



SARASIN

## Sarasin Studie

Sarasin Sustainable Investment

# **Soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen messen**

Kriterien der Bank Sarasin für nachhaltige  
Kapitalanlagen

September 2003

Dr. Eckhard Plinke  
++41 61 277 75 74  
[eckhard.plinke@sarasin.ch](mailto:eckhard.plinke@sarasin.ch)

Bitte wichtige Information auf der letzten Seite beachten



# Inhalt

	<b>Zusammenfassung</b>	<b>1</b>
<b>1</b>	<b>Wachsende soziale Herausforderungen für Unternehmen erfordern «nachhaltige Anlagestrategien» für Kapitalanleger</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Die Beziehung zu den «Stakeholdern» als Kern der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>Aktualisiertes Bewertungsschema ermöglicht noch aussagekräftigere Unternehmensbeurteilungen</b>	<b>9</b>
	<b>Anhang: Übersicht über Ansätze im Bereich soziale Nachhaltigkeit</b>	<b>15</b>


## Zusammenfassung

In den heutigen wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit zunehmender Arbeitslosigkeit und im Zuge der Globalisierung kommt der sozialen Komponente innerhalb der drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie, Soziales – wachsende Bedeutung zu. Darüber, was genau unter sozialer Nachhaltigkeit zu verstehen ist, gibt es allerdings keinen umfassenden internationalen Standard.

Zur Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen verwendet Sarasin den **«Stakeholder-Ansatz»**. Dieser beurteilt, wie ein Unternehmen die Interessen seiner Anspruchsgruppen (Mitarbeiter, die Öffentlichkeit insgesamt, Lieferanten, Kunden, Investoren, Konkurrenten) berücksichtigt. Der Ansatz hat sich bewährt und ist als Rahmen allgemein akzeptiert. Die Kriterien zur Beurteilung der einzelnen Stakeholder-Beziehungen wurden jetzt verfeinert, und zwar einheitlich für alle Branchen nach den wichtigsten sozialen Themen, nämlich **Gesundheit** (z.B. Arbeitsunfälle, Sicherheit von Produkten), **Partizipation** (z.B. betriebliche Mitbestimmung, Kartellbildung), **Wohstandsverteilung** (z.B. Spenden, exzessive Managervergütungen) und **Wissen** (z.B. Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern). Hinzu kommen besonders **kontroverse Geschäftsaktivitäten** (z.B. Gentechnik, Kernenergie, Rüstung). Je nach Branche sind die einzelnen Stakeholder und Kriterien entsprechend ihrer sozialen Relevanz unterschiedlich gewichtet.

### Sarasin-Kriterien für die Sozialbewertung von Unternehmen

Kriterien:	Stakeholder					
	Lieferanten	Öffentlichkeit	Kapitalgeber	Mitarbeiter	Konkurrenten	Kunden
Gesundheit						
Partizipation						
Wohstandsverteilung						
Wissen						
Kontroverse Aktivitäten						



**Aggregation mit Gewichtung der Einzelkriterien (branchenabhängig)**

Die verfeinerte Bewertungsmethodik ermöglicht eine bessere Beurteilung, in welchem Masse Unternehmen für die wachsenden sozialen Herausforderungen gewappnet sind. Beispielsweise ist die sozialverträgliche Gestaltung von Restrukturierungen nicht nur im Interesse der Mitarbeiter, sondern kann auch unter rein wirtschaftlichen Gesichtspunkten wichtig sein. Unternehmen, die auf ihr «Humankapital» besonders angewiesen sind, haben erkannt, dass eine «Hire and Fire» Strategie längerfristig riskant ist, weil die Motivation der Mitarbeiter negativ beeinflusst wird und Neueinstellungen hohe Kosten verursachen.

