

Corporate Social Responsibility (CSR)

# Mit Verantwortung

Sozial und ökologisch  
handeln im Unternehmen



## Materialsammlung für Sek. I und II

- » Arbeitsmaterialien und Arbeitsaufträge
- » Grundwissen: Klasse 7 bis 9
- » Vertiefung: Jahrgangsstufen 10 bis 12/13
- » Projektvorschläge

# Inhalt

## **Verantwortung lernen: CSR als Unterrichtsthema**

### **Aufbau und Struktur der Materialsammlung**

Vier Schwerpunkte, acht Themen

CSR und Nachhaltigkeit

### **Das Prinzip der Nachhaltigkeit**

#### **Menschenrechte als Grundlage unserer Verfassung**

CSR und Verbraucher

### **Konsum – Einflussfaktoren und Folgen**

#### **Verbraucherbewusstsein und Kaufentscheidungen**

CSR und Unternehmen

### **Kreislauf von Produktion und Konsum**

#### **Unternehmensaufgaben und -ziele**

CSR und Globalisierung

### **Welthandel, internationaler Wettbewerb, politischer Rahmen**

#### **Folgen der Globalisierung**

## **Impressum**

### **Herausgeber:**

Stiftung Jugend und Bildung, Berlin, [www.jugend-und-bildung.de](http://www.jugend-und-bildung.de),  
gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft  
und Verbraucherschutz, [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)

### **Text:**

Eric Meyer, Susanne Patzelt

### **Redaktion:**

Frauke Hagemann, Vanessa Stahlheber (Universum Kommunikation und  
Medien AG), Michael Jäger (Stiftung Jugend und Bildung)

### **Pädagogische Beratung:**

Dr. Eva-Maria Kabisch (Vorsitzende der Stiftung Jugend und Bildung,  
ehem. Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Sport Berlin),  
Karlheinz Schaedler (Institut für schulische Fortbildung und schulpsy-  
chologische Beratung des Landes Rheinland-Pfalz)

### **Fachliche Beratung:**

Bernward Baule (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und  
Verbraucherschutz)

### **Redaktionsschluss:**

Mai 2011

### **Herstellung:**

Manfred Morlok (Universum Kommunikation und Medien AG)

### **Gestaltung:**

Cicero Gesellschaft für Werbung und Kommunikation mbH,  
65183 Wiesbaden

### **Verlag:**

Universum Kommunikation und Medien AG,  
Tanusstraße 52-54, 65183 Wiesbaden

Dieses Werk einschließlich all seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.  
Alle Beiträge sind sorgfältig recherchiert und entsprechen dem aktuellen  
Stand. Diese Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum  
Verkauf bestimmt.

© Stiftung Jugend und Bildung, [www.jugend-und-bildung.de](http://www.jugend-und-bildung.de)

# Verantwortung lernen

## Corporate Social Responsibility als Unterrichtsthema

Das Thema Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen oder „Corporate Social Responsibility“ (CSR) ist von stark wachsender Bedeutung. Die soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung von Unternehmen nimmt einen immer höheren Stellenwert in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft ein. Immer mehr Unternehmen erkennen, dass sie sich den globalen Erfordernissen einer nachhaltigen Entwicklung stellen müssen, wenn sie wirtschaftlich zukunftsfähig werden oder bleiben wollen.

Während der CSR-Diskurs vorwiegend auf der Ebene der Unternehmen und Verbände geführt wird, sind der Begriff und die Inhalte von CSR vielen Verbrauchern bisher weitgehend unbekannt.

Gerade die Verbraucher nehmen aber eine Schlüsselrolle im marktwirtschaftlichen Prozess ein. Als mündige Konsumenten treffen sie ihre Kaufentscheidungen bewusst und interessieren sich nicht nur für die konkreten Eigenschaften und die Qualität eines bestimmten Produktes oder einer Dienstleistung, sondern auch für die Umstände, unter denen diese erzeugt oder erbracht werden.

Genau hier besteht aber eine Informationslücke: Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen, die gesellschaftliche Verantwortung tragen, sind am Markt in der Regel nicht zu unterscheiden von Produkten und Dienstleistungen, die unter Missachtung von Sozial- und Umweltstandards hergestellt wurden. Das Projekt „MitVerantwortung – Sozial und ökologisch handeln“ der Stiftung Jugend und Bildung möchte diese Informationslücke schließen. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Es ist Teil des nationalen CSR-Aktionsplans der Bundesregierung. Mit dem Aktionsplan will die Bundesregierung u.a. die ökonomischen Kompetenzen und das Wissen über CSR in der Ausbildung verbessern – von der Schule über die Berufsausbildung und die Hochschulausbildung bis zur Weiterbildung. Die Verbraucher als Konsumenten und Wirtschaftsbür-

ger spielen eine wichtige Rolle für die Umsetzung der CSR-Strategie. Unternehmen werden zunehmend von Verbrauchern bewertet. Damit stehen sie unter öffentlicher Aufsicht und müssen ihr Handeln vor der Gesellschaft vertreten. Unternehmerisches Handeln, das den gesellschaftlichen Erwartungen widerspricht, kann der Glaubwürdigkeit und damit der Reputation des Unternehmens schaden.

Die im Rahmen des Projekts „MitVerantwortung“ entwickelte Materialsammlung richtet sich an Schülerinnen und Schüler, die in ihrer Doppelfunktion als Teilmenge der Verbraucher sowie als künftige Funktionsträger in Unternehmen eine Schlüsselposition einnehmen. Eine frühzeitige Vermittlung des Themenkomplexes CSR trägt dazu bei, dass die Vorteile einer ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortlichen Unternehmensführung bereits während der Schulzeit im Bewusstsein der jungen Menschen verankert werden. Damit werden mittelfristig zwei Ziele angestrebt:

- » auf der Nachfrageseite: Stärkung von gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmen durch Erhöhung und Verstärkung der Nachfrage nach Einhaltung von CSR-Kriterien im Herstellungsprozess
- » auf der Angebotsseite: Unterstützung des unternehmerischen CSR-Engagements durch Vorhandensein CSR-kundiger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Im Sinne der aktuellen Definition des Lernens als ein aktiver, selbst gesteuerter und kommunikativer Prozess erwerben die Schülerinnen und Schüler fachliche, methodische und soziale Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, sich mit den Motiven und Umsetzungsmöglichkeiten von CSR auseinanderzusetzen, sich ihrer Rolle als mündige Verbraucher bewusst zu werden, und später selbst Verantwortung im Unternehmen zu übernehmen.

## Aufbau und Struktur der Materialsammlung

Die hier vorliegende Materialsammlung zum Thema „Corporate Social Responsibility“ (CSR) ist für den Einsatz im Unterricht ab der 7. Klasse an allgemeinbildenden Schulen konzipiert worden. Die Inhalte richten sich speziell an Jugendliche im Prozess der Berufsorientierung, die sich zunehmend mit der Frage individueller Berufs- und Lebensplanung auseinandersetzen und erfahren sollen, wo und wie sie als Verbraucher und zukünftige Arbeitnehmer Handlungsspielräume nutzen können. Ziel ist es, junge Menschen für das Thema CSR zu sensibilisieren, damit sie bereits in der Schule die Möglichkeit bekommen, verstärkt gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein zu entwickeln.

## Vier Schwerpunkte, acht Themen

Die Online-Materialsammlung „MitVerantwortung“ für allgemeinbildende Schulen ist gemäß den Vorgaben der Lehr- und Bildungspläne entwickelt und zusammengestellt worden. So ist der Themenkomplex CSR in vier Schwerpunkte unterteilt:

- » Nachhaltigkeit: die drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales
- » Verbraucher: Verbraucherbildung und Konsum
- » Unternehmen: Corporate Social Responsibility und Aktivitäten
- » Globalisierung: ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen

Insgesamt umfasst die Materialsammlung acht Unterrichtseinheiten bzw. Module, die auch einzeln als doppelseitige PDF-Dokumente heruntergeladen werden können. Intensiv behandelt werden: Das Prinzip der Nachhaltigkeit, Menschenrechte als Grundlage unserer Verfassung und für CSR, Konsum und seine Folgen, Verbraucherbewusstsein und Kaufentscheidungen, Der Kreislauf von Produktion und Konsum, Unternehmensaufgaben und -ziele, Welthandel und internationaler Wettbewerb sowie Folgen der Globalisierung. Dabei bauen die einzelnen Themen aufeinander auf.

Zur schnellen Orientierung der Lernenden und ihrer Lehrkräfte folgen die Lernbausteine dabei einer konstanten und logischen Struktur: Die erste Seite jedes Themenbereichs präsentiert ausschließlich ausgewählte Materialien zum Thema (Infotexte, Zeitungsartikel, Zitate, Schaubilder usw.), anhand derer die Lernenden sich mit ausgewählten Hintergrundinformationen zu dem jeweiligen Thema vertraut machen können.

Die zweite Seite enthält entsprechende Arbeitsaufträge, die die Materialien inhaltlich, methodisch und nach Sozialformen erschließen, sowie handlungsorientierte Projektvorschläge.

Die Arbeitsaufträge sind gemäß Alter und kognitiven Voraussetzungen der Lernenden nach zwei Anforderungsniveaus für die Klassen 7 bis 9 und die Klassen 10 bis 12/13 differenziert. Die Projektvorschläge richten sich an alle Stufen:

- a) Grundwissen (ab Sekundarstufe I: Klassen 7 bis 9): Erarbeitung von Informationen und erste Meinungsbildung
- b) Vertiefung (ab Sekundarstufe I/II: Klassen 10 bis 12/13): Analyse, differenzierte Urteilsbildung und Transferaufgaben
- c) Projektvorschläge (für alle Stufen): Anregungen zum fächerübergreifenden, handlungsorientierten Lernen an außerschulischen Lernorten (Exkursion, Expertenbefragung, Rechercheprojekte)

Die Lernenden der Klassenstufen 7 bis 9 gehen Basisaufgaben auf den Grund, während auf die Schülerinnen und Schüler der Klasse 10 und der Oberstufe vertiefende Aufgaben warten. Die abschließenden Projektvorschläge verstehen sich als handlungsorientierte Impulse und richten sich an beide Altersgruppen.

