

**CSR - corporate social responsibility**

**oder**

**Der ehrbare Kaufmann 3.0**

# Der ehrbare Kaufmann 1.0



- **Wohltätigkeit / Mildtätigkeit**
- **sporadisch**
- **ohne wirtschaftliche Ziele**

# Was ist CSR?

Engagement 2007 von deutschen Unternehmen:

71 %      Gesellschaft

76 %      Umwelt

86 %      Mitarbeiter

**... aber nur 28 % „betreiben CSR“!?**

# Was ist CSR?

*... Konzept, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in die Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehung mit den Stakeholdern zu integrieren...*

Grünbuch der Europäischen Kommission

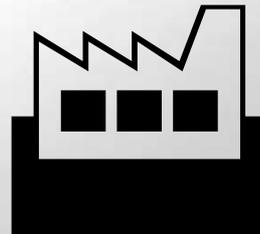
# Wer sind meine Stakeholder – und wenn ja, wie viele?

MANAGER



STAAT

MITARBEITER



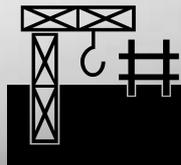
KUNDEN

ANLEGER



ÖFFENTLICHKEIT

ZULIEFERER



ABNEHMER

etc.

# **Das Beispiel Foxconn und Apple...**







Foto: Voishmel/AFP // Quelle: www.stern.de



## FOXCONN INTL HLDGS DL-,04

Aktie, ISIN KYG365501041, WKN A0DP3Y, FW3

Xetra Frankfurt

Intraday 3 M 6 M 1 J 3 J 5 J 10 J



© Deutsche Börse

[Xetra Orderbuch aufrufen](#)[Zur Watchlist hinzufügen](#)Zugehörige Wertpapiere: [Zertifikate](#), [Optionsscheine](#), [Anleihen](#)

## Kursinformationen

	XETRA	Frankfurt
<b>Letzter Preis</b>	<b>0,620</b>	<b>0,557</b>
Datum, Zeit	04.06.2010 13:27	11.06.2010 09:06
Differenz zum Vortag	0,020 / 3,33%	-0,043 / -7,17%
Tagesumsatz in €	-	-
Tagesumsatz in Stück	-	-
Preisfeststellungen	-	1
Geld/Brief	- : -	0,560 : 0,611
Geld/Brief Volumen in Stück	- : -	10.000 : 10.000
Tageshoch	-	0,557
Tagestief	-	0,557
52-Wochenhoch	1,050	1,031
52-Wochentief	0,530	0,450
Letzter Preis Vortag	0,600	0,600
Handelszeiten	9:00 - 17:30	9:00 - 20:00

11.06.2010, 09:58. Preise sind 15 Min. zeitverzögert.



# Apple Inc.

Aktie, ISIN US0378331005, WKN 865985, APC

Xetra Frankfurt

Intraday 3 M 6 M 1 J 3 J 5 J 10 J



© Deutsche Börse

[Xetra Orderbuch aufrufen](#)

[Zur Watchlist hinzufügen](#)

Zugehörige Wertpapiere: [Zertifikate](#), [Optionsscheine](#), [Anleihen](#)

## Kursinformationen

	XETRA	Frankfurt
<b>Letzter Preis</b>	<b>207,45</b>	<b>207,45</b>
Datum, Zeit	11.06.2010 09:38	11.06.2010 09:31
Differenz zum Vortag	3,200 / 1,57%	3,200 / 1,57%
Tagesumsatz in €	157.280	69.959
Tagesumsatz in Stück	759	337
Preisfeststellungen	15	5
Geld/Brief	207,00 : 207,45 	207,00 : 207,45
Geld/Brief Volumen in Stück	100 : 91	150 : 150
Tageshoch	207,65	207,65
Tagestief	207,05	207,45
52-Wochenhoch	-	217,80
52-Wochentief	-	94,84
Letzter Preis Vortag	204,25	204,25
Handelszeiten	9:00 - 17:30	9:00 - 20:00

11.06.2010, 09:57. Preise sind 15 Min. zeitverzögert.





