



Volkmar Lübke
CorA – Netzwerk für
Unternehmensverantwortung
www.cora-netz.de

Köln, 24.09.2011

Mitglieder von CorA (Stand: September 2011)

Attac, BanaFair, Bund der deutschen katholischen Jugend (BDKJ), Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), Berliner Arbeitskreis Ökonomie und Kirche, Berliner Entwicklungspolitischer Ratschlag (BER), Chemical Sensitivity Network, Christliche Initiative Romero (CIR), Coordination gegen BAYER-Gefahren, Dachverband der Kritischen Aktionärinnen und Aktionäre, E4Globe, Earthlink, Entwicklungspolitisches Netzwerk Sachsen (ENS), European Center for Constitutional and Human Rights (ECCHR), Eine Welt Netz NRW, EPN Hessen, Evangelischer Entwicklungsdienst (EED), FIAN - Deutschland, FDCL, Forschung & Kommunikation für Konsum, Umwelt und Soziales (FoKus), Germanwatch, Global Policy Forum Europe (GPF), Greenpeace Deutschland, Grüne Liga Sachsen, IG Metall, INKOTA-netzwerk, Kampagne für ‚saubere‘ Kleidung, Kritische AktionärInnen Daimler Chrysler, Lobbycontrol, Nord-Süd-Forum München, Oxfam Deutschland, Pestizid Aktions-Netzwerk (PAN), Powershift, Pro REGENWALD, Solidaritätsfonds Demokratische Medien, Stiftung Soziale Gesellschaft - Nachhaltige Entwicklung, Südwind, terre des hommes Deutschland, Transparency International Deutschland, urgewald, Vamos, Verbraucher Initiative, Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), Verbraucherzentrale Berlin, Verbraucherzentrale Hamburg, Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung (WEED), Whistleblower Netzwerk, Werkstatt Ökonomie, Women in Europefor a Common Future Deutschland (WECF).

CorA ist Teil eines europäischen Netzwerkes

92 Group, Denmark
MVO Platform, Netherlands
Forum citoyen pour la RSE, France
Observatorio de la RSE, Spain
Manitese, Italy
CORE Coalition, UK
CorA, Germany
Netzwerk Soziale Verantwortung, Austria
Finnwatch, Finland
Fair Trade Center, Sweden
GRESEA, WSM, Belgium
Environmental Law Service, Czech Republic
Forum for environment and development, Norway
CentrumCSR, Poland
MultiWatch, Switzerland
Corporate Europe Observatory
fidh
FoEEurope
Karat Coalition