## Das Prinzip der Nachhaltigkeit

Im Prinzip ist es einfach: Wenn man von vorhandenen Ressourcen mehr verbraucht als sich regenerieren kann, ist irgendwann nichts mehr übrig. Um den Raubbau an Natur und Menschen (Stichwort: „Menschenrechte“) künftig zu verhindern, gilt es, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und nachhaltig zu handeln. Viele tun dies bereits: Politiker und Nichtregierungsorganisationen, Privatleute und ebenso zahlreiche Unternehmen. Modellberechnungen für unsere zukünftige Welt legen jedoch nahe, dass diese Maßnahmen noch nicht ausreichen.

### Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Corporate Social Responsibility (CSR)

Die CSR ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehung mit den Stakeholdern\* zu integrieren.

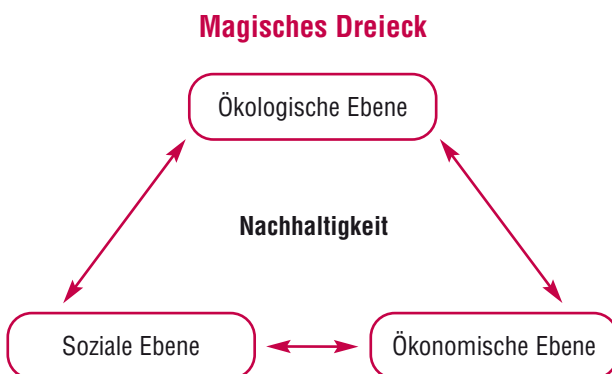
**\*Stakeholder: alle Menschen, die mit einem Unternehmen in Beziehung stehen (Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Geldgeber, gemeinnützige Organisationen, Behörden, Medien)**

Quelle: Grünbuch der Europäischen Kommission „Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“, 2001

### Die drei Ebenen der Nachhaltigkeit

Wirtschaftswachstum kann nur dann als nachhaltig bezeichnet werden, wenn es nicht gleichzeitig soziale Ungleichheit verschärft oder zu weiteren Umweltbelastungen etwa durch steigende Schadstoffemissionen führt und somit die Lebensgrundlagen nachfolgender Generationen zerstört.

Quelle: Verbraucherzentrale, [www.verbraucherbildung.de](http://www.verbraucherbildung.de)



Quelle: Verbraucherzentrale, [www.verbraucherbildung.de](http://www.verbraucherbildung.de)

### Die Solarstrominitiative DESERTEC

Auf nur einem Prozent Fläche der Sahara-Wüste könnte der Energiebedarf der gesamten Welt erzeugt werden. Die Initiative DESERTEC will die Voraussetzungen schaffen, riesige Solarkraftwerke in den so genannten MENA-Staaten (Middle East, North Africa) zu errichten, die nahezu unbegrenzt Strom produzieren sollen. Über Tiefseekabel soll der Strom durch das Mittelmeer nach Europa geleitet werden. Derzeit haben sich 15 große Konzerne und Institutionen zusammengeschlossen, um das Megaprojekt umzusetzen. Die Kosten bis zum Jahr 2050 werden auf über 400 Milliarden Dollar geschätzt. Die Investition könnte sich für alle Beteiligten lohnen. Die sonnenreichen Staaten Nordafrikas und des Nahen Ostens würden genügend Strom und über strombetriebene Wasserentsalzungsanlagen auch genügend Wasser erhalten. Den Überschuss könnten sie als umweltfreundlich erzeugten Strom exportieren.

Quelle: DESERTEC, [www.desertec.org/de](http://www.desertec.org/de)

### Nachhaltiges und wirtschaftliches Handeln im Unternehmen: ein Widerspruch?

„Die soziale Verantwortung von Unternehmen beschränkt sich darauf, Profite zu erwirtschaften – diese Position bezog der amerikanische Ökonom Milton Friedman in den 1970er-Jahren. Doch seitdem hat die Gegenposition immer mehr Anhänger gewonnen. Corporate Social Responsibility (CSR) ist die Bedingung für wirtschaftlichen Erfolg. Denn erstens fördert sie die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, was der Produktqualität zugute kommt. Zweitens fragen Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmend Waren nach, die nachhaltig hergestellt wurden. Unverantwortliches Handeln hingegen kann zum Boykott durch Konsumentinnen und Konsumenten führen. CSR ist also kein Selbstzweck, sie zahlt stets auf den Unternehmenserfolg ein.“

Quelle: BMAS, [www.csr-in-deutschland.de](http://www.csr-in-deutschland.de)

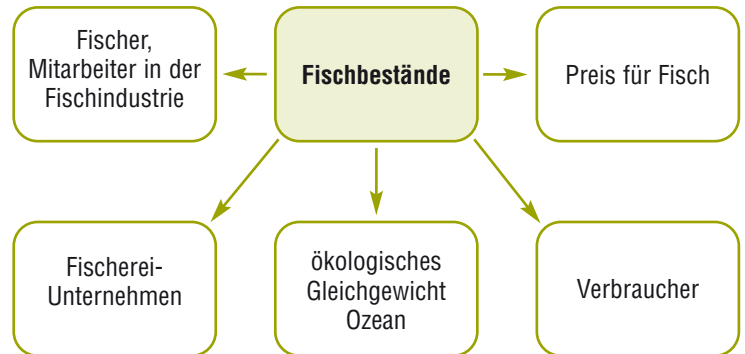
## Das Prinzip der Nachhaltigkeit

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

1. Erkläre in eigenen Worten die Bedeutung von CSR für unsere Gesellschaft. Wie stehst du dazu?
2. Es ist Herbst – der Wald ist voller Pilze. Was geschieht, wenn viele Leute losziehen und möglichst viele Pilze sammeln, um sie selbst zu essen oder zu verkaufen? Beschreibe die entstehenden Konflikte, und mache Vorschläge, wie man das Pilzesammeln nachhaltig gestalten kann.
3. Notiere fünf begründete Beispiele für nachhaltiges Handeln in deinem Alltagsleben. Vergleiche sie mit den Beispielen eines Partners. Stellt die drei besten der Klasse vor.
4. Rechercheauftrag: Die Solarstrominitiative DESERTEC setzt auf Sonnenenergie für die Energieversorgung. Erkläre und belege mit Daten, warum Erdöl, Gas oder Kohle die Anforderungen an Nachhaltigkeit nicht erfüllen können. Weshalb ist das bei Sonnenenergie anders?

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

1. Partnerarbeit: Machen Sie sich vertraut mit dem Planspiel Fischteich ([www.iconomix.ch/de/module/detail/m06a](http://www.iconomix.ch/de/module/detail/m06a)). Erläutern Sie das Prinzip der Nachhaltigkeit am Beispiel des Fischereiwesens.
  - a) Stellen Sie zuerst ein vorbildliches, nachhaltiges Modell vor. Entwerfen Sie anschließend ein Modell, bei dem nicht nachhaltig gewirtschaftet wurde.
  - b) Schildern Sie in beiden Fällen die Folgen für die Umwelt und die beteiligten Menschen (= Stakeholder). Arbeiten Sie heraus, welche Konfliktparteien sich bilden. Erklären Sie anhand Ihrer Szenarien, inwiefern Unternehmen, Politik und Privatleute jeweils eine Schlüsselfunktion für nachhaltige Entwicklung einnehmen können.



2. Die Solarstrominitiative DESERTEC wird in den Medien kontrovers diskutiert.
  - a) Sammeln Sie in Gruppen Pro- und Kontra-Argumente zu den stichpunktartigen Fragen aus der Tabelle unten.
  - b) Beschreiben Sie in der Form eines Leserbriefes den Zusammenhang zwischen CSR und Nachhaltigkeit am Beispiel der DESERTEC-Initiative. Stellen Sie besonders die Vorteile einer CSR-Strategie für Unternehmer heraus.

### Projekt

Fallbeispiel: Schülerunternehmer wollen einen Schulkiosk aufbauen. Biolebensmittel sind im Einkauf teurer als Discounterware. Die Kunden (Mitschüler) haben aber nicht viel Taschengeld. Ist nachhaltiges Wirtschaften mit den Ziel vereinbar, Gewinn mit dem Kiosk zu erzielen?  
 Projektaufgabe: Die Jugendlichen informieren sich in ihrem Umfeld über die Kosten für typische Waren oder mögliche Lieferanten/Unterstützer. Sie entwickeln einen Projektplan und stellen ihn der Klasse vor.

These	Argumente pro	Argumente kontra
Ausbeutung Nordafrikas?		
Terrorgefahr?		
Atomkraftwerke überflüssig?		
sinkende Energiekosten?		
zu teuer?		
Unabhängigkeit von Öl und Gas exportierenden Ländern?		
umweltfreundlich?		
nachhaltig?		
CO <sub>2</sub> -Bilanz und Klimaerwärmung?		

