



Lernmodul 3

Unternehmen und Nachhaltigkeit

Hintergrundinformationen für Lehrkräfte

Unterrichtliche Erschließungen

Unterrichtsmaterialien

Gefördert durch die
Deutsche Bundesstiftung Umwelt:



Deutsche Bundesstiftung Umwelt
Königsplatz 1, 40225 Düsseldorf, 0212 90-100

Wissenschaftszentrum
Nordrhein-Westfalen

Institut Arbeit
und Technik



Kulturwissenschaftliches
Institut
Wuppertal Institut für
Klima, Umwelt, Energie

Herausgeber

Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie GmbH
Döppersberg 19
42103 Wuppertal

Projektleitung am Wuppertal Institut / Kontakt

Dr. Christa Liedtke
Dr. Maria J. Welfens
Tel. + 202-2492-244
Fax + 202-2492-138

Fachliche Beratung

Dr. Armin Kremer
Institut für Allgemeine Pädagogik
Universität Hildesheim
Rolf Schulz
Landesinstitut für Schule NRW

Entwurf/Layout

Beatrix Göge | Kommunikationsdesign
Wuppertal
E-Mail: info@de-Sign.tv
Internet: <http://www.de-Sign.tv>

Illustrationen

Bildstelle des Wuppertal Instituts
Friederike Rave

Copyright

Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie GmbH
1. Auflage, September 2004
Vervielfältigung im Klassensatz unbedingt erwünscht

Internet

<http://www.kurs-21.de>

Bildmaterial

u. a. <http://www.photocase.de>

Inhalt

Vorwort

I.	„Unternehmen und Nachhaltigkeit“ - Hintergrundinformationen für Lehrkräfte	6
II.	Unterrichtliche Erschließungen	18
1.	Unternehmen: Funktionen, Aufbau, Ziele	18
1.1	Funktionen eines Unternehmens	18
1.2	Aufbau eines Unternehmens	18
1.3	Unternehmensphilosophie und -ziele	18
2.	Nachhaltigkeit: Das Leitbild für Unternehmen	19
2.1	Agenda 21 und Unternehmen	19
2.2	Uweltmanagement: EU-Öko-Audit-Verordnung und DIN ISO 14001	19
3.	Soziale Verantwortung eines Unternehmens	19
3.1	Corporate Social Responsibility – Soziale Verantwortung eines Unternehmens	19
3.2	Ausbildung und Qualifizierung	20
3.3	Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen (Stakeholder-Dialog)	20
4.	Erkundungen und Befragungen	21
	Literatur und Links	24
	Anhang: Unterrichtsmaterialien	

Autorenteam

Dr. Maria J. Welfens
Renate Jungkeit
Thomas Lemken

In Zusammenarbeit mit

Carolin Baedeker
Ina Schaefer

Sehr geehrte Lehrerinnen und Lehrer,

die vorliegenden KURS 21-Lernmodule zielen nicht nur auf die inhaltliche Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit ab, sondern ebenso auf die Förderung von Gestaltungskompetenz bei Schülerinnen und Schülern (siehe dazu auch Einführung in die Materialien, Kap. 1.2 Didaktische Grundlagen).

In gemeinsamen Aktivitäten zwischen Schulen und Unternehmen sollen die Jugendlichen eine Gelegenheit erhalten, Kompetenzen zu erwerben, die es ihnen ermöglichen, ihre Zukunft aktiv und verantwortungsvoll mitzugestalten. Wir hoffen, Ihnen als engagierten Pädagoginnen und Pädagogen ein interessantes Modellangebot vorlegen zu können.

Gestaltungskompetenz bezeichnet das Vermögen, „die Zukunft von Sozietäten, in denen man lebt, in aktiver Teilhabe im Sinne nachhaltiger Entwicklung modifizieren und modellieren zu können“ (de Haan/Harenberg 1999, S. 60; BMBF 2002, S.14).

Die Gestaltungskompetenz umfasst folgende Teilkompetenzen (nach de Haan/Harenberg 1999/BLK 21, 2004):

- vorausschauendes und vernetztes Denken,
- Verständigung und Kooperation zwischen den Kulturen,
- Fähigkeit zu interdisziplinären Herangehensweisen bei Problemlösungen und Innovationen,
- Planungs- und Umsetzungskompetenz,
- Partizipationskompetenz,
- Fähigkeit zur Gemeinschaftlichkeit und Solidarität,
- Fähigkeit, sich und andere zu motivieren,
- Kompetenz zur distanzierten Reflexion.

Bei der Entwicklung der Materialien und der Aufgabenformulierung war es uns ein Anliegen, die Teilkompetenzen bei den Schülerinnen und Schülern zu fördern und zu fordern.

In den Materialien sind folgende breit gefasste Aufgabenstellungen enthalten:

RECHERCHEN: Die Recherchen zielen auf das eigenständige Entdecken und Abstecken des Themenfeldes. Durch die Aufgabenstellung soll die Fähigkeit, selbstständig Informationen (zu definierten Fragen oder Themen) zu erschließen und auszuwerten bzw. zu bewerten, gefördert werden. Der Umgang mit Informationen kann so geübt und von den Lehrkräften begleitet werden. Darüber hinaus bieten die Rechercheaufgaben ein gutes Training für den Umgang mit neuen Medien als Unterrichtszweck.

DISKUSSIONEN: Die Diskussionsanregungen sollen Schülerinnen und Schüler ermuntern, verschiedene Handlungsoptionen im Gespräch zu entwickeln. Kreativität und Fantasie sollen dabei unterstützt werden. Bei der Auseinandersetzung

vität und Phantasie sollen dabei unterstützt werden. Bei der Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Facetten einer Nachhaltigen Entwicklung wird wo möglich, die globale Perspektive einbezogen. Dabei ist beabsichtigt, Neugier und Offenheit gegenüber anderen Kulturen und Interessenslagen anderer Länder zu wecken.

Geübt werden kann darüber hinaus, die eigene Meinung zu formulieren und argumentativ zu belegen.

Es wird besonders darauf geachtet, dass die Schülerinnen und Schüler lernen, komplexe Zusammenhänge sachgemäß zu präsentieren, mit anderen zu diskutieren und dabei sowohl den eigenen Standpunkt als auch den Standpunkt der anderen zu reflektieren.

AKTIVITÄTEN: Die vorgeschlagenen Aktivitäten geben eine gute Gelegenheit, die Planungs- und Umsetzungskompetenz zu trainieren. Die Schülerinnen und Schüler können zunächst die Handlungsabläufe und die dafür benötigten Ressourcen planen, die notwendigen Vernetzungen von Akteuren bedenken und Planungsalternativen entwickeln. Im Verlauf ihrer Projekte lernen sie, auf sich verändernde Bedingungen (neue Erkenntnisse, Rückkopplungen u. a.) entsprechend zu reagieren.

ERKUNDUNGEN: Erkundungen von Unternehmen bieten Möglichkeiten, einerseits schulisches Lernen in einen gesellschaftlichen Realkontext einzubetten, d.h. den Schülerinnen und Schülern unmittelbare Erfahrungen in unternehmerischer Theorie und Praxis zu ermöglichen, um entsprechende Einsichten und Erkenntnisse bezüglich Nachhaltigkeit gewinnen zu können. Andererseits bieten die Erkundungen dem Unternehmen die Möglichkeit, den Dialog mit Schülerinnen und Schülern über Unternehmensziele und Unternehmensphilosophie, Produkt- und Dienstleistungsangebote aufzunehmen.

Darüber hinaus finden Sie in unserem Lernangebot die Hintergrundinformationen zu jedem thematischen Feld und die entsprechenden Literatur- und Linklisten. Diese ermöglichen es Ihnen, die vorliegenden Materialien je nach den Interessen der Schülerinnen und Schüler zu ergänzen.

Für Ihre Kommentare, Kritik und Ideen sind wir offen und dankbar.

Bitte richten Sie diese an:

Dr. Christa Liedtke (christa.liedtke@wupperinst.org)

Dr. Maria J. Welfens (jola.welfens@wupperinst.org)

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH

Döppersberg 19

42103 Wuppertal

Wir hoffen, dass unser Projekt zum Anlass für die Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit in den Kooperationsaktivitäten zwischen Ihrer Schule und dem Partnerunternehmen wird. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und interessante Erfahrungen bei der Umsetzung der Unterrichtsangebote!

Literatur:

BLK 21 (2004): Das Leben gestalten lernen. Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Materialien, Medien, Kontakte. Berlin.

De Haan, G., D. Harenberg (1999): Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Gutachten zum BLK-Programm, Materialien zur Bildungsplanung und zur Forschungsförderung, Heft 72, Bonn.

Ihr KURS 21-Team

I. „Unternehmen und Nachhaltigkeit“ Hintergrundinformationen für Lehrkräfte

„Handle so, dass die Wirkungen deines Handelns nicht zerstörerisch sind für die Permanenz echten menschlichen Lebens auf Erden.“

H. Jonas (1993): Das Prinzip Verantwortung, S.36

1. Unternehmen: Funktionen, Aufbau, Ziele

Die Begriffe „Unternehmen“, „Unternehmung“ und „Betrieb“ werden im allgemeinen Sprachgebrauch synonym verwendet. In den vorliegenden Materialien benutzen wir durchgehend den Begriff „Unternehmen“ und verstehen darunter „eine rechtlich selbstständige Einheit der Volkswirtschaft mit wirtschaftlicher Zielsetzung und einem eigenen finanziellen Gefüge“ (Weidtmann, B., 2002, S. 16).

Die Erkundung eines Unternehmens unter dem Gesichtspunkt „Nachhaltigkeit“ soll Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit bieten, ökonomische, ökologische und soziale Bereiche zu erschließen.

Die folgenden Hintergrundinformationen beziehen sich auf zentrale Fragestellungen der Nachhaltigkeitsdiskussion im Kontext von Unternehmenstätigkeit. Diese Liste kann je nach konkreter Lernsituation um weitere Fragestellungen und Bereiche der Nachhaltigkeitsdiskussion (z. B. kulturelle und institutionelle Aspekte) erweitert werden.



Quelle: Photocase

1.1 Funktionen eines Unternehmens

Die Grundfunktion jedes Unternehmens besteht in der Bereitstellung von Gütern bzw. Dienstleistungen zum Zweck der Bedürfnisbefriedigung und Bedarfsdeckung der Menschen.

Die von Unternehmen ausgeübten Tätigkeiten sind sehr verschiedenartig:

- Metallerze, Kohle, Erdöl werden gefördert und zur Produktion von Maschinen, Konsumgütern und/oder zur Erzeugung von Energie weiter genutzt,
- Getreide, Obst und Gemüse werden gepflanzt, geerntet und verarbeitet,
- Personen und Güter werden transportiert,
- Kredite werden gewährt,
- Informationen werden gewonnen und weitergegeben

und viel, viel mehr je nach Unternehmenssektor.

Man kann leicht erkennen, dass sich hinter dem Begriff Unternehmen ein sehr breites Spektrum von Tätigkeiten, Gütern und Leistungen verbirgt.

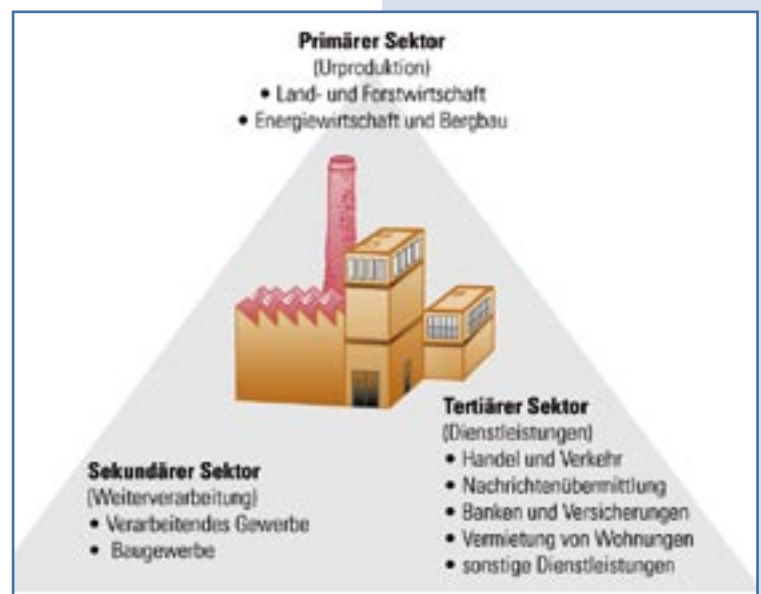
Wenn sich das Unternehmen mit der Erzeugung von Produkten, die am Anfang des volkswirtschaftlichen Produktionsprozesses (sog. Urproduktion) stehen, wie Erzeugung landwirtschaftlicher Produkte oder Abbau von Metallerzen, Kohle u. a., beschäftigt, sprechen wir vom **primären Sektor**. Die Erzeugung von weiterverarbeiteten Produkten, wie Maschinen, Möbeln, Büchern, Textilien usw., bezeichnet man als **sekundären Sektor**. Den dritten Teil einer Volkswirtschaft bilden die Dienstleistungen (Handel, Banken, Versicherungen, Transportunternehmen u. a.), der sog. **tertiäre Sektor** (siehe Abb.1). Die Bedeutung der einzelnen Sektoren ist von Land zu Land unterschiedlich. Während in Entwicklungsländern der primäre Sektor (Gewinnung von Rohstoffen) dominiert, gewinnt in den Industrieländern zunächst der sekundäre und dann der tertiäre Sektor eine immer größere Bedeutung.

Der Herstellungsprozess in einem Unternehmen kann an einem oder mehreren Standor-

ten erfolgen. Entsprechend kann zwischen lokal bzw. regional und international ausgerichteten Unternehmen unterschieden werden. Im Zeitalter der Globalisierung sind fast alle Unternehmen in irgendeiner Weise mit dem Weltmarkt vernetzt.

Unternehmen produzieren durch den Einsatz von so genannten „Produktionsfaktoren“ (Werkstoffe, Betriebsmittel, Arbeit, Organisation). Für diese Faktoren braucht ein Unternehmen finanzielle Mittel. Zu diesen Faktoren zählt der Lohn für die Arbeitnehmer, der Kauf und die Unterhaltung der Betriebsmittel (Maschinen usw.) und die Beschaffung von Ressourcen, die für die Produktion gebraucht werden.

Abb. 1: Vereinfachte Darstellung der Wirtschaftssektoren



Quelle: Wuppertal Institut

1.2 Aufbau eines Unternehmens

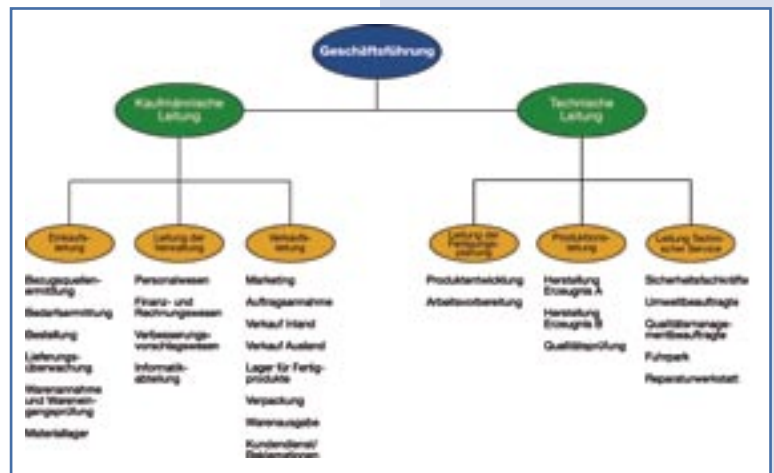
Ein Ausgangspunkt für die Erkundung eines Unternehmens ist die Auseinandersetzung mit seiner Struktur.

