregierung nicht geklärt, welches Ministerium für die Koordination eines Aktionsplans zuständig ist", ergänzt Cornelia Heydenreich, Teamleiterin Unternehmensverantwortung von Germanwatch und Mitautorin der Studie. Ein grundlegender Politikwechsel sei im Bereich Wirtschaft und Menschenrechte bisher nicht erkennbar. "Aktuell versucht die Bundesregierung die neue Transparenzrichtlinie der EU zu verwässern, die Unternehmen verpflichten soll, in ihren Lageberichten auch über soziale,

ökologische und menschenrechtliche Probleme im Ausland zu berichten. Das Kanzleramt selbst steht hier auf der Bremse", kritisiert Heydenreich.

Auf Grundlage einer Umfrage unter den DAX-30-Unternehmen kommen Germanwatch und MISEREOR zu einem insgesamt ernüchternden Befund. "Bei einem Teil der Unternehmen sehen wir Fortschritte. Aber die meisten DAX-30-Unternehmen erfüllen ihre menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten bislang nur in Ansätzen", erklärt Heydenreich. "Abgesehen von Fresenius und Fresenius Medical Care bekennen sich zwar alle DAX-Unternehmen öffentlich zu den Menschenrechten", so Heydenreich. "Die menschenrechtlichen Folgen ihrer Aktivitäten und Geschäftsbeziehungen im Ausland untersuchen sie bislang aber nur oberflächlich. Inwieweit sich ihre Einkaufspraktiken negativ auf Arbeitsstandards bei ihren Zulieferern auswirken, scheint bislang kein Unternehmen systematisch zu überprüfen und erst recht nicht zu verändern."

Diese Mängel unterstreichen laut Germanwatch und MISEREOR den politischen Handlungsbedarf auf bundesdeutscher und EU-Ebene: "Die Bundesregierung darf die Achtung der Menschenrechte im Ausland nicht länger als eine freiwillige Angelegenheit der Unternehmen behandeln, sondern muss menschenrechtliche Sorgfaltspflichten verbindlich vorschreiben", fordert Armin Paasch. "Die deutsche Regierung setzt auch in der EU-Handelspolitik bisher einseitig auf die Erschließung ausländischer Märkte und Rohstoffe, ohne Rücksicht auf die Folgen für die Menschenrechte zu nehmen. Ein Kurswechsel ist dringend erforderlich", so Paasch.

Germanwatch und MISEREOR erwarten von der Bundesregierung, dass sie jetzt die Entwicklung eines Aktionsplans für Wirtschaft und Menschenrechte rasch in Angriff nimmt. Die Bundeskanzlerin müsse dafür in den nächsten Wochen ein federführendes Ministerium benennen. Im zweijährigen Rhythmus werden die beiden Organisationen künftig gemeinsam die Entwicklung beim Menschenrechtsschutz in der Wirtschaft beleuchten. Der vorliegende Bericht bildet den Auftakt zu dieser Publikationsreihe.



SEIT 50 JAHREN LEISTEN GEWÖHNLICHE MENSCHEN AUSSERGEWÖHNLICHES.

WERDE TEIL DER GRÖSSTEN MENSCHENRECHTSBEWEGUNG DER WELT UND KÄMPFE MIT UNS
GEGEN UNTERDRÜCKUNG UND GEWALT. SEI DABEI. MIT DEINER UNTERSCHRIFT. DEINER SPENDE.
DEINEM EINSATZ. AMNESTY.DE

AMNESTY
INTERNATIONAL





(Foto: Lottie Davies / Survival)

Globale Anzeigenkampagne ruft Touristen zum Botswana-Boykott auf

Survival International, die weltweite Bewegung für die Rechte indigener Völker, hat eine globale Anzeigenkampagne gestartet, die die Verfolgung der letzten jagenden Buschleute Afrikas durch Botswana anprangert.

Unter der Schlagzeile "Botswana ... Entdecken Sie Afrikas bestgehütetes Geheimnis" entlarvt die Anzeige den Widerspruch zwischen den gestellten Hochglanzfotos von Buschleuten, mit denen die Tourismusbehörde um Besucher wirbt, und der Vertreibung der Buschleute von ihrem angestammten Land im Central Kalahari Game Reserve (CKGR) unter Einsatz von Gewalt und Folter. Die Anzeige wird in fünf Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch) veröffentlicht und in Magazinen und Zeitungen weltweit angeboten. Die erste Anzeige erscheint im März im Wired Magazine.