## Menschenrechte als Grundlage unserer Verfassung

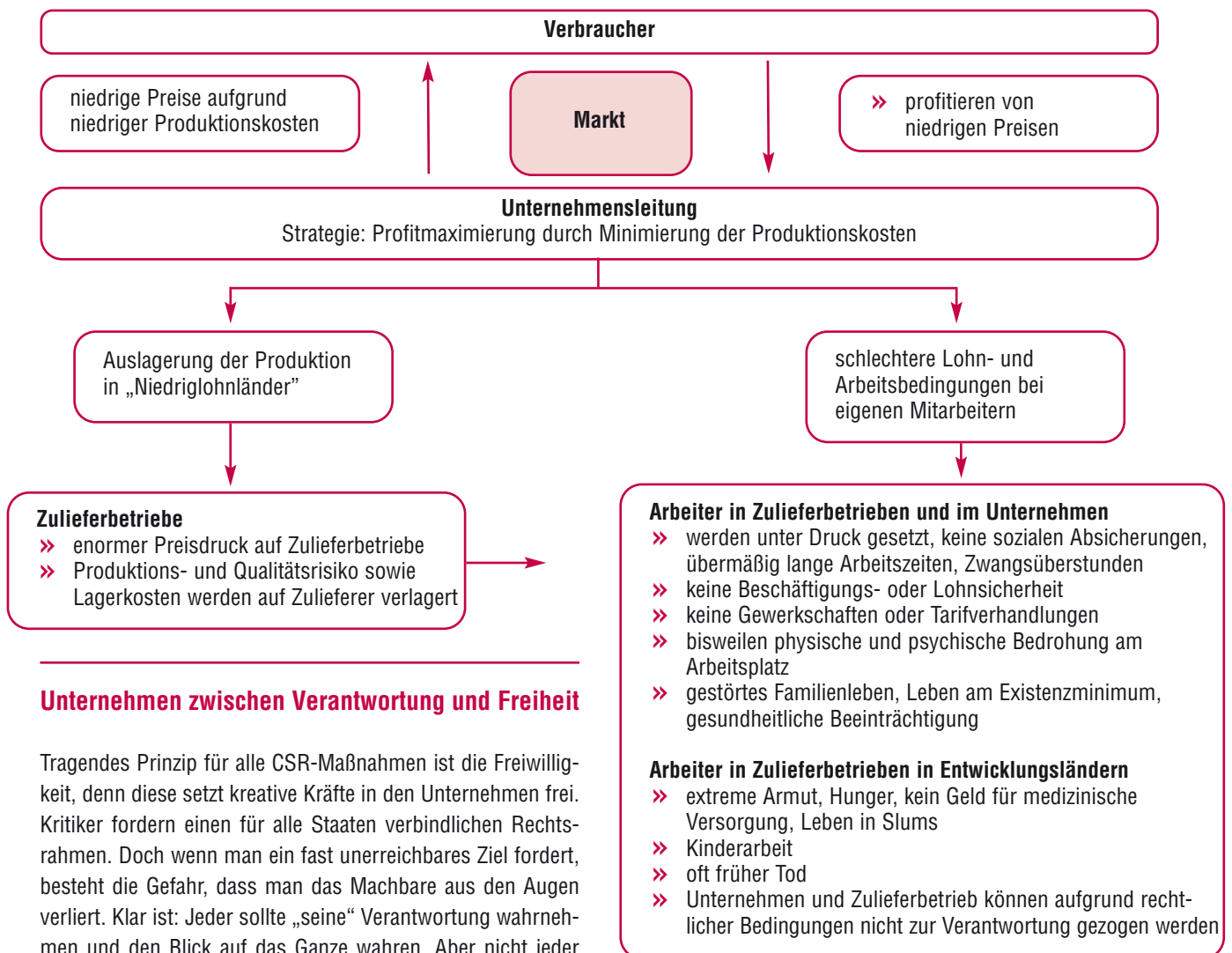
### Näherin in einem Textil-Discount-Zulieferbetrieb in Dhaka, Bangladesch:

„Es ist schlimmer als im Gefängnis. Im Gefängnis darf man wenigstens mit dem Nachbarn sprechen. Bei Krankheit wird oft der Lohn abgezogen. Die Vorarbeiter pöbeln uns an, als hätten wir keine Würde. Wir werden zu unbezahlten Überstunden gezwungen. Wer sich weigert, fliegt. Die Arbeit macht uns krank. Ich musste schon einmal wochenlang von morgens acht bis nachts um drei Uhr arbeiten. Es tut so weh, aber unsere Familien brauchen das Geld. Wir wohnen zu fünft in einem Zimmer von zwölf Quadratmetern. Jeden Tag nur Reis und alle zwei Monate ein Hühnchen.“

### Arbeiterin in einer deutschen Filiale eines Textil-Discounters:

„Am Anfang habe ich 4,50 Euro Stundenlohn bekommen. Dann haben wir vor zwei Jahren alle fünf Euro bekommen, weil das Unternehmen in die Medien gekommen ist, wegen Lohndumping. Wenn man krank wird, kriegt man kein Geld. Weihnachten gibt es auch nichts. Im Urlaub kriegt man auch nichts. Bei uns war das so, dass die Heizung im Laden über sechs Jahre überhaupt nicht funktioniert hat. Am Schluss bin ich mit Handschuhen, Schal und Jacke herumgelaufen, weil die Finger blau gefroren waren. Wenn man den Mund aufmacht, wird man kleingemacht.“

Quelle: NDR Panorama, www.ndr.de, 7. April 2010



### Unternehmen zwischen Verantwortung und Freiheit

Tragendes Prinzip für alle CSR-Maßnahmen ist die Freiwilligkeit, denn diese setzt kreative Kräfte in den Unternehmen frei. Kritiker fordern einen für alle Staaten verbindlichen Rechtsrahmen. Doch wenn man ein fast unerreichbares Ziel fordert, besteht die Gefahr, dass man das Machbare aus den Augen verliert. Klar ist: Jeder sollte „seine“ Verantwortung wahrnehmen und den Blick auf das Ganze wahren. Aber nicht jeder kann für „alles“ Verantwortung übernehmen.

Quellen: Rat für Nachhaltige Entwicklung, www.nachhaltigkeitsrat.de; CSR Germany, www.csrgermany.de

Quelle: INKOTA-Netzwerk: „Play FAIR bei Olympia. Arbeitsbedingungen in der Sportbekleidungsindustrie“, Berlin 2004 (bearbeitet)

# Menschenrechte als Grundlage unserer Verfassung

## Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

1. Zu den Menschenrechten gehören laut UN-Menschenrechtscharta unter anderem: die Menschenwürde, die freie Entfaltung der Persönlichkeit, das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit, Gleichberechtigung, Meinungsfreiheit, das Recht auf ein Familienleben und Bildung, das Recht, Vereinigungen zu bilden, das Recht auf gerechte und befriedigende Entlohnung, die eine der menschlichen Würde entsprechende Existenz sichert, das Recht, Beruf, Arbeitsplatz und Ausbildungsstätte frei zu wählen, sowie das Recht auf einen Lebensstandard, der Gesundheit und Wohl gewährleistet, einschließlich Nahrung, Kleidung, Wohnung, ärztliche Versorgung und notwendige soziale Leistungen.

Quelle: Präambel der UN-Menschenrechtscharta,  
[www.un.org/Depts/german/grunddok/ar217a3.html](http://www.un.org/Depts/german/grunddok/ar217a3.html)

a) Begründe die Verwirklichung oder Missachtung der einzelnen Punkte der Menschenrechtscharta im Leben der Näherin aus Bangladesch und der Arbeiterin aus Deutschland.

b) Formuliere Bedingungen, unter denen die Menschenrechte am Arbeitsplatz gewahrt bleiben. Welche Voraussetzungen sind dafür notwendig? Was kann der Arbeitgeber tun?

2. Hausaufgabe: Billig – um welchen Preis?

a) Analysiere, welche Gruppen die Gewinner und die Verlierer bei dem dargestellten nicht nachhaltigen Geschäftsmodell sind. Erkläre, welche Missstände durch das Billigpreis-Konzept entstehen.

b) Was kann man dagegen tun? Bringe in dem Schaubild überall dort ein Stoppsignal an, wo du meinst, dass man die negative Entwicklung stoppen und durch anderes Verhalten ins Positive wenden könnte. Erläutere deine Entscheidung!



## Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

1. Im April 2010 wurde ein Textil-Discounter von der Verbraucherzentrale und Menschenrechtsorganisationen wegen unlauteren Wettbewerbs angeklagt. Trotz öffentlichen Bekundungen, man setze sich in Entwicklungsländern für faire Arbeitsbedingungen ein, haben Kontrolleure von Menschenrechtsorganisationen laut einer Pressemitteilung der „Kampagne für saubere Kleidung“ erhebliche Verstöße gegen die internationalen Standards der Menschenrechtscharta festgestellt. Dieses Verhalten wird auch als „Green Washing“ oder „Social Washing“\* bezeichnet.

\*Green/Social Washing (engl. grün/sozial waschen): Einzelne umweltfreundliche/soziale Aktivitäten werden zur Imageaufbesserung in Presseaktionen oder Werbeanzeigen herausgestellt, während das Kerngeschäft ausbeuterisch bleibt.

a) Beschreiben Sie an diesem Beispiel, was der Begriff „Green Washing“ oder „Social Washing“ bedeutet. Stellen Sie dar, wie in Abgrenzung dazu „echte“ CSR aussehen müsste.

b) Erläutern Sie, welche Rolle hier die Medien bei der Durchsetzung von Nachhaltigkeit haben.

2. Rollenspiel: Bilden Sie fünf Arbeitsgruppen. Jede Gruppe übernimmt die Perspektive einer Personengruppe aus dem Schaubild: a) Unternehmensleitung, b) Zulieferbetrieb, c) Verbraucher, d) Arbeiter im Zulieferbetrieb, e) Arbeiter im Unternehmen. Bereiten Sie eine Grundsatzserklärung vor, in der die Interessen der jeweiligen Personengruppe für eine Podiumsdiskussion verteidigt werden.

3. Unternehmensverantwortung auf freiwilliger Basis oder durch rechtliche Vorschriften und Ethiknormen? Diskutieren Sie das Pro und Kontra beider Standpunkte!

## Projekt

Viele Familien in Entwicklungs- und Schwellenländern sind auf die Arbeitskraft ihrer Kinder angewiesen. Allein in Indien schufteten rund 13 Millionen Minderjährige in Steinbrüchen und Fabriken. Dem Staat fällt es schwer, Verbote durchzusetzen, denn rund 300 Millionen Menschen des Milliardenvolkes leben unterhalb der Armutsgrenze.

Projektaufgabe ist es, Material und Maßnahmen einer Aufklärungskampagne gegen Kinderarbeit zu entwerfen (z. B. Plakate, Broschüren, Flugblätter, Sticker, Internetprojekt), in der dieses Dilemma thematisiert wird.

(Linktipps: [www.welthungerhilfe.de/stopp\\_kinderarbeit.html](http://www.welthungerhilfe.de/stopp_kinderarbeit.html), [www.tdh.de](http://www.tdh.de), [www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de](http://www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de), [www.cbgnetwork.org/872.html](http://www.cbgnetwork.org/872.html))



## Konsum – Einflussfaktoren und Folgen

Tag für Tag tun wir jede Menge Dinge, die mit darüber entscheiden, ob das Klima geschützt, knappe Ressourcen geschont oder Menschenrechte geachtet werden: Das fängt beim morgendlichen Frühstücksei an und endet noch lange nicht, wenn wir abends im Internet surfen, um herauszufinden, welcher neue MP3-Player in Frage kommt. Konsumentinnen und Konsumenten können mit ihren Lebensgewohnheiten ganze Branchen umkrempeln, indem sie Unternehmen fördern, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung konsequent stellen.

