

test

FINANZtest

Die CSR-Untersuchungen der Stiftung Warentest

Dr. Holger Brackemann

STIFTUNG WARENTEST

Die Stiftung Warentest

test

FINANZtest

- è gegründet 1964 auf Beschluss des Deutschen Bundestages
- è Stiftung privaten Rechts
- è Erträge 2006:
52,0 Mio. €, davon 12,5 % Bundeszuwendung
- è 289 Mitarbeiter (2006)
- è 94 % der Deutschen kennen die Stiftung Warentest,
74 % haben ein hohes oder sehr hohes Vertrauen in ihre Arbeit (Umfrage von 2007)



test

FINANZtest

Verständnis des Begriffs CSR

- è Das **Begriffsverständnis** variiert in einem weiten Bereich.
- è Für die Stiftung Warentest steht die **Verantwortungsübernahme entlang der Wertschöpfungskette** hinsichtlich sozialer und ökologischer Fragen im Vordergrund.
- è Ergänzend werden auch weitere Aktivitäten der Unternehmen betrachtet.
- è Seit 2004 untersuchen wir die sozial-ökologische Verantwortungsübernahme als **Ergänzung** zu ausgewählten Warentests (**CSR-Tests**).

CSR = Coporate Social Responsibility

Grundsätzliches der CSR-Tests



- è Das Ziel ist, den **Produktlebensweg** weiter erhellen (im klassischen Warentest nur Information zur Nutzungsphase und ggf. Entsorgung).
- è Die Auswahl der Unternehmen richtet sich nach der **Produktauswahl** im Warentest.
- è Betrachtung des Unternehmensteils, der das untersuchte Produkt herstellt (**Produktansatz**).
- è **Getrennte Bewertung** von Produkt und CSR-Verhalten des Anbieters.

STIFTUNG WARENTEST

Bisherige CSR-Untersuchungen

- è Funktionsjacken (12/04)
- è tiefgekühlte Lachsfilets (01/05)
- è Vollwaschmittel (03/05)
- è Fernlenkautos (12/05)
- è Garnelen (04/06)
- è Fußballer (06/06)
- è Herrenhemden (11/06)
- è Kochschinken (08/07)
- è Fernseher
- è Waschmaschinen



Basis für die CSR-Kriterien



- è Global Compact der **Vereinten Nationen**
- è **OECD-Richtlinien** für multinationale Unternehmen
- è Kernarbeitsnormen der **ILO**
- è Leitfaden der Global Reporting Initiative (**GRI**)
- è Nachhaltigkeitsberichterstattung von "Vorreiter-**Unternehmen**"
- è Bewertung börsennotierter Unternehmen durch **Rating-Agenturen**