European Coalition for Corporate
Justice

www.corporatejustice.org

Tel + 32 2 542 01 87

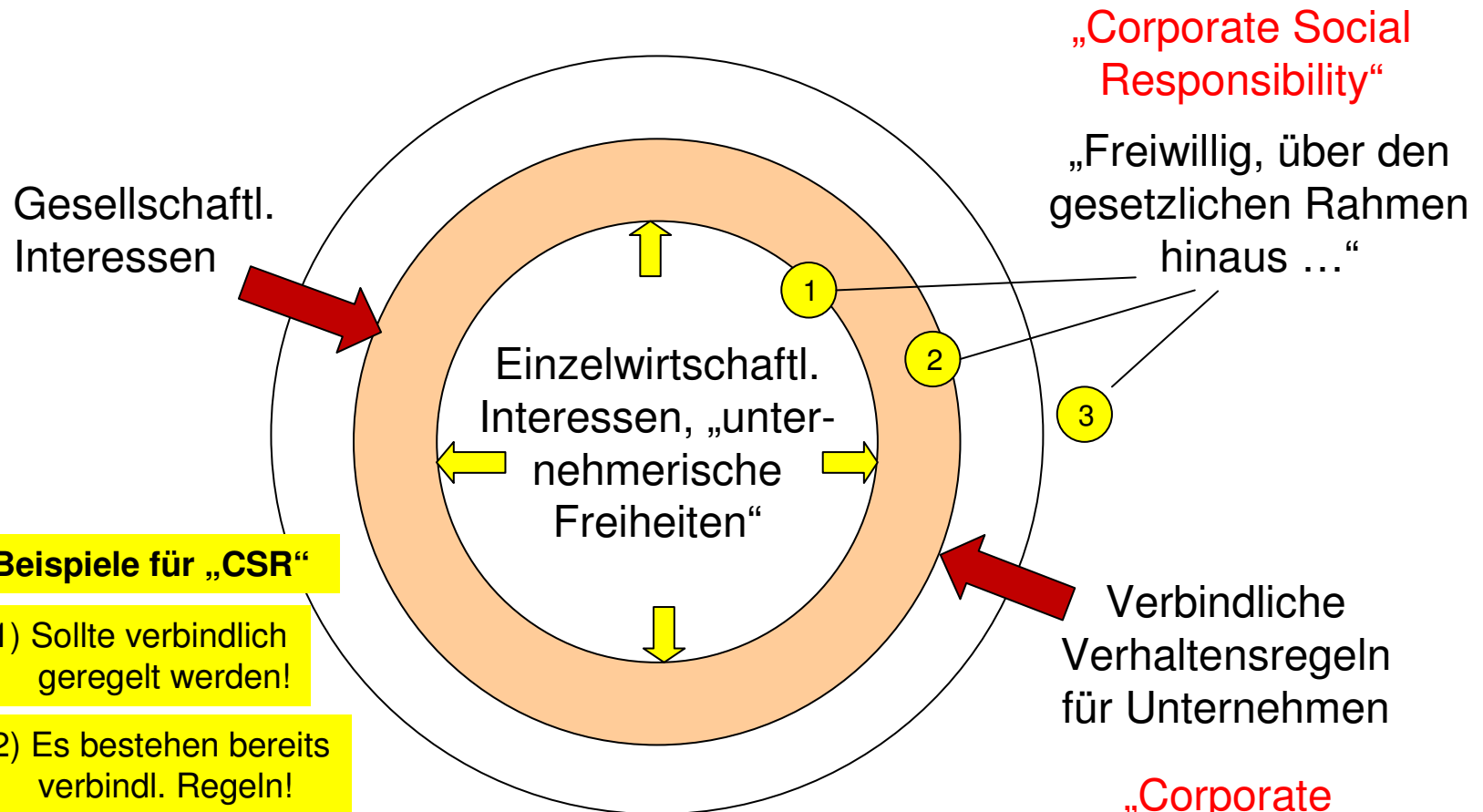
Rue Blanche 15, Brussels

CorA – Forderungen (und z.T. Arbeitsgruppen)

Unsere wichtigsten Forderungen an die Politik sind:

- 1. Rechenschafts- und Publizitätspflichten für Unternehmen**
- 2. Gesellschaftliche Anforderungen für die Vergabe öffentlicher Aufträge**
- 3. Verankerung von Unternehmenspflichten in internationalen Wirtschaftsabkommen und bei der Wirtschaftsförderung**
- 4. Gerechte Unternehmensbesteuerung zum Nutzen der Gesellschaft**
- 5. Wirksame Sanktionen und Haftungsregeln für Unternehmen**
- 6. Stärkung der Produktverantwortung und Förderung zukunftsfähiger Konsum- und Produktionsmuster**

Die Auseinandersetzung um Unternehmensverantwortung



Beispiele für „CSR“

- 1) Sollte verbindlich geregelt werden!
- 2) Es bestehen bereits verbindl. Regeln!
- 3) Hat mit dem Kerngeschäft des Unternehmens nichts zu tun!

Strategien von Unternehmen in Legitimationskrisen

Die sogenannte „3D-Strategie“ der Public Relations:

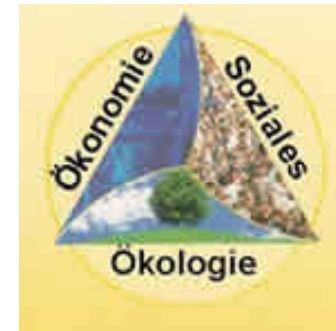
- * **„Deny“**
abstreiten, dass das Problem mit der eigenen Tätigkeit zu tun hat
Es ist nicht erwiesen, dass der Klimawandel „menschengemacht“ ist
- * **„Delay“**
sofortige Aktionen verzögern
Weitere wissenschaftliche Untersuchungen sind notwendig. Gründung der „Global Climate Coalition“
- * **„Dialogue“ - „Divide and Rule“**
- * **„Dominate“**
mit eigenen Konzepten offensiv die weitere Diskussion bestimmen
Reduktionsziele vermeiden, allenfalls Emissionshandel zulassen ...