Die Struktur eines Unternehmens kann man aus verschiedenen Blickwinkeln betrachten. Erstens kann man die Organisation zu einem bestimmten Zeitpunkt ansehen. Diese Form der Darstellung wird Aufbaustruktur genannt.

Die Aufbaustruktur beschäftigt sich mit der Zuordnung der Aufgaben zu den verschiedenen Abteilungen eines Unternehmens und den Informationskanälen, welche die Abteilungen vernetzen. Die Aufbaustruktur eines Unternehmens kann mit Hilfe eines Organigramms dargestellt werden (siehe Abb. 2).

Zweitens kann die Struktur eines Unternehmens als Abfolge von Ereignissen in zeitlicher Hinsicht betrachtet werden. Diese Sichtweise bezeichnet man als Ablaufstruktur eines Unternehmens. In der Ablaufstruktur wird die Aufgabenverteilung in einem Unternehmen anhand des zeitlichen Produktionsablaufs dargestellt (siehe Abb. 3). Darstellungen dieser Art ermöglichen dem Unternehmen, Menschen und Sachmittel in zeitlicher oder räumlicher Hinsicht so miteinander abzustimmen, dass alle Arbeitsgänge lückenlos ineinander greifen.

Abb. 2: Der Aufbau eines Unternehmens: Schematische Darstellung



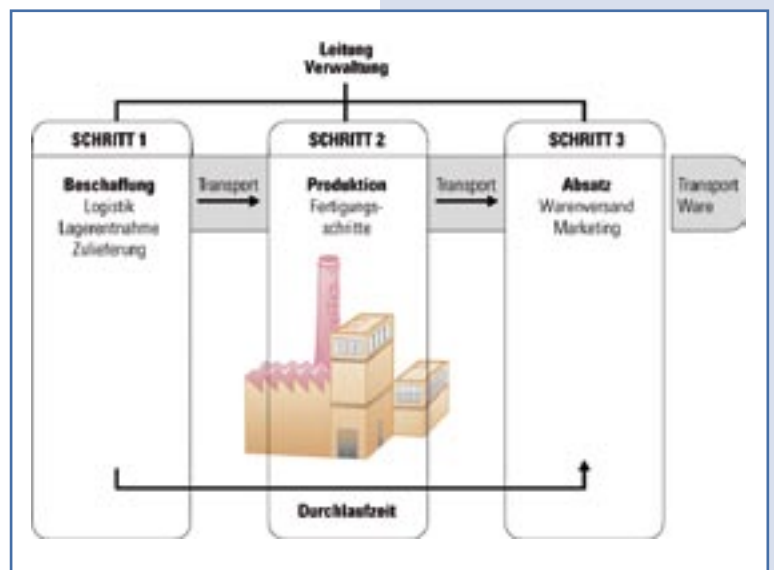
Quelle: Wuppertal Institut / Illustration: Beatrix Göge

1.3 Unternehmensphilosophie und -ziele

Die Unternehmensphilosophie beinhaltet die wichtigsten Prinzipien und Grundsätze, die das Unternehmen verfolgt. In der Unternehmensphilosophie werden z. B. folgende Aspekte angesprochen:

- das Bekenntnis zur gesellschaftlichen Funktion des Unternehmens,
- die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft,
- die Verantwortung für zukünftige Generationen,
- die Einstellung zum technischen Fortschritt,
- die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Aktionären,
- die akzeptierten Verhaltensnormen im Rahmen der wirtschaftlichen Tätigkeit des Unternehmens.

Abb. 3: Vereinfachte Ablauforganisation eines Unternehmens



Quelle: Wuppertal Institut

Die Unternehmensphilosophie ist eine Rahmenbedingung für die Formulierung von Unternehmenszielen. Das übergreifende Ziel eines Unternehmens ist es, Gewinne zu machen und den Bestand des Unternehmens längerfristig zu sichern. Daneben gibt es weitere Ziele, die Unternehmen anstreben. Grundsätzlich lassen sich Ziele von Unternehmen verschiedenen Kategorien zuordnen, z. B.:

- ökonomische Ziele (z. B. Rentabilität), soziale Ziele (z. B. Sicherung der Arbeitsplätze) und

- ökologische Ziele, wie Ressourcenschonung, Verringerung der Emissionen und Abfälle,
- monetäre (Gewinnstreben) und nicht-monetäre Ziele (Streben nach Prestige/Macht),
- Outputziele (z. B. Umsatzsteigerung) und Inputziele (z. B. Personalbestand sichern),
- kurzfristige Ziele (z. B. erfolgreiche Werbekampagne) und längerfristige Ziele (Existenzsicherung),
- nationale (z. B. Sicherung des Standortes)

Deutschland) und internationale Ziele (Koope-
ration mit ausländischen Unternehmen)

Ausgehend von den übergreifenden Zielen, müs-
sen die anderen Ziele miteinander in Einklang
gebracht bzw. gegeneinander abgewogen wer-
den.

Zukunftsfähige Unternehmen, die nachhal-
tig handeln, zeichnen sich dadurch aus, dass sie
über die ökonomische Zielsetzung hinaus auch
ökologische und soziale Ziele in ihrer Unterneh-
menspraxis verfolgen. Eine langfristig erfolgreiche
Umsetzung eines solchen Unternehmensleitbil-
des erfordert die aktive Partizipation (Beteiligung)
aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unterneh-
men. Kommunikation intern wie extern und Qualifi-
zierung der Beschäftigten haben auf diesem Weg
Schlüsselfunktionen für eine erfolgreiche Organi-
sationsentwicklung.

2. Nachhaltigkeit: Das Leitbild für Unternehmen

*„Eigentlich ist es doch ganz selbstver-
ständlich, dass wir die Erde unseren Kin-
dern in einem Zustand hinterlassen, der
auch ihnen ein gutes Leben ermöglicht.
Die dazu erforderliche Handlungsweise
wird seit einiger Zeit als ‚Nachhaltige Ent-
wicklung‘ bezeichnet, die sich unter ganz-
heitlichen Gesichtspunkten auf die Öko-
logie, die Ökonomie und das Soziale
bezieht.“*

(Firma Weleda 2000, Nachhaltigkeitsbericht 1999, S. 1)

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ hatte bereits eine
lange Geschichte, bevor er zum wirtschaftspoliti-
schen Leitbild wurde. Der Terminus „Nachhaltig-
keit“ wurde erstmals um 1700 vor dem Hintergrund
einer zunehmenden Holznot in der Forstwirtschaft
eingeführt, um festzulegen, dass im Wald in einem
Planungszeitraum nicht mehr Holz eingeschlagen

werden darf, als im gleichen Zeitraum nachwächst.
Ursprünglich war also die Nachhaltigkeit ein rein
wirtschaftliches Prinzip zur dauerhaften Sicherung
von Holzlieferungen für die darauf angewiesenen
Betriebe.

Dieser Ansatz, der zuerst für eine konkrete
Region galt, wurde Ende des 20. Jahrhunderts
auf den ganzen Planeten übertragen. Die Forde-
rung nach einer nachhaltigen, zukunftsfähigen
Entwicklung (engl. „sustainable development“) wurde im Bericht der Brundtland-Kommission
„Unsere gemeinsame Zukunft“ (engl. „Our com-
mon future“) 1987 zum Ausdruck gebracht. Der
Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ ist im Brundt-
land-Bericht sehr allgemein definiert:

*„Nachhaltige Entwicklung“ ist eine Entwicklung, die
die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu
riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen
Bedürfnisse nicht befriedigen können.“*

(Hauff (Hrsg.) 1987, Der Brundtland-Bericht, S. 46)

Während der zwei folgenden Konferenzen der
Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung
– auch Erdgipfel genannt: 1992 in Rio de Janeiro
und 2002 in Johannesburg – wurden Programme
zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung
formuliert. Auf dem ersten Erdgipfel in Rio wurde
die sogenannte Agenda 21, das umwelt- und ent-
wicklungspolitische Aktionsprogramm für den
Schutz der Erde im 21. Jahrhundert, formuliert und
beschlossen. Darin werden nationale und inter-
nationale Maßnahmen gefordert. Die Agenda 21
wurde von 178 Staaten unterschrieben, darunter
auch von der Bundesrepublik Deutschland.

2.1 Agenda 21 und Unternehmen

Eine bedeutsame Gruppe für die Umsetzung der
Agenda 21: Die Unternehmen sind mit ihren wirt-
schaftlichen Aktivitäten weltweit maßgeblich an
dem hohen Ressourcenverbrauch, der Gestal-



Quelle: Photocase

tung von Arbeitsprozessen und den Finanzströmen beteiligt und gelten z. B. neben den Konsumenten als ein zentraler Akteur für die Umsetzung von Nachhaltigkeit.

Die zentrale Rolle der Unternehmen ist in Kapitel 30 „Stärkung der Rolle der Privatwirtschaft“ der Agenda 21 formuliert. Dort heißt es u. a. sinngemäß:

Vor diesem Hintergrund sind die Unternehmen her-

ausgefordert, das Leitbild „Nachhaltige Entwicklung“ in ihre Betriebspraxis zu integrieren. Angestrebt wird dabei eine dreifache Gewinnstrategie: Marktposition stärken, Ressourcen schonen, sozialen Fortschritt unterstützen.

Im Hinblick auf die Umsetzung von Nachhaltigkeit im Unternehmen lassen sich drei Handlungsebenen unterscheiden (T. Dyllik (2003): Handbuch Nachhaltige Entwicklung, S. 241): Produktion, Produkte und Management.

Im Handlungsfeld **Produktion** stehen die Produktions- und Betriebsprozesse im Zentrum der Betrachtung. Sie sind vor allem durch die eingesetzten Technologien und ihre Auswirkungen bestimmt. Hier spielen Ressourcenverbräuche, Emissionen, Abfälle und Risiken eine Rolle. Die Maßnahmen zur Optimierung der Produktion sind auf die Optimierung der technologischen Prozesse, Effizienzverbesserung, Risikominimierung, Ausgestaltung der Arbeitsprozesse und die Auswirkungen auf das soziale Umfeld ausgerichtet.

Im Handlungsfeld **Produkte** sollen die Auswirkungen über den gesamten Lebensweg des Produktes betrachtet werden. Es können relevante Ressourcenflüsse oder Belastungen analysiert werden.

- *Die zentrale Rolle des Umweltmanagements als eine der höchsten unternehmerischen Prioritäten und als Schlüsseldeterminante für eine nachhaltige Entwicklung durch die Privatwirtschaft (Responsible Care, Übernahme von Eigenverantwortung) soll anerkannt werden.*
- *Die Preise für Waren und Dienstleistungen sollen die ökologischen Kosten der Vorleistungen, der Produktion, der Verwendung, des Recycling und der Entsorgung widerspiegeln.*
- *Abfallvermeidung und Minimierung der Abfallerzeugung durch effizientere Produktionsprozesse, vorbeugende Strategien, saubere Produktionstechnologien und -verfahren während des gesamten Produktkreislaufs sind anzustreben.*
- *Technologische Innovationen, technische Entwicklung und Anwendung, Technologietransfer sollen gefördert werden.*
- *Ein Dialog mit den Beschäftigten und der Öffentlichkeit soll gestärkt werden.*

Quelle nach: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.) (1997): *Umweltpolitik. Agenda 21*, S. 235

Im Handlungsfeld **Management** sind die Organisations- und Führungsmaßnahmen Ausgangspunkt der Betrachtung. Mit deren Hilfe werden im Unternehmen Nachhaltigkeitsziele definiert und umgesetzt. Im Bereich der Umweltmanagementsysteme spielen dabei international normierte Managementsysteme wie DIN-Norm ISO 14001 und EU-Öko-Audit-Verordnung (EMAS) eine zentrale Rolle.

2.2 Umweltmanagement: EU-Öko-Audit-Verordnung und DIN ISO 14001

Umweltmanagementsysteme sind freiwillige Instrumente des vorsorgenden Umweltschutzes zur systematischen Erhebung und Verminderung der Umweltauswirkungen. Umweltmanagement umfasst die Planung, Steuerung, Überwachung und Verbesserung aller Maßnahmen des betrieblichen Umweltschutzes sowie eine umweltorientierte Betriebs- und Mitarbeiterführung.

Immer mehr Unternehmen bauen ein umweltorientiertes Managementsystem auf. Es bleibt grundsätzlich den Unternehmen überlassen, allgemeine Ansätze und Erkenntnisse auf diesem Gebiet unternehmensindividuell anzupassen. Vor allem viele kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) orientieren sich an bereits bekannten und auf breiter Ebene anerkannten Leitlinien und Ansätzen wie den weltweit anerkannten Regelungen der ISO-14001 ff. oder der europäischen Öko-Audit-Verordnung EMAS.

ISO (International Organization for Standardization) ist eine Organisation, welche Normungen international koordiniert. Diese Organisation erarbeitet sogenannte ISO-Normen, die von den Mitgliedsländern übernommen werden sollen, zum Beispiel in Deutschland als DIN ISO-Normen (Deutsches Institut für Normung [DIN]).

Beide Standards verpflichten zur Erfüllung umweltrelevanter Gesetzauflagen. Die EMAS-Verordnung fordert zusätzlich die Anfertigung einer Umwelterklärung.

Beide Ansätze haben freiwilligen Charakter und werden durch einen Gutachter offiziell zertifiziert (ISO 14001 ff.) bzw. validiert (Öko-Audit-Verordnung). Solche Vorgehen werden nach außen kommuniziert und führen intern zur strukturierten Durchführung von Umweltschutzaktionen.



EMAS steht für Eco-Management and Audit Scheme (Verfahren für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung) und ist seit Juli 1993 in der EU (Verordnung EWG Nr. 1836/93) in Kraft.

Die Verordnung wurde 2001 zur EMAS II fortgeschrieben. Alle gewerblichen Unternehmen und andere Organisationen und Einrichtungen der EU-Mitgliedsstaaten können sich an dem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung beteiligen. Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes.

Mit der europäischen Umweltauditverordnung (EMAS) und der internationalen Norm DIN ISO 14001 „Umweltmanagementsysteme“ sind standardisierte Verfahren für die Implementierung eines betrieblichen Umweltmanagementsystems verfügbar. Weltweit haben rund 65000 Unternehmen ein Umweltmanagementsystem nach einer dieser Normen eingerichtet (<http://www.nachhaltigkeit.at/reportagen.php3id=3>; S.3).

Die Umsetzung und Entwicklung von praxisorientierten Managementsystemen und -instrumenten leistet einen wichtigen Beitrag auf dem Weg hin zu einer zukunftsorientierten Entwicklung von Unternehmen und Branchen.

3. Soziale Verantwortung eines Unternehmens

Unternehmen spielen nicht nur hinsichtlich der wirtschaftlichen und ökologischen, sondern auch der sozialen Entwicklung eine wichtige Rolle. So dient die Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen der Bedürfnisbefriedigung, die Bereitstellung von Arbeitsplätzen der Einkommenssicherung und darüber hinaus der sozialen Absicherung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Außerdem übernehmen Unternehmen eine wichtige Rolle in Ausbildungs- und Qualifizierungsprozessen.

