

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  
Report



oekom research AG

## **Globale Geschäfte – globale Verantwortung**

Wie die Global Player die großen Herausforderungen einer  
nachhaltigen Entwicklung meistern

ISBN 978-3-86581-418-0

148 Seiten, 16,5 x 23,5 cm, 19,95 Euro

oekom verlag, München 2013

©oekom verlag 2013

[www.oekom.de](http://www.oekom.de)

# Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Unternehmen . . . . .	7
Vorwort . . . . .	11
<b>1. Der Rahmen – die Verantwortung der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung . . . . .</b>	<b>13</b>
1.1. Von Sachsen nach Rio – Nachhaltigkeit macht Karriere . . . . .	13
1.2. Vom Hausmeister zum Strategen – Entwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements in den Unternehmen . . . . .	16
1.3. Vom Saulus zum Paulus – den Finanzmarkt als Hebel nutzen . . . . .	22
1.4. Hinter den Kulissen – Basis der Analysen . . . . .	27
<b>2. Gute Branchen, schlechte Branchen – wie die Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit angehen . . . . .</b>	<b>33</b>
2.1. Wie Unternehmen über ihr Nachhaltigkeitsmanagement berichten . . . . .	33
2.2. Die besten Branchen und Unternehmen – die Nachhaltigkeitsleistungen globaler Konzerne im Überblick . . . . .	37
2.3. Arbeitsrechte, Menschenrechte, Umweltschutz – wie ernst nehmen die Unternehmen internationale Standards? . . . . .	42
2.3.1. Arbeitsrechte . . . . .	42
2.3.2. Menschenrechte . . . . .	45
2.3.3. Umweltschutz . . . . .	47
2.4. Die Rolle der Banken . . . . .	49
2.5. Im Profil – wie einzelne Branchen sich für eine nachhaltige Entwicklung engagieren . . . . .	52
<b>3. Die Agenda – die großen Herausforderungen und was die Unternehmen tun . . . . .</b>	<b>73</b>
3.1. Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel . . . . .	75
3.1.1. Fakten . . . . .	75
3.1.2. Risiken des Klimawandels für die Unternehmen . . . . .	78
3.1.3. Maßnahmen der Unternehmen . . . . .	80
Gastbeitrag: Ernst Rauch, Munich Re . . . . .	84

3.2.	Schutz der Artenvielfalt und Ökosysteme . . . . .	86
3.2.1.	Fakten . . . . .	87
3.2.2.	Risiken des Artensterbens für die Unternehmen . . . . .	89
3.2.3.	Maßnahmen der Unternehmen . . . . .	90
	Gastbeitrag: Stefan Hörmann, Global Nature Fund. . . . .	95
3.3.	Versorgung mit sauberem Wasser . . . . .	97
3.3.1.	Fakten . . . . .	97
3.3.2.	Maßnahmen der Unternehmen . . . . .	99
	Gastbeitrag: Philipp Wagnitz, WWF Deutschland . . . . .	104
3.4.	Schutz der Wälder . . . . .	106
3.4.1.	Fakten . . . . .	106
3.4.2.	Maßnahmen der Unternehmen . . . . .	107
	Gastbeitrag: Prof. Dr. Hubert Weiger, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland . . . . .	113
3.5.	Bekämpfung der Armut . . . . .	115
3.5.1.	Fakten . . . . .	116
3.5.2.	Maßnahmen der Unternehmen . . . . .	116
	Gastbeitrag: Dr. Iris Schöninger & Katharina Wertenbruch, Deutsche Welthungerhilfe . . . . .	124
3.6.	Demografischer Wandel . . . . .	126
3.6.1.	Fakten . . . . .	127
3.6.2.	Maßnahmen der Unternehmen . . . . .	127
	Gastbeitrag: Renate Bähr, Stiftung Weltbevölkerung . . . . .	131
3.7.	Korruptionsbekämpfung . . . . .	133
3.7.1.	Fakten . . . . .	134
3.7.2.	Verbreitung von Korruption in einzelnen Branchen . . . . .	135
	Gastbeitrag: Caspar von Hauenschild, Transparency International Deutschland . . . . .	137
<b>4.</b>	<b>Perspektiven – Vom Machbaren zum Notwendigen . . . . .</b>	<b>140</b>
	<b>Anhang</b>	
	Im Profil: oekom research AG . . . . .	143
	Abkürzungsverzeichnis . . . . .	144
	Glossar . . . . .	145
	Quellen und Hinweise. . . . .	146