# Der ehrbare Kaufmann 2.0



- **Einsatz sozialen Engagements (Mitarbeiterfürsorge/-Motivation)**
- **zur Erreichung wirtschaftlicher Ziele (Produktivitätssteigerung)**

# Warum CSR?

Umfrage 2007 unter deutschen Unternehmen:

86 % Steigerung des Unternehmensimages

72 % Mitarbeitermotivation

61 % Mitarbeiterrekrutierung

57 % Entwicklung der Unternehmensstrategie

47 % Reaktion auf Kundenanforderungen

# Warum CSR?

Ergebnis der neuesten BAT-Wertestudie:

**90% der Deutschen wollen es  
wieder mit ehrbaren Kaufleuten  
zu tun haben!**

# Studie: CSR hilft Autos zu verkaufen



Corporate Social Responsibility ist für Autobauer längst nicht nur schmückendes Beiwerk, das zur gesellschaftlichen Großwetterlage passt. Ein Image als nachhaltige Marke kann helfen, Autos zu verkaufen - das zeigt die Studie Ethical Brand Monitor des Bremer Beratungsunternehmens Brands & Values.

Die nachhaltigsten Automarken (Zum Vergrößern bitte anklicken)

Die Befragung von 5028 Konsumenten belegt, dass nicht Kriterien wie Preis und Produkt bei der Wahl des nächsten Pkw entscheidend sind: 21 Prozent der Verbraucher lassen beim Kauf eines neuen Fahrzeugs ethische Aspekte in ihre Entscheidung mit einfließen.

Spitzenreiter in Sachen Nachhaltigkeit unter den Autobauern ist aus Sicht der Verbraucher **Toyota**. Auf den weiteren Plätzen im CSR-Ranking folgen **VW, Mercedes, Audi** und **BMW**.

Die Zahlungsbereitschaft für Modelle, die unter Nachhaltigkeitsaspekten punkten, ist allerdings nur gering ausgeprägt. Lediglich einen Aufpreis von 5,5 Prozent würden die Konsumenten in der Studie gegenüber einer entsprechenden konventionellen Alternative drauflegen. „Selbst CSR-affine Verbraucher sind nur bedingt bereit, einen Aufpreis hinzunehmen“, interpretiert **Martin Blumberg**, Managing Partner von Brands & Values, das Ergebnis. *jh*

## WEITERE INFORMATIONEN

# HORIZONT

ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

Alle Hintergründe zur Studie lesen Sie in der aktuellen HORIZONT-Ausgabe 21/2009

**„... Aufpreis von 5,5 Prozent...“**

# “LoHaS”

= „Lifestyles of Health and Sustainability“

- nachhaltiger Lebensstil
- gezielte Produktauswahl
- überdurchschnittliches Einkommen
- Konsumentenanteil ca. 15 %
- Tendenz steigend





- Tests + Themen
- Shop
- Abo
- Über uns
- Presse

Einloggen oder neu anmelden

Merkliste (0)

Mein test.de Warenkorb

Sie sind hier: [Startseite](#) > [Tests + Themen](#) > [Bildung + Soziales](#) > [Specials](#)

- ← Startseite
- Tests + Themen**
- Auto + Verkehr
  - Bauen + Finanzieren
  - Bild + Ton
  - Bildung + Soziales
  - Tests
  - Schnelltests
  - Meldungen
  - Specials
  - Infodokumente

## Unternehmensverantwortung 👍 183

### Sozial und ökologisch produzieren



24.09.2010

Handeln Unternehmen von heute sozial und ökologisch korrekt? Gehen sie fair mit ihren Mitarbeitern um? Investieren sie in Aus- und Weiterbildung? Die Stiftung Warentest untersucht Fragen der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung. Neudeutsch: Corporate Social Responsibility, kurz: CSR. Getestet wird produktbezogen. Die folgende Liste zeigt die Ergebnisse.