3.1 Corporate Social Responsibility – Soziale Verantwortung eines Unternehmens

Ausgehend von den verschiedenen Dimensionen der Verantwortung eines Unternehmens, wurde

nehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“. Soziale Verantwortung bedeutet nicht nur die entsprechenden gesetzlichen Regelungen zu erfüllen, sondern darüber hinaus in die Umwelt, die Gesellschaft und die Beziehungen zu Stakeholdern zu investieren. CSR wird als Unternehmensbeitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung verstanden und kann auf jeder Ebene, von der internationalen bis zur regionalen, zum Einsatz kommen. In diesem Kontext sind soziale und ökologische Verantwortung nicht voneinander zu trennen, sondern sind beide Aufgaben eines verantwortungsvollen Unternehmens.

Das primäre Interesse eines jeden Unternehmens liegt in seinem ökonomischen Überleben. Auch für das Engagement im Bereich CSR-Aktivitäten ist wirtschaftliche Nachhaltigkeit die Vor-



in den 90er Jahren der Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) geprägt.

Im Grünbuch der Europäischen Kommission zum Thema CSR (European Commission, Brüssel 2001), wird CSR als ein Konzept definiert, „das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale- und Umweltbelange in ihre Unter-

aussetzung. Jedoch wird heute die traditionelle Sichtweise, dass soziales Engagement immer die Gewinn orientierten Aktivitäten beeinträchtigt, angefochten. Vielmehr wird die positive Beziehung zwischen der wahrgenommenen sozialen Verantwortung eines Unternehmens und seinem wirtschaftlichen Erfolg betont. Als wirtschaftli-

Quelle: Photocase

che Vorteile werden beispielsweise das verbesserte Unternehmensimage und seine Reputation, höhere Kundenloyalität, erhöhte Produktivität und gestärktes Potential durch motivierte Arbeitnehmer genannt.

So haben immer mehr national und international agierende Unternehmen ihre soziale Verantwortung als Reaktion auf steigenden gesellschaftspolitischen und wirtschaftlichen Druck erkannt und entsprechende Strategien formuliert. Ausschlaggebende Gründe für diese Entwicklung nennt das Grünbuch zur CSR der Europäischen Kommission:

- „Neue Anliegen und Erwartungen der Bürger, der Verbraucher, der Behörden und der Investoren im Kontext der Globalisierung und des industriellen Wandels.
- Soziale Kriterien nehmen zunehmend Einfluss auf die Investitionsentscheidungen von Einzelpersonen und Organisationen in deren Rolle als Verbraucher und Investoren.
- Die durch die Wirtschaftstätigkeit bedingte Umweltschädigung löst immer größere Besorgnis aus.
- Die Medien und die moderne Informations- und Kommunikationstechnik machen die Wirtschaftstätigkeit immer transparenter.“

Dabei wird deutlich, dass eine Reduzierung des Begriffs CSR auf rein „soziale“ Belange nicht der zugrunde liegenden Idee gerecht wird. Vielmehr berücksichtigen CSR-Strategien ebenso ökologische und ökonomische Aspekte.



Quelle: DBU

3.2 Ausbildung und Qualifizierung

„Jeder, der aufhört zu lernen, ist alt, mag er 20 oder 80 Jahre zählen. Jeder, der weiter lernt, ist jung, mag er 20 oder 80 Jahre zählen.“

Henry Ford

Unternehmen sollten eine aktive Rolle in der Gestaltung von Ausbildungs- und Qualifizierungsprozessen übernehmen. Dies bezieht sich nicht nur auf die klassische Berufsausbildung, sondern auch auf die fortlaufende Weiterbildung. Zukunftsfähige Arbeitsplätze sind dadurch gekennzeichnet, dass sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem stetigen Lernprozess befinden und sich weiterqualifizieren. Hieraus ergeben sich Vorteile, wie z. B. die Kompetenzerweiterung. Eine vorbildliche Unternehmenskultur im Bereich der Weiterbildung sieht für die Beschäftigten eine Art „lebenslangen Lernprozess“ vor. Mitarbeiterqualifikation und Schulungen sind daher zentrale Erfolgsfaktoren und doppelt wichtig, für das Unternehmen wie für den Arbeitsplatz.

Die Tatsache, dass derzeit nur zwei Drittel aller Unternehmen in Deutschland ihren Beschäftigten Weiterbildung und Qualifizierung anbieten und gering qualifizierte Beschäftigte dabei selten angesprochen werden, zeigt die Notwendigkeit nach verstärkten Bemühungen in diesem Bereich.

3.3 Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen (Stakeholder-Dialog)

Immer mehr Unternehmen realisieren weltweit, dass sie darüber hinaus den Austausch mit den Akteuren suchen müssen, mit denen sie durch ihr Handeln eng verbunden sind: Kunden, Beschäftigte, Aktionäre, Investoren, Banken und Versicherungen, Verbraucher, öffentliche Behörden und NGO (Nichtregierungsorganisationen). Diese Gruppen werden auch als Stakeholder oder Anspruchsgruppen bezeichnet. Es lassen sich interne und externe Anspruchsgruppen unterscheiden. Zu den internen Anspruchsgruppen

gehören die Mitarbeiter, das Management und die Anteilseigner, zu den externen Anspruchsgruppen die Kunden, die Lieferanten, Anrainer und Umweltschutzinitiativen usw.

Aufgrund der gestiegenen und offensiv vertretenen Stakeholder-Erwartungen realisieren die Unternehmen, dass sie langfristig nur im Einklang mit den Bedürfnissen der wichtigsten Anspruchsgruppen agieren können. Sie übernehmen damit Verantwortung auch für Sachverhalte, für die sie im juristischen Sinne nicht verantwortlich sind. Eine Vielzahl von Praxisbeispielen bestätigt, dass Stakeholder-Prozesse zu einer allgemein besseren Unternehmensleistung führen können und darüber hinaus das Image des Unternehmens verbessern.

Die Kommunikation eines Unternehmens mit seinem gesellschaftlichen Umfeld gewinnt durch die Nachhaltigkeitsdebatte an Bedeutung. Dies schließt auch die Diskussion über ökologische Fragestellungen mit ein.

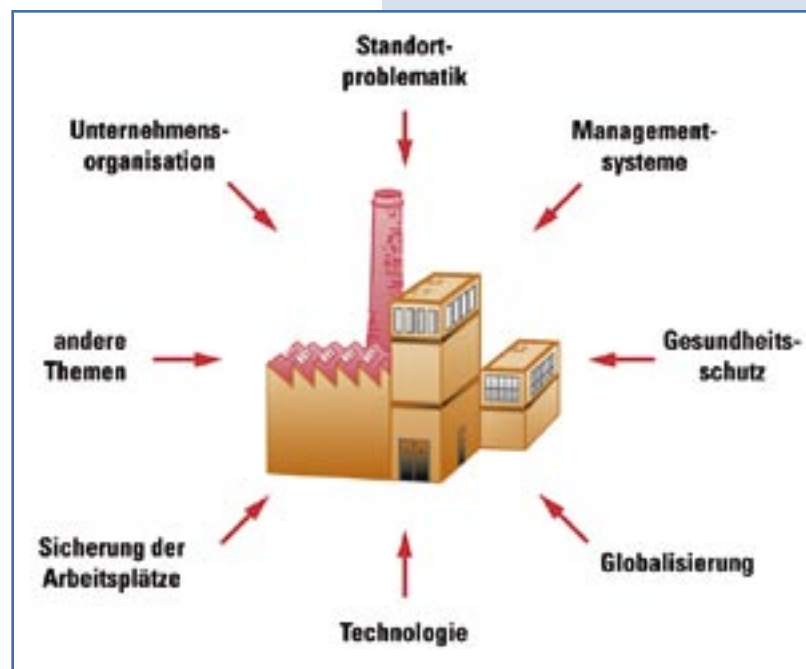
Um dem Ziel einer verantwortungsvollen und transparenten Unternehmensführung gerecht zu werden, existieren in der Praxis unterschiedliche Verfahren und Strategien, wie z. B. die Öko-Audit-Verordnung, EMAS II, Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichte oder spezielle Stakeholder-Dialogprozesse. Letztere werden genutzt, um konkrete Nachhaltigkeitsziele durch die Einbindung der Interessen aller Stakeholder zu bestimmen, mit denen Unternehmen in einer Wechselbeziehung stehen.

Kritisch angemerkt werden muss an dieser Stelle, dass eine simultane Berücksichtigung der Interessen aller Stakeholdergruppen oftmals zu Interessen- bzw. Verteilungskonflikten führt.

4. Erkundungen und Befragungen

Das Unternehmen kann unter unterschiedlichen Aspekten, je nach Lernsituation, erkundet werden. Es können Unternehmensgeschichten, die ökonomische Seite der Betriebsprozesse, die Technik der Unternehmensvorgänge, der Gesundheitsschutz, die Unternehmenskommunikation, die Managementsysteme und viele andere Fragestellungen im Zentrum der Erkundung stehen (siehe Abb. 4).

Abb. 4: Unternehmen als Erkundungsobjekt



Quelle: Wuppertal Institut

Als Orientierungshilfe und Ergänzung für das Schülermaterial L3-4-1-1 bietet sich der folgende Fragekatalog an, der ausführlich einzelne Aspekte eines Unternehmens abhandelt.

Diese Fragensammlung kann je nach Unterrichtsvorhaben unterschiedlich verwendet werden. Selbstverständlich können je nach Kenntnisstand der Schülerinnen und Schüler weitere oder andere Fragen erarbeitet werden.

Fragenkatalog:

Wirtschaftliche Aspekte

- Hat das Unternehmen eine klare Struktur nach Arbeitsbereichen und nach Zuständigkeit usw. (Aufbauorganisation)?
- Wie sind die Abläufe im Unternehmen organisiert (Ablauforganisation)?
- Welche Rolle spielt das Unternehmen in der Branche (Marktführer usw.)?
- Was sind die genauen Firmenziele, welche Zukunftsperspektive wird angestrebt?
- Wie haben sich das Unternehmen und seine Arbeitsweise in den letzten Jahren und Jahrzehnten verändert?
- Welche Rolle spielen Auszubildende im Unternehmen?
- Werden die Gewinne dazu verwendet, um das Bestehen des Unternehmens langfristig zu sichern? Welche Maßnahmen werden dafür getroffen?
- Investiert das Unternehmen systematisch in die Forschung und (Weiter-)entwicklung neuer Produkte bzw. Produktionsverfahren?
- Werden neue innovative Produkte oder Verfahren genutzt?
- Wie werden Ideen von Mitarbeitern umgesetzt bzw. aufgegriffen?

Verantwortung für die Umwelt

- Setzt sich das Unternehmen mit Nachhaltigkeit bzw. mit Nachhaltigkeitszielen auseinander und werden diese umgesetzt?
- Werden Umweltbetriebsprüfungen (interne Audits) regelmäßig durchgeführt? Gibt es einen Umweltbericht bzw. einen Nachhaltigkeitsbericht?
- Werden der Material- und Energieverbrauch im Unternehmen regelmäßig erfasst?
- Werden die Großvorhaben (wie z. B. neue Bauten, Maschinen, Anlagen) vor der Umsetzung hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen überprüft?
- Wird der Ressourcenverbrauch im Betrieb so gering wie möglich gehalten (z. B. bei Material, Energie, Wasser, Betriebs- und Hilfsmitteln)?

- Werden konkrete Maßnahmen zur Abfallvermeidung bzw. -reduzierung durchgeführt?
- Finden interne Schulungen oder Besprechungen z. B. bezüglich Umweltschonung statt?
- Werden im Betrieb Recyclingverfahren genutzt, Abfallprodukte wiederverwertet?
- Werden konkrete Maßnahmen zur Verringerung von Emissionen (z. B. Kohlendioxid, Schwefeldioxid, Stickoxide u. a.) durchgeführt?
- Spielen ökologische Kriterien (z. B. Langlebigkeit der Produkte, hoher Anteil an Recyclingmaterial u. a.) bei der Produkt(-weiter)-entwicklung eine wichtige Rolle?
- Werden ökologische Kriterien im Unternehmen schon bei der Auswahl der Vorprodukte berücksichtigt?
- Wie werden ökologische Kriterien in den einzelnen Abteilungen bewertet und umgesetzt?
- Werden beim Transport der Güter in das Unternehmen und aus dem Unternehmen umweltverträgliche Transportmittel genutzt? Werden die Transportwege verkürzt (intern, zwischen Lieferanten, Produzenten, Händlern, Endnutzern und Recyclingunternehmen)?
- Gibt es Maßnahmen/Förderungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mit dem ÖPNV zur Arbeit kommen?
- Bemüht sich das Unternehmen, wo es sinnvoll und möglich ist, um den Einsatz erneuerbarer (nachwachsender) Rohstoffe?
- Hat sich das Unternehmen am Verfahren der EG-Öko-Audit-Verordnung beteiligt?

Soziale Kriterien

Ausbildung, Kommunikation im Unternehmen und mit Anspruchsgruppen (Stakeholder)

- Engagiert sich das Unternehmen für die Schaffung und Erhaltung von Ausbildungsplätzen?
- Werden den Mitarbeitern Fortbildungsmöglichkeiten geboten?
- Werden Qualifizierungsangebote zu umweltbezogenen Themen angeboten?
- Wie wird mit Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Können sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbei-

ter mit dem Unternehmen identifizieren?

- Gibt es im Betrieb Teilzeitarbeitsplätze?
- Unterstützt das Unternehmen mit verschiedenen Aktivitäten die regionalen Strukturen (Kooperation mit politischen Gremien vor Ort, Unterstützung von lokalen sozialen und kulturellen Einrichtungen usw.)? Wird Sponsoring betrieben?
- Wie sieht der Umgang des Unternehmens mit Anwohnern aus? Gibt es Beschwerden wegen Lärm- oder Geruchsbelästigung, Lieferanten usw.?
- Findet ein offener Dialog zwischen Unternehmen und gesellschaftlichen Gruppen (Umweltverbände, Kommune usw.) statt?
- Werden Betriebsfeiern, Ausflüge usw. durchgeführt? Werden Kontakte zwischen den Mitarbeitern gefördert?

Gesundheitsschutz

- Werden Gesundheitschecks regelmäßig durchgeführt? Nehmen die Mitarbeiter daran regelmäßig teil?
- Welche Gesundheitsgefährdungen spielen am Arbeitsplatz eine Rolle?
- Spielen Arbeits- und Gesundheitsschutz in dem Unternehmen über die gesetzlichen Anforderungen hinaus eine wichtige Rolle?
- Wird die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter direkt am Arbeitsplatz geschützt (Vermeidung technischer Risikofaktoren und gesundheitsschädlicher Prozesse und Stoffe, Gesundheits- und Sicherheitstraining, Minimierung der Betriebsunfälle im Betrieb)?
- Wird die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter indirekt geschützt (Ruheräume, Raucher-/Nichtraucherzonen, sportliche Angebote usw.)?
- Werden gesundheitliche Beeinträchtigungen vermieden (z. B. gesundheitsschädigende Stühle)?
- Werden Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung angeboten und durchgeführt (z. B. Rückenschulen, Gesundheitszirkel usw.)?
- Konnten Arbeitsunfälle und Betriebsstörungen

in den letzten Jahren reduziert werden?

- Wurden Maßnahmen gegen Lärmbelastungen unternommen?
- Was kostet Gesundheitsschutz im Unternehmen?
- Gibt es Räume und Zeit für Pausen?
- Werden Unterweisungen zum richtigen Umgang mit Gefahrstoffen und anderen Arbeitsmitteln mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durchgeführt?
- Werden die Maßnahmen in Richtung der Gesundheitsvorsorge umgesetzt?