# 1 Wachsende soziale Herausforderungen für Unternehmen erfordern «nachhaltige Anlagestrategien» für Kapitalanleger

## Durch die globalen Trends werden soziale Fragen zunehmend wichtiger

Durch die weltweit gedrückte wirtschaftliche Situation und die internationalen Spannungen – nicht zuletzt der Krieg im Irak – wird derzeit spürbar, dass die globalen Trends eine Reihe von Konfliktpotentialen nach sich ziehen, die Risiken für eine zukunftsfähige Entwicklung darstellen. Dies betrifft besonders auch Unternehmen.

Die wachsende **Globalisierung** bringt wirtschaftlichen Fortschritt, verursacht aber soziale und kulturelle Spannungen. Unternehmen produzieren zunehmend in Regionen wie Südost-Asien oder lassen dort produzieren. Die politischen und sozialen Rahmenbedingungen in vielen dieser Länder sind instabil und konfliktgeladen. Die Einführung westlich orientierter Produktionsmethoden und Konsummuster durch die Globalisierung birgt zusätzliche Konfliktpotentiale, z.B. zwischen «westlicher» und «östlicher» Kultur, mit Folgen bis hin zu terroristischen Anschlägen.

In den westlichen Industrieländern verschärft die Verlagerung von Arbeitsplätzen Probleme mit **Arbeitslosigkeit**, gerade in der derzeitigen wirtschaftlichen Situation. Dies ist mit ein Grund für wachsende Diskrepanzen zwischen armen und reichen Bevölkerungsgruppen. Am anderen Ende der Einkommenspyramide werden gleichzeitig exzessive Managervergütungen zunehmend kritisiert, von Aktionären wie von Mitarbeitern. Die Frage der Managervergütungen ist eines der Themen der laufenden **«Corporate Governance»-Diskussion**, die nicht zuletzt durch Unternehmensskandale wie Enron oder Worldcom ausgelöst wurde.

Die Globalisierung ist eine Begleiterscheinung der zunehmenden Komplexität der Produktionsmethoden, die sich nicht nur durch die Auftrennung der Produktion in eine Vielzahl von Schritten, die in unterschiedlichen Regionen der Welt erfolgen, auszeichnet, sondern auch durch **zunehmende Komplexität** der Produkte selbst und zunehmende Vielfalt an verwendeten Substanzen. Dadurch sinkt die Kontrolle der Unternehmen über ihre Produktionsketten und Produkte. Eines der daraus resultierenden Risiken ist das Risiko **negativer Gesundheitsauswirkungen** der Produkte. Hier stehen die Unternehmen zunehmend unter Druck, einerseits durch Schadensersatzklagen wie z.B. im Falle der Produzenten und Anwender des krebserregenden Asbests. Andererseits wird in Gesetzesinitiativen die Produktverantwortung des Produzenten betont, z.B. bei den geplanten Vorgaben der EU für umfangreiche Umwelt- und Gesundheitsprüfungen für Hunderte von Chemikalien, die schon lange am Markt angeboten werden, aber noch nicht nach heutigem Standard überprüft wurden.

Weitere Risiken können die **länger werdenden Lieferketten** in sich bergen. Bezieht sich ein Unternehmen Lieferanten oder Unter-Lieferanten, die die Umwelt schädigen oder grundlegende Arbeitsrechte verletzen (z.B. Mindestlöhne, maximale Arbeitszeiten), kann es sich eine Schädigung seiner Reputation und seiner Marke einhandeln. Verschiedene Sportartikelhersteller (z.B. Adidas und Nike), die von NGOs wegen Kinderarbeit bei Lieferanten kritisiert wurden, haben dies erfahren. Durch die wachsende weltweite Vernetzung von Information – auch eine Begleiterscheinung der Globalisierung – steigen diese Risiken: Unternehmen werden intensiver beobachtet, durch Aktivistengruppen (Umweltschutz, Verbraucherschutz, Tierschutz, usw.) und Verbraucher. Informationen werden immer schneller und breiter gestreut.