Quelle: Rat für nachhaltige Entwicklung: „Der Nachhaltige Warenkorb“ 2011, [www.nachhaltigkeitsrat.de](http://www.nachhaltigkeitsrat.de)

### Sumit, 11 Jahre, Straßenkind in Delhi, Indien:

„Vor einem Jahr hat mich mein Onkel am Bahnhof ausgesetzt. Ich schlafe in der Notschlafstelle einer Hilfsorganisation, dort gibt es auch Essen, und ich kann eine Schule besuchen. Ich sammle Papier und Plastikflaschen, um Geld zu verdienen. Davon kaufe ich mir Zahnpasta, Haaröl und andere Kleinigkeiten. Ich habe sogar ein Sparkonto durch die Selbsthilfeeinrichtung Childrens Development Bank. Meist aber ist mein Konto leer. Mein größter Wunsch ist eine Cricketausrüstung.“

Quelle: Evangelisches Zentrum für Entwicklungsbezogene Filmarbeit: „Kinder dieser Welt erzählen“, DVD 2009, [www.gep.de/ezeef](http://www.gep.de/ezeef)

### Jannes, 15 Jahre, Schüler aus Karlsruhe, Deutschland:

„Ich bekomme 25 Euro Taschengeld im Monat von meinen Eltern. Ich jobbe aber in einem Getränkemarkt, und so komme ich auf ungefähr 60 Euro im Monat. Meine Oma steckt mir auch immer mal was zu. Das Meiste gebe ich für Multimedia-Zeug aus: Computer, Handy, DVDs und Musik. Klamotten zahlen meist meine Eltern, aber bei teuren Markensachen machen die nicht mit. Für abends ausgehen und Partymachen geht auch eine Menge Kohle drauf. Am meisten wünsche ich mir einen iPod oder ein Burton-Snowboard.“

Quelle: fiktives Beispiel, konstruiert aus Statistik (ProKids-Institut: LBS-Kinderbarometer Deutschland 2009)

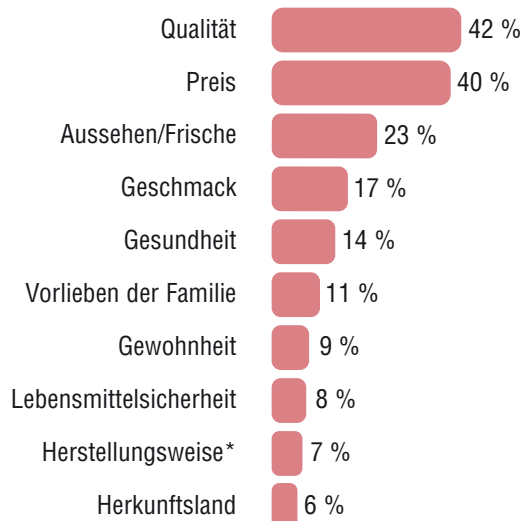
### Bedeutung nachhaltigen Konsums

Ein Konsumverhalten, das Kriterien der Nachhaltigkeit in die Kaufentscheidung einbezieht, fördert weltweit die Armutsbekämpfung, die Erfüllung der menschlichen Grundbedürfnisse aller Gesellschaftsmitglieder und die Abnahme von Ungleichheit in und zwischen den Ländern. Dazu gehören nicht nur das Verantwortungsbewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern auch gesellschaftliche und wirtschaftliche Strukturen, die es den Menschen ermöglichen, diesem Bewusstsein gemäß zu handeln.

Quelle: Institut für angewandte Verbraucherforschung (IFAV) e. V.: „Förderung des nachhaltigen Konsums“, Köln/Tutzing 2000

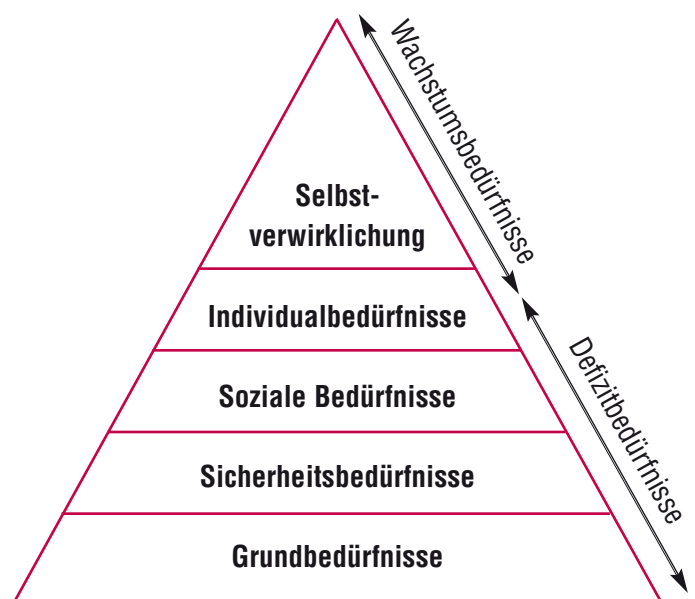
### Einflussfaktoren auf die Kaufentscheidung bei Lebensmitteln

Für 42 Prozent der Europäer ist die Qualität das wichtigste Kriterium beim Einkauf von Lebensmitteln.



\*z. B. ökologische Erzeugung, Freilandhaltung

Quelle: Eurobarometer, 2007



Bedürfnispyramide nach Abraham Maslow (1908–1970), US-amerikanischer Psychologe

## Konsum – Einflussfaktoren und Folgen

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

1. Fülle die unten stehende Tabelle aus. (Hinweis: Du kannst dies mit verschiedenen Waren durchspielen: Elektronik, Klamotten, Kosmetik, Lebensmittel usw.)
2. Vergleicht anschließend in einer Gruppe euer Konsumverhalten. Diskutiert, welche Konflikte, Unstimmigkeiten, Enttäuschungen oder Freude ihr beim Einkaufen erlebt. Analysiert, welche Trends sich herausstellen, und diskutiert diese in der Klasse.
3. Erstelle eine Liste mit den Dingen, die du im Laufe eines Monats konsumierst. Ordne anschließend – für dich begründet – die einzelnen Produkte den Ebenen der Bedürfnispyramide zu. Stelle diese in einem DIN-A4-Poster dar, das in der Klasse ausgehängt wird.

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

1. Für sieben Prozent der europäischen Bevölkerung ist die Einhaltung ökologischer/sozialer Standards bei Lebensmitteln ein wichtiges Kaufkriterium. Angenommen, in den nächsten zehn Jahren würde die Zahl auf 20 Prozent steigen. Welche Folgen hätte das (z. B. für Preise, Produktionskosten, Pflanz-/Tierhaltungsbedingungen, Lebensmittelangebot)? Diskutieren Sie Ihre Ergebnisse im Plenum.

2. Wenn man die Erdoberfläche durch die sechs Milliarden Bewohner der Erde teilt, ergibt das ungefähr siebzehn Fußballfelder pro Person. Die Lebensweise eines durchschnittlichen Europäers verbraucht zehn Fußballfelder. Ein Amerikaner verbraucht 20, und ein Afrikaner verbraucht 0,45 Fußballfelder. Der weltweite Durchschnitt liegt bei fünf Fußballfeldern pro Person. Zieht man jedoch Ozeane, Eisflächen, Wüsten und den Lebensraum von wilden Tieren und Pflanzen ab, bleiben nur noch drei Fußballfelder pro Person, die uns die Erde bieten kann. Der Planet kann unsere Lebensweise also nicht verkraften.

Quelle: Costermans, Dominique: Die nachhaltige Entwicklung – für Kinder erklärt, Brüssel 2007

Wie können wir es schaffen, unsere Bedürfnisse zu befriedigen und gleichzeitig unseren Planeten lebenswert zu erhalten, ohne dies auf Kosten anderer zu tun? Recherchieren Sie in den Medien Thesen und Lösungsansätze zu dieser Frage.

### Projekt

Die Jugendlichen erstellen einen Fragebogen zum Konsumverhalten und machen eine Umfrage an ihrer Schule. Anschließend werten sie die Ergebnisse aus und ziehen ein Fazit.

	sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	völlig unwichtig
Qualität				
Preis/Leistung				
Markenname, Image				
passt zu meiner Persönlichkeit				
Testberichte, Bewertung				
Werbung				
Aussehen, Design				
Lifestyle, trendy				
praktisch (haltbar, leicht zu bedienen usw.)				
Freundlichkeit Verkäufer, Kundenservice				
Umweltaspekte, Sozialgerechtigkeit				
kommt gut an, steigert mein Ansehen				
Gefühl, etwas Gutes getan zu haben				
andere haben es auch				

## Verbraucherbewusstsein und Kaufentscheidungen

### Die Macht des Verbrauchers

Der strategische Konsum kann neue gesellschaftliche Trends schaffen: Er kann beispielsweise Biolebensmittel oder fair gehandelte Produkte als gesellschaftliche Leitbilder aufbauen. Er kann unökologische und damit unsoziale Produkte ächten, wie Sprit fressende Gelände- und Sportwagen. Er kann auch das Image von Konzernen relativieren und kleinen, vorbildlichen Unternehmen zu einem Durchbruch verhelfen. Er kann allerdings nicht gegen billige Flugpreise ankaufen oder Energiekartelle entmachten. Das Richtige zu kaufen ersetzt die politische Arbeit nicht, kann sie aber unterstützen.

### Wir sind, was wir tun

„We Are What We Do“ ist eine Bewegung von unabhängig Handelnden. Das Motto: kleine Aktionen x viele Menschen = große Veränderung. Wenn du Elektrogeräte ganz ausschaltest, sparst du Energie und Geld, denn im Standby-Modus verbrauchen Elektrogeräte mehr Strom, als man glaubt. Recycle deine Brille beim Optiker. Es gibt 200 Millionen Menschen auf der Welt, die sich keine Brille leisten können.

Kaufe fair gehandelte Produkte, damit eine Familie von Kaffeeernern in Ecuador ein menschenwürdiges Leben führen kann. Oder verbringe Zeit mit Menschen einer anderen Generation. Die wissen coole Sachen, die du nicht weißt.