Beteiligung, Chancengleichheit

- Werden alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bzw. Mitarbeitervertreter aktiv an der Ausgestaltung neuer Unternehmensziele und Maßnahmen beteiligt?
- Können sich die Beschäftigten an Entscheidungsprozessen beteiligen und selber organisieren (Versammlungsfreiheit, Kommunikation mit Geschäftsleitung, Foren für Mitarbeiter usw.)?
- Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv daran beteiligt, wenn es um Veränderungen an ihrem Arbeitsplatz geht?
- Haben alle Mitarbeiter die Möglichkeit, sich an innerbetrieblichen Gremien (z. B. Arbeitskreise) zu beteiligen?
- Haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit Verbesserungsvorschläge einzureichen?
- Werden alle Mitarbeiter unabhängig von Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung, Bildungsniveau, Familienstand, Nationalität gleich behandelt und allen gleiche Chancen geboten, z. B. bezüglich Ausnutzung von Weiterbildungsmöglichkeiten, Anteil in Führungspositionen, Wahrnehmung flexibler Arbeitsmodelle?

Unternehmensziele/Unternehmensphilosophie

- Sind die Ziele des Unternehmens so ausgerichtet, dass die Verantwortung für Mensch

und Umwelt im Vordergrund steht?

- *Ist die Umsetzung von Nachhaltigkeit ein wichtiges Unternehmensziel, das organisatorisch im obersten Management und in den Firmengrundsätzen verankert ist?*
- *Haben langfristige Unternehmensziele Vorrang vor kurzfristigen Gewinnaussichten?*

In den vorliegenden Materialien konzentrieren wir uns auf ausgewählte ökonomische, ökologische und soziale Aspekte der unternehmerischen Aktivitäten, die für die Nachhaltigkeitsdiskussion von großer Relevanz sind. Die vorgeschlagenen Erkundungen können im Unterricht um viele weitere ergänzt werden. Es würden sich hierzu z. B. die BLK-Werkstattmaterialien (<http://www.blk.21.de>) oder die Angebote auf dem Bildungsserver NRW <http://www.learn-line.nrw.de> empfehlen.



Quelle: Wuppertal Institut

II. Unterrichtliche Erschließungen

1. Unternehmen: Funktionen, Aufbau, Ziele

1.1 Funktionen eines Unternehmens

Unternehmen bringen Güter und Dienstleistungen auf den Markt, um die Bedürfnisse der Menschen zu befriedigen. In diesem Zusammenhang müssen sie ein sehr breites Spektrum von Tätigkeiten ausüben: von der Produktionsplanung bis zum Vertrieb. Diese Tätigkeiten müssen in genauer chronologischer Abfolge geplant werden.

Die Komplexität dieser Problematik kann zunächst anhand eines Beispiels (Produktion einer Musik-CD) thematisiert werden. Die Wahl des Beispiels, das mit den Interessen vieler junger Leute verbunden ist, soll den Unterricht lockerer gestalten. Bei der Erkundung des Partnerunternehmens werden die unternehmerischen Aktivitäten durch die Schülerinnen und Schüler erkundet und strukturiert erfasst.

Materialien:

L3-1-1-1 Was gehört zum Tätigkeitsbereich einer Plattenfirma?

1.2 Aufbau eines Unternehmens

Ein Ausgangspunkt für das Verständnis der Prozesse im Unternehmen ist die Auseinandersetzung mit seiner Aufbaustruktur. Diese beschäftigt sich mit der Zuordnung der Aufgaben zu den verschiedenen Abteilungen eines Unternehmens. Die Aufbaustruktur eines Unternehmens kann mithilfe eines Organigramms dargestellt werden. Als Einstieg können die Schülerinnen und Schüler das Organigramm des Partnerunternehmens kennen lernen. Über gezielte Fragen an das Partnerunternehmen lassen sich die Vorstellungen über die Funktionen der jeweiligen Abteilungen bestätigen oder korrigieren. Wie ist das Unternehmen aufgebaut? Welche Querverbindungen gibt es im Unter-

nehmen zwischen den einzelnen Unternehmensbereichen?

Materialien:

L3-1-2-1 Erkundungsbogen: Unternehmensstruktur

1.3 Unternehmensphilosophie und -ziele

Die Bereitschaft eines Unternehmens, zur Umsetzung von Nachhaltigkeit beizutragen, spiegelt sich in der Unternehmensphilosophie und der unternehmerischen Zielsetzung. Die Analyse dieser beiden Kategorien lässt erkennen, ob ein Unternehmen sich zu dem Leitbild Nachhaltige Entwicklung bekennt. Die Unternehmensphilosophie beinhaltet die obersten Grundsätze und Prinzipien eines Unternehmens. Sie wird in Berichten und Außenpräsentationen des Unternehmens erkennbar. Die Schülerinnen und Schüler haben in Kenntnis der Unternehmensphilosophie und der unternehmerischen Zielsetzung die Möglichkeit, zielgerichtet und kritisch mit Unternehmensvertretern zu diskutieren. Durch die selbstständige Recherche können individuelle Interessen und Fragen aufgegriffen werden, die nicht nur der Motivation zuträglich sind, sondern auch der weiteren Auseinandersetzung mit dem Unternehmen.

Die Unternehmensphilosophie stellt den Rahmen für die Formulierung von Unternehmenszielen dar. Das Zielspektrum eines Unternehmens kann sehr breit sein, und die einzelnen Ziele können im Konflikt miteinander stehen. Beispielsweise sind ökologische, ökonomische und soziale Zielsetzungen selten konfliktfrei miteinander kombinierbar. Nachdem die Schülerinnen und Schüler einen Überblick über die Zielpalette ihres Partnerunternehmens haben, können sie sich mit möglichen Zielkonflikten und deren Lösung auseinandersetzen. Auf diese Weise vorbereitet, sind sie in der Lage, mit Unternehmensvertretern zu dis-

kutieren und deren Lösungsstrategien nachzufragen. Wie handelt das Unternehmen, wenn z. B. die Zielerreichung des einen Ziels (z. B. Reduktion der Emissionen) zu einer Gewinnreduktion führt?

Materialien:

- L3-1-3-1 Unternehmensphilosophie
- L3-1-3-2 Unternehmensziele

2. Nachhaltigkeit: Das Leitbild für Unternehmen

2.1 Agenda 21 und Unternehmen

In Kapitel 30 der Agenda 21 wird die zentrale Rolle der Privatwirtschaft für die Umsetzung des Leitbildes Nachhaltige Entwicklung ausführlich gewürdigt („Stärkung der Rolle der Privatwirtschaft“). Darum enthält die Agenda 21 verschiedene Anregungen zur Förderung einer verantwortungsbewussten Unternehmerschaft: z. B. die Forderung nach einer Partnerschaft zwischen Wirtschaft und Staat, Maßnahmen zur Unterstützung nachhaltiger geführter Unternehmen, Ausbildungsmöglichkeiten zu umweltrelevanten Aspekten der Unternehmensführung sowie Förderung des nachhaltigen Wirtschaftens.

Hat ein Unternehmen das Leitbild „Nachhaltige Entwicklung“ bereits (teilweise) umgesetzt, so kommt dies unter anderem in den Bereichen Produktverantwortung, Gesundheitsschutz, Kommunikation, Umweltschutz und soziale Verantwortung zum Ausdruck. Die Auseinandersetzung mit Thesen zu zukunftsfähiger Unternehmenspolitik sind ein möglicher Einstieg für die Diskussion der Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung im unternehmerischen Bereich.

Materialien:

- L3-2-1-1 Agenda 21 und Unternehmen

2.2 Umweltmanagement: EU-Öko-Audit-Verordnung und DIN ISO 14001

Praxisorientierte Managementsysteme leisten einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung von Nachhaltigkeit in der unternehmerischen Praxis. Die Unternehmen orientieren sich vor allem an bereits bekannten und auf breiter Ebene anerkannten Ansätzen, wie der europäischen Öko-Audit-Verordnung EMAS (Environmental Management and Auditing Scheme) und der Norm ISO 14001. Ein Öko-Audit-Verfahren ist sehr komplex und kann im Unterricht nur in einer didaktisch reduzierten Form dargestellt werden. Zur Vertiefung bietet sich das BLK Werkstattmaterial Nr. 18 „Nachhaltiges Wirtschaften in einem Modellunternehmen mit Hilfe des Öko-Audit-Verfahrens“ an. Die Auseinandersetzung mit der Validierung nach EMAS kann für die Schüler und Schülerinnen ein geeigneter Einstieg für die Umsetzung des Öko-Audits in der Schule sein. Zu diesem Thema sind im Internet mehrere gute Materialien vorhanden: siehe unter www.umweltschulen.de oder www.prosina.de

Materialien:

- L3-2-2-1 Was ist ein Öko-Audit?

3. Soziale Verantwortung eines Unternehmens

3.1 Corporate Social Responsibility – Soziale Verantwortung eines Unternehmens

In den letzten zehn Jahren werden die Stimmen von zivilgesellschaftlichen und gesellschaftspolitischen Institutionen lauter, die verlangen, dass die wachsende Macht der wirtschaftlichen Akteure an Verantwortung gegenüber der (Welt-)Gesellschaft gebunden sein muss.

Die Europäische Union arbeitet seit dem Jahr 2000 an einem politischen Konzept zur Förderung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility – CSR), und auch im nationalen Raum gewinnt die Debatte an Bedeutung.

Das wachsende Interesse an CSR wird durch verschiedene gesellschaftliche Entwicklungen gefördert. Dazu gehört z. B. die größere Kenntnis der Konsumenten über Produktion und Produktionsbedingungen (gefördert durch die Massenmedien) und die daraus resultierende Erwartung an „saubere“ Produkte. Durch größere Transparenz innerhalb der gesamten Produktkette erhöht sich der Druck auf alle Lieferanten, verantwortungsvolle Praktiken einzuführen. Stakeholder erwarten verstärkt Unterstützung des öffentlichen Sektors durch den privaten Unternehmenssektor.

Schülerinnen und Schüler sollten sowohl als Kunden als auch in ihrer Funktion als Partner einer Lernpartnerschaft über diese aktuelle Debatte informiert sein. Darüber hinaus dient das Arbeitsmaterial der Übung des vorausschauenden Denkens, welches als zentrales Element der Gestaltungskompetenz gilt.

Materialien:

L3-3-1-1 Definition der Corporate Social Responsibility

3.2 Ausbildung und Qualifizierung

Das Thema Ausbildung und Qualifizierung gehört zur Zeit zu den aktuellen Problemen der jungen Leute. Die Unternehmen haben in Ausbildungs- und Qualifizierungsprozessen von jeher eine wichtige Rolle gespielt, obwohl ihr Engagement diesbezüglich sehr unterschiedlich und insgesamt nicht ausreichend ist. Die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung bestärken diesen Aufgabenbereich der Unternehmen und zeigen dafür die groben Richtwerte (in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht) auf. Die Unternehmen sind nun herausgefordert, sich im Verbund mit dem Gesetzgeber und anderen gesellschaftlichen Institutionen dieser Aufgabe zu widmen.

Für die Schülerinnen und Schüler wird die komplexe Problematik von Ausbildung und Qualifizierung zunächst anhand der Ausbildungsplatzsituation in Deutschland aufgegriffen. In der Bearbeitung der Arbeitsaufträge wird der Zusammenhang

zur Nachhaltigkeitsdebatte hergestellt. Ziel dieser unterrichtlichen Erschließung ist es nicht, den Themenkomplex möglichst vielschichtig aufzugreifen und zu bearbeiten, sondern die Bezüge zur Nachhaltigkeitsthematik zu verdeutlichen.

Für die Bearbeitung des Themas Ausbildung kann ein Zeitungsartikel herangezogen werden, in dem beschrieben wird, wie Schüler und Schülerinnen sich selbst im Rahmen einer Lernpartnerschaft Informationen über einen Ausbildungsberuf besorgt haben. Gleichzeitig zeigt dieser Artikel eine der vielzähligen Möglichkeiten auf, wie Lernpartnerschaften die schulische Bildung bereichern können.

Materialien:

L3-3-2-1 Ausbildungsplatzsituation

L3-3-2-2 Erkundungsbogen am Beispiel der Firma Hellmann

3.3 Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen (Stakeholder-Dialog)

Unternehmen sind durch ihr Handeln eng mit einer Vielzahl an Akteuren verbunden: Kunden, Beschäftigte, Aktionäre, Investoren, Banken und Versicherungen, Verbraucher, öffentliche Behörden und NROs (Nichtregierungsorganisationen). Diese Gruppen werden auch als Stakeholder oder Anspruchsgruppen bezeichnet. Aufgrund der gestiegenen und offensiv vertretenen Stakeholder-Erwartungen realisieren Unternehmen, dass sie langfristig nur im Einklang mit den Bedürfnissen der wichtigsten Anspruchsgruppen agieren können. Diese Entwicklung wird durch die Forderung nach einer „Nachhaltigen Entwicklung“ unterstützt. So wie in der Agenda 21 das Engagement und die echte Beteiligung aller gesellschaftlichen Gruppen als zentrale Faktoren für die Realisierung der Nachhaltigkeitsziele betrachtet werden, gilt dies ebenso für die Unternehmen. Eine Vielzahl von Praxisbeispielen bestätigt, dass Stakeholder-Prozesse zu einer allgemein besseren Unternehmensleistung führen können und darüber hinaus das Image des Unternehmens verbessern.

Die Schülerinnen und Schüler sollen sich zuerst einen Überblick über die Anspruchsgruppen ihres Partnerunternehmens verschaffen. Aufgrund dieser Informationen können sie mit Vertretern des Unternehmens diskutieren, ob und wie der Stakeholder-Dialog das Unternehmen verändert hat.

Materialien:

L3-3-3-1 Das Partnerunternehmen und seine Anspruchsgruppen

4. Erkundungen und Befragungen

Dieser Erkundungsbogen kann je nach Unterrichtsvorhaben unterschiedlich verwendet werden. Im Rahmen einer Betriebserkundung, einer Sachverständigenbefragung, eines Betriebspraktikums oder sonstiger Erkundungen des Arbeitsalltags im Rahmen der KURS 21-Lernpartnerschaften können auch nur einzelne Abschnitte oder jeweils einige wenige Fragen gestellt werden. Selbstverständlich können je nach Kenntnisstand der Schülerinnen und Schüler weitere oder andere Fragen erarbeitet und dem jeweiligen Betrieb bzw. Arbeitsplatz entsprechend angemessen variiert werden.

Materialien:

L3-4-1-1 Ist das Partnerunternehmen fit für die Zukunft?

Der exemplarische Erkundungsbogen am Beispiel der Firma Hellmann in Osnabrück bietet eine Unterstützung bei der Betriebserkundung zum Thema „Ausbildung“. Die Fragensammlung kann je nach Unterrichtsvorhaben unterschiedlich verwendet werden. Selbstverständlich können je nach Kenntnisstand der Schülerinnen und Schüler weitere oder andere Fragen erarbeitet werden.