**Die soziale Verantwortung der Unternehmen nimmt durch den Einfluss der «Stakeholder» faktisch zu...**

Im Fazit nimmt die soziale Verantwortung der Unternehmen zu. Man kann soziale Verantwortung als moralische Verpflichtung der Unternehmen verstehen. Es ist umstritten, ob es eine solche Verpflichtung gibt und wieweit diese geht, bzw. inwieweit es sich hierbei nicht primär um staatliche Aufgaben handelt. Letztlich ist die Frage allerdings unerheblich. Denn durch den Druck von Öffentlichkeit, Kunden, Politik/Gesetzgebung und auch Investoren ist eine soziale Verantwortung faktisch vorhanden. Man spricht heute davon, dass Unternehmen eine «gesellschaftliche Betriebsgenehmigung» («**Licence to Operate**») brauchen, d.h. die Ansprüche und Interessen dieser Stakeholder müssen berücksichtigt werden. Dies ist längerfristig eine Überlebensbedingung. Nicht mehr allein der vielzitierte «Shareholder Value» ist als Zielgrösse für Unternehmen massgeblich, sondern sie müssen auch «**Stakeholder Value**» schaffen.

**...dadurch werden soziale Fragen auch für Anleger relevant**

Die Frage, wie ein Unternehmen mit seiner sozialen Verantwortung umgeht, ist damit letztlich auch für Kapitalanleger relevant. Soziale Risiken können langfristig den **Unternehmenswert beeinflussen**. Beispielsweise beeinflusst die Schädigung der Reputation einer Marke durch negative Pressemeldungen über gesundheits-schädliche Inhaltsstoffe oder schlechte Arbeitsbedingungen bei der Herstellung der Produkte die Umsatzprognosen negativ. Umgekehrt kann sozial pro-aktives Verhalten Unternehmenswert schaffen. Beispielsweise kann es für Unternehmen Sinn machen, in konjunkturell schwierigen Zeiten auf grössere Entlassungen zu verzichten und stattdessen z.B. einvernehmliche flexible Arbeitszeitmodelle einzuführen, um im Wiederaufschwung mit gut ausgebildeten und motivierten Mitarbeitern gewappnet zu sein.

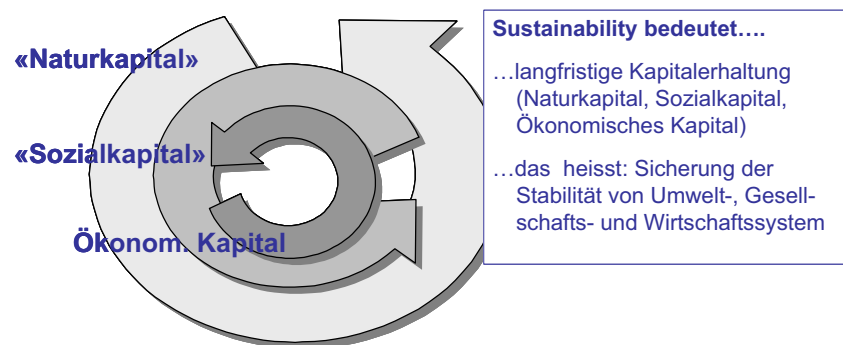
**Nachhaltiges Investment berücksichtigt soziale Risiken**

Im Rahmen des «**Nachhaltigen Investments**» werden solche sozialen Aspekte berücksichtigt. «Nachhaltiges Investment» setzt den Grundgedanken von einer «Nachhaltigen Entwicklung» (Sustainable Development) bei der Kapitalanlage um. Die Bank Sarasin ist einer der führenden Anbieter von nachhaltigen Kapitalanlagen in Europa.