### CSR-Tests im Überblick

- [Digitalkameras](#) 3/2010
- [Fernseher](#) 5/2008
- [Funktionsjacken](#) 12/2004
- [Fußbälle](#) 6/2006
- [Gamelen](#) 4/2006
- [Hemden](#) 11/2006
- [Hähnchenbrustfilets](#) 10/2010
- [Kaffee](#) 5/2009
- [Kochschinken](#) 8/2007
- [Laufschuhe](#) 6/2009
- [Spielzeug](#) 12/2005
- [Tiefkühlachs](#) 1/2005
- [T-Shirts](#) 8/2010
- [Waschmaschinen](#) 10/2008
- [Waschmittel](#) 3/2005

- Seite drucken
- Merken in Mein test.de
- Senden per Mail
- Teilen in:
  - Facebook
  - Twitter
  - Weitere

Mehr bei test.de

**Tests**

- CSR-Tests
- Unternehmensverantwortung
- ... [Digitalkameras](#)
- ... [Fernseher](#)
- ... [Funktionsjacken](#)
- ... [Fußbälle](#)
- ... [Gamelen](#)
- ... [Hähnchenbrustfilets](#)
- ... [Hemden](#)
- ... [Kaffee](#)
- ... [Kochschinken](#)
- ... [Laufschuhe](#)
- ... [Spielzeug](#)
- ... [Tiefkühlachs](#)
- ... [T-Shirts](#)

# **CSR-Kommunikation**

**„Wie sage ich es meinen  
Stakeholdern?“**

# Siegel, Zertifizierungen, Auszeichnungen...



**ZERTIFIKAT**  
**ISO 14001:2004**

bescheinigt hiermit, dass das Unternehmen

**SunStrom**  
strom aus der sonne  
SunStrom GmbH

**Bereiche:**  
Planung, Projektierung, Konstruktion, Realisierung, Wartung und Service von kompletten Photovoltaikanlagen jeder Art und Größe

**Standort:**  
Moritzburger Weg 67 \* D-01109 Dresden

ein Umweltmanagementsystem entsprechend der oben genannten Norm eingeführt hat und dieses wirksam anwendet. Der Nachweis wurde im Rahmen des Zertifizierungs-Audits Berichts-Nr. A10031603 erbracht. Dieses Zertifikat ist nur in Verbindung mit der erfolgreichen Durchführung der Überwachungsaudits gültig.

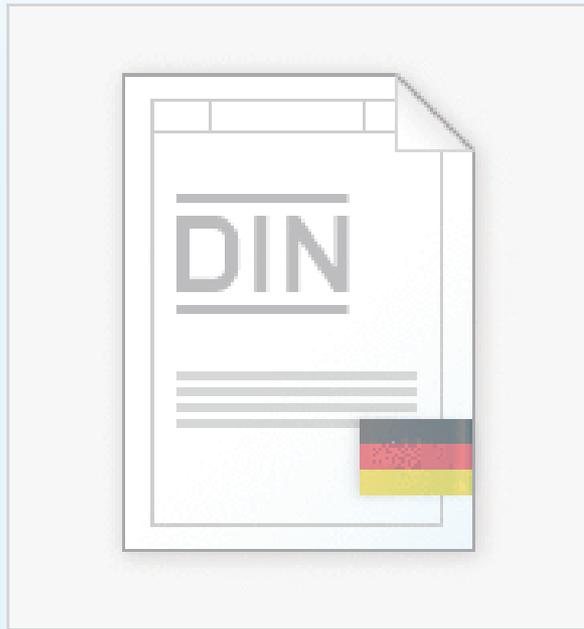
Dieses Zertifikat ist gültig ab:	13.10.2010	Datum der Erstzertifizierung:	20.02.2004
Dieses Zertifikat ist gültig bis:	04.09.2013	Zertifikat-Registrier-Nr.:	1709261192
Letzter Audittag:	08.09.2010		

UMS-DGA-ZM-05-91-60

NORM

# DIN ISO 26000 [NEU]

Titel (deutsch): Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010)



## DIN ISO 26000:2011-01 (D)

### Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung (ISO 26000:2010)