Quellen: Utopia AG, [www.utopia.de](http://www.utopia.de);  
Projekt „Einfach die Welt verändern“, [www.wearewhatwedo.de](http://www.wearewhatwedo.de)

### Verbraucher müssen informiert werden

Durch die zunehmende globale Arbeitsteilung werden die Bedingungen bei der Herstellung von Produkten immer schwieriger nachvollziehbar. Umso wichtiger sind Informationen, die Verbraucherinnen und Verbrauchern bei der Bewertung der Produkte und ihrer Herstellungsweisen helfen. Durch Information und Bildung werden Verbraucherinnen und Verbraucher ermutigt und unterstützt, selbstbestimmt und verantwortlich Kaufentscheidungen zu treffen. Es geht um den mündigen Verbraucher auf Augenhöhe mit der Wirtschaft. Alle Verbraucher sollen zum Beispiel durch das Verbraucherinformationsgesetz Anspruch auf Information über Produkte erhalten, die den Behörden vorliegen.

Quelle: BMELV, [www.vig-wirkt.de](http://www.vig-wirkt.de), [www.bmelv.de](http://www.bmelv.de)

### Entscheidungshilfen für Verbraucher

» [www.imug.de](http://www.imug.de)

Unternehmens-  
tester

CSR-Berichte  
der Unternehmen

» [www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de](http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de)  
» [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)  
» [www.future-ev.de](http://www.future-ev.de)  
» [www.ioew.de](http://www.ioew.de)

» [www.test.de](http://www.test.de)

CSR-Tests der  
Stiftung Warentest

Auszeichnungen  
und Preise

» [www.freiheit-und-verantwortung.de](http://www.freiheit-und-verantwortung.de)  
» [www.dnwe.de](http://www.dnwe.de)  
» [www.wwf.de/kooperationen/oekomanager](http://www.wwf.de/kooperationen/oekomanager)

Verbraucher

### Öko- und Nachhaltigkeitslabels



Quelle: Vergabestellen der jeweiligen Labels (siehe Verbraucher Initiative e. V., [www.label-online.de](http://www.label-online.de))

Mehr zum Projekt „MitVerantwortung“ unter [www.jugend-und-bildung.de/mitverantwortung](http://www.jugend-und-bildung.de/mitverantwortung)

## Verbraucherbewusstsein und Kaufentscheidungen

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

1. Welcher Verbrauchertyp bist du? Trage unten in die Tabelle für jede zutreffende Verhaltensweise ein Pluszeichen ein. Wenn die Handlung nicht auf dich zutrifft, dann trage ein Minuszeichen ein. Was überwiegt: Plus oder Minus?
2. Vergleiche deine Ergebnisse mit denen eines Partners. Klärt im Anschluss in einer Arbeitsgruppe, warum es wichtig ist, dass Verbraucher gut informiert sind, und erstellt eine Liste der Gründe und der Möglichkeiten, wie sie an wichtige Informationen über Produkte kommen können.
3. Teilt euch in acht Gruppen auf, und erstellt für jeweils eines der Öko- bzw. Nachhaltigkeitssiegel einen Steckbrief. Recherchiert, wofür das Siegel steht, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um das Siegel zu erhalten, und wer das Siegel vergibt.

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

1. Sie sind Pressesprecherin bzw. Pressesprecher eines mittelständischen Taschenherstellers, der CSR einen sehr hohen Stellenwert einräumt. Ein Journalist eines Verbrauchermagazins bittet Sie um ein Interview. Beantworten Sie schriftlich folgende Fragen:

**Frage 1:** Sie betonen auf Ihrer Internetseite immer wieder, dass Ihre Taschen sozial und ökologisch verträglich produziert werden? Warum?

**Frage 2:** Wäre es nicht besser, in aller Stille „gut“ zu sein und das nicht an die große Glocke zu hängen?

**Frage 3:** Warum glauben Sie, dass Verbraucher Ihre Taschen kaufen werden, wenn die Konkurrenz, die keine CSR-Initiative entwickelt, Taschen auf den Markt bringt, die vom Design und der Qualität her gleichwertig sind?

2. Entwickeln Sie eine Übersichtstabelle, welche die Kriterien verantwortungsvollen Konsums visualisiert.

### Projekt

In Gruppenarbeit wird ein Shopping-Ratgeber „Anders einkaufen“ für ein ausgewähltes Produkt oder eine Produktgruppe erstellt, das bzw. die für die Zielgruppe Jugendliche bis junge Erwachsene (14 bis 20 Jahre) geeignet ist. Die Produktauswahl muss begründet werden.

Verhalten	Bewertung
Ich schließe den Wasserhahn beim Zähneputzen.	
Ich achte darauf, dass in meinem Zimmer kein Licht mehr brennt, wenn ich rausgehe.	
Ich kaufe bevorzugt Bio-Lebensmittel/Fair-Trade-Produkte oder bitte meine Eltern darum.	
Mein altes Handy/meinen alten Computer habe ich zum Recyceln gegeben.	
Ich achte beim Kauf von Elektronik auf den Energieverbrauch.	
Ich gehe beim Wäschewaschen sparsam mit Waschmittel um und wasche bei möglichst niedrigen Temperaturen.	
Bei Körperpflegeprodukten achte ich darauf, dass sie ohne Tierversuche hergestellt wurden.	
Statt die Heizung aufzudrehen, ziehe ich mir was Wärmeres an.	
Beim Einkaufen benutze ich meine Tasche und keine Plastiktüten.	
Ich frage in Läden öfter nach, woher die Ware stammt und wie sie produziert wurde.	
Ich helfe/arbeite ehrenamtlich in einem Verein mit.	
Ich versuche mindestens einmal am Tag, jemand anderem etwas Gutes zu tun/einem Schwächeren zu helfen.	

## Kreislauf von Produktion und Konsum

Um Waren kostengünstig auf den Markt zu bringen, verlagern viele Unternehmen ihre Produktion in Niedriglohnländer. Berichte über Ausbeutung und Umweltzerstörung in Entwicklungsländern zeigen jedoch Wirkung: Immer mehr Verbraucher wollen wissen, wo und wie Waren hergestellt werden, und achten nicht mehr nur auf den Preis. Es geht auch anders: Unternehmensverantwortung kann bei internationalisierten Produktionsprozessen in Entwicklungsländern steigenden Wohlstand, sichere Arbeitsplätze, höhere Bildung und Umweltstandards bewirken – ein Gewinn für alle Beteiligten.

### Internationale Arbeitsteilung – Sicht der Unternehmer:

„Auch wir überlegen, Teile unseres Sortiments im Ausland fertigen zu lassen. Der Preisdruck ist einfach zu hoch, und die Konkurrenz schläft nicht. Dennoch gibt es Risiken: Höhere Transportkosten, Währungsschwankungen, politische Instabilität in vielen Entwicklungs- und Schwellenländern, möglicherweise stimmt die Qualität dann nicht mehr, und unser Image als Firma, die bisher auf Ware „made in Germany“ stolz war, wäre auch angekratzt.“

### Internationale Arbeitsteilung – Sicht der Verbraucher/Arbeitnehmer:

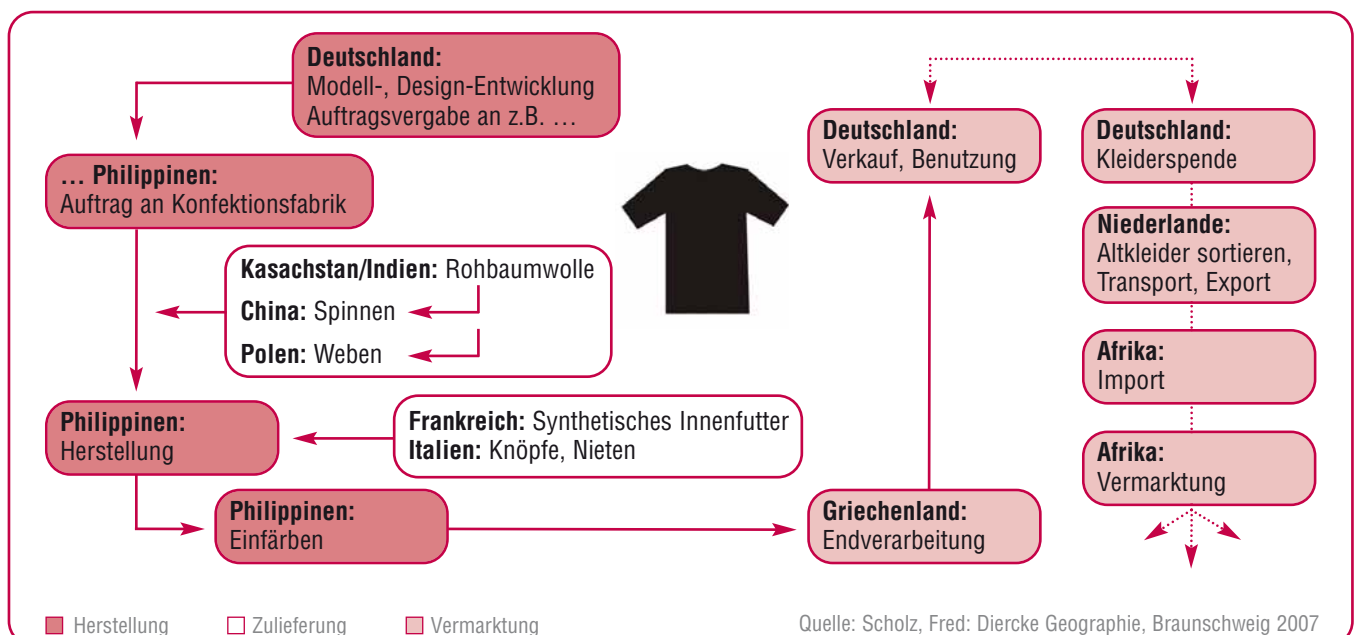
„Ich schaue schon auf den Preis, wenn ich einkaufe. Schließlich hat es seit Jahren keine Lohnerhöhung gegeben. Jetzt greife ich manchmal doch zur billigeren Importware,

wenn auch mit schlechtem Gewissen. Früher war das nicht so. Mein Mann hatte einen guten Job bei einer Zulieferfirma für die Automobilbranche. Jetzt ist er arbeitslos, weil die Firma nun in Rumänien produzieren lässt.“

### Ökonomische, ökologische und soziale Aspekte

Der internationalisierte Produktionskreislauf der Bekleidungsindustrie zeigt geradezu lehrbuchartig Beispiele von drastischen Missständen, aber auch vorbildlichem Engagement von Unternehmen auf. Beim Anbau von Baumwolle werden oft große Mengen an Pestiziden und Dünger eingesetzt. Das gefährdet nicht nur das Ökosystem, sondern auch die Gesundheit der Arbeitskräfte. Verantwortungsbewusste Unternehmen achten darauf, dass einerseits Umweltstandards eingehalten werden und gleichzeitig die Arbeitskräfte fair bezahlt werden. Das gilt für den Anbau der Baumwolle wie für alle weiteren Stationen der Bearbeitung: Spinnerei, Färberei, Näherei, Transport, Handel. Fair entlohnte Arbeitskräfte können beispielsweise ihre Kinder in die Schule schicken, denn Kinderarbeit ist für die Familie nicht mehr überlebensnotwendig. Dadurch wächst der Bildungsstand in der Region, die eines Tages Fachkräfte auch für ihre eigene Infrastruktur stellen kann: Mediziner, Lehrer, Verwaltungsbeamte. Mit dem Wohlstand wächst auch die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen. Für das Unternehmen kann sich so ein weiterer Absatzmarkt eröffnen.