Botswanas Regierung verfolgt die ersten Bewohner des Landes seit Jahrzehnten, um sie von ihrem angestammten Land zu vertreiben. Ein faktisches Jagdverbot und die Notwendigkeit Genehmigungen zu beantragen, um ihr Gebiet im CKGR betreten zu können, drängen sie nun an den Rand der Ausrottung. Die Anzeige fordert nun Touristen auf, sich Survivals

Reiseboykott anzuschließen und nicht in Botswana Urlaub zu machen, bis die Buschleute in Frieden auf ihrem Land leben dürfen. Mehr als 7.000 Reisende sowie Prominente wie Gillian Anderson, Quentin Blake, Joanna Lumley, Sophie Okonedo und Mark Rylance haben sich bereits verpflichtet, Botswana nicht zu besuchen. Auch drei Reiseanbieter unterstützen den Boykott.

In den letzten Wochen sprachen Survival-Unterstützer auf der Adventure Travel Show in London und bei der Reisemesse Fitur in Madrid gezielt Touristen und Fachbesucher an. Es wurden Hunderte Flyer verteilt und es wurde um Unterstützung für den Reiseboykott geworben. Stephen Corry, Direktor von Survival International, sagte: "Wir werden diese Anzeigenkampagne in den nächsten Monaten weltweit ins Rollen bringen, um ein Schlaglicht darauf zu werfen, wie die Buschleute von der Regierung verfolgt werden. Die Regierung kann diesen Boykott sofort beenden und muss dafür nichts weiter tun, als die Menschenrechte der Buschleute einzuhalten."

Quelle: UD/pm

Anzeige



© Kieran Doherty/oxfam

**EIN
FLUSS.**

**WIR HABEN WAS
GEGEN ARMUT.**

Afghanische Frauen ernähren ihre Familien vom eigenen Land.

EINFACH EINE SMS MIT OXFAM AN DIE 81190 SENDEN UND MIT 6 EURO HELFEN!*
• ZZGL. SMS-VERSANDKOSTEN.
5,85 EURO GEHEN DIREKT AN OXFAM.

www.oxfam.de

OXFAM
Deutschland



(Foto: Survival International)

13.03.2014

Ein Jahr bis zum Ende der ‘Menschensafaris’ in Indien

Survival, die Vereinten Nationen und Indiens Ministerium für indigene Angelegenheiten haben die ‘Menschensafaris’ verurteilt, die bei dem bedrohten Jarawa-Volk stattfinden. Die Aktivisten haben jetzt einen Countdown zur Beendigung der “Menschensafaris” bei den Jarawa auf Indiens Andamanen-Inseln in 360 Tagen gestartet.

Die Behörden der Andamanen hatten sich dazu verpflichtet, eine alternative Schiffsroute entlang der Küste bis März 2015 einzuführen, um zu verhindern, dass Touristen die Straße nutzen, die mitten durch das Schutzgebiet der Jarawa führt. Zur Zeit reisen täglich Hunderte Touristen durch den Wald des indigenen Volkes.

Doch die Umweltverträglichkeits-Genehmigung für die Seeroute wurde bisher nicht erteilt. Es wird damit immer unwahrscheinlicher, dass der Termin im März 2015 tatsächlich eingehalten wird.

Die “Menschensafaris” weiteten sich schon vor zwei Jahren zu einem weltweiten Skandal aus, nachdem Berichte von Survival und dem britischen Observer die Touren aufdeckten. Doch die Safaris gehen weiter. Viele der Touristen, die entlang der illegalen Straße durch das Reservat der Jarawa reisen, versuchen Angehörige des Volkes zu

“erspähen” und behandeln sie dabei wie Tiere in einem Zoo.

Für die Jarawa, die wegen der Ausbeutung durch Außenstehende bedroht sind, läuft die Zeit. Erst vor wenigen Wochen tauchten erschütternde Berichte von der Entführung und sexuellen Ausbeutung von Jarawa-Frauen durch Wilderer auf.

Das benachbarte Volk der Großen Andamanesen wurde durch die Zwangsansiedlung und durch Krankheiten, die die damaligen britischen Kolonialherren brachten, fast ausgerottet. Den Jarawa könnte ein ähnliches Schicksal drohen, wenn ihre Landrechte weiterhin verletzt werden.