Betriebserkundung am Beispiel der Firma Hellmann

Mit freundlicher Genehmigung der Dom-Schule in Osnabrück

Betriebserkundung bei der Firma Hellmann in Osnabrück

Kurs: WPK - Arbeit/Wirtschaft

Klasse: 9. Jgst. der Dom-Schule in Osnabrück

I. Allgemeine Fragen zur Person/ Ausbildung

1. Welchen Schulabschluss benötigt man für den Beruf?
2. Welche Schulfächer sind besonders wichtig?
3. Muss man vor Beginn der Ausbildung eine Berufsfachschule besucht haben? (wenn ja, welche?)
4. Wie lange dauert die Ausbildung in diesem Beruf?
5. Benötigt man ein bestimmtes Grundwissen/ spezielle Fähigkeiten zum Erlernen des Berufes? (welche?)
6. Welche und wie viele Prüfungen sind während der Ausbildung abzulegen?
7. Welche Qualifikationen sind in der Ausbildung in der Regel am schwierigsten zu erlernen?
8. Sind die in der Ausbildung erlangten Fähigkeiten auch in anderen Berufen einsetzbar? (wenn ja, welche Berufe?)
9. Gibt es viele Auszubildende, die die Ausbildung abbrechen? (wenn ja, weshalb?)
10. Sind eher Männer oder Frauen in dem Beruf tätig?
11. Können Sie einer Frau empfehlen, diesen Beruf zu erlernen? (wenn nein, weshalb?)
12. Wie viel verdient man in dem Beruf? (in der Ausbildung und nach der Ausbildung und zwar ohne Abzüge, also brutto?)
13. Können Sie den Beruf weiterempfehlen oder nicht? (weshalb?)
14. Welche positiven aber auch negativen Eigenschaften hat der Beruf?
15. Erhält man vom Betrieb Hilfe, wenn man in

der Berufsschule Probleme mit dem Fachunterricht hat? (Welche Hilfe wird angeboten? Wann erhält man ggf. Nachhilfe im Betrieb?)

II. Fragen zu den Zukunftsperspektiven und Aufstiegsmöglichkeiten

1. Ist die Zukunft des Berufes sicher? (weshalb?)
2. Wenn man in diesem Beruf nach der Ausbildung keinen Arbeitsplatz findet, in welchen Beruf könnte man durch die Ausbildung am ehesten einsteigen?
3. Welche Aufstiegsmöglichkeiten gibt es in diesem Beruf? (durch ein Studium oder Besuch einer speziellen Schule?)
4. Welche Aufstiegsmöglichkeiten sind in diesem Betrieb möglich?
5. Wird die Zahl der Fachkräfte in diesem Beruf eher zunehmen oder abnehmen?
6. Kommt es vor, dass von der Firma nach der Ausbildung ein Studium finanziert wird?

III. Fragen zur Arbeitsaufgabe

1. Worin besteht die Arbeitsaufgabe? (Welches Produkt bzw. welche Dienstleistung wird erbracht?)
2. Von wem bekommt man die Arbeitsaufgabe gestellt?
3. Wie viele verschiedene Arbeitsaufgaben sind im Schnitt zu erledigen? (welche sind dies?)
4. Wie viele Aufträge einer Arbeitsaufgabe muss man pro Tag im Durchschnitt erledigen?
5. Kann man sagen, dass die Arbeitsaufgaben abwechslungsreich sind?
6. In welchem Zeitraum muss die Arbeitsaufgabe in der Regel erledigt sein?
7. Was passiert, wenn man die Arbeitsaufgabe nicht termingerecht erledigt?
8. Hat man auch die Möglichkeit, die Arbeit zu Hause fertigzustellen?
9. Kann man sich die Arbeit frei einteilen?
10. Hat man Arbeitsprojekte, die mehr Zeit in Anspruch nehmen, als man eigentlich zur Verfügung hat?
11. Erledigt man die Arbeitsaufgabe immer am

selben Ort?

12. Sind die Arbeitsaufgaben in der Regel für einen Realschüler leicht oder eher schwer zu bewerkstelligen? (weshalb?)
13. Ist die Erledigung der Arbeitsaufgabe eher geistig oder körperlich anstrengend? (Wo liegen die Belastungen?)
14. Werden betriebsinterne Fortbildungen angeboten, so dass man die Arbeitsaufgabe besser erledigen kann? (wenn ja, wie oft?)
15. Bekommt man Hilfe, wenn man Probleme mit der Erledigung der Arbeitsaufgabe hat?
16. Welche Sprache wird am Telefon im Rahmen der Erledigung der Arbeitsaufgabe gesprochen? (Englisch? Reichen Schulkenntnisse aus?)

IV. Fragen zum Arbeitsablauf

1. Welche speziellen Vorbereitungen muss man treffen, um die Arbeitsaufgaben/den Arbeitsablauf zu erledigen?
2. Wird der Arbeitsablauf auch noch durch andere vorbereitet? (Wenn ja, von wem? Welche Abteilung?)
3. Wie sind die einzelnen Schritte des Arbeitsablaufes konkret durchzuführen?
4. Ist man selber für die Behebung von Fehlern verantwortlich?
5. Muss man beim Arbeitsablauf selber Entscheidungen treffen? (welche?)
6. Wird die Arbeit von jemandem kontrolliert?
7. Arbeitet man alleine oder in einem Team?
8. Muss man Sicherheitsmaßnahmen zur Erledigung der Arbeit treffen? (welche?)
9. Hat man eher einen stressigen oder ruhigen Arbeitsablauf?

V. Fragen zu den Arbeitsmitteln

1. Welche speziellen Maschinen, Geräte, Werkzeuge, Bücher, Arbeitsmaterialien (Stifte usw.) werden beim Arbeitsablauf benötigt?
2. Muss man die Arbeitsmittel selber besorgen oder werden diese an den Arbeitsort gebracht?

3. Hat man immer genügend Arbeitsmittel zur Verfügung?
4. Braucht man zur Durchführung der Arbeit einen Computer mit spezieller Software? (Wenn ja, welche bekannte private Software ähnelt Ihrer Software [Excel, Word])?
5. Gibt es einen speziellen Service für defekte Computer oder Maschinen? (Muss man Softwareprobleme selber beheben oder Reparaturen durchführen?)
6. Sind die zur Arbeit benutzten Arbeitsmittel von guter Qualität?

VI. Fragen zum Arbeitsergebnis

1. Wird das Arbeitsergebnis kontrolliert? (Wenn ja, von wem?)
 2. Wie lange brauchen Sie, um ein durchschnittliches gutes Arbeitsergebnis zu erhalten?
 3. Für wen ist das Arbeitsergebnis bestimmt?
 4. Sind Sie in der Regel mit dem Arbeitsergebnis zufrieden?
 5. Was passiert, wenn Ihr Arbeitsergebnis nicht in Ordnung ist?
 6. Was würden Sie sagen, wenn jemand am Ende des Tages fragt: „Was haben Sie heute gemacht?“
- Arbeitsplatz? (z. B.: freundliche Farbgebung, steril?)
 9. Werden von der Firma Blumen und Grünpflanzen (z. B. am Schreibtisch) bezahlt?
 10. Werden durch die Firma besondere Stühle/Sitzgelegenheiten angeschafft, wenn man Rückenprobleme hat?
 11. Gibt es für die Mittagspause einen Entspannungsraum?
 12. Kennen Sie Personen, die durch diesen Beruf körperliche oder geistige Probleme bekommen haben? (welche Probleme?)
 13. Was könnte am Arbeitsplatz verbessert werden?
 14. Wird am Arbeitsplatz geraucht? (wenn nein, wo?)
 15. Werden Arbeitskollegen am Arbeitsplatz durch andere Kollegen gehänselt?
 16. Werden Sie psychisch stark belastet? (durch Kunden, Mitarbeiter?)
 17. Welche Arbeitsunfälle sind Ihnen in diesem Beruf bekannt?
 18. Muss man im Team arbeiten, auch wenn es einem nicht so liegt?
 19. Ist es notwendig, auch im Ausland zu arbeiten?

VII. Fragen zu den Umgebungseinflüssen

1. Wann beginnen Sie Ihre Arbeit?
2. Wann endet die Arbeitszeit?
3. Hat man feste Pausen und Arbeitszeiten? (Wie sind diese geregelt?)
4. Kann man den Urlaub frei wählen?
5. Ist man im Betrieb auch am Wochenende tätig? (wie oft? welche Zeiten?)
6. Muss man viele Überstunden machen? (wie viele?)
7. Sind Sie bei Ihrer Arbeit bestimmten unangenehmen Umgebungseinflüssen ausgesetzt (z. B. Hitze, zu warme und trockene Luft, Lärm, Schmutz, Kunstlicht, Erschütterungen, Gase, Nässe, giftige oder explosive Stoffe, langes Sitzen, lange Bildschirmarbeit?)
8. Wie empfinden Sie die Umgebung am

Literatur und Links

- Baedeker, C. et. al. (2002), *Handbuch zur Anwendung von SAFE – Sustainability Assessment For Enterprises. Ein Instrument zur Unterstützung einer zukunftsfähigen Unternehmens- und Organisationsentwicklung*, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie.
- BASF Aktiengesellschaft (Hrsg.) (2002): *Gesellschaftliche Verantwortung 2001. Werte schaffen Wert (Der Bericht „Gesellschaftliche Verantwortung 2001“ deckt die soziale Dimension der Nachhaltigkeitsberichterstattung der BASF-Gruppe ab)*.
- Blazejewicz, H. / Ochs, A. / Ochs, D. / Schütte, R. / Tiggelers, K.-H. (1992): *arbeiten und wirtschaften 7/8. Lernbereich Technik/ Wirtschaft Arbeitslehre*. Stuttgart. Düsseldorf. Berlin. Leipzig.
- BLK-Programm „21“ Werkstattmaterialien. 18. Veröffentlichung (2003): *Nachhaltiges Wirtschaften in einem Modellunternehmen mit Hilfe des Öko-Audit-Verfahrens*, Berlin.
- BLK 21-Werkstattmaterialien Nr. 18. *Nachhaltigkeitsaudit an Schulen (2004): Griesehop, K., J. Lemke, S. Marien, C. Wolfer, Nachhaltiges Wirtschaften in einem Modellunternehmen mit Hilfe des Öko-Audit-Verfahrens*, Berlin.
- Brentel, H. / Klemisch, H. / Rohn, H. (Hrsg.) (2003): *Lernendes Unternehmen. Konzepte und Instrumente für eine zukunftsfähige Unternehmens- und Organisationsentwicklung*. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.
- BUND u. a.: *Anwendung der OECD-Leitsätze für Multinationale Unternehmen. Handbuch für NGO. Die Effizienz-Agentur NRW / Wuppertal Institut (Hrsg.) (2001): 4 Elemente, 10 Faktoren, 1 Ziel: Ökoeffizienz. Aus weniger mehr gewinnen*. Wuppertal.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.) (1997): *Umweltpolitik. Agenda 21. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung im Juni 1992 in Rio de Janeiro. Dokumente*, Bonn.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2002): *Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen. Konzepte und Instrumente zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung*, Bonn.
- Bundesregierung (2002): *Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung*, Berlin.
- de Haan, G. (2003): *Die Vermittlung von Gestaltungskompetenz als Ziel der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung und ihre Verknüpfung mit einem schulischen Nachhaltigkeitsaudit*, Manuskript, www.blk21.de.
- Die Effizienz-Agentur NRW / Wuppertal Institut (Hrsg.) (2001): *4 Elemente, 10 Faktoren, 1 Ziel: Ökoeffizienz. Aus weniger mehr gewinnen*. Wuppertal.
- DuPont Performance Coatings GmbH & Co. KG (Hrsg.) (2002): *DuPont Performance Coatings. Umwelterklärung 2002, Standort Wuppertal*. Wuppertal.
- Dyllick, T. (2003): *Konzeptionelle Grundlagen unternehmerischer Nachhaltigkeit*, in: Linne, G., M. Schwarz (Hrsg.): *Handbuch Nachhaltige Entwicklung. Wie ist nachhaltiges Wirtschaften machbar?* Opladen. S. 267–272.
- Eberle, U. / Öko-Institut e.V.: *Das Nachhaltigkeitszeichen: ein Instrument zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung?* Werkstattreihe Nr. 127.
- Grass, B. (2000): *Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Das System Unternehmung: Systemelemente und Strukturen im System Unternehmung, Betriebliches Umsystem*. Herne.
- Hauff, V. (Hrsg.), (1987): *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht und die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung*. Grevin.
- Heckmair, B. (2000): *Konstruktiv lernen. Projekte und Szenarien für erlebnisorientierte Seminare und Workshops*. Weinheim und Basel.
- Jonas, H. (1993): *Das Prinzip Verantwortung. Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation*. Frankfurt/Main.
- Kaiser, F.-J. / Kaminski, H. (1999): *Methodik des Ökonomie-Unterrichts. Grundlagen eines handlungsorientierten Lernkonzepts mit Beispielen*. Bad Heilbrunn.
- Klemisch, H. / Rohn, H. (2000): *Qualifizierungs- und Beteiligungspotentiale von Umweltmanagementsystemen in kleinen und mittleren Unternehmen. In: Popularisierung des Leitbildes Nachhaltige Entwicklung aus sozialwissenschaftlicher Perspektive, Tagungsdokumentation, Bd. II, Umweltbundesamt, Schriftenreihe der UNESCO-Verbindungsstelle für Umwelterziehung*. Berlin, S. 176–193.
- Klippert, H. (1997): *Wirtschaftslehre mit Pfiff, Bd. 1*. Stuttgart.

- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2001): Grünbuch – Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen, Brüssel.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2002): Mitteilung der Kommission betreffend die soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung. KOM (2002) 347, endgültig, Brüssel, 2. Juli 2002.
- Krafft, D. / Harter-Meyer, R. / Meyer, H. (Hrsg.) (1999): Lernbereich Arbeitslehre. Wirtschaft 9/10. Berlin.
- Kugler, G. (1996): Kaufmännische Betriebslehre. Hauptausgabe. Haan Gruiten.
- Liedtke, C. (2003): Wir Reformer gestalten Unternehmen neu. Stuttgart, Leipzig.
- Liedtke, C. / Baedeker, C. / Rohn, H. / Kle-misch, H. (2003): Der Mittelstand gewinnt – über Effizienz, Produkte und Allianzen. Stuttgart.
- Liedtke, C. / Rohn, H. (2003): System nachhaltiges Wirtschaften. Ein Wohlstands- und Wettbewerbsfaktor? In: G. Linne, M. Schwarz (Hrsg.): Handbuch Nachhaltige Entwicklung. Wie ist nachhaltiges Wirtschaften machbar? Leverkusen.
- Linne, G / Schwarz, M. (Hrsg.) (2003): Handbuch nachhaltige Entwicklung. Wie ist nachhaltiges Wirtschaften machbar? Opladen.
- Lippert, F. (2003): Das Unternehmen als nachhaltiges System. Manuskript. Wuppertal Institut.
- memo AG (Hrsg) (2003): memo ... Nachhaltig gut. Nachhaltigkeits-Bericht 2003. Höchberg.
- Mies, P. (2004): Aus zweitausend Teilen wird eins. In: Frankfurter Rundschau vom 6. 3. 2004, Nr. 56, S. 8.
- Roer, W. (Hrsg.) (2002): Arbeit der Zukunft – Zukunft der Arbeit. Dortmund.
- Schmidheiny, S. (1992): Kurswechsel. Globale unternehmerische Perspektive für Entwicklung und Umwelt. München/Zürich.
- Schmidt-Bleek, F. (1994): Wieviel Umwelt braucht der Mensch? mips – Das Maß für ökologisches Wirtschaften. Basel, Boston.
- Schmidt-Bleek, F. (1997): Wieviel Umwelt braucht der Mensch? Faktor 10 – das Maß für ökologisches Wirtschaften. München.
- Schmidt-Bleek, F. / Tischner, U. (1995): Produktentwicklung, Nutzen gestalten – Natur schonen, Schriftenreihe des Wirtschaftsförderungsinstituts Österreichs, Nr. 270. Wien.
- Schneidewind, U. / Goldbach, M. / Fischer, D. / Seuring, S. (2003): Symbole und Substanzen – Perspektiven eines interpretativen Stoffstrommanagements.
- The Sustainable Solutions Design Association (2002): GUIDE LINES – A Handbook on the Environment for the Textile and Fashion Industry.
- Umweltbundesamt, BDI, BMU (2004): Umweltinformationen für Produkte und Dienstleistungen. Anforderungen, Instrumente, Beispiele.
- von Weizsäcker, E. U. / Stigson, B. / Seiler-Hausmann, J.-D. (Hrsg.) (2001): Von Ökoeffizienz zu nachhaltiger Entwicklung in Unternehmen. Wuppertal Spezial 18. Wuppertal.
- Weidtmann, B. (2002): Grundwissen Betriebswirtschaft. Stuttgart, Düsseldorf, Leipzig.
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (2000): Corporate Social Responsibility: Making good business sense.

