

oekom r|e|s|e|a|r|c|h (Hrsg.)

## Globale Geschäfte – globale Verantwortung

Wie die Global Player die großen  
Herausforderungen einer nachhaltigen  
Entwicklung meistern



## oekom Research AG (Hrsg.) Globale Geschäfte – globale Verantwortung

*Wie die Global Player die großen  
Herausforderungen einer nachhaltigen  
Entwicklung meistern*

148 Seiten, Softcover,  
ISBN 978-3-86581-418-0,  
19,95 € (D).  
Auch als E-Book erhältlich.

Scheitern die Global Player an den sieben großen Herausforderungen der Nachhaltigkeit?

Der neue oekom research Report »Globale Geschäfte – globale Verantwortung. Wie die Global Player die großen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung meistern« (ET 13.03.2013), herausgegeben von der oekom research AG, dokumentiert die Strategien und Maßnahmen der weltweit größten Unternehmen zum Umgang mit den großen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung.

Er enthält neben der umfassenden Darstellung der Aktivitäten von Branchen und Unternehmen Profile von insgesamt 20 Branchen und umfangreiche Hintergrundinformationen zur Entwicklung des Themas Corporate Social Responsibility (CSR) in den vergangenen Jahren. Die Aussagen und Bewertungen von oekom research werden durch Einschätzungen von Gastautoren aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft ergänzt. Die Beiträge stammen unter anderem von Vertretern des BUND, der Deutschen Welthungerhilfe und des WWF.

»Trotz guter Einzelbeispiele bleibt der Großteil der Unternehmen hinter dem aus Nachhaltigkeitssicht Notwendigen zurück«, fasst Matthias Bönning, COO und Head of Research von oekom research, die Ergebnisse der Analyse zusammen. Nur jedes sechste von oekom research bewertete Unternehmen aus dem weltweiten Aktienindex MSCI World, in dem die Global Player versammelt sind, zeigt derzeit ein gutes Engagement für eine nachhaltige Entwicklung. Die Kategorie »sehr gut« bleibt sogar unbesetzt.

»Bemerkenswert ist dabei, dass es in beinahe allen von uns analysierten Handlungsfeldern Vorreiter gibt, die der Branche zeigen, was möglich ist«, so Matthias Bönning. Beispielhaft zeigt sich dies etwa bei den Maßnahmen der Nahrungsmittelhersteller zum sparsamen Umgang mit Wasser. Hier zeigt der Nahrungsmittelkonzern Unilever das größte Engagement unter den bewerteten Unternehmen. Für Maßnahmen wie die deutliche Reduzierung des relativen Wasserverbrauchs und die Analyse der Wassernutzung für einzelne Nahrungsmittel über deren gesamten Lebenszyklus erhält das Unternehmen von oekom research insgesamt 72 von 100 Punkten. In diesem Bereich landen Danone (32 Punkte) und McDonald's (19 Punkte) auf den hinteren Rängen.

Weitere konkrete Beispiele behandeln unter anderem die Entwicklung alternativer Antriebe im Automobilbau, die Klimastrategie der großen Energieversorger, die Maßnahmen der Tourismusunternehmen zum Artenschutz, den Einsatz nachhaltig erzeugter Hölzer im Bau und in der Medienbranche sowie das Engagement der Banken und Versicherungen im Bereich von Mikrokrediten und -versicherungen.

## **oekom Research AG**

Die oekom research AG ist eine der weltweit führenden Rating-Agenturen im nachhaltigen Anlagesegment und Partner zahlreicher institutioneller Investoren und Finanzdienstleister. Seit 1993 dienen ihre Bewertungen von Unternehmen, Ländern und supranationalen Einrichtungen als kritische Messlatte und gleichzeitig als Impulsgeber für die Integration ökologischer und sozialer Belange in die Unternehmensführung.