Die Vereinten Nationen, Indiens Ministerium für indigene Angelegenheiten und Survival International haben die “Menschensafaris” verurteilt und mehr als 7.000 Personen haben sich verpflichtet, die Andamanen-Inseln nicht zu besuchen, solange Touristen die Straße durch das Reservat offen steht.

Survival International hat den Umweltminister Veerappa Moily aufgefordert, die alternative Wasseroute schnellstmöglich zu genehmigen, und den Andamanen Lieutenant Governor A K Singh gebeten, die alternative Route tatsächlich bis März 2015 umzusetzen.

Stephen Corry, Direktor von Survival International, sagte heute: “Die Andamanen sind nun untrennbar mit dieser schrecklichen Geschichte verbunden. Da so gut wie nichts unternommen wird, um eine alternative Strecke anzubieten, gibt es auch keine Anzeichen dafür, dass die Debatte bald ein Ende hat. Schon vor einem Jahr hat die Inselverwaltung dem Obersten Gerichtshof zugesagt, bis März 2015 eine alternative Seeroute umzusetzen, doch dieses Versprechen sieht zunehmend hohl aus. Die Behörden müssen bei ihrer selbstgewählten Frist bleiben. Die Zukunft für die Jarawa ist finster, wenn sie es nicht tun.”

Quelle: UD/pm



(Foto: Marion Lenzen)

Monitoringstelle zur Einhaltung der Kinderrechte in Deutschland gefordert

Der UN-Ausschuss für die Rechte des Kindes hat Anfang Februar seine Empfehlungen an die deutsche Bundesregierung veröffentlicht. Damit schließt der Ausschuss das Staatenberichtsverfahren 2013/2014 mit klaren Forderungen zur Umsetzung der UN-Kinderrechtskonvention in Deutschland ab.

Das Gremium aus 18 unabhängigen Experten empfiehlt u. a. die Aufnahme von Kinderrechten ins Grundgesetz und die Schaffung einer unabhängigen Monitoring-Instanz zur Kinderrechtskonvention beim Deutschen Institut für Menschenrechte. Diese Instanz ist besonders wichtig, um das von Deutschland ratifizierte dritte Zusatzprotokoll zur Kinderrechtskonvention und das darin enthaltene Individualbeschwerdeverfahren umsetzen zu können. "Kinder können sich dank des neuen Verfahrens künftig in Genf beschweren, wenn ihre Rechte verletzt werden. Doch dafür müssen sie erst den nationalen Rechtsweg ausschöpfen – hier kommt die unabhängige Monitoring-Instanz ins Spiel, die Beschwerden bündeln und Hilfestellung geben soll", erläutert Antje Weber, Kinderrechtsexpertin der Kindernothilfe, den Hintergrund dieser Empfehlung, die bereits bei der letzten Staatenüberprüfung formuliert wurde.

Weiterhin hat der UN-Ausschuss auch die Situation von Flüchtlingskindern in den Blick genommen. Er empfiehlt hier vor

allem eine kindgerechte Unterbringung, eine bundesweit einheitliche und dem Wohl des Kindes entsprechende Form der Altersfestsetzung sowie Zugang zu Bildung und Therapie. "Unter fehlenden Therapieangeboten leiden ehemalige Kindersoldaten und Kinder aus Krisengebieten besonders", so Weber. „Ihre Traumatisierung wird im bisherigen Asylverfahren oft nicht erkannt, die dringend notwendige Therapie bleibt somit aus.“ Bereits 2008 hatte der UN-Ausschuss Deutschland darüber hinaus aufgefordert, das Rekrutierungsalter für die Bundeswehr auf 18 Jahre anzuheben und Werbemaßnahmen bei Minderjährigen zu unterlassen. Auch diese Empfehlungen wurden erneuert. "Der UN-Ausschuss hat viele Forderungen formuliert, die Kinderrechtsorganisationen in Deutschland seit langem äußern. Jetzt ist Zeit zu handeln, und wir fordern die Bundesregierung auf, die Empfehlungen möglichst schnell umzusetzen", betont Weber.

Quelle: UD/pm

Anzeige

The advertisement features a white bear silhouette standing over two Amur tiger cubs in a forest setting. The WWF logo and '50 JAHRE' are in the top left. Text includes: 'Gestern war sie noch da.', '5 Euro gegen Wilderei und die Zerstörung des Lebensraums.', 'wwf.de', 'Send „TIGER“ per SMS* an 81190', and a QR code.