«**Nachhaltige Entwicklung**» ist ein Schwerpunktthema der letzten Jahre, spätestens seit der Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio 1992. Es ist das Leit-

bild einer dauerhaft durchhaltbaren globalen Wirtschaftsweise, die von den «Zinsen» ihres Kapitals lebt, ohne das «Kapital» selbst aufzubrauchen. Die Metapher «Kapital» bezieht sich sowohl auf Kapital im wirtschaftlichen Sinne, als auch «Naturkapital» (z.B. Rohstoffvorräte, saubere Luft) und «Sozialkapital» (z.B. gesellschaftlicher Zusammenhalt, Bildung). «Kapitalerhaltung» in diesem Sinne heisst die langfristige Sicherung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Stabilität im gesamtgesellschaftlichen Sinne (siehe Abbildung).

### Drei Säulen-Modell der Nachhaltigkeit



### Nachhaltiges Investment braucht ein Bewertungssystem für die Nachhaltigkeit von Unternehmen

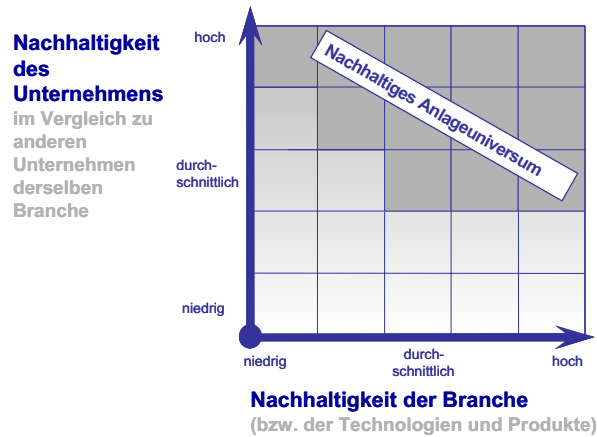
«Nachhaltiges Investment» nimmt dieses Grundkonzept auf und ist eine Bezeichnung von Kapitalanlagen in Unternehmen, die nicht nur **finanziell erfolgversprechend** sind, sondern sich auch **verantwortungsvoll gegenüber Umwelt und Gesellschaft** verhalten (im Sinne der Erhaltung des globalen Naturkapitals und Sozialkapitals). Risiken und Chancen, wie sie sich aus der dargestellten sozialen Verantwortung der Unternehmen ergeben, werden also beim Anlageprozess mitberücksichtigt.

Wie beurteilt man nun die Nachhaltigkeit von Unternehmen? Sarasin hat hierzu, wie andere Anbieter nachhaltiger Kapitalanlagen auch, ein **Bewertungssystem** entwickelt. Während man für die finanziell-wirtschaftliche Nachhaltigkeitskomponente weitgehend auf «klassische» finanzanalytische Methoden zurückgreifen kann, wurde für die Messung der Umwelt- und Sozialkomponente die **Sarasin Sustainability Matrix®** entwickelt. Danach wird ein Unternehmen nach zwei Dimensionen eingeordnet (siehe folgende Abbildung):

- ◆ **Nachhaltigkeit der Branche:** Diese ist weitgehend unabhängig vom Unternehmen und ein Massstab für die Nachhaltigkeit der Produkte und Dienstleistungen (bzw. die damit verbundenen Umwelt- und Sozialrisiken);
- ◆ **Nachhaltigkeit des Unternehmens:** Hiermit werden die Leistungen des einzelnen Unternehmens im Sinne von konkreten Verbesserungen bestimmter Umwelt- und Sozialindikatoren und von Massnahmen im Umweltschutz und im sozialen Bereich gemessen. Massstab ist dabei der «Branchendurchschnitt».

Ob sich ein Unternehmen für einen nachhaltigen Fonds oder Anlageprodukt der Bank Sarasin qualifiziert, hängt von beiden Komponenten ab, entsprechend der Definition des nachhaltigen Anlageuniversums (siehe Abbildung).

**Messung der Nachhaltigkeit von Unternehmen mit der Sarasin Sustainability Matrix®**



**Die soziale Komponente von Nachhaltigkeit ist weniger klar definiert**

Darüber, welches die wesentlichen Elemente der umweltbezogenen Komponente der Nachhaltigkeitsbeurteilung sind, besteht ein weitgehender Konsens zwischen den verschiedenen Ansätzen des Nachhaltigkeits-Ratings und auch den Unternehmen, die damit bewertet werden.