„Dominate“-Strategien von Unternehmen(-sverbänden) „Deep Greenwash“

*** *Wir definieren, worum es geht !***

„CSR“

„Nachhaltigkeit“



*** *Wir kontrollieren die Erfüllung von Standards selbst !***

„BSCI“

„GSCP“

*** *Wir bestimmen, wie darüber berichtet wird !***

„Integrated Reporting“

Greenwashing von Einzel-Unternehmen

Auf der Ebene der Einzelunternehmen kann sich das „Greenwashing“ einer breiten Palette von Manipulationstechniken bedienen, die die Kommunikationsbranche zur Verfügung stellt. Dies gilt sowohl für die Argumentation als auch die Visualisierungen, speziell auch die Aufbereitung von Daten und Statistiken.



Schöne grüne Welt!



Beispiel: RWE



**LobbyControl:
„Greenwash in Zeiten des
Klimawandels“, Nov. 2007**

Eine Idee von RWE: Weniger CO₂ durch Innovationen

Wer sich am meisten über unsere Investitionen freut? Das Klima.

Stromerzeugung und Klimaschutz sind für uns kein Widerspruch. Im Gegenteil: Mit vorangehenden Investitionen und technischen Innovationen startet RWE in ein neues Energiekapitel. Ziel ist es, unseren Kraftwerkspark ökologisch zu modernisieren und so einen wichtigen Beitrag zum weltweiten Klimaschutz zu leisten.

Bis zum Jahr 2014 werden wir mehr als 35 % unserer Investitionen in die Erneuerbaren Energien investieren. Das sind bis zum Jahr 2012 mehr als zwei Milliarden Euro in die Erneuerbare und effizientere Energieerzeugung. Das sind Investitionen, durch die wir unsere CO₂-Emissionen um mehr als 35 % senken werden – das entspricht einer Einsparung von 6.500.000 Tonnen jährlich. Im Jahr 2014 wird RWE mehrere Milliarden Euro in die Umwandlungsprojekte mit CO₂-Abscheidung und dem Ausbau der erneuerbaren Energien in Europa investieren.

Nur zwei von vielen Innovationen, denen wir unsere ganze Energie widmen. Haben Sie noch Fragen zu diesem Thema? Mehr Informationen erhalten Sie unter www.rwe.com



Beispiel: RWE

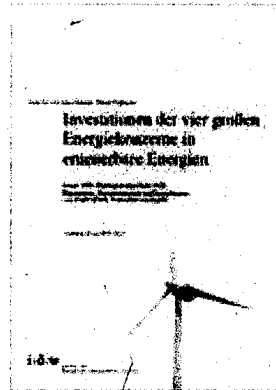
VoRWEg gehen mit Verantwortung, 2008:

Ausbau erneuerbarer Energien

Im vergangenen Jahr wurde ein massiver Ausbau der erneuerbaren Energien eingeleitet: Bis 2012 wollen wir mindestens 4.500 MW in Betrieb oder Bau haben, wobei der Schwerpunkt auf Windkraft liegt. Allein der vor der deutschen Küste bei Juist geplante Windpark wird eine Leistung von 960 MW besitzen. Mit seiner Genehmigung rechnen wir noch im Jahr 2009.