Links (Stand 01.09.2004)

- BASF: <http://www.basf.de/de/corporate/sustainability/oekoeffizienz/> – Ressourcenproduktivität – Ökoeffizienz-Analyse der BASF AG.
- Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management: <http://www.baumev.de>
- CARE – Computergestützte Ressourceneffizienz-Rechnung in der mittelständischen Wirtschaft: <http://care-oekoeffizienz.de> – Umweltkostenrechnung.
- Clean Clothes Campaign: <http://www.clean-clothes.org>
- Club of Wuppertal: <http://www.club-of-wuppertal.org> – Forum zukunftsfähiger mittelständischer Unternehmer.
- Deutsche Bundesbank: http://www.igmetall.de/download/branchen_wirtschaftsbereiche/metall_elektro/konjunktur_beschaeftigung/industriestandort_kurzfassung.pdf – Industriepolitik: Industriestandort und internationale Wettbewerbsfähigkeit (Kurzfassung).
- Econsense: <http://www.econsense.de> – Forum nachhaltiger Entwicklung der deutschen Wirtschaft.
- EU-Grünbuch: http://www.europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper_de.pdf
- EU-Kommission: http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_links.htm#labels
- Europäisches Unternehmer-Netzwerk: <http://www.csreurope.org/home/default.asp>
- European Foundation for Quality Management: <http://www.efqm.org/>
- EU-Website zum Thema CSR: <http://www.>

europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/csr_index.htm

- Future – Umweltinitiative von Unternehme(r)n: <http://www.future-ev.de/>
- Global Reporting Initiative (GRI): <http://www.globalreporting.org> – Nachhaltigkeitsberichterstattung.
- IG Metall: http://www.igmetall.de/download/branchen_wirtschaftsbereiche/metall_elektro/autoindustrie/standort.pdf – Standortentscheidungen in der Automobilzulieferindustrie.
- ILO: <http://www.ilo.org/public/english/employment/multi/tridecl/index.htm>
- Ina-Netzwerk: <http://www.ina-netzwerk.de> – Forschungsprogramm „Betriebliche Instrumente für nachhaltiges Wirtschaften“ des BMBF.
- Lehrer-Online: <http://www.lehrer-online.de/dyn/9.asp?path=/textilproduktion> – Unterrichtseinheiten und -anregungen zu betriebs- und volkswirtschaftlichen Themen oder zur Weltwirtschaft für die Fächer Politik oder Sozialwissenschaften.
- Lern-Line NRW: <http://www.learn-line.nrw.de/angebote/agenda21/archiv/99/sv/pol992.htm> – Unterrichtsmaterialien zum Thema Umweltschutz und Arbeitsplätze.
- Mips-online: <http://www.mips-online.de> – Ressourcenproduktivität – MIPS-Konzept (Material Input Pro Serviceeinheit).
- Nachhaltigkeit.de: <http://www.nachhaltigkeit.de> – Beratung für Zukunftsfähiges Wirtschaften.
- Netzwerk Coup 21: <http://www.coup21.de> – Regionale Unternehmerinitiative „Nachhaltigkeitspakt Nürnberg“.
- Ökoeffizienz & Zukunftsfähige Unternehmen: <http://www.oekoeffizienz.de>
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD): <http://www.oecd.org>
- Union of Industrial and Employers Confederations of Europe: <http://www.unice.org>
- United Nations: <http://www.business-humanrights.org/UN-Global-Compact.htm>
- United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics (DTIE): <http://www.uneptie.org>
- UnternehmensGrün – Der zukunftsorientierte Unternehmerverband: <http://www.unternehmensgruen.de/> – Verband zur Förderung umweltgerechten Wirtschaftens.
- Verbund für Ökologie und soziales Wirtschaften e.V. (Wirtschaftsverband für Klein- und Kleinstbetriebe aus Dienstleistung, Handel und Handwerk sowie für soziale, soziokulturelle und ökologische Unternehmen in NRW):

<http://www.netz-nrw.de>

- Website zum franz. Städtenetzwerk: <http://www.ethique-sur-etiquette.org/>
- Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Halle: http://www.wiwi.uni-halle.de/linebreak4/mod/netmedia_file/data/Anspruchsgruppen.pdf

Unterrichtsmaterialien

1. Unternehmen: Funktionen, Aufbau, Ziele

1.1 Funktionen eines Unternehmens

L3-1-1-1 *Was gehört zum Tätigkeitsbereich einer Plattenfirma?*

1.2 Aufbau eines Unternehmens

L3-1-2-1 *Erkundungsbogen: Unternehmensstruktur*

1.3 Unternehmensphilosophie und -ziele

L3-1-3-1 *Unternehmensphilosophie*

L3-1-3-2 *Unternehmensziele*

2. Nachhaltigkeit: Das Leitbild für Unternehmen

2.1 Agenda 21 und Unternehmen

L3-2-1-1 *Nachhaltigkeit als unternehmerisches Leitbild –
Agenda 21 und Unternehmen*

2.2 Umweltmanagement: EU-Öko-Audit-Verordnung und
DIN ISO 14001

L3-2-2-1 *Was ist ein Öko-Audit?*

3. Soziale Verantwortung eines Unternehmens

3.1 Corporate Social Responsibility – Soziale Verantwortung eines Unternehmens

L3-3-1-1 *Corporate Social Responsibility (CSR). Was ist das?*

3.2 Ausbildung und Qualifizierung

L3-3-2-1 *Die Ausbildungsplatzsituation*

L3-3-2-2 *Betriebserkundung am Beispiel der Firma Hellmann*

3.3 Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen (Stakeholder-Dialog)

L3-3-3-1 *Das Partnerunternehmen und seine Anspruchsgruppen*

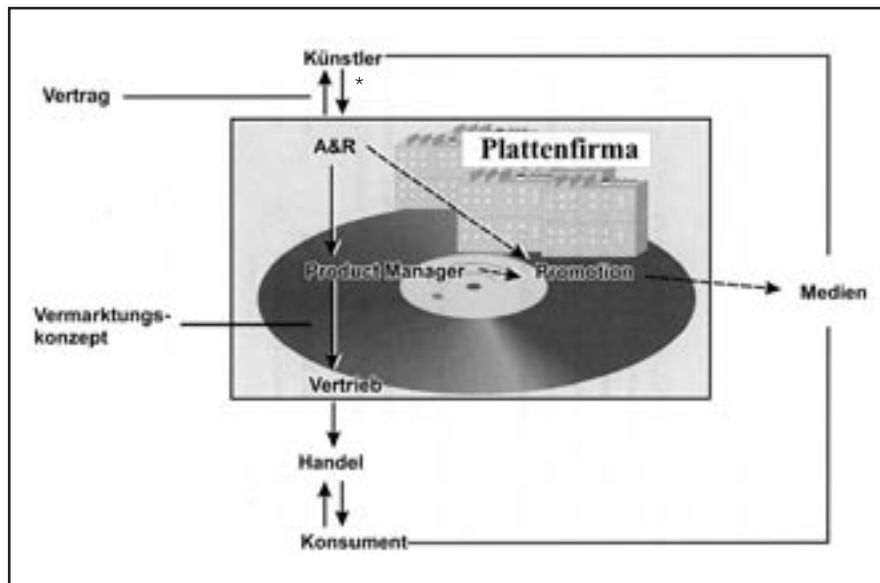
4. Erkundungen und Befragungen

L3-4-1 *Ist das Partnerunternehmen fit für die Zukunft?*

Was gehört zum Tätigkeitsbereich einer Plattenfirma?

In der Abbildung werden die Kontakte dargestellt, die eine Plattenfirma benötigt, um ihre Funktionen auszuüben.

Abb. Organisation im Musikmarkt



Quelle: Bertelsmann Stiftung, Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (Hrsg.), *Popmusik und Ökonomie – ein Unterrichtsmodell, Wirtschaft in die Schule! Ein Unterrichtsmodell für die Sekundarstufe II von Katrin Eggert, Hans Kaminski, Michael Koch, Verlag Bertelsmann Stiftung Gütersloh 2001, S.115.*

* A&R: Abkürzung für „Artist and Repertoire“; die A&R-Manager suchen Künstler und nehmen sie unter Vertrag. Sie sind somit für den Produktfluss „ihrer“ Plattenfirma verantwortlich

Recherche

Recherchiert im Internet nach Informationen zu Musikkonzerten und Verträgen mit Künstlern. Entwerft einen Plattenvertrag für einen Musiker eurer Wahl.

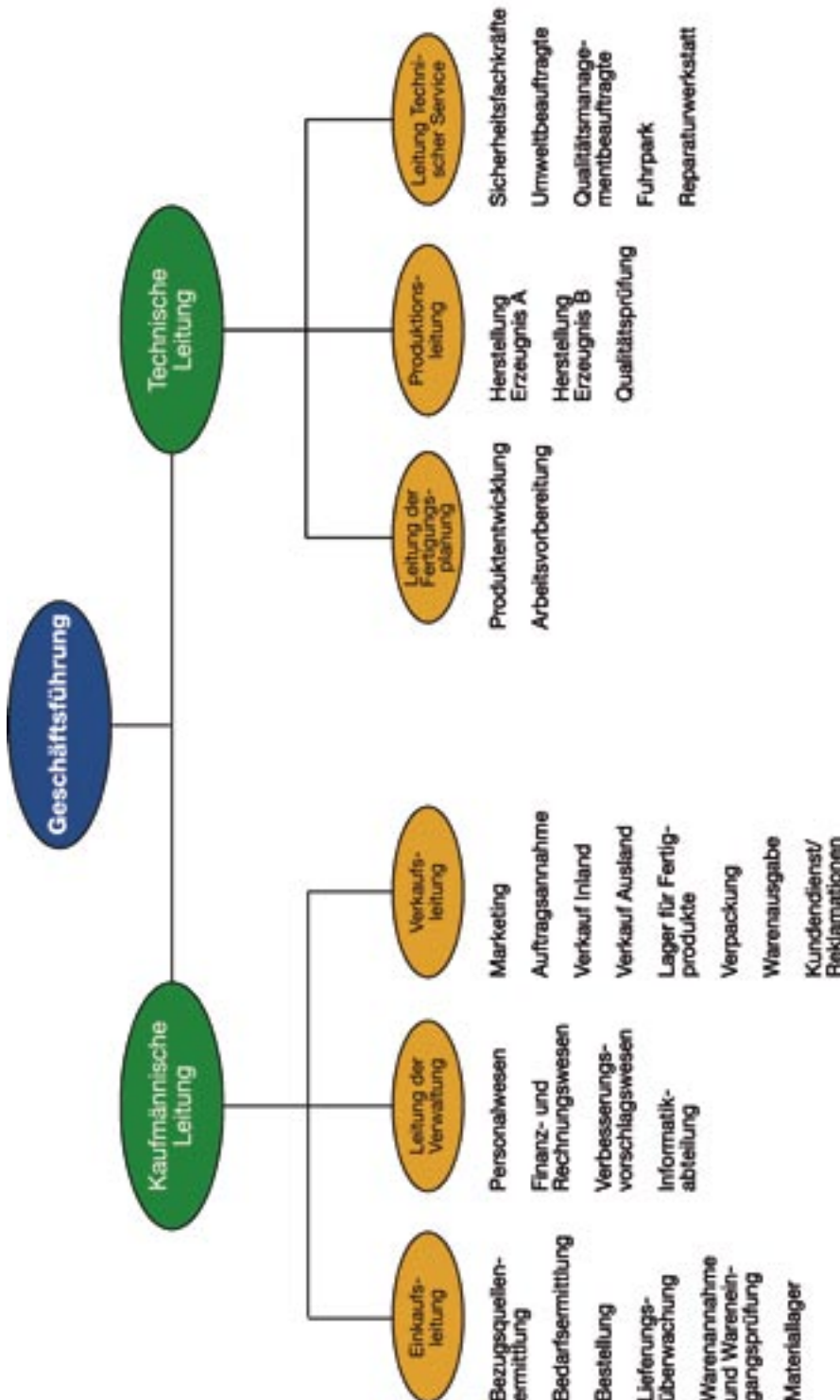
Diskussion

Stellt euch vor, ihr gehört zu der Geschäftsführung eines Musikkonzerns, der eine neue CD von eurem/eurer Lieblingsänger/-sängerin herausgibt. Skizziert einen groben chronologischen Ablauf aller Tätigkeiten, die euer Unternehmen in diesem Zusammenhang organisieren muss.

Aktivität

Dreht einen eigenen Clip zu einem eurer Lieblingslieder. Notiert euch alle Tätigkeiten, die notwendig waren, um dieses Projekt zu realisieren. Erstellt eine Werbekampagne für eine CD, entwickelt ein Konzept zum Verkauf – berücksichtigt dabei ein Konzept wie Zielgruppe, Werbung, Preis, Selbstkosten usw.

Erkundungsbogen: Unternehmensstruktur



Recherche

Nehmt das vereinfachte Organigramm als Ausgangslage. Besorgt euch Informationen über das Partnerunternehmen und versucht ein vereinfachtes Organigramm des Partnerunternehmens zu erstellen. Folgende Fragen können euch helfen:

- Wer leitet das Unternehmen?
 - Wer trifft die wichtigsten Entscheidungen im kaufmännischen bzw. technischen Bereich?
 - Wer entscheidet, bei welchem Lieferanten bestellt wird? In welcher Abteilung werden die Produkte hergestellt?
 - In welcher Abteilung müssen die Mitarbeiter Fremdsprachen sprechen?
 - Die Mitarbeiter welcher Abteilung müssen sich mit unzufriedenen Kunden unterhalten, die sich über fehlerhafte Produkte beschweren?
- Ihr könnt eure Ergebnisse durch eine Recherche im Internet ergänzen.

Diskussion

Überprüft euer Ergebnis im Gespräch mit Vertretern des Partnerunternehmens.

Unternehmensphilosophie

Die Unternehmensphilosophie beinhaltet die wichtigsten Prinzipien und Grundsätze, die ein Unternehmen verfolgt. In der Unternehmensphilosophie werden beispielsweise folgende Aspekte angesprochen:

- das Bekenntnis zur gesellschaftlichen Funktion des Unternehmens,
- die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft,
- die Verantwortung für zukünftige Generationen,
- die Einstellung zu technischem Fortschritt,
- die Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Aktionären,
- die akzeptierten Verhaltensnormen im Rahmen der wirtschaftlichen Tätigkeit des Unternehmens

Unternehmensphilosophie der Firma MEMO (Bürobedarf),
siehe unter: http://www.memo.de./pdf_bak/NB_2004_Nachhaltigkeit.PDF

1. Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg ist das Ziel jeder unternehmerischen Tätigkeit. Wir erreichen dieses Ziel nur, wenn **unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und...**
2. **Unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohl fühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und sich aktiv einbringen.**
Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Wir betrachten und behandeln sie als **gleichwertige Partner**, die Unternehmenspolitik und -ziele mitbestimmen. Sämtliche Geschäftsprozesse und Unternehmensziele werden allen Mitarbeitern regelmäßig transparent gemacht. Allen fest angestellten Mitarbeitern wird eine Unternehmensbeteiligung angeboten, wodurch sie auch am wirtschaftlichen Erfolg partizipieren können.
3. **Die Organisationsstruktur unseres Unternehmens ist stark dezentralisiert.** In das Managementsystem sind alle Mitarbeiter aktiv eingebunden und für Sicherung von



Qualität und Umwelt in ihrem Aufgabenbereich verantwortlich. Alle erforderlichen materiellen und immateriellen Mittel zur Erfüllung dieser Aufgaben stellt die Geschäftsleitung zur Verfügung.

