



Was machen wir?

Im Rahmen des Projekts hat die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. eine Informationsplattform zum Thema CSR entwickelt. Sie bietet Verbrauchern Hintergrundinformationen und macht CSR-Aktivitäten von Handelsunternehmen aus den umsatzstärksten Branchen transparent.

Gemeinsam mit dem Öko-Institut e.V. und Vertretern aus Politik und Handel wurden dazu Kriterien zur Umwelt- und Sozialverantwortung im Einzelhandel entwickelt. Sie erfassen für den Verbraucher relevante Themen und bilden das Engagement von Handelsunternehmen umfassend ab. Neben dem allgemeinen Engagement der Unternehmen wird auch die Förderung nachhaltiger Produkte berücksichtigt.

Die Ergebnisse einer Befragung stehen Verbrauchern gemeinsam mit zahlreichen Hinweisen zum nachhaltigen Einkauf unter www.nachhaltig-einkaufen.de zur Verfügung.



Vorgehensweise

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. ist der 1985 gegründete Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher. Schwerpunkt des Verbandes ist der ökologische, gesundheitliche und soziale Verbraucherschutz.

Verbraucher haben Macht: Sie nehmen mit ihrem Einkauf Einfluss und entscheiden, welche Produkte angeboten oder aufgelistet werden. Wer diese Macht einsetzen will, braucht glaub-

würdige, handlungsorientierte Informationen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. stellt diese auf verschiedene Weise bereit und vertritt das Leitbild des „mündigen, verantwortlichen Verbrauchers“.

Sie können die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. durch eine Mitgliedschaft oder Spende stärken. Beiträge und Spenden sind steuerlich absetzbar, da der Verband als gemeinnützig anerkannt wird.

Kontakt

VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.
Elsenstraße 106, 12435 Berlin
Tel.: 030/53 60 73-3, Fax: 030/53 60 73-45

Ansprechpartnerinnen:
Dr. Melanie Weber; Judith Hübner
mail@verbraucher.org

www.verbraucher.org
www.nachhaltig-einkaufen.de

Das Projekt wird gefördert durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und das Umweltbundesamt.

Impressum

Herausgeber: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., mail@verbraucher.org.
Redaktion: Georg Abel (V.i.S.d.P.), Judith Hübner, Dr. Melanie Weber (12/08)

INITIATIVE Nachhaltig handeln.



Umwelt- und Sozialverantwortung (CSR) in Handelsunternehmen

Mehr Transparenz durch Verbraucherinformation

B u n d e s v e r b a n d

Die Verbraucher Initiative e.V.

Umwelt- und Sozialverantwortung (CSR) in Handelsunternehmen

Mehr Transparenz durch Verbraucherinformation

Liebe Leserin, lieber Leser, immer mehr Unternehmen haben erkannt, dass sie soziale und ökologische Verantwortung tragen. Inwieweit das freiwillige ökologische und soziale Engagement von Unternehmen – Corporate Social Responsibility (CSR) genannt – erfolgreich ist, hängt von engagierten Unternehmen und von Verbrauchern ab, die Nachhaltigkeit durch ihre Kaufentscheidungen einfordern.

In unserer globalisierten Welt verlagern Unternehmen zunehmend ihre Produktionsstätten in Länder mit niedrigeren Lohnkosten. Durch schärferen Wettbewerb und Preisdruck werden die Arbeitsbedingungen und Umweltstandards vernachlässigt – sowohl in der heimischen wie auch in der ausländischen Produktion.

Unter welchen Bedingungen Produkte entstehen, ist dabei für den Kunden kaum noch nach-

vollziehbar. Gleiches gilt für das globale Handeln von Unternehmen. Umso wichtiger werden Informationen, die Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und ihrer Herstellungsweisen helfen. Denn: Je stärker Verbraucher Unternehmen nach ihren CSR-Aktivitäten bewerten, umso eher werden diese zu mehr CSR-Engagement motiviert.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. setzt mit dem Projekt „Umwelt- und Sozialverantwortung in Handelsunternehmen – mehr Transparenz durch Verbraucherinformation“ an dieser Stelle an. Wir stellen Verbrauchern ein Informationsangebot zur Verfügung, damit sie Entscheidungen für einen nachhaltigen Einkauf treffen können.

Dr. Melanie Weber
(Projektleiterin)

Judith Hübner
(Umweltreferentin)

Corporate Social Responsibility – Was steckt dahinter?

Corporate Social Responsibility beschreibt das freiwillige Engagement von Unternehmen, seine Aktivitäten über die gesetzlichen Vorgaben hinaus sozial und umweltgerecht auszurichten. Damit sind die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards bei der Produktherstellung genauso gemeint wie der betriebliche Umweltschutz, der Schutz von Arbeitnehmerrechten und der Verbraucherschutz. CSR umfasst die gesamte Wertschöpfungskette von den sozialen und ökologischen Bedingungen der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung der Produkte.

Immer mehr Unternehmen nehmen zur Kenntnis, dass Verbraucher nachhaltige Betriebe honorieren und Produkte von Unternehmen bevorzugen, die ökologisch und sozial verantwortlich handeln.

Für Unternehmen lohnt sich CSR-Engagement gleich mehrfach: Energieeffizienz, Klima- und Ressourcenschutz, Weiterbildungsmodelle für Mitarbeiter und Verbesserung bei deren Sozial- und Gesundheitsvorsorge bedeuten neben Imagegewinn und der Bindung von Mitarbeitern auch ökonomische Vorteile.

CSR im Einzelhandel

Das Projekt „Umwelt- und Sozialverantwortung in Handelsunternehmen – Mehr Transparenz durch Verbraucherinformation“ der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. greift die aktuelle Diskussion um mehr Umwelt- und Sozialverantwortung von Einzelhandelsunternehmen auf.

Handelsunternehmen sind eine wichtige Schnittstelle zwischen Verbraucher und Hersteller. Ziel des Projektes ist es, die CSR-Aktivitäten von Handelsunternehmen für Verbraucher transparent zu machen. Das Pro-

jekt trägt damit zur Stärkung der Verbraucherkompetenz bei und fördert nachhaltiges Handeln bei Verbrauchern und Handelsunternehmen. Es hilft, nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen zu verschaffen und nachhaltigkeitsbewusste Verbraucher und engagierte Handelsunternehmen zusammenzuführen.

Mit dem Projekt führt die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. die im Jahr 2006 begonnene „Initiative Nachhaltig handeln“ mit einem neuen Schwerpunkt fort.

www.nachhaltig-einkaufen.de



Die Lieferkette – Der lange Weg unserer Waren