Inhalt	Seite
Nationales Vorwort .....	5
Nationaler Anhang NA (informativ) Literaturhinweise .....	6
Einleitung .....	8
1 Anwendungsbereich .....	14
2 Begriffe .....	15
3 Gesellschaftliche Verantwortung verstehen .....	18
3.1 Die gesellschaftliche Verantwortung von Organisationen: Historischer Hintergrund .....	18
3.2 Neueste Trends gesellschaftlicher Verantwortung .....	19
3.3 Merkmale gesellschaftlicher Verantwortung .....	20
3.3.1 Allgemeines .....	20
3.3.2 Die Erwartungen der Gesellschaft .....	20
3.3.3 Die Rolle der Anspruchsgruppen im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung .....	21
3.3.4 Integration gesellschaftlicher Verantwortung .....	21
3.3.5 Beziehung zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und nachhaltiger Entwicklung .....	24
3.4 Der Staat und die gesellschaftliche Verantwortung .....	24
4 Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung .....	25
4.1 Allgemeines .....	25
4.2 Rechenschaftspflicht .....	25
4.3 Transparenz .....	26
4.4 Ethisches Verhalten .....	27
4.5 Achtung der Interessen von Anspruchsgruppen .....	27
4.6 Achtung der Rechtsstaatlichkeit .....	28
4.7 Achtung internationaler Verhaltensstandards .....	28
4.8 Achtung der Menschenrechte .....	29
5 Anerkennung gesellschaftlicher Verantwortung und Einbindung von Anspruchsgruppen .....	30
5.1 Allgemeines .....	30
5.2 Anerkennung gesellschaftlicher Verantwortung .....	30
5.2.1 Auswirkungen, Interessen und Erwartungen .....	30
5.2.2 Anerkennen der Kernthemen und relevanter Handlungsfelder gesellschaftlicher Verantwortung .....	31

# ... CSR-Berichte...

H&M

SOCIAL RESPONSIBILITY 2007



HSV

CSR-Broschüre des Hamburger Sport-Neuwins e.V.  
**GRENZENLOS GUT**



Gesellschaftliche Verantwortung  
Bericht 2007



WE CARE  
E&A EUROPE · WE CARE



# ... Homepage...

The screenshot shows the homepage of Globetrotter.de. The header features the logo 'Globetrotter.de Ausrüstung' and a navigation bar with links for 'ONLINE-SHOP', 'FILIALEN', 'HANDBUCH', 'BERATUNG', 'SERVICE', 'FORUM', and 'WIR'. The slogan 'Träume leben.' is visible in the top right. A search bar and a 'Direkt bestellen' button are located below the navigation. The main content area displays a breadcrumb trail 'Wir > Presse' and a series of tabs for different press-related topics: 'Pressekontakt', 'Pressespiegel', 'Pressemitteilungen', 'Pressebilder', 'Firmenportrait', 'CSR', and 'Preise'. The 'CSR' tab is selected, showing an article titled 'Was bedeutet "Corporate Social Responsibility"?' with several paragraphs of text. A sidebar on the left lists various shop categories. The footer contains copyright information and a tagline: '... Bekleidung und Ausrüstung für Outdoor, Trekking, Camping ...'.

**Globetrotter.de**  
Ausrüstung

HAMBURG | BERLIN | DRESDEN | FRANKFURT | BONN | KÖLN | MÜNCHEN

Träume leben.

ONLINE-SHOP FILIALEN HANDBUCH BERATUNG SERVICE FORUM WIR

Artikel-Suche [» Direkt bestellen](#) 31.01.2011 | 10:54 CET | Zur Zeit sind 1372 Besucher online

Alle Shop-Rubriken ▾

Wir:

- » Firmengeschichte
- » Presse
- » Jobs
- » Versand / Verwaltung
- » Filialen
- » WWW-Geschichte
- » Partner

» Wir > Presse

Pressekontakt Pressespiegel Pressemitteilungen Pressebilder Firmenportrait CSR Preise

Definition Betriebsintern Umweltschutz Tierschutz Produktion Kundendialog Bis hierhin...