Quelle: Schlussbericht der Enquete-Kommission: Globalisierung der Weltwirtschaft – Herausforderungen und Antworten, 2002



## Kreislauf von Produktion und Konsum

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

1. Zeichne auf einer Weltkarte die Reise nach. Nimm einen Atlas zur Hand, und ermittle, welche der betroffenen Länder zu den Entwicklungs-, Schwellen- und Industrieländern gehören.
2. Trage in das nachfolgende Schema der Materialwirtschaft ein, wie häufig jeweils Entwicklungs-, Industrie- oder Schwellenländer bei den einzelnen Stationen eine Rolle spielen, und ziehe ein Fazit daraus.

<b>Rohstoffgewinnung</b>	
<b>Produktion</b>	
<b>Vertrieb</b>	
<b>Konsum</b>	
<b>Entsorgung</b>	

3. Untersucht die Sachen, die ihr gerade dabei habt: Kleidung, MP3-Player, Pausenbrotbehälter, Tasche usw. Könnt ihr anhand der Labels herausfinden, wo diese hergestellt wurden? Auf wie viele Länder kommt ihr in eurer Klasse?

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

1. Werten Sie die Informationen aus den Texten aus, indem Sie eine Tabelle anlegen, die a) Gründe, b) Chancen und c) Risiken einer internationalen Arbeitsteilung aufzeigt.
2. Werten Sie nun in Partnerarbeit aus, welche Folgen die internationale Arbeitsteilung für Verbraucher und Arbeit-

nehmer in unserem Land hat, und diskutieren Sie die Vor- und Nachteile im Plenum.

3. Diskutieren Sie im Klassenverband folgenden Standpunkt: „Wenn der Wohlstand in den Entwicklungsländern steigt, steigt dort auch der Konsum. Bald wollen weitere Milliarden Menschen auf der Welt täglich Fleisch essen, mit dem Auto zur Arbeit fahren oder Unterhaltungselektronik kaufen. Das bedeutet noch mehr Ressourcenverbrauch, noch mehr Umweltzerstörung, noch mehr Abgase und CO<sub>2</sub>-Emissionen.“

### Projekt

In Gruppenarbeit wird eine konkrete Betriebserkundung vorbereitet. Die Jugendlichen beschreiben ihre Ziele, Erwartungen und Vorgehensweisen. Bei der Betriebserkundung vor Ort analysieren sie den Produktionsprozess unter ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten. Sie dokumentieren ihre Beobachtungen und Erfahrungen anhand von Fotos, Interviews und weiterem anschaulichen Material und stellen ihr Projekt einer jüngeren Jahrgangsstufe vor.

Stichpunkte für die Bearbeitung (Betriebsporträt):

- » Firmenname/Abteilung
- » Branchenbezeichnung
- » Was wird in dem Betrieb produziert?
- » Schema des Produktionsprozesses
- » Zusammenhang: Herstellungskosten – Preis für das Endprodukt
- » Wie verteilen sich die Herstellungskosten?
- » Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter
- » Arbeitsbedingungen für Zulieferbetriebe
- » Auf welche Umweltstandards wird geachtet?

<b>Gründe für internationale Arbeitsteilung</b>	<b>Chancen internationaler Arbeitsteilung</b>	<b>Risiken internationaler Arbeitsteilung</b>

## Unternehmensaufgaben und -ziele

### Meinungen: Gewinn – verantwortliches Handeln

„Die soziale Aufgabe des Unternehmens ist es, Gewinne zu machen. Je höher der Gewinn ist, desto sozialer das Unternehmen.“

Quelle: Milton Friedmann, Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften (1912–2006)

„Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“

Quelle: Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Artikel 14, Absatz 2

„Es ist sonderbar, dass die schmutzigsten Geschäfte oft den größten Rein-Gewinn abwerfen.“

Quelle: Willy Reichert, deutscher Komiker (1896–1973)

„Eine aktuelle Studie bei über 400 US-amerikanischen Unternehmen zeigt, dass die „guten“ Unternehmen auch die erfolgreicher sind: Jene, die ihre CSR entsprechend des Magischen Dreiecks (Gesellschaft, Umwelt, Wirtschaft) verstehen und umsetzen, sind ertragsstärker und verweisen auf

bessere Imagewerte. Deren Manager preisen vor allem die Wirkung ihrer CSR auf die Motivation der Mitarbeiter.“

Quelle: Prof. Michael Meyer, Wirtschaftsuniversität Wien, <http://derstandard.at>, 25. September 2009

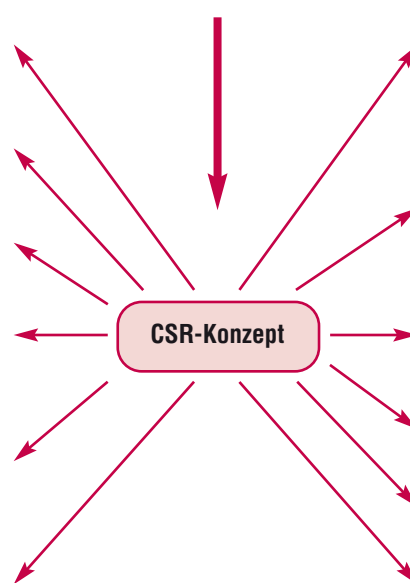
### Imagegewinn oder Unternehmensstrategie?

Wenn ein Unternehmen lediglich einige Photovoltaik-Anlagen auf die Dächer seiner Filialen montiert, aber den eigenen Mitarbeitern „Dumping-Löhne“ zahlt, dann kann man nicht von CSR sprechen. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen muss über reine Einzelmaßnahmen hinausgehen und sich fest in der gesamten Unternehmensstruktur verankern. Die CSR-Maßnahmen müssen möglichst vollständig sein und dürfen keine wichtigen Themen ausklammern. Dazu gehört, langfristig alle beteiligten Personengruppen und die Umwelt einzubeziehen. Ein wichtiger Indikator für ein engagiertes CSR-Konzept ist Transparenz. Unternehmen sollten über ihre Aktivitäten informieren, indem sie Erfolge, aber auch Schwachstellen offenlegen. Sie müssen sich kritischen Fragen der Verbraucher, der Medien und unabhängiger Gutachter stellen. Nur so sind sie auch glaubwürdig.

### Praxisbeispiel: CSR-Aktivitäten am Beispiel eines deutschen Bergsportausstatters

unabhängige Gutachter prüfen und kontrollieren regelmäßig

- nutzt biologisch abbaubare Fasern aus nachhaltiger Forstwirtschaft
- setzt ökologische Technologie ein (Aktivkohle, umweltfreundliche Imprägniermittel)
- installiert Solaranlagen auf Firmendächern und produziert dadurch ein Drittel des Stroms selbst
- engagiert sich im Regenwald-aufforstungsprojekt „Bauminvest“ in Costa Rica
- betreibt ein firmeneigenes Kinderhaus, in dem die Kinder der Mitarbeiter (und anderer) betreut werden
- führt flexible Arbeitszeitmodelle ein, damit Beruf und Familienleben besser vereinbart werden können



- definiert soziale Mindeststandards bei Lieferanten: Mindestlöhne, Schutz vor Missbrauch und Diskriminierung, Arbeitsschutz
- beachtet strenge Umweltstandards in der Herstellungskette (Schadstoffe, Emissionen, Ressourcenverbrauch usw.)
- stellt Mitarbeiter 2,5 Tage für die „Aktion Schutzwald“ frei und fördert weitere Naturschutzprojekte
- ruft Aktion zum Thema Radfahren „Weniger CO<sub>2</sub>, mehr Spaß“ ins Leben
- vertreibt Produkte, die wiederverwertbar sind (Recycling)
- schafft Arbeitsplätze durch Ausbau der Produktion in Deutschland

Quelle: GILDE GmbH: Zukunft Mittelstand, [www.csr-mittelstand.de](http://www.csr-mittelstand.de) (Rubrik „Best Practices Deutschland“ > „Vaude Sport GmbH & Co. KG“)

Mehr zum Projekt „MitVerantwortung“ unter [www.jugend-und-bildung.de/mitverantwortung](http://www.jugend-und-bildung.de/mitverantwortung)

## Unternehmensaufgaben und -ziele

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

- Finde und notiere überzeugende Argumente für folgende kontroverse Thesen. Wäge beide Standpunkte gegeneinander ab, und entscheide dich für das schlüssigere Konzept.
  - „Es sind die skrupellosen Unternehmen, die auf Dauer erfolgreich sind, weil ...“
  - „Gesellschaftliche Verantwortung zahlt sich für Unternehmen auf lange Sicht aus, weil ...“
- Beschreibe mithilfe des Praxisbeispiels die wichtigsten Merkmale von CSR. Ordne jeder beteiligten Personengruppe (= „Stakeholder“) eine CSR-Maßnahme aus dem Praxisbeispiel zu, und ergänze das Schaubild gegebenenfalls durch eigene Beispiele.
- Eure Schule ist zwar kein Unternehmen, dennoch übernimmt auch eine Schule gesellschaftliche Verantwortung.
  - Konstruiert in Arbeitsgruppen ein Schaubild, ähnlich wie das des Bergsportausstatters, in dem ihr mögliche CSR-Aktivitäten eurer Schule entwickelt.
  - Definiert die Stakeholder-Gruppen eurer Schule, und bezieht sie in das Konzept ein.