4. **Qualität und Ökologie bilden für uns eine Einheit.** Sie sind Basis unseres unternehmerischen Handelns und der Kern aller Investitionsentscheidungen und betrieblichen Abläufe. **Unser Grundsatz lautet: Vermeiden und Verwerten, Verwerten vor Entsorgen.**
5. Unser Unternehmen verstehen wir als wertschöpfende Schnittstelle zwischen Lieferanten/Herstellern und Kunden, beide sind unsere Partner. **Auch bei ihnen wollen wir ökologisches Verhalten fördern.**
6. Unseren Kunden bieten wir **qualitativ hochwertige, ökologisch sinnvolle und langlebige Produkte zu einem marktfähigen Preis** sowie alle für eine Kaufentscheidung relevanten Informationen. Im Zentrum unserer Kommunikation mit den Kunden und der Öffentlichkeit steht eine offene, umfassende Informationspolitik.
7. Durch systematische Erfassung der Kundenwünsche, strategische Sortimentsgestaltung und kontinuierliche Analyse und Bewertung aller Unternehmensprozesse erhalten und **verbessern wir fortlaufend die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen.**
8. **Wir verpflichten uns zur Einhaltung aller für unser Unternehmen relevanten Umweltgesetze und Verordnungen und zur kontinuierlichen Reduzierung von Umweltbelastungen.**
9. Alle qualitäts- und umweltrelevanten Prozesse und Maßnahmen werden dokumentiert. Diese Festlegungen **werden in regelmäßigen Abständen im Rahmen von Audits auf Anwendung und Wirksamkeit überprüft und verbessert.**
10. Ziel ist die ständige Verbesserung aller Prozesse und Aktivitäten im Unternehmen durch ein **integriertes Managementsystem.**

Recherche

Recherchiert zu der Unternehmensphilosophie eures Partnerunternehmens. Versucht die Unternehmensphilosophie in Punkten aufzuschreiben. Stellt die Ergebnisse eurer Arbeit graphisch als Poster oder Collage dar.

Diskussion

Vergleicht die Unternehmensphilosophie eures Partnerunternehmens mit der der Firma MEMO. Gibt es Gemeinsamkeiten, wo liegen Unterschiede? Diskutiert darüber.

Aktivität

Führt ein Interview mit MitarbeiterInnen des Partnerunternehmens. Fragt nach Stichworten zur Unternehmensphilosophie ihrer Firma. Diskutiert die Ergebnisse in der Klasse.

Unternehmensziele

Jedes Unternehmen verfolgt verschiedene Ziele mit seinen Aktivitäten, wie es beispielhaft in der untenstehenden Tabelle zu sehen ist. Diese Ziele lassen sich nach unterschiedlichen Kriterien gruppieren, wie z. B.

- kurzfristige und langfristige Ziele,
- Ziele, die in Geldeinheiten ausgedrückt werden können (sog. monetäre Ziele), und Ziele, die nicht direkt in Geldeinheiten gemessen werden können (wie z. B. Macht und Prestige),
- u. a.

Für eine Auseinandersetzung mit dem Thema „Unternehmen und Nachhaltigkeit“ ist es wichtig, sich die Ziele eines Unternehmens in den drei für die Nachhaltigkeit wichtigen Bereiche anzuschauen:

- **ökonomische Ziele:** die muss jedes Unternehmen verfolgen, um seine Position auf dem Markt zu festigen.
- **soziale Ziele:** dazu gehört u. a. das Engagement eines Unternehmens in Bereiche wie z. B. Arbeitsrecht, Arbeitsplatzsicherung, Chancengleichheit, Ausbildung usw.
- **ökologische Ziele:** diese stehen in Verbindung mit der Verantwortung jedes einzelnen Unternehmens für Mensch und Umwelt.

Einige der oben benannten Ziele, wie z. B. die Sicherung der Arbeitsplätze, gehören sowohl zum ökonomischen als auch zum sozialen Bereich.

In der Tabelle unten findet ihr Beispiele der Zielsetzung für die oben genannten Bereiche:

ökonomische Ziele	soziale Ziele	ökologische Ziele
Gewinn Kundenzufriedenheit Image	Chancengleichheit Verantwortung für Ausbildung und Qualifizierung	Verringerung der Emissionen und Abfälle

Recherche

Informiert euch im Internet über allgemeine Unternehmensziele und ergänzt die Tabelle. Überlegt weitere Kategorien für die Strukturierung der unternehmerischen Ziele.

Diskussion

Verschiedene Ziele können miteinander im Konflikt stehen: zum Beispiel Ökologie und Gewinnmaximierung, technischer Fortschritt und Arbeitsplätze. Befragt Unternehmensvertreter eures Partnerunternehmens, ob und bei welchen Zielen sie solche Konflikte sehen und wie in ihrem Unternehmen damit umgegangen wird. Haltet die benannten Aspekte schriftlich fest.

Aktivität

Übertragt die Ergebnisse der Diskussion auf Alltagssituationen. Diskutiert über euer Handeln in Konfliktsituationen, wenn ihr z. B. eine größere Anschaffung (z. B. eine Musikanlage) plant. Nennt die aus eurer Sicht wichtigen ökonomischen, ökologischen und sozialen Hintergründe eurer Entscheidung.

Nachhaltigkeit als unternehmerisches Leitbild – Agenda 21 und Unternehmen

Nachhaltigkeit wird in der Agenda 21, dem zentralen Abschlussdokument der Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro 1992, auch als neues unternehmerisches Leitbild favorisiert. Das bedeutet, dass den Unternehmen große Verantwortung bei der Umsetzung der Nachhaltigkeit zukommt. Sie haben nicht nur über direkte Effekte, beispielsweise die Produkte und Produktionstechnik (z. B. Menge an Emissionen und Abfällen), Einfluss auf nachhaltige oder nicht-nachhaltige Entwicklungen, sondern auch über indirekte Effekte, beispielsweise ihre Art der Werbung (gesellschaftliche Akzeptanz von Nachhaltigkeit).

Die zentrale Rolle der Unternehmen ist in Kapitel 30 der Agenda 21 formuliert. Dort heißt es u. a.:

- Die zentrale Rolle des Umweltmanagements als eine der höchsten unternehmerischen Prioritäten und als Schlüsseldeterminante für eine nachhaltige Entwicklung durch die Privatwirtschaft (Responsible Care, Übernahme von Eigenverantwortung) soll anerkannt werden.
- Die Preise für Waren und Dienstleistungen sollen die ökologischen Kosten der Vorleistungen, der Produktion, der Verwendung, des Recycling und der Entsorgung widerspiegeln.
- Abfallvermeidung und Minimierung der Abfallerzeugung durch effizientere Produktionsprozesse, vorbeugende Strategien, saubere Produktionstechnologien und -verfahren während des gesamten Produktkreislaufs sind anzustreben.
- Technologische Innovationen, technische Entwicklung und Anwendung, Technologietransfer sollen gefördert werden.
- Ein Dialog mit den Beschäftigten und der Öffentlichkeit soll gestärkt werden.

Quelle nach: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.) (1997): Umweltpolitik. Agenda 21, S. 235

Die Beteiligung am Nachhaltigkeitsprozess kann für ein Unternehmen unterschiedliche Vorteile haben. Neben Kostenvorteilen (z. B. durch das Einsparen von Ressourcen) können auch strategische Vorteile (z. B. Kundenbindung durch positives Image) erzielt werden.

Die Auseinandersetzung mit den Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung kann darüber hinaus die Fähigkeit eines Unternehmens zu rascher Anpassung an Umfeldbedingungen und damit seine sogenannte „Innovationsfähigkeit“ (Innovation = Einführung von etwas Neuem) erhöhen.

Es bestehen auf nahezu allen Aktionsfeldern eines Unternehmens Möglichkeiten, Nachhaltige Entwicklungen einzuführen. Sie reichen von der Erarbeitung von Umweltleitlinien über Veränderungen von Organisationsstrukturen

bis zum Personalmanagement (Schulungen, Anreizsysteme). Nachhaltigkeit kann so zum positiven Standortfaktor werden.

Die folgenden Thesen geben einen Überblick über die Anforderungen, die an nachhaltige Unternehmen gestellt werden.

Thesen zur nachhaltigen Unternehmenspolitik

- These 1:** Nachhaltige Unternehmen bieten Produkte und Dienstleistungen auf einem sehr hohen und umfassenden Qualitätsniveau.
- These 2:** Nachhaltige Unternehmen sind stark kundenorientiert: Service und Beratung haben einen hohen Stellenwert.
- These 3:** Nachhaltige Unternehmen verstehen es, Produkt- und Prozessinnovationen mit ökologischen Aspekten zu verbinden.
- These 4:** Nachhaltige Unternehmen wachsen nicht zu schnell, bleiben aber veränderungsbereit.
- These 5:** Nachhaltige Unternehmen haben eine ausgeprägt sozial- und gesellschaftsorientierte Philosophie und Leitung und daher in der Regel auch ein Betriebsklima, das Innovationen und Leistungsbereitschaft fördert.
- These 6:** Nachhaltige Unternehmen bieten ihren Beschäftigten übertarifliche Leistungen.
- These 7:** Nachhaltige Unternehmen beschäftigen überdurchschnittlich viele Frauen in Führungspositionen und erproben neue Formen der Arbeits(zeit)organisation mit dem Ziel, die Kreativitäts- und Entscheidungsspielräume der Beschäftigten zu erweitern und die Chancen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern.
- These 8:** Nachhaltige Unternehmen haben eine offene Diskussions- und Streitkultur. Sie nehmen die Meinungen und Erfahrungen aller Beschäftigten ernst. Sie sind aufgeschlossen gegenüber der Integration von Kunst und Kultur in die Unternehmensführung.
- These 9:** Nachhaltige Unternehmen investieren in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.
- These 10:** Nachhaltige Unternehmen unterstützen ihre Region, auch indem sie sich in den Prozess einer nachhaltigen Entwicklung der Region bzw. der Kommune einbringen.
- These 11:** Nachhaltige Unternehmen betreiben eine glaubwürdige und ehrliche Kommunikation nach außen und nutzen neue Instrumente, wie den Umweltbericht und das Internet, zur Selbstdarstellung.
- These 12:** Nachhaltige Unternehmen kooperieren auf allen Ebenen, sowohl mit ihren Belegschaftsvertretern (Betriebsrat) als auch mit Lieferanten, Kunden, Wissenschaft, Politik und Behörden.

Recherche

Sucht in der Agenda 21 nach Aussagen zu der Rolle der Unternehmen. Welche Forderungen stellt das Dokument? Welche Maßnahmen sollen ergriffen werden? Wie soll Nachhaltigkeit im Unternehmen durchgesetzt werden?

Diskussion

Diskutiert im Klassenverband anhand der Thesen, worin die Vor- und Nachteile für Unternehmen liegen, wenn sie ihre Unternehmensphilosophie nach den Zielen ausrichten, die in den Thesen angesprochen werden.

Aktivität

Fragt in eurem Partnerunternehmen nach der Rolle, die die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung dort spielen. Stellt zunächst die euch wesentlich erscheinenden Punkte zusammen und bereitet das Gespräch vor. Wie sollten die Fragen formuliert werden, damit euer Gesprächspartner offen und gesprächsbereit ist? Wie könnt ihr euer Anliegen vortragen und präsentieren?

Was ist ein Öko-Audit?

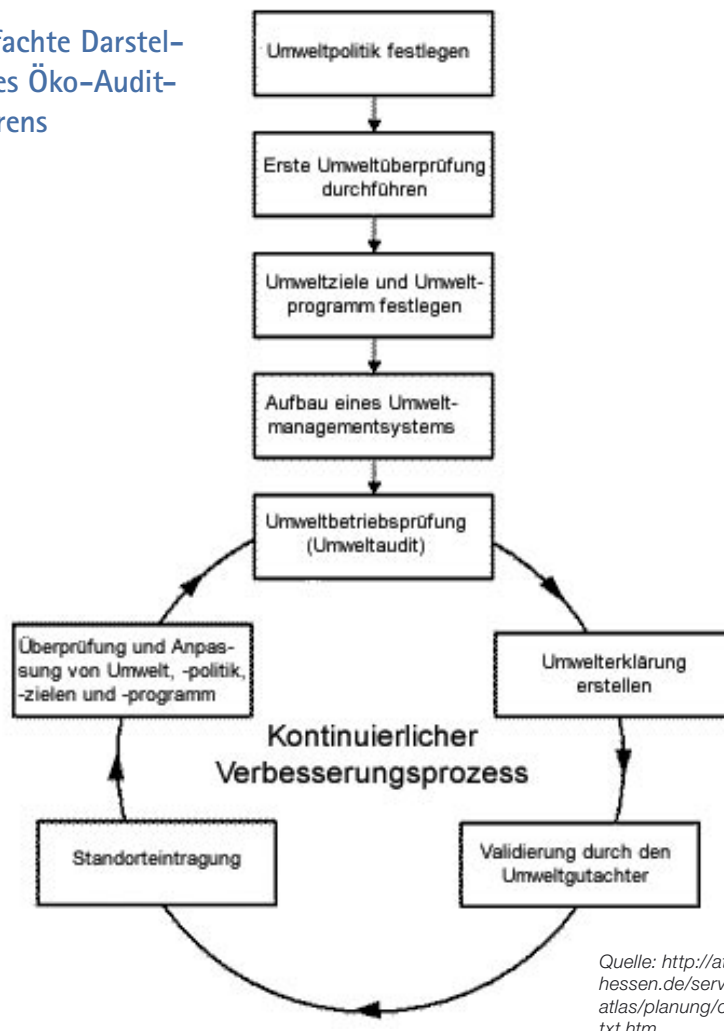
Der aus dem Englischen stammende Begriff audit (Rechnungsprüfung) weist darauf hin, dass es sich um eine systematische Überprüfung eines Betriebes handelt. Ein Öko-Audit ist die systematische Überprüfung aller umweltrelevanten Maßnahmen in einem Unternehmen bzw. einer Organisation (es können auch Öko-Audits z. B. für Krankenhäuser durchgeführt werden).



Immer mehr Unternehmen bauen ein umweltorientiertes Managementsystem auf. Sie können sich dabei an bereits auf breiter Ebene anerkannten Leitlinien und Regelungen orientieren. Dazu gehören die EU-Verordnung EMAS (engl. Eco-Management and Audit Scheme). Die Verordnung wurde 1993 verabschiedet und 2001 zur EMAS II fortgeschrieben. Ziele der Öko-Audit-Verordnung sind:

Förderung der kontinuierlichen Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes, Übernahme von mehr Eigenverantwortung der Unternehmen für den Umweltschutz.