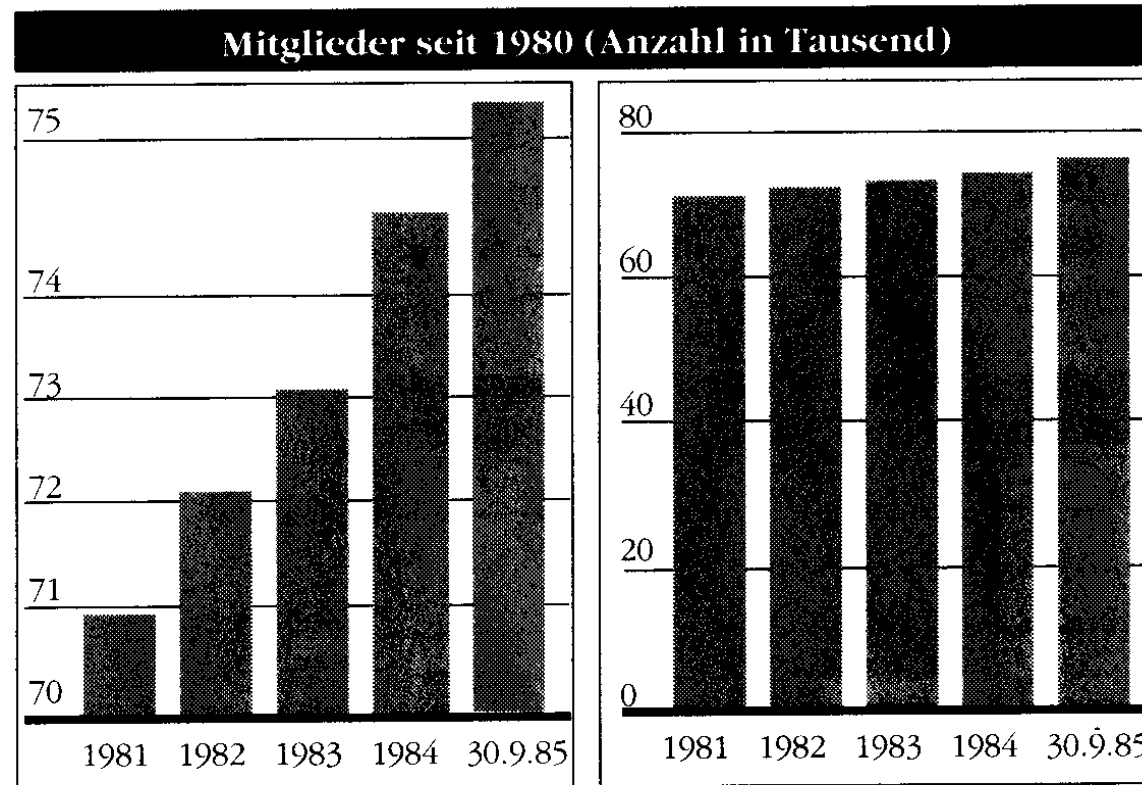
In Planung oder Bau befinden sich vier Kraftwärmekopplungsanlagen zur Energiegewinnung aus Biomasse. Mit 65 MW das größte davon ist in Stallingborough (Großbritannien) geplant. Zum Einsatz wird vornehmlich Restholz kommen; Energiepflanzen, deren Anbauflächen in Konkurrenz zu Nahrungsrohstoffen treten können, verwenden wir nicht.

19.04.2011



Die vier großen Energiekonzerne RWE, E.ON, Vattenfall und EnBW verweigern sich bisher der Energiewende. Zu diesem Ergebnis kommt eine IÖW-Studie im Auftrag von Greenpeace, die heute in Berlin vorgestellt wurde. Gerade einmal 0,5 Prozent des Stroms aus Wind- und Sonnenkraft stammt von den vier Stromriesen. Daran soll sich laut Planung der Konzerne auch in Zukunft wenig ändern. Die Energieversorgung aus Wind- und Sonne wird zu 96 Prozent von Regionalversorgern, Stadtwerken, Bürgerwindparks und Privathaushalten getragen.

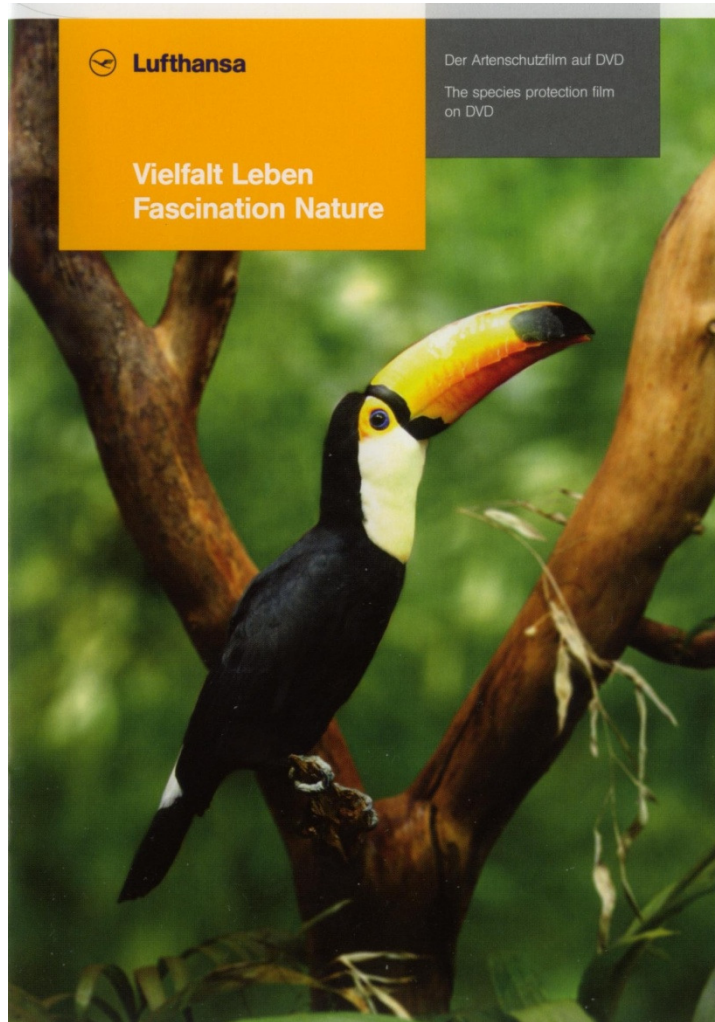
Basics: Wie lügt man mit Statistik?