- Recherchieren Sie nach einem weiteren vorbildlichen Praxisbeispiel für CSR, und stellen Sie in Partnerarbeit ein Unternehmen und seine CSR-Aktivitäten im Plenum vor.

(Linktipps: [www.unternehmen-fuer-die-region.de](http://www.unternehmen-fuer-die-region.de), [www.csrgermany.de](http://www.csrgermany.de), [www.freiheit-und-verantwortung.de](http://www.freiheit-und-verantwortung.de), [www.csr-mittelstand.de/best\\_practices](http://www.csr-mittelstand.de/best_practices))

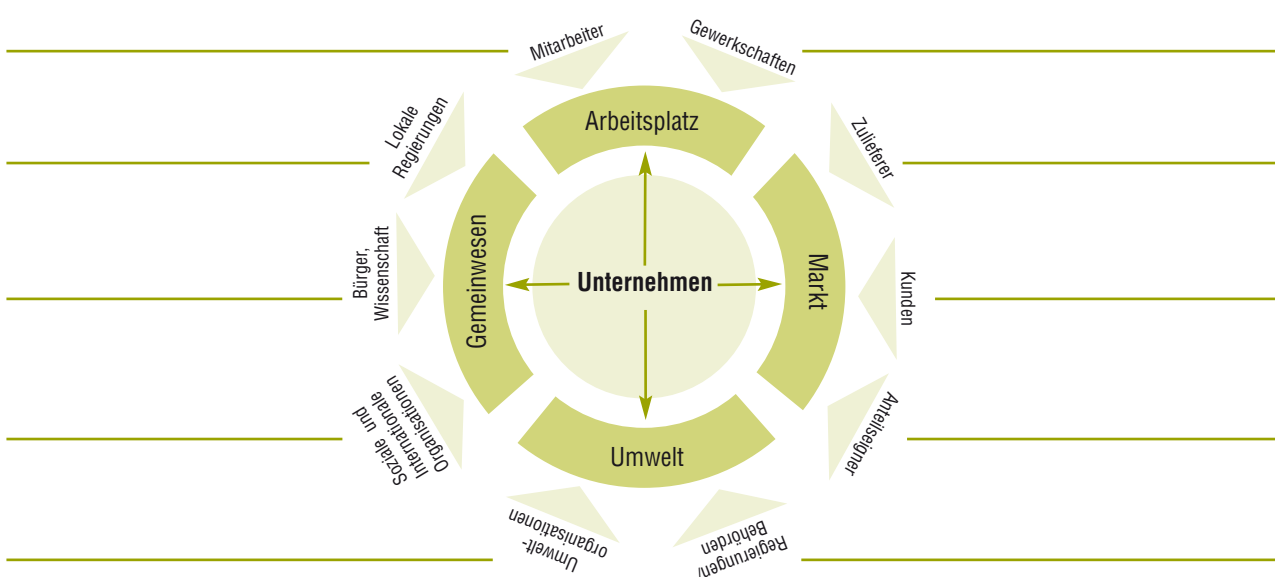
- Auf der einen Seite wird betont, dass Unternehmen von echten CSR-Strategien profitieren, weil sie damit ihre Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Viele verabschieden sich von der Billigschiene nach dem Motto: „Geiz ist nicht mehr geil“. Auf der anderen Seite berichten Medien jedoch auch immer wieder von den stark wachsenden Umsätzen bei einigen Discountern. Was ist denn nun profitabler – Verantwortung oder Verantwortungslosigkeit? Bilden Sie Gruppen, die jeweils eine Position für eine Vertretung in einer Talkshow erarbeiten. Spielen Sie die Talkshow nach (Rollenspiel). Entwickeln Sie anschließend Leitlinien, mit deren Hilfe man verantwortungsvollem Handeln zum Durchbruch verhelfen kann.

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

- Bewerten und analysieren Sie in Einzelarbeit das CSR-Konzept des Bergsportausstatters. Handelt es sich Ihrer Meinung nach um eine echte Unternehmensstrategie oder nur um eine Werbebotschaft zum Imagegewinn? Begründen Sie Ihren Standpunkt!

### Projekt

Die Jugendlichen bilden „Beraterteams“ für ein kleines oder mittelständisches (fiktives oder echtes) Unternehmen (z. B. Handwerksbetrieb, Einzelhandel, IT-Unternehmen, Autozulieferer, Reisebüro). Ihre Aufgabe ist es, aus der Firma einen CSR-Musterbetrieb zu machen. Die Ergebnisse werden auf einem Plakat dargestellt.



Quelle: „Corporate Social Responsibility in der strategischen Unternehmensführung“, Öko-Institut e. V., 2005



## Welthandel, internationaler Wettbewerb, politischer Rahmen

Globalisierung bedeutet Öffnung der nationalen Märkte und eine stärker werdende Arbeitsteilung zwischen den Staaten. Durch moderne Transport- und Kommunikationssysteme können sich Produkte und Ideen sehr schnell auf der ganzen Welt verbreiten. Globalisierung führt aber auch zu der Frage, wie Wohlstand, Arbeitsplätze und sozialer Zusammenhalt gewährleistet werden können – für alle Menschen. Nur so wird die Globalisierung Akzeptanz finden und damit auch friedensstiftend sein.

dass niedrig qualifizierte Arbeiten, die in anderen Ländern billiger angeboten werden, im Zuge des freien Welthandels dorthin abwandern, daher werden ein hoher Bildungsstandard und qualifizierte Arbeitskräfte als entscheidende Wettbewerbsfaktoren für Deutschland gesehen.

### Folgen für den Standort Deutschland

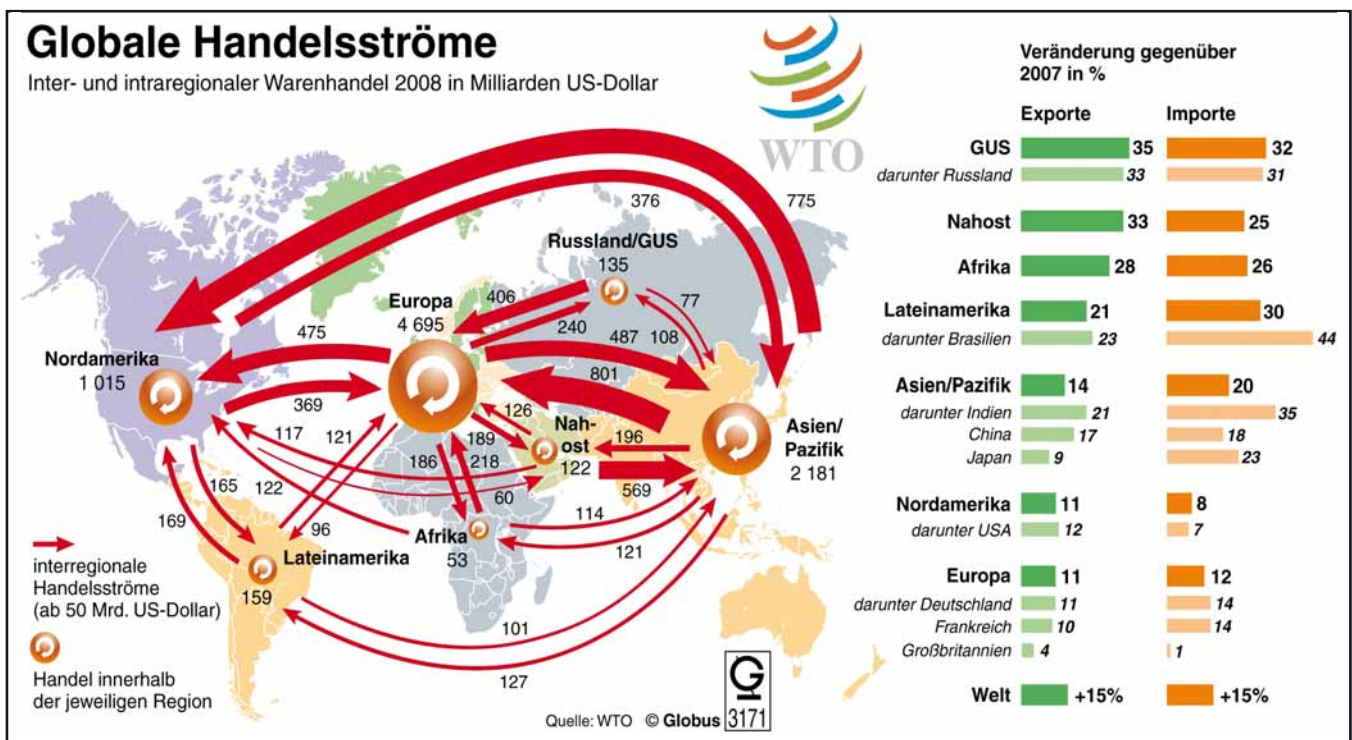
Immer wieder hört man, Deutschland sei aufgrund der Globalisierung nicht mehr wettbewerbsfähig: zu teuer, zu viele Vorschriften, zu hohe Steuern. Darum müsse man die Lohnkosten senken, effizientere Technologie einsetzen, Arbeitskräfte entlassen. Andere Stimmen behaupten, dass Deutschland im Gegenteil von der Globalisierung profitiere, denn durch den deutschen Export von Gütern würden Arbeitsplätze langfristig gesichert. Einig ist man sich darin,

### CSR als Wettbewerbsfaktor für Unternehmen

„Die Bundesregierung begrüßt die freiwillige gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR), denn CSR-Aktivitäten fördern die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit kleiner und großer Unternehmen und tragen zur nachhaltigen Entwicklung bei. Ein hohes CSR-Engagement von Unternehmen kann auch den sozialen Zusammenhalt der Gesellschaft im In- und Ausland stärken. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung soll ein positives Markenzeichen deutscher Unternehmen im Ausland sein: Made in Germany = Qualität durch Verantwortung.“

Quelle: BMAS, www.csr-in-deutschland.de (bearbeitet)

### Entwicklung des Welthandels und internationale Handelsströme



## Welthandel, internationaler Wettbewerb, politischer Rahmen

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

- Beschreibe die im Schaubild dargestellten internationalen Handelsströme.
  - Benenne die Regionen, die besonders aktiv am internationalen Welthandel teilhaben. Welche Muster im Verhältnis von Industrieländern und Entwicklungsländern lassen sich daraus ableiten?
  - Von einem Handelsdefizit spricht man, wenn ein Staat mehr Waren einführt, als er exportiert. Arbeite aus dem Schaubild die Regionen mit Handelsdefizit bzw. Handelsüberschuss heraus.
- Globalisierung ist Alltag. Listet in Gruppenarbeit Situationen auf, in denen ihr mit Globalisierung konfrontiert werdet. Jede Gruppe spezialisiert sich auf einen Lebensbereich: a) schulisches Umfeld, b) häusliches Umfeld, c) unterwegs (Freizeit, Sport, Hobbys)
- Welche Aussage ist falsch? Begründe deine Antworten, und erläutere, warum die anderen Möglichkeiten ausgeschlossen werden müssen.

