



CSR MAGAZIN

Unternehmen. Verantwortung. Gesellschaft.

Vertrauen das flüchtige Kapital



Unternehmenskultur // Lobbying // CSR-Kommunikation // Aufsichtsräte // Nachhaltiger Konsum // Lateinamerika // Handwerk // Think Tanks // Nachhaltigkeitsbanken // Entwicklungszusammenarbeit // Werbeartikel // Kooperationen // Arbeitszeitmodelle // Label // St. Galler CSR-Tage

Werden Sie Partner im CSR-Netzwerk

- Gestalten Sie Ihr Unternehmen nachhaltig
- Hintergrund und Best Practice für Ihre Strategien
- Aktuelle Informationen, Dialog und Services

Nur 8 Euro
im Monat



ONLINE-SERVICE • QUARTALSMAGAZIN • EVENTS

ZEIT ZU

HANDELN



(Schnupper-)Partner werden unter www.csr-magazin.net



Thomas Beschorner
Wissenschaftlicher
Direktor



Achim Halfmann
Chefredakteur

Vertrauen ist gut – Vertrauen ist ein Gut

Sie öffnen Ihre Brieftasche und nehmen einen Geldschein heraus. Was sehen Sie? Erst einmal sehen Sie ein Stück bunt bedrucktes Papier. Keine Angst, es ist doch mehr als das. Es ist mehr als das, weil wir uns in unseren Gesellschaften darauf geeinigt haben, dass diese „Zettel“ mit einem Wert verbunden sind. Darauf können wir „vertrauen“. Beim Thema Geld wird die Relevanz von Vertrauen in der Ökonomie besonders deutlich. Nicht zufällig ist das Wort „Trust“ die englische Übersetzung von Vertrauen und zugleich die Bezeichnung eines Vermögensfonds.

Vertrauen, das Scherpunktthema der aktuellen Ausgabe des CSR MAGAZIN, ist still und heimlich ins Rampenlicht der (Welt-) Öffentlichkeit gerückt: „Das Vertrauen in die Finanzmärkte ist erschüttert – es muss wiedergewonnen werden“, der designierte Bundespräsident Joachim Gauck soll „das Vertrauen in die Politik zurückbringen“, das Motto der diesjährigen CEBIT lautet „Managing Trust“. Diese und viele andere Beispiele veranschaulichen, dass Vertrauen ganz offensichtlich wichtig für die Gesellschaft ist. Und was für die Gesellschaft wichtig ist, muss auch für Unternehmen Relevanz besitzen – und das tut es auch.

Vertrauen ist gut. Es ist für die Beziehungen zwischen Menschen im täglichen Miteinander ebenso essenziell wie für Organisationen und die Gesellschaft insgesamt. Der unternehmerische Kontext stellt hier keine Ausnahme dar. Im Gegenteil: Ökonomen sprechen gerne von „Vertrauen als wichtigem Gut“, einem Produktionsfaktor.

Das vorliegende Heft beleuchtet die Bedeutung von Vertrauen für Unternehmen und Gesellschaft aus unterschiedlichen Perspektiven: aus Kunden-, Mitarbeiter- und Eigentümersicht, im Blick auf die Innovationsfähigkeit eines Unternehmens oder seine Kommunikationsfähigkeit gegenüber kritischen Stakeholdern sowie im Gegenüber zu Controlling-Maßnahmen und Compliance. Die Beiträge verdeutlichen, dass Vertrauen kein schlichtes Steuerungsinstrument ist, mit dem Organisationsprozesse im Unternehmen und die Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Stakeholdern einfach nur „gemanagt“ werden können. Es stellt streng genommen vielmehr eine Dimension außerhalb des Ökonomischen dar, die es zu kultivieren und nicht nur zu managen gilt. Erst dadurch kann sich Vertrauen (auch) positiv auf den Geschäftserfolg auswirken.

Es gilt Vertrauen zu kultivieren, nicht zu managen.

Vielen Dank für Ihr Vertrauen!

Ihre

Achim Halfmann und Thomas Beschorner
redaktion@csr-magazin.net



6



10



24



33

EDITORIAL Seite 3

THEMEN

„Niemand hat bereits alle Probleme gelöst.“

Eine Bestandsaufnahme zur Unternehmensverantwortung auf den St.Galler CSR-Tagen. Seite 6

„It takes Two to Tango“ – Nachhaltiger Konsum und Einzelhandel

Im Gespräch mit Cornelia Diethelm und Imke Schmidt. VON THOMAS BESCHORNER Seite 8

„Wir konsumieren häufig bewusstlos“

Im Gespräch mit Prof. Dr. Ludger Heidbrink VON THOMAS FELDHAUS Seite 10

Unternehmen in Lateinamerika: moderne Philanthropen

Lateinamerikas schwache Staaten sind auf das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen angewiesen. VON RONALD KRÖKER Seite 12

AKTEURE

Reiche Renditen jenseits der Zinsen

Nachhaltigkeitsbanken setzen auf lebenswerte Projekte. VON JOHANNA THELEMANN Seite 14

Das Handwerk: Der stille CSR-Riese von nebenan

Großes Potenzial des Handwerks als Nachhaltigkeits-treiber. VON HANS-DIETER SOHN Seite 16

Vom Think-Tank zum Do-Tank: Wohin steuern die Denkfabriken?

