



Projekt

Umwelt- und Sozialverantwortung bei Markenfir­men und Einzelhandel

Mit dem Unternehmens-Check auf www.nachhaltig-einkaufen.de stellt die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ein Informationsportal zur Verfügung, das über das ökologische und soziale Engagement von Einzelhandelsunternehmen und zukünftig auch von Herstellerunternehmen informiert.

Die Untersuchungsergebnisse basieren auf bundesweiten Befragungen zum Umwelt- und Sozialengagement entlang der gesamten Lieferkette.

Nach einer Befragung der sechs umsatzstärksten Einzelhandelsbranchen im Jahr 2009 folgte die Befragung dreier weiterer Branchen im Jahr 2010. Die ambitionierten branchenspezifischen Fragebögen wurden vom

Öko-Institut e. V. entwickelt und enthielten rund 350 Nachhaltigkeitskriterien.

2011 setzt die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ihre Arbeit zum Thema Umwelt- und Sozialverantwortung von Unternehmen im Handel fort. Zum dritten Mal führt der Verband mit Unterstützung von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt eine bundesweite Unternehmensbefragung durch.

In dem Projekt „Umwelt- und Sozialverantwortung bei Markenfir­men und Einzelhandel“ werden die sechs umsatzstärksten Einzelhandelsbranchen erneut untersucht. Zusätzlich werden zum ersten Mal auch MarkenhHersteller dieser Branchen befragt.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ist der 1985 gegründete Bundesverband kritischer Verbraucherinnen und Verbraucher. Schwerpunkt des gemeinnützigen Vereins ist die ökologische, gesundheitliche und soziale Verbraucherarbeit. Der Bundesverband setzt dabei vor allem auf Information und bietet u. a. verschiedene thematische Internetseiten sowie rund 85 Themenbroschüren an.

Verbraucher haben Macht. Sie nehmen mit ihrem Einkauf Einfluss und entscheiden, welche Produkte angeboten oder ausgelistet werden. Wer diese Macht einsetzen will, braucht glaubwürdige, handlungsorientierte Informationen. Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. stellt diese auf verschiedene Weise bereit und ver-

tritt das Leitbild des „mündigen, verantwortlichen Verbrauchers“.

Die Unternehmensbefragungen finden im Rahmen der „Initiative nachhaltig handeln.“ statt, die 2006 gestartet wurde. Ziel der Initiative ist es, ökologische und soziale Unternehmensaktivitäten transparent zu machen und Verbraucherkompetenzen für den nachhaltigen Konsum zu stärken. Die Initiative hilft, nachhaltigen Produkten mehr Marktchancen zu verschaffen und führt nachhaltigkeitsbewusste Verbraucher und engagierte Unternehmen zusammen.

Sie können die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. durch eine steuerlich absetzbare Mitgliedschaft oder Spende stärken.

Kontakt

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

Ansprechpartnerinnen:
Dr. Melanie Weber-Moritz (Projektleitung)
Judith Hübner (Umweltreferentin)

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

Impressum

Herausgeber: Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V., mail@verbraucher.org
Redaktion: Georg Abel (V.i.S.d.P.), Dr. Melanie Weber-Moritz, Judith Hübner (12/10)

Dieses Projekt wurde gefördert durch:



Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den AutorInnen.

Nachhaltig einkaufen

Unternehmens-Check und Produktinformation



Bundesverband

Die Verbraucher Initiative e.V.

Nachhaltige Produkte und Unternehmen

Verantwortung schafft Vorteile



Liebe Leserin, lieber Leser,

CSR soll zu einem echten Standortvorteil für Deutschland werden, erklärte Bundesarbeitsministerin von der Leyen anlässlich der Veröffentlichung des deutschen CSR-Aktionsplans. Dies kann nur gelingen, wenn das Engagement von Unternehmen auch gesehen und damit von Verbrauchern belohnt werden kann.

An diesem Punkt setzt die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V., unterstützt von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt, mit ihrer Befragung an. Mit der Untersuchung der sozialen und ökologischen Aktivitäten von Unternehmen der umsatzstärksten Einzelhandelsbranchen in Deutschland macht sie Unternehmensengagement für Verbraucher sichtbar und unterstützt aktiv die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeits-Aktivitäten von Handels- und Herstellerunternehmen. Ein als Checkliste angelegter Fragebogen hilft dabei, sich beim Thema Nachhaltigkeit strategisch für die Zukunft aufzustellen.

In Zeiten rückläufiger und stagnierender Märkte können sich Unternehmen durch die Teilnahme an der unabhängigen Untersuchung einen wichtigen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Denn Unternehmen, die eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen, werden von ihren Kunden belohnt. Die Übersicht auf www.nachhaltig-einkaufen.de zeigt, welche Betriebe in den letzten Jahren von der VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. untersucht und als nachhaltiges Unternehmen ausgezeichnet wurden.

Georg Abel
Bundesgeschäftsführer
Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V.

www.nachhaltig-einkaufen.de

Entlang der Wertschöpfungskette

Nachhaltiges Engagement lohnt sich

Regelmäßig berichten Medien über Unternehmen, die ihre ökologische und soziale Verantwortung nicht wahrnehmen. Ob Mitarbeiterbespitzelung, ausbeuterische Kinderarbeit oder Schadstoffe in Produkten – Verbraucher erwarten von Unternehmen, dass sie für umweltfreundliche Produkte und faire Löhne im Unternehmen und in der Lieferkette sorgen.

Ein nachhaltiges Unternehmen nimmt seine Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette wahr. Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) steht dabei für das freiwillige Engagement von

Unternehmen, über den gesetzlichen Rahmen hinaus, soziale und ökologische Aspekte in allen Unternehmensbereichen zu berücksichtigen.

Verbraucher honorieren nachhaltige Betriebe und bevorzugen Produkte von Unternehmen, die ökologisch und sozial verantwortlich handeln. Für Unternehmen lohnt sich nachhaltiges Engagement gleich mehrfach: Energieeffizienz, Klimaschutz, Weiterbildungsangebote für Mitarbeiter und Verbesserung der Sozial- und Gesundheitsvorsorge fördern das Image, motivieren Mitarbeiter und haben ökonomische Vorteile.

Unternehmens-Check 2011

VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. startet Befragung

Handelsunternehmen und Markenhersteller können sich 2011 einem kostenfreien standardisierten Unternehmens-Check hinsichtlich ihres Umwelt- und Sozialengagements unterziehen.

Die vom Öko-Institut e. V. entwickelten branchenspezifischen Fragebögen sind gleichzeitig als Nachhaltigkeits-Checkliste angelegt und unterstützen Unternehmen dabei, ihre Stärken und Schwächen im Themenfeld Nachhaltigkeit zu erkennen. Der Unternehmens-Check hilft, sich beim Thema Nachhaltigkeit besser aufzustellen. Die Fragebögen werden

anonym behandelt. Bei positivem Abschneiden erhalten Einzelhandelsunternehmen und Markenhersteller eine Auszeichnung, die für die Außendarstellung des Unternehmens eingesetzt werden kann.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE e. V. ruft Handelsunternehmen und Markenhersteller der folgenden Branchen auf, sich an der Untersuchung zu beteiligen:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit und Körperpflege
- Textilien und Schuhe
- Heimwerker- und Baumaterial
- Möbel
- Informations- und Telekommunikationstechnologie