Durch die Globalisierung erhöhen sich die internationalen

- A) Warentransporte ( )    B) Handelsbarrieren ( )  
 C) Transportkosten ( )    D) Kommunikationsnetze ( )

Der internationale Handel führt zu größerer/größerem

- A) Warenproduktion ( )    B) Kapitaltransfer ( )  
 C) Ideenaustausch ( )    D) Arbeitsteilung ( )

Auflösung: B) Handelsbarrieren, A) Warenproduktion

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

- Viele deutsche Firmen haben ihre Produktion in „Niedriglohnländer“ verlagert – einige kehren jedoch inzwischen ernüchtert wieder zurück.
  - Charakterisieren Sie den Zusammenhang zwischen Arbeitsplätzen und Löhnen in der Globalisierungskontroverse.
  - Erstellen Sie eine Liste mit wichtigen Aspekten, die einen Vorteil für den Standort Deutschland im internationalen Wettbewerb bringen.
- Durch die Globalisierung wird der Wettbewerb auch für Deutschland schärfer. Entwerfen Sie in der unten stehenden Tabelle zwei unterschiedliche Zukunftsbilder.
- Globalisierung – Fluch oder Segen für den Standort Deutschland?  
 Bilden Sie Gruppen von vier bis sechs Personen, und lassen Sie ein Blatt mit der Diskussionsfrage reihum gehen. Jeder in der Gruppe hat maximal drei Minuten Zeit, seinen Kommentar zu schreiben, dann wird das Papier weitergereicht, und der Nachbar antwortet jeweils dem Vorgänger. Stellen Sie die Ergebnisse im Plenum vor.

### Projekt

In Gruppen befragen die Jugendlichen Experten zu Erfolgen von CSR-Maßnahmen (z. B. CSR-Beauftragte oder Pressesprecher eines Unternehmens). Sie analysieren die Antworten nach ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten. Ihre Arbeitsergebnisse stellen sie anschließend dem Plenum vor.

### Zukunftsvision: Deutschland im Jahr 2050

Deutschland konnte von der Globalisierung profitieren, dafür musste man Folgendes tun, um wettbewerbsfähig zu bleiben:

Deutschland hat die Chancen der Globalisierung nicht wahrgenommen, das waren die Fehler und die Folgen:

### Tipps

[www.unternehmen-fuer-die-region.de](http://www.unternehmen-fuer-die-region.de),  
[www.csrgermany.de](http://www.csrgermany.de),  
[www.freiheit-und-verantwortung.de](http://www.freiheit-und-verantwortung.de),  
[www.csr-mittelstand.de/best\\_practices](http://www.csr-mittelstand.de/best_practices)  
 Hier findet ihr Firmen in eurer Region, die CSR-Maßnahmen verwirklichen. Dort könnt ihr ein Unternehmen in eurer Nähe herausuchen. Eine Kontaktadresse für mögliche Ansprechpartner findet ihr auf der Website des Unternehmens. Scheut euch nicht, dort direkt anzurufen: Die freuen sich, über ihre CSR-Aktivitäten berichten zu können!

## Folgen der Globalisierung

### Globalisierung: Vor- und Nachteile...

Chancen der Globalisierung	Risiken der Globalisierung
Durch internationalen Handel Zuwachs an Arbeitsplätzen durch Exporte	Durch internationalen Handel Verlust an Arbeitsplätzen durch Importe
Unternehmen profitieren von weltweit wachsenden Absatzmärkten.	Wachsende Absatzmärkte und Produktion von Gütern führen zu weiterer Umweltzerstörung.
Kostendruck zwingt Unternehmen, mit Rohstoffen sparsam umzugehen.	Unternehmen können in Ländern Rohstoffe abbauen, die niedrige umwelttechnische Standards haben.
Verbraucher profitieren von günstigeren Preisen.	Verbraucher erhalten schlechter verarbeitete, schadstoffbelastete Massenware.
Schrittweise Anpassung der Produktionsbedingungen in den Entwicklungsländern an Standards der Industrieländer	Produktion in Niedriglohnländern unter geringeren Sozial- und Umweltschutzstandards

### Der Global Compact der Vereinten Nationen (UN)

Unternehmen sollen ...

**Prinzip 1:** den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

**Prinzip 2:** sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

**Prinzip 3:** die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie

**Prinzip 4:** für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

**Prinzip 5:** die Abschaffung der Kinderarbeit und

**Prinzip 6:** die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

**Prinzip 7:** im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

**Prinzip 8:** Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen und

**Prinzip 9:** die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

**Prinzip 10:** gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Quelle: Deutsches Global Compact Netzwerk, [www.globalcompact.de](http://www.globalcompact.de)



Quelle: BMAS; [www.csr-in-deutschland.de](http://www.csr-in-deutschland.de)

Mehr zum Projekt „MitVerantwortung“ unter [www.jugend-und-bildung.de/mitverantwortung](http://www.jugend-und-bildung.de/mitverantwortung)

## Folgen der Globalisierung

### Einstieg (Klassenstufen 7 bis 9)

1. Versetze dich in die Lage einer beliebigen Person an einem beliebigen Ort der Welt (Verbraucher, Arbeiter, Unternehmer, Journalist, Politiker, Menschenrechtsaktivist usw.), und schreibe einen Brief an die Regierung, in dem du die Auswirkungen der Globalisierung auf dein Leben schilderst. Du kannst eine negative, positive oder gemischte Sicht darstellen. Bevor du den Brief schreibst, kläre in Einzelarbeit für dich die Lage der gewählten Person und dein Bild des Adressaten.
2. Finde zu jedem der zehn Prinzipien des „Global Compact“ ein konkretes Beispiel für eine CSR-Aktivität. Erklärt euch in Partnerarbeit eure Auswahlgründe, und überprüft die Zuordnung.

Prinzip 1

Prinzip 2

Prinzip 3

Prinzip 4

Prinzip 5

Prinzip 6

Prinzip 7

Prinzip 8

Prinzip 9

Prinzip 10

3. Fasse in eigenen Worten zusammen, warum die Bundesregierung ein Interesse daran hat, CSR-Maßnahmen zu unterstützen.

### Vertiefung (Jahrgangsstufen 10 bis 13)

1. Recherchieren Sie in Einzelarbeit für die negativen Folgen der Globalisierung konkrete gegenwärtige Beispiele, die im Zusammenspiel eine soziale und ökologische Trendwende ins Positive einleiten können.
2. CSR als Instrument der Friedensentwicklung:  
In Norte de Santander, Kolumbien, streiten Guerillas, Paramilitärs und organisierte Drogenbanden um die Kontrolle der Region. Die Mordrate ist extrem hoch, und die nahe Grenze zu Venezuela sorgt für eine florierende Schmuggelwirtschaft. Kleinere und Kleinstunternehmen bilden mehr als 60 Prozent aller Betriebe. Diese kleinen

örtlichen Unternehmen sind zwangsläufig vom bewaffneten Konflikt in der Region betroffen oder spielen gar eine kritische Rolle darin. Ein Teil der Betriebe erleidet wirtschaftlichen Schaden durch die Auseinandersetzungen, ein anderer Teil profitiert durch die Beteiligung an illegalen Geschäften und verstärkt damit den Konflikt. Dass die örtlichen Unternehmer für die Entwicklung und Sicherung des Friedens in Norte de Santander eine Schlüsselrolle spielen, liegt auf der Hand. Sie haben vielfältige Möglichkeiten, etwa indem sie Beschäftigung und Einkommen für demobilisierte Kämpfer bieten oder einen Beitrag zu dringend benötigten Bildungs- und Gesundheitsdienstleistungen leisten. Ein international operierender Konzern hat die Colombian Foundation for Education and Opportunity gegründet, die als unabhängige Organisation Maßnahmen für Arbeitsplätze, Bildung und Gesundheitsaufklärung vor allem für kolumbianische Bürgerkriegsopfer unterstützen soll.

Quellen: GTZ, [www.gtz.de/de/themen/898.htm](http://www.gtz.de/de/themen/898.htm);

BDA, [www.csrgermany.de](http://www.csrgermany.de) (Rubrik „CSR in der Praxis“)

> „Praxisbeispiele von Unternehmen“ > „Ernährungsindustrie“

> „Coca-Cola Deutschland“)

Analysieren Sie in Arbeitsgruppen am vorliegenden Beispiel, inwiefern CSR ein Instrument für Friedenssicherung sein kann. Welche konkreten Maßnahmen könnten in Ihren Augen diesen Prozess unterstützen? Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse im Plenum.

### Projekt

In Gruppenarbeit wird eine Zukunftswerkstatt gebildet, die Voraussetzungen, Maßnahmen und Strategien für eine gerechtere Welt ausarbeitet.

Themenbereiche:

- » Menschenrechte
- » Hunger und Armut
- » Umweltzerstörung
- » Klimaerwärmung, CO<sub>2</sub>-Emissionen
- » Bildung, Wissen, Gesundheit
- » Kinderarbeit/Ausbeutung
- » Verbraucherbewusstsein
- » Korruption
- » gerechte Verteilung des weltweiten Reichtums