Mitglieder seit 1980 (Anzahl in Tausend)

(Walter Krämer: So lügt man mit Statistik, 1991)

Beispiel: Lufthansa



Der Artenschutzfilm „Vielfalt Leben“ wird im Bordprogramm zahlreicher Lufthansa-Langstreckenflüge gezeigt. Er gibt wichtige Hinweise für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur und möchte dazu beitragen, Reisende und Öffentlichkeit noch stärker für den Erhalt der Artenvielfalt zu sensibilisieren.

The species protection film “Fascination Nature” is shown as part of the in-flight program on many Lufthansa long-haul flights. It provides important information for treating nature in a responsible and respectful manner. Moreover, this film would like to contribute to making travelers and the public in general more sensitive to the conservation of biodiversity.

Beispiel: BP



**Seit Ende 1999:
Statt „British Petroleum“ nun:
„beyond petroleum“**

Bis heute legt BP nur 4% seiner Investitionen in erneuerbare Energien an. Der Anteil an der Erzeugung beträgt weniger als ein Tausendstel

Aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2005:

Nur wenn wir verantwortungsvoll handeln, können wir erwarten, Anerkennung für den von unserem Unternehmen generierten gesellschaftlichen Nutzen zu erhalten, für die von uns gelieferten Produkte und Dienstleistungen, unser Steueraufkommen, die von uns geschaffenen Arbeitsplätze und den für unsere Aktionäre erwirtschafteten Erlös. Zudem übernehmen wir gesellschaftliche Verantwortung in unterschiedlichen Gebieten, die nicht unmittelbar zu unseren Geschäftsbereichen gehören.

Beispiel: BAT

The Biodiversity Partnership

- The Partners
- The Assurance Group
- Term 1 2001-2005
 - Focused support to NGO missions
 - Building trust
 - Projects with operating companies
- Term 2 2006-2010
 - Support to NGO missions
 - Embedding biodiversity in BAT operations



Beispiel: Apple

Computing just got organic. MacBook Earth.



Presented by
DVICE.com

www.thegreenwashingblog.com

Beispiel: Lidl

Berlin – Eine Koalition zwischen dem European Center for Constitutional and Human Rights – Europäisches Zentrum für Verfassungs- und Menschenrechte – (ECCHR), der Verbraucherzentrale Hamburg (VZ) und der Kampagne für Saubere Kleidung (CCC) hat einen juristischen Erfolg gegen einen der marktführenden deutschen Discounter Lidl errungen. Das ECCHR hat zusammen mit der CCC eine am 6.4.2010 von der Verbraucherzentrale Hamburg eingereichte Klage gegen Lidl unterstützt. In dieser Klage wird Lidl vorgeworfen, **in irreführender Weise mit der Einhaltung von Sozial- und Arbeitsstandards in Zulieferbetrieben zu werben**. Hierdurch täusche Lidl die Verbraucher und verschaffe sich einen unlauteren Wettbewerbsvorteil. Mit dieser Klage wird zum ersten Mal in Deutschland ein deutsches Unternehmen wegen schlechter Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben verklagt.



Indikatoren für Greenwashing

Die Aktivitäten, über die berichtet wird, betreffen nicht das **Kerngeschäft** des Unternehmens

Die **Berichterstattung** folgt keinem – in einem Multistakeholderprozess entstandenen – Berichtsstandard (z.B. den Richtlinien der GRI)

Die „**Freiwilligkeit**“ der Aktivitäten wird besonders herausgestellt

Die Präsentation der Informationen zielt sehr stark auf einen **emotionalen Effekt**, Sachinformationen stehen im Hintergrund

„Erfolge“ werden als positive **Entwicklungen** dargestellt, ohne einen Vergleich mit Branchendaten oder den konkreten Vergleich mit eigenen Basisdaten zu bieten

Es fehlt jegliche **externe Verifizierung** der angegebenen Daten und Informationen

Kampagne: www.transparenz-jetzt.de



<https://www.supermarktmacht.de/was-tun>

**Danke für die
Aufmerksamkeit !**



und:

STOP
Greenwashing