Mit 5 Euro im Monat helfen Sie, den letzten 450 Amur-Tigern eine Überlebenschance zu geben! Dringender denn je brauchen sie unseren Schutz vor skrupellosen Wilderern, die aus reiner Profitgier auch Tigermütter töten. Und vor einer Holzmafia, die auch in die letzten Tiger-Refugien vordringt. Dadurch sind einige Tigerunterarten bereits vom Aussterben bedroht. Schützen Sie mit dem WWF die letzten Tiger unserer Welt. Mehr Infos unter: wwf.de. Einmalig spenden an den WWF: Bank für Sozialwirtschaft Mainz, Konto 2000, BLZ 550 205 00, IBAN DE22 5502 0500 0008 0987 02, BIC BFSWDE33MNZ. Stichwort: TIGER. Oder per SMS*.

*Eine SMS kostet 5 Euro, davon gehen 4,83 Euro direkt an den WWF. Kein Abo; zzgl. Kosten für eine SMS.



Kita für Indigene Kinder

Bereits seit April 2013 engagiert sich Tchibo gemeinsam mit der Kinderrechtsorganisation Save the Children für die Betreuung und pädagogische Ausbildung von Kindern in Chiquimula in Guatemala. Mittlerweile öffneten in der Region sechs Kitas, in denen Kinder im Alter von 2-13 Jahren altersgerecht betreut werden können.

Der Bedarf an Betreuungsangeboten ist hier besonders hoch, da sich die Ernte in Guatemala häufig mit den Schulferien überschneidet. Viele Kaffeepflücker in Chiquimula nehmen ihre Kinder mit auf die Hochlandfarm: Während die Eltern den Kaffee pflücken, spielen die jüngeren Kinder an den gefährlichen, steilen Berghängen und die älteren Kinder helfen oftmals traditionell bei der Kaffeernte mit. Dabei wird nicht selten die Grenze zur unerlaubten Kinderarbeit überschritten. Um dies zu verhindern und eine umfassende Betreuung der Kinder während der Erntezeit zu gewährleisten, riefen Tchibo und Save the Children das Kinder-Projekt ins Leben.

Mit den Kindertagesstätten kann sich das Leben für die Familien in der Region nun entscheidend verbessern: Während die jüngeren Kinder spielerisch in ihrer Entwicklung gefördert werden, erhalten die älteren Kinder Bildungsangebote von speziell ausgebildeten Betreuern. Die Kitas bieten den Kindern zudem ausgewogene Mahlzeiten und eine

Gesundheitsversorgung. Neben den Angeboten für die Kinder bezieht das Projekt auch die Eltern mit ein: Das Angebot in den Kitas soll die Eltern für die Bedeutung von Bildung und Hygiene und gesunde, vollwertige Ernährung sensibilisieren.

Großes Fest zur Eröffnung in Olopa

Zur Eröffnungsfeier der Kita „CAI Laguna de Cayur“ in Olopa kamen rund 250 Gäste – darunter Regierungsvertreter, der Bürgermeister, Farmer aus dem Umland sowie zahlreiche Eltern und Kinder. 94 Kinder sind allein in dieser Kita angemeldet. Darüber freut sich auch Kathrin Wieland, Geschäftsführerin von Save the Children Deutschland: „Die Begeisterung der Kinder in den Kitas war einfach toll. Voller Neugier haben sich die Mädchen und Jungen sofort auf die Unterrichtsmaterialien gestürzt und gleich angefangen diese auszumalen. Es ist immer wieder beeindruckend und motivierend, wenn man vor Ort miterlebt, wie gut ein Projekt angenommen wird.“

Von dem Ansturm ist auch Achim Lohrie, Direktor Unternehmensverantwortung bei Tchibo, überwältigt: „Ich freue mich, dass Eltern und Kinder die Kitas so gut annehmen. Das bedeutet eine große Verantwortung für uns, mit der wir sorgsam umgehen werden.“ Die Eltern vertrauen dem Bildungsprogramm und spüren, dass sie dadurch entlastet werden. Auch die Regierung Guatemalas steht dem Kinder-Projekt positiv gegenüber. Langfristig soll sich das Projekt, das die Lebensbedingungen in Chiquimula deutlich verbessert, selbst tragen.

Tchibo Kunden unterstützen das Kinder-Projekt

Von April 2013 bis Ende Januar 2014 floss mit jedem gekauften Pfund Tchibo Privat Kaffee eine Spende von 10 Cent in das Kinder-Projekt. Bisher sind über eine Million Euro zusammen gekommen und das Projekt ist für die nächsten zwei Jahre gesichert (aktueller Spendenstand). Tchibo wird auch im Jahr 2014 weiter Spenden für die Zukunft der Kinder in Guatemala sammeln.