Vereinfachte Darstellung des Öko-Audit-Verfahrens



Der Weg zur EMAS-Validierung:

1. Das Unternehmen, das sich an EMAS beteiligen möchte, muss zunächst eine **erste Umweltprüfung** durchführen. Dabei werden die direkten und indirekten Auswirkungen aller Aktivitäten, Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens auf die Umwelt berücksichtigt.
2. Aufgrund der Ergebnisse der Umweltprüfung wird ein **Umweltmanagementsystem** aufgebaut, mit dem die von der Geschäftsführung erklärte **Umweltpolitik** umgesetzt wird. Das Umweltmanagementsystem beinhaltet ein Umweltprogramm mit Umweltzielen.
3. Die Umsetzung und Wirksamkeit des Umweltmanagementsystems wird durch interne Umweltbetriebsprüfungen bewertet. Regelmäßige interne **Umweltbetriebsprüfungen** geben Aufschluss über die Verwirklichung der Zielsetzungen und die Qualität des Managements. Dabei werden die Übereinstimmung mit der betrieblichen Umweltpolitik und die Einhaltung der Umweltvorschriften geprüft.
4. Nach der Umweltbetriebsprüfung erstellt die Organisation eine **Umwelterklärung**, in der die Öffentlichkeit über die Umweltauswirkungen und die Umwelleistung der Organisation informiert wird.

Letztlich besteht die Möglichkeit, dass ein unabhängiger, betriebsexterner Gutachter die Umwelterklärung, das Umweltprogramm und das Umweltmanagement prüft. Hierbei muss ein gewisser Standard erreicht sein, der sich durch eine Übereinstimmung mit den Anforderungen der EG-Umwelt-Audit-Verordnung ergibt. Bei positivem Ausgang der Prüfung erhält der Betrieb ein Zertifikat, das er auch für Werbezwecke einsetzen darf.

KURS 21

Materialien

L3 • 2 • 2 • 1b

Recherche

Recherchiert zum Thema Öko-Audit im Internet: Versucht dabei die Argumentation Pro und Kontra Öko-Audit aus Sicht der Unternehmen in den Vordergrund eurer Recherche zu stellen.

Diskussion

Diskutiert in zwei Gruppen: Befürworter und Gegner von Öko-Audit im Unternehmen.

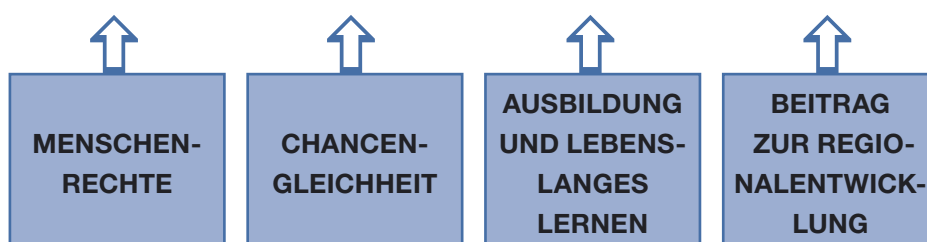
Aktivität

Informiert euch über das Thema Öko-Audit in der Schule (siehe dazu z. B. www.umweltschulen.de oder www.prosina.de). Überlegt die Schritte für die Umsetzung eines Öko-Audit-Projektes an eurer Schule. Nehmt Kontakt zu einer Öko-Audit-Schule auf und befragt sie nach ihren Erfahrungen.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Was ist das?

Der Begriff Corporate Social Responsibility wird als soziale bzw. gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen übersetzt. Soziale Verantwortung bedeutet nicht nur, die entsprechenden gesetzlichen Regelungen zu erfüllen, sondern darüber hinaus in die Umwelt, die Gesellschaft und die Beziehungen zu Anspruchsgruppen zu investieren. Corporate Social Responsibility wird als Unternehmensbeitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung verstanden.



Quelle: Wuppertal Institut
Illustration: Beatrix Göge

Recherche

Ordnet die Puzzleteile zu den einzelnen Bereichen der sozialen Verantwortung des Unternehmens: „Menschenrechte“, „Chancengleichheit“, „Ausbildung und Lebenslanges Lernen“, „Beitrag zur regionalen Entwicklung“. Recherchiert zu der Frage: Wie wird das CSR-Konzept im Partnerunternehmen konkret umgesetzt? Nennt Beispiele.

Diskussion

Diskutiert das Konzept CSR in der Klasse. Haltet ihr es für notwendig, dass sich Unternehmen für die Gesellschaft engagieren? Was könnten aus Unternehmenssicht Argumente gegen ein Engagement sein?

Aktivität

Diskutiert in eurem Partnerunternehmen das CSR-Konzept. Hat euer Partnerunternehmen eine CSR-Strategie? Bietet eurem Partnerunternehmen ein Gespräch zum Thema „Soziale Verantwortung gegenüber Jugendlichen“ an und bereitet dieses vor.

Die Ausbildungsplatzsituation

„Noch nie war es für Schulabgänger so schwierig, einen Ausbildungsplatz zu bekommen, wie heute. Immer weniger Unternehmen bilden aus. In Ostdeutschland ist nur noch jeder zehnte Betrieb bereit, eine Lehrstelle anzubieten.“

Spiegel 9/2004, Bürokratisches Monster, S. 84.



Quelle: Spiegel 9/2004

Recherche

Kommentiert die in der Grafik dargestellte Entwicklung. Recherchiert zu den Ursachen des Mangels an Ausbildungsplätzen.

Diskussion

Kommentiert die Grafik aus der Sicht eines Auszubildenden und aus der Sicht eines Politikers. Überlegt in der Klasse: Was könnte man in Deutschland für mehr Ausbildungsplätze tun? Welche Konsequenzen hat Mangel an Ausbildungsplätzen für die Gesellschaft und für die Umsetzung von Nachhaltigkeit?

Aktivität

Ladet einen Berater/eine Beraterin des örtlichen Berufsbildungszentrums ein und informiert euch über die Ausbildungsplatzsituation in eurer Stadt.

Presseartikel

Betriebserkundung am Beispiel der Firma Hellmann

Montag,
24. Mai 2004 19

Schüler erkundeten, was ein Kaufmann zu tun hat

Lehrer: Optimale Vorbereitung auf späteres Berufsleben

Osnabrück (cpl) 17 Neuntklässler des Real-
schulzweigs der Osnabrücker
Domschule präsentierten
jetzt im Speditionsunterneh-
men Hellmann umfangreiche
Informationen zu dort ange-
botenen Ausbildungsberufen.
Diese hatten sie in der
Schule und im Unternehmen
zuvor selbst zusammengestellt.
Inhaber und Geschäftsführer
Klaus Hellmann war persönlich
vorbeigekommen, um der
Präsentation zu folgen.



Die Berufserkundung war Teil der Lernpartnerschaft zwischen Hellmann und der Domschule. Die Nervosität war den Mädchen und Jungen der Domschule anzumerken. Dennoch trugen sie so souverän wie möglich die von ihnen gesammelten Fakten zu den unterschiedlichen Berufen bei Hellmann vor: vom klassischen Speditionskaufmann über IT-Berufe bis hin zum Lastkraftwagenfahrer. Walter Scheffczik, der die Schüler bei diesem Projekt begleitet hat, sagte: „Es ist wichtig, dass die jungen Menschen bereits in dieser frühen Lebensphase in eine derartige Situation kommen. Das schult ihre Sprach- und Kommunikationsfähigkeit und bereitet sie optimal auf ihr späteres Berufsleben vor.“

Bereits seit dem vergangenen November arbeiten Scheffczik, sein Kollege Stephan Jarvers und die Schüler des Faches „Arbeit und Wirtschaft“ der Domschule an diesem Projekt. Am Beginn stand eine Betriebserkundung, bei der den Schülern umfangreiche Einblicke in das Unternehmen Hellmann gewährt wurden. Im Anschluss haben die Schüler in Teams Fragebögen erarbeitet. Welche Voraussetzungen muss ein Auszubildender für den Beruf „IT-Systemelektroniker“ mitbringen? Was verdient ein Speditionskaufmann? Was spricht gegen die Entscheidung, Lastkraftfahrer zu werden? Mit den fertigen Fragebögen in der Hand kehrten sie ins Unternehmen Hellmann zurück, um dort derzeitige Auszubildende nach ihrem Beruf zu befragen. „Das hat sehr viel Spaß gemacht“, sagt Reinhard Szyzka, Leiter des Umweltmanagements bei Hellmann. „Die Schüler sind pfiffig und haben Wind in die Büros gebracht.“

Im Anschluss wurden die Fragebögen ausgewertet und Plakate für die Präsentation erstellt. Diese stand am Ende des Projekts. Das Team von Hellmann war sich einig: „Die haben das klasse gemacht“, sagt Szyzka. Er könne sich durchaus vorstellen, einige der Schüler später als Auszubildende in seinem Betrieb wieder zu finden.

NERVÖS, ABER DENNOCH SOUVERÄN trugen die Schüler die Ergebnisse ihrer Berufserkundung in den verschiedenen Abteilungen des Speditionsunternehmens Hellmann vor.

Quelle: Osnabrücker Zeitung vom 24.05.2004

Diskussion

Welche Vorstellungen habt ihr von bestimmten Berufen, die in eurem Partnerunternehmen vertreten sind? Überprüft eure Vorkenntnisse und Diskussionsergebnisse im Gespräch mit Auszubildenden oder Unternehmensvertretern.

Aktivität

Bereitet eine Berufserkundung in eurem Partnerunternehmen vor:
Informiert euch über unterschiedliche Berufe im Unternehmen. Überlegt euch Fragen, die ihr den Auszubildenden und Ausbildern stellen wollt.

Das Partnerunternehmen und seine Anspruchsgruppen

Jedes Unternehmen steht nicht für sich allein, sondern befindet sich in einem regen Austausch mit verschiedenen Gruppen, die in unterschiedlicher Form Einfluss nehmen können.

Zu unterscheiden sind:

- Interne Anspruchsgruppen (innerhalb des Unternehmens):
Beschäftigte, Management, Aktionäre.
- Externe Anspruchsgruppen:
Kunden, Lieferanten, Kommunen, Umweltschutzinitiativen u. a.

Diese Gruppen werden auch Anspruchsgruppen oder Stakeholder genannt. Die Anspruchsgruppen wirken durch ihr Handeln und ihre Verknüpfung auf das Unternehmen ein.

Recherche

Beschäftigt euch mit Informationsmaterialien und mit der Homepage eures Partnerunternehmens im Hinblick auf Anspruchsgruppen.
Welche Anspruchsgruppen (Stakeholder) sind für euer Partnerunternehmen von Bedeutung?

Diskussion

Stellt euch gegenseitig eure Ergebnisse vor und besprecht diese.

Aktivität

Versucht mit Hilfe eines Interviews herauszufinden, welche Mitarbeiter des Partnerunternehmens – auf jeder Hierarchiestufe – Kontakte zu Anspruchsgruppen haben.

Mögliche Fragen zur Unterstützung:

- Was sind die wichtigsten Außenkontakte des Unternehmens in Ihrem Funktionsbereich?
- Welche Aufgaben haben diese Kontakte?
- Wie beeinflussen die Außenkontakte das Unternehmen? Hat das Unternehmen aufgrund der Außenkontakte etwas verändert?
- Wie beeinflusst das Unternehmen die Außenkontakte? Welche Auswirkungen hat das Unternehmen auf das Umfeld?
- Welche Rolle spielen die Kontakte mit der Schule im Rahmen der Lernpartnerschaft?

Wertet die Ergebnisse des Interviews aus.

Ist das Partnerunternehmen fit für die Zukunft?

Betriebserkundung

Erkundet euer Partnerunternehmen und überprüft seine Zukunftsfähigkeit. Mehrere Möglichkeiten stehen dabei zur Auswahl.

1. Ihr könnt das Unternehmen unter einem der drei Nachhaltigkeitsaspekte erkunden oder alle drei Aspekte behandeln.
Selbstverständlich können je nach Bedarf weitere oder andere Fragen erarbeitet und dem jeweiligen Betrieb bzw. Arbeitsplatz entsprechend angemessen variiert werden.
2. Die Erkundung kann im Rahmen einer Betriebserkundung, einer Sachverständigenbefragung, eines Betriebspraktikums oder sonstiger Erkundungen des Arbeitsalltags im Rahmen der KURS 21-Lernpartnerschaften erfolgen.
3. Überlegt euch geeignete Auswertungsmöglichkeiten und Präsentationsformen, die ihr eurem Partnerunternehmen zukommen lassen könnt.

Wirtschaftliche Aspekte

- Hat das Unternehmen eine klare Struktur nach Arbeitsbereichen und nach Zuständigkeit usw. (Aufbauorganisation)?
- Wie sind die Abläufe im Unternehmen organisiert (Ablauforganisation)?
- Was sind die genauen Firmenziele, welche Zukunftsperspektive wird angestrebt?
- ...
- ...

Verantwortung für die Umwelt

- Setzt sich das Unternehmen mit Nachhaltigkeit bzw. mit Nachhaltigkeitszielen auseinander und werden diese umgesetzt?
- Werden Umweltbetriebsprüfungen (interne Audits) regelmäßig durchgeführt? Gibt es einen Umweltbericht bzw. einen Nachhaltigkeitsbericht?
- Wird der Ressourcenverbrauch im Betrieb so gering wie möglich gehalten (z. B. bei Material, Energie, Wasser, Betriebs- und Hilfsmitteln)?
- ...
- ...

Soziale Kriterien

Ausbildung, Kommunikation im Unternehmen und mit Anspruchsgruppen (Stakeholder)

- Engagiert sich das Unternehmen für die Schaffung und Erhaltung von Ausbildungsplätzen?



- Werden den Mitarbeitern Fortbildungsmöglichkeiten geboten?
- Werden Qualifizierungsangebote zu umweltbezogenen Themen angeboten?
- Gibt es im Betrieb Teilzeitarbeitsplätze?
- ...
- ...

Gesundheitsschutz

- Werden Gesundheitschecks regelmäßig durchgeführt? Nehmen die Mitarbeiter daran regelmäßig teil?
- Welche Gesundheitsgefährdungen spielen am Arbeitsplatz eine Rolle?
- Wird die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter direkt am Arbeitsplatz geschützt (Vermeidung technischer Risikofaktoren und gesundheits-schädlicher Prozesse und Stoffe, Gesundheits- und Sicherheitstraining, Minimierung der Betriebsunfälle im Betrieb)?
- ...
- ...

Beteiligung, Chancengleichheit

- Können sich die Beschäftigten an Entscheidungsprozessen beteiligen und selber organisieren (Versammlungsfreiheit, Kommunikation mit Geschäftsleitung, Foren für Mitarbeiter usw.)?
- Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv daran beteiligt, wenn es um Veränderungen an ihrem Arbeitsplatz geht?
- Werden alle Mitarbeiter unabhängig von Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung, Bildungsniveau, Familienstand, Nationalität gleich behandelt und allen gleiche Chancen geboten, z. B. bezüglich Ausnutzung von Weiterbildungsmöglichkeiten, Anteil in Führungspositionen, Wahrnehmung flexibler Arbeitsmodelle?
- ...
- ...

Unternehmensziele/Unternehmensphilosophie

- Sind die Ziele des Unternehmens so ausgerichtet, dass die Verantwortung für Mensch und Umwelt im Vordergrund steht?
- Ist die Umsetzung von Nachhaltigkeit ein wichtiges Unternehmensziel, das organisatorisch im obersten Management und in den Firmengrundsätzen verankert ist?
- Haben langfristige Unternehmensziele Vorrang vor kurzfristigen Gewinnaussichten?
- ...
- ...

KURS 21:

Schulen unternehmen Zukunft