Die Proportionen der weltweiten Think Tank Szene. VON MARTIN THUNERT Seite 18

Der Markt wird's schon richten?

Nachhaltige Geschäftsmodelle auf neuen Märkten. VON TORSTEN SEWING Seite 21

Unpassende Werbeartikel können das Unternehmensimage ruinieren

CSR-Trends von der PSI-Messe Seite 23

WISSEN

ISO 20121: Ein neuer Standard für nachhaltige Events

Ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement von Veranstaltungen. VON GERRIT JESSEN Seite 31

Nachhaltige Label im Wettbewerb

Was tun angesichts des Angebots verschiedener Zeichen, die scheinbar alle das Gleiche wollen? VON SILKE PETERS Seite 33

Nachhaltigkeit braucht neue Aufsichtsräte

Sie sind mehr als „nur“ Kontrollorgane. VON THOMAS FELDHAUS Seite 35

THEMEN
AKTEURE
WISSEN
DIALOG
TITEL
SERVICE

DIALOG

Wie kooperieren Unternehmen und Umweltverbände erfolgreich?
Welches Erfolgsgeheimnis liegt einer guten Kooperation zugrunde? VON MATTHÄUS WUCZKOWSKI UND CORINNA BRUNSCHÖN..... **Seite 24**

CSR-Kommunikation: DPRG-Arbeitskreis
Im Gespräch mit Riccardo Wagner.
VON ACHIM HALFMANN **Seite 26**

Innovative Arbeitszeitmodelle: Gewinn für alle
Flexibilität und Nachhaltigkeit in der Gestaltung von Arbeitszeiten. VON TONG-JIN SMITH..... **Seite 28**

Familienfreundlichkeit und Führen in Teilzeit
Im Gespräch mit Joachim Sauer.
VON TONG-JIN SMITH **Seite 30**

TITEL

Vertrauen – das flüchtige Kapital
Wie lässt es sich gewinnen?
VON ACHIM HALFMANN..... **Seite 37**

CSR und Lobbying: Freunde oder Feinde?
Interessenvertretung nach demokratischen Idealen.
VON TIM BREITBARTH **Seite 40**

Vertrauen und Kontrolle sind keine Gegensätze
Sollen Unternehmen vertrauen oder kontrollieren?
VON MAXIMILIAN METZNER **Seite 42**

CONTENT PARTNER

Vertrauen durch Verantwortung?
Herausforderungen an die zukünftige Entwicklung von CSR BERTELSMANN STIFTUNG **Seite 44**

SERVICE

Literatur **Seite 46**
Studien **Seite 47**
Events **Seite 48**
CSR im Web **Seite 49**
In eigener Sache **Seite 50**



37



40



42

IMPRESSUM

Die Broschüre wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. Das Papier stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und alle beteiligten weiterverarbeitenden Betriebe erfüllen die Anforderungen des FSC für die Produktionskette.



CSR MAGAZIN ist eine Kooperation von CSR NEWS GmbH und Vogel Business Media GmbH & Co. KG

Chefredakteur und Herausgeber
Achim Halfmann (CSR NEWS) v.i.S.d.P.
Thomas Beschorner

Redaktion
Corinna Brunschön, Thomas Feldhaus,
Thomas Hajduk, Gerrit Jessen, Ronald Kröker,
Silke Peters, Torsten Sewing, Tong-Jin Smith,
Hans-Dieter Sohn, Johanna Thelemann,
Martin Thunert, Matthäus Wuczowski

Anschrift Redaktion und Verlag
CSR NEWS GmbH
Unterscheideweg 13
42499 Hückeswagen
Tel.: +49 (0)2192 8770000
E-Mail: redaktion@csr-magazin.net
<http://www.csr-news.net>

Textredaktion und Koordination
Ute Jaxtheimer
Gunther Schunk

Bildredaktion
Kristin Vorbohle

Layout
Kristin Albrecht, Carolin Frank,
Elena Anetzberger, Michaela Deppe

Herstellung
Frank Schormüller

Druck
Hoehl-Druck Medien + Service GmbH
Gutenbergstraße 1
36251 Bad Hersfeld

Kommunikation (Anzeigen, Banner)
Gerhard Holzward
h&g Editors GmbH
Welsersstraße 5
81373 München
Telefon: +49 (0) 89-97 89 99-298
E-Mail: marketing@csr-news.net

Erfüllungsort und Gerichtsstand
Würzburg