Das Kinder-Projekt ist ein weiterer Schritt auf dem Weg zu einer 100 Prozent nachhaltigen Geschäftstätigkeit. Das erklärte Unternehmensziel ist, mittelfristig ausschließlich nachhaltigen Rohkaffee zu beziehen. Im Jahr 2013 waren gut 30 Prozent des jährlich verarbeiteten Rohkaffees ins Nachhaltigkeitskonzept von Tchibo eingebunden und stammten aus nachhaltigem Anbau.

Quelle: UD/cp



Impressum

UmweltDialog ist ein unabhängiger Nachrichtendienst rund um das Thema Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Die Redaktion von UmweltDialog berichtet unabhängig, auch von den Interessen der eigenen Gesellschafter, über alle relevanten Themen und Ereignisse aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

VERLAG

macondo publishing GmbH
Dahlweg 87 – 48153 Münster
Tel.: 0049 (0)251 200782-0
E-Mail: info @ umweltdialog.de

Sitz der Gesellschaft: Münster
Registergericht: Amtsgericht Münster, HRB 14745
USt.-ID: DE 292 662 536
Geschäftsführer: Dr. Elmer Lenzen

REDAKTION

Chefredakteur, verantwortlich gemäß § 55 Abs. 2
RStV: Dr. Elmer Lenzen

CvD: Marion Lenzen

Redaktion/ Autoren: Dennis Lohmann, Malte Jonas Klingenhäger, Sonja Scheferling, Arne Philip Klug, Thomas Wischniewski, Alexander Schulz, Gerd Pfizenmaier, Markus Schönherr.

Veranstaltungen: Malte Jonas Klingenhäger

Bildredaktion: Marion Lenzen

Autorenkürzel/Quellennachweise: el = Dr. Elmer Lenzen / ml = Marion Lenzen / dl = Dennis Lohmann / sc = Sonja Scheferling / mjk = Malte Jonas Klingenhäger / tw = Thomas Wischniewski / as = Alexander Schulz / gp = Gerd Pfizenmaier / apk = Arne Philip Klug / Markus Schönherr = ms / pte = pressetext Nachrichtenagentur GmbH / na = news aktuell GmbH / fo = „Forschung für Nachhaltigkeit“ (Fona) des BMBF & Informationsdienst Wissenschaften e.V. / eupd = EuPD Research / cp = Artikel und Nachrichten unserer Content-Partner / RNE = Rat für nachhaltige Entwicklung / pm = Pressemitteilung aus weiteren Quellen (s. jeweiligen Text)

Art Direction/Digitales Design:
Daniela Wübbeling, Alexander Pawlak.

REDAKTIONELLER KODEX

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten verantwortungsbewusst. Lesen Sie unseren redaktionellen Kodex hier.

URHEBERRECHTE

Eine unerlaubte Verwendung, Reproduktion, Weitergabe, Veröffentlichungen oder eine kommerzielle Nutzung ohne Genehmigung des Urhebers der auf dieser Website befindlichen Inhalte ist untersagt und wird sowohl straf- als auch zivilrechtlich verfolgt!

Wir achten auf eine sorgfältige Fotoauswahl sowie auf die Angabe des Fotocredits. Bildagenturen, die wir u.a. nutzen sind:

www.pixelio.de
www.fotolia.com
www.flickr.com

PRESSE

Verlagsmitteilungen und Pressekontakte der macondo publishing:
marion.lenzen@macondo.de
scheferling@macondo.de

MEDIADATEN UND WERBUNG

Hier finden Sie unsere [Mediadaten](#).

MEDIENPARTNER

Für den Fall, dass Sie unsere Inhalte weitergeben, speichern oder gewerblich nutzen möchten, bieten wir Ihnen an, Media-Partner zu werden. Kontaktieren Sie uns gerne!

URHEBERRECHTE

Diese Inhalte dienen ausschließlich zur redaktionellen Nutzung und zur individuellen Information des Nutzers. Eine Speicherung in Datenbanken sowie jegliche Weitergabe an Dritte im Rahmen gewerblicher Nutzung oder zur gewerblichen Nutzung sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags gestattet.

© macondo publishing GmbH,
Münster/Westfalen.





www.umweltdialog.de