

Entscheidungshilfen zur Bewertung von Unternehmen: CSR-Reporting und Ranking

Verbraucher können mit der Wahl nachhaltiger Produkte und engagierter Unternehmen nachhaltiges Handeln fördern. Daher sind Informationen wichtig, die Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und der dahinterstehenden Unternehmen helfen.

Entscheidungshilfen zur Bewertung von Unternehmen: CSR-Reporting und Ranking

Verbraucher können mit der Wahl nachhaltiger Produkte und engagierter Unternehmen nachhaltiges Handeln fördern. Daher sind Informationen wichtig, die Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und der dahinterstehenden Unternehmen helfen.

Verbraucher erhalten Informationen, die sie für eine verantwortliche Konsumententscheidung benötigen, über:

1. Auszeichnungen und Preise
2. Internetportale für strategischen Konsum, zum Beispiel www.utopia.de
3. CSR-Tests der Stiftung Warentest und Unternehmenstester
4. **CSR-Unternehmensberichte:** Unternehmen informieren in jährlichen CSR-Berichten über ihre sozialen und ökologischen Aktivitäten innerhalb ihres Unternehmens und in ihrer Zulieferkette.

Entscheidungshilfen zur Bewertung von Unternehmen: CSR-Reporting und Ranking

Verbraucher können mit der Wahl nachhaltiger Produkte und engagierter Unternehmen nachhaltiges Handeln fördern. Daher sind Informationen wichtig, die Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und der dahinterstehenden Unternehmen helfen.

Verbraucher erhalten Informationen, die sie für eine verantwortliche Konsumententscheidung benötigen, über:

1. Auszeichnungen und Preise
2. Internetportale für strategischen Konsum, zum Beispiel www.utopia.de
3. CSR-Tests der Stiftung Warentest und Unternehmenstester
4. **CSR-Unternehmensberichte:** Unternehmen informieren in jährlichen CSR-Berichten über ihre sozialen und ökologischen Aktivitäten innerhalb ihres Unternehmens und in ihrer Zulieferkette.

Bewertung der CSR-Berichterstattung

CSR-Berichte werden regelmäßig anhand eines Kriterienkatalogs bewertet. Die besten Berichtersteller werden in einer Rangliste („Ranking“) veröffentlicht.
(Bewertung und Ranking erfolgen durch das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future e.V.)

Entscheidungshilfen zur Bewertung von Unternehmen: CSR-Reporting und Ranking

Verbraucher können mit der Wahl nachhaltiger Produkte und engagierter Unternehmen nachhaltiges Handeln fördern. Daher sind Informationen wichtig, die Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und der dahinterstehenden Unternehmen helfen.

Verbraucher erhalten Informationen, die sie für eine verantwortliche Konsumententscheidung benötigen, über:

1. Auszeichnungen und Preise
2. Internetportale für strategischen Konsum, zum Beispiel www.utopia.de
3. CSR-Tests der Stiftung Warentest und Unternehmenstester
4. **CSR-Unternehmensberichte:** Unternehmen informieren in jährlichen CSR-Berichten über ihre sozialen und ökologischen Aktivitäten innerhalb ihres Unternehmens und in ihrer Zulieferkette.

Bewertung der CSR-Berichterstattung

CSR-Berichte werden regelmäßig anhand eines Kriterienkatalogs bewertet. Die besten Berichtersteller werden in einer Rangliste („Ranking“) veröffentlicht.
(Bewertung und Ranking erfolgen durch das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future e.V.)

Ranking-Kriterien

materielle Anforderungen an die Berichterstattung

- » Unternehmensprofil
- » Vision, Strategie und Management
- » Ziele und Programm
- » Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- » ökologische Aspekte der Produktion
- » Produktverantwortung
- » Verantwortung in der Lieferkette
- » gesellschaftliches Umfeld

allgemeine Berichtsqualität

- » Glaubwürdigkeit
- » Wesentlichkeit
- » Vergleichbarkeit
- » kommunikative Qualität

(Quelle: „Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung: Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking“, Hrsg.: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und future e.V. – verantwortung unternehmen)

Entscheidungshilfen zur Bewertung von Unternehmen: CSR-Reporting und Ranking

Verbraucher können mit der Wahl nachhaltiger Produkte und engagierter Unternehmen nachhaltiges Handeln fördern. Daher sind Informationen wichtig, die Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und der dahinterstehenden Unternehmen helfen.

Verbraucher erhalten Informationen, die sie für eine verantwortliche Konsumententscheidung benötigen, über:

1. Auszeichnungen und Preise
2. Internetportale für strategischen Konsum, zum Beispiel www.utopia.de
3. CSR-Tests der Stiftung Warentest und Unternehmenstester
4. **CSR-Unternehmensberichte:** Unternehmen informieren in jährlichen CSR-Berichten über ihre sozialen und ökologischen Aktivitäten innerhalb ihres Unternehmens und in ihrer Zulieferkette.

Bewertung der CSR-Berichterstattung

CSR-Berichte werden regelmäßig anhand eines Kriterienkatalogs bewertet. Die besten Berichtersteller werden in einer Rangliste („Ranking“) veröffentlicht.
(Bewertung und Ranking erfolgen durch das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future e.V.)

Ranking-Kriterien

materielle Anforderungen an die Berichterstattung

- » Unternehmensprofil
- » Vision, Strategie und Management
- » Ziele und Programm
- » Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- » ökologische Aspekte der Produktion
- » Produktverantwortung
- » Verantwortung in der Lieferkette
- » gesellschaftliches Umfeld

allgemeine Berichtsqualität

- » Glaubwürdigkeit
- » Wesentlichkeit
- » Vergleichbarkeit
- » kommunikative Qualität

(Quelle: „Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung: Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking“, Hrsg.: Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und future e.V. – verantwortung unternehmen)

Ranking

Die Platzierungen der Unternehmensberichte können im Internet eingesehen werden. www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de / www.csr-reporting.net