Gliederung der CSR-Kriterien

test

FINANZtest

Themenfelder

Soziales, Beschäftigte

Soziales, Produktion

Umwelt

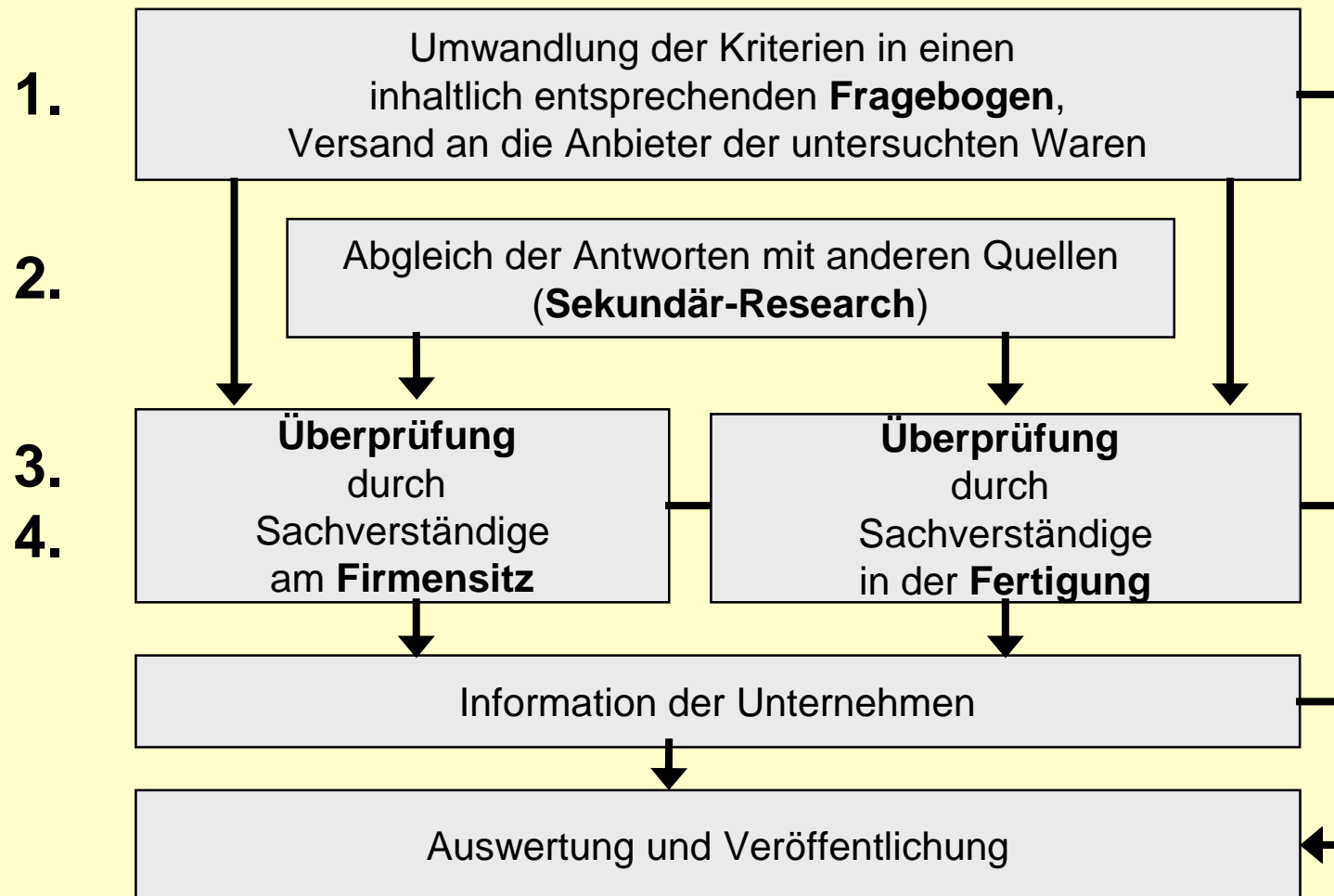
Verbraucher und Gesellschaft

Untergliederung:

- Unternehmenspolitik
- Management
- Umsetzung
- Berichterstattung

Kriterien sind unter www.test.de/csr erhältlich.

Durchführung der CSR-Tests



STIFTUNG WARENTEST

CSR-Ergebnistabelle Fußballer



Anbieter, Reihung wie Warentest

Bewertende CSR-Beschreibung

Bewertung einzelner Themenfelder

Wichtige Einzelinformationen

test-Qualitätsurteil Ware

test Fußballer		adidas Team
UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG FÜR SOZIALES UND UMWELT	STAR ENGA	
UNTERNEHMENSPOLITIK	●●●●	
Soziale Leitlinien vorhanden	Umfas	
Umweltschutz verankert	Umfas	
UMGANG MIT BESCHÄFTIGTEN BEIM ANBIETER	●●●●	
Anteil Auszubildender	Niedri	
Anteil Schwerbehinderter	Niedri	
Betriebliche Altersvorsorge	Ja	
SOZIALES (PRODUKTION UND VERARBEITUNG)	●●●●	
Mindeststandards	Umfas	
Kontrollen bei Zulieferern	Umfas	
UMWELT (PRODUKTION UND VERARBEITUNG)	●●●●	
Vorgaben für das Produkt	Umfas	
Anforderungen an die Produktion	Umfas	
VERBRAUCHERINFORMATION	●●●●	
Kundentelefon	Kosten	
Beantwortung Kundenanfragen	Unzur	
TRANSPARENZ	●●●●	
Fragebogen beantwortet	Ja	
Überprüfung Anbieter	Ja	
Überprüfung Hersteller	Ja	
Hergestellt in	Thaila	
test-QUALITÄTSURTEIL IM WARENTEST (SIEHE SEITE 76)	GUT	

adidas Teamgeist Replique	Derbystar Fairtrade Alpha TT	erli Sor
STARK ENGAGIERT	ENGAGIERT	AN
●●●●●	●●	●●
Umfassend	Kaum	Ja
Umfassend	Kaum	Ja
●●●	●●	●●
Niedrig	Keine Angabe	Kei
Niedrig	Mittel	Kei
Ja	Ja	Ja
●●●●●	●●●●	●●
Umfassend	Ja	Ja
Umfassend	Ja	Ja,
●●●●●	●●●●	●●
Umfassend	Ja	Ja
Umfassend	Ja	Kau
●●●	●●●	●●
Kostenpflichtig	Kostenpflichtig	Kos
Unzureichend	Hinreichend	Teil
●●●●●	●●●●●	●●
Ja	Ja	Ja
Ja	Ja	Ja
Ja	Ja	Ja
Pakistan	Pakistan	Pak
GUT (2,4)	GUT (2,4)	GU

Reaktionen der Leser und Medien



- è Das Interesse der Leser an den CSR-Tests folgt mit geringem Abstand dem Interesse am entsprechenden Warentest.
- è Die unmittelbaren Reaktionen (**Leserbriefe**) sowie die Befragungen von **Abonnenten** ergeben ganz überwiegend Zustimmung zu der neuen Untersuchungsform.
- è Rund ein Viertel der befragten Leser (**Abonnenten**) hat sich bei **Kaufentscheidungen** schon an den Ergebnissen orientiert (CSR-Test Lachs).
- è Die **Medien** berichten intensiv über das neue Untersuchungsgebiet, wenig allerdings über konkrete Ergebnisse.
- è Bis Ende 2007 waren **90 Unternehmen** im CSR-Test, **80 %** kooperierten zumindest einmal.

Fazit der bisherigen Tests: Das Bild ist differenziert.



- è **Handel:** Von vielen Discountern, die – wenn überhaupt – erst beginnen sich des Themas anzunehmen, bis zu in hohem Maße engagierten Handelshäusern.
- è **Markenanbieter:** Von großem Engagement bis zur Verweigerung der Auskunft.
- è Gewisse Diskrepanz der Ergebnisse zu Schwerpunktsetzungen von **NGO:** Fokussierung auf Markenanbieter.
- è Bei vielen **Verbrauchern** spielt der Preis nach wie vor die wichtigste Rolle bei der Kaufentscheidung.
Für eine signifikante Minderheit spielen CSR-Gesichtspunkte bei Kaufentscheidungen eine Rolle.
Viele Verbraucher verhalten sich bei ihren Kaufentscheidungen nicht einheitlich ("hybride" Verbraucher).

test

FINANZtest

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen unter:

www.test.de und

h.brackemann@stiftung-warentest.de