### Was bedeutet "Corporate Social Responsibility"?

Die "Corporate Social Responsibility" (CSR) beschreibt das freiwillige verantwortliche Handeln von privatwirtschaftlichen Unternehmen, das über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht.

Mit CSR-Maßnahmen übernehmen Firmen soziale sowie ökologische Verantwortung und leisten aus eigenem Antrieb einen Beitrag für Mensch, Tier, Umwelt und Wirtschaft. Sie tragen zum Wohl der Gesellschaft und all ihrer Mitglieder bei, indem sie z.B. den Tier- und Umweltschutz fördern, den Arbeitsplatz und die betriebsinternen Bedingungen menschlich gestalten, die Kundenbedürfnisse verstärkt berücksichtigen und die Wirtschaft vorantreiben.

Wir von Globetrotter Ausrüstung engagieren uns seit Jahren freiwillig im Sinne eines ökologisch und sozial glaubwürdigen Verhaltens zum Nutzen der Gesellschaft. Intensiv arbeiten wir an der Umsetzung einer nachhaltigen Firmenpolitik, die unseren gesellschaftlichen Einsatz in unsere Unternehmensstrategie integriert. „Wir leben von der Begeisterung unserer Mitarbeiter und Kunden für faszinierende Erlebnisse in der unbelassenen, gesunden Natur - umso größer ist unsere Verantwortung, uns für den Erhalt dieser einzusetzen“, sagen Andreas Bartmann und Thomas Lipke, die geschäftsführenden Gesellschafter.

Von den vielen Beiträgen, die wir zur Verbesserung unseres sozialen, ökologischen und ökonomischen Umfeldes leisten, haben wir für Sie einige auf dieser Seite zusammengestellt.

*Stand: September 2009*

© 2011 Globetrotter Ausrüstung | All rights reserved

... Bekleidung und Ausrüstung für Outdoor, Trekking, Camping ...

# ... Der ehrbare Kaufmann 3.0

facebook

WordPress.ORG

Google

YouTube

XING

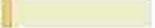
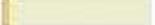


Bildquelle: [www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com)

twitter

- Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung zur Erreichung wirtschaftlicher Ziele
- mit Nutzung von SocialMedia

169 Rezensionen

5 Sterne:		(97)
4 Sterne:		(35)
3 Sterne:		(15)
2 Sterne:		(13)
1 Sterne:		(9)

Bildquelle: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

**CSR**  
**= Tue Gutes**  
**+ rede darüber?**



Greenpeace | Greenwashing - Mozilla Firefox

File Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://stopgreenwash.org/

Greenpeace | Greenwashing

**GREENPEACE** Greenwashing

Clean up your act, **NOT** your image

HOME ABOUT INVESTIGATIONS GET INVOLVED GREENWASH SOLUTIONS GREENWASH ADS

## What's this all about?

Every day, Americans are bombarded with advertising about environmentally friendly goods and services. But how many really are green, and how many are just pretending?

**Featured Greenwash** previous | next 1 2 3 4

### INTRODUCTION TO STOPGREENWASH.ORG



These days, green is the new black. Corporations are falling all over themselves to demonstrate that they are environmentally conscious. The average citizen is finding it more and more difficult to tell the difference between those companies genuinely dedicated to making a difference and those that are using a green curtain to conceal dark motives.

[Learn More](#)

**green•wash**  
(grēn'wōsh', -wōsh')

Used to describe the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service.

### VIDEOS

User-submitted videos:

[SUBMIT YOURS](#) [VOTE ON WORST](#)

[SHARE](#)



# JAMIE OLIVER





Dr. Thomas Salmen...

**XING** bei XING...

**facebook** bei facebook...

**twitter** bei twitter...

  
**WORDPRESS** im Blog...

... oder bei der Xplus3 GbR:



**Xplus3**  
Beratung mit Zufriedenheitsgarantie

Dr. Thomas Salmen  
Geschäftsführer

Lagesche Straße 83a  
32756 Detmold

Telefon +49 5231 8792265  
Telefax +49 5231 8792266

Salmen@Xplus3.de  
www.Xplus3.de