Bei der Beurteilung der sozialen Komponente sind die Dinge noch stärker im Fluss. Hierbei spielt wohl eine Rolle, dass die Relevanz der sozialen Herausforderungen erst im Laufe der letzten Zeit zugenommen hat, so dass die Auseinandersetzung mit diesen Themen – zumindest im Sinne einer ganzheitlicheren nachhaltigen Sicht – später als die Auseinandersetzung mit den Umweltthemen begonnen hat.

**Neue Ideen und Konventionen darüber, was soziale Verantwortung der Unternehmen beinhaltet...**

In den letzten Jahren gab es weltweit verschiedene Initiativen, Abkommen und andere Aktivitäten, die sich mit der sozialen Verantwortung von Unternehmen auseinandergesetzt und die Diskussion darüber, welche Elemente dazugehören, vorangetrieben haben. Hierzu gehören unter anderem die Verhaltensrichtlinien für multinationale Unternehmen der OECD, die Beschlüsse und Konsultationsprozesse der EU zur Förderung von «Corporate Social Responsibility», Modelle und Standards für ein «Sozial-Management» bzw. «Nachhaltigkeitsmanagement» im Unternehmen (z.B. SA 8000), oder Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (z.B. Global Reporting Initiative). Eine Liste wichtiger Aktivitäten ist im Anhang zusammengestellt.

**....waren Auslöser für die Verfeinerung der Sarasin-Methodik zur Beurteilung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen**

Sarasin hat schon vor mehreren Jahren Sozialkriterien in die Unternehmensbewertung für nachhaltige Anlageprodukte integriert. Die neuen Impulse, die sich durch die genannten Aktivitäten ergeben haben, waren Anlass für eine **Überarbeitung und Verfeinerung der Bewertungsmethodik**. Die Einführung der so überarbeiteten Methode wurde jetzt abgeschlossen.

## 2 Beziehung zu den «Stakeholdern» als Kern der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen

Zur Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen verwendet Sarasin schon seit einigen Jahren den «**Stakeholder-Ansatz**». Dieser beurteilt, in welchem Masse ein Unternehmen die Interessen seiner Anspruchsgruppen berücksichtigt. Als Anspruchsgruppen werden unterschieden (siehe die folgende Abbildung):

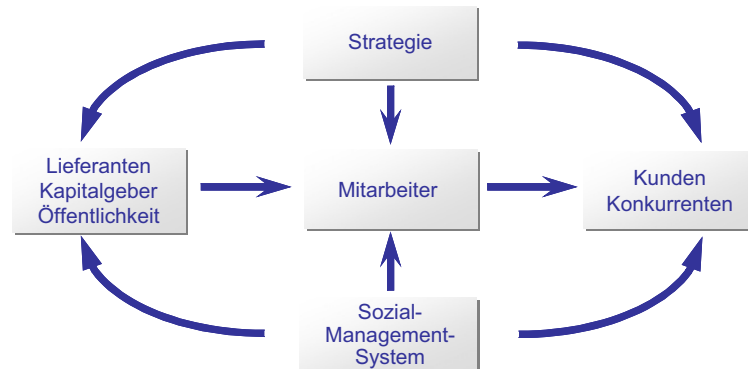
- ◆ **Mitarbeiter**, die im Kern des Leistungserstellungsprozesses im Unternehmen stehen.
- ◆ Am Beginn des Leistungserstellungsprozesses stehen **Lieferanten** von Rohmaterialien, Komponenten und Fertigprodukten,
- ◆ **Kapitalgeber** (vor allem Aktionäre)
- ◆ und die allgemeine **Öffentlichkeit**, die unter anderem lokale Gemeinschaften im Umkreis von Unternehmensstandorten, Behörden und Nichtregierungsorganisationen umfasst.
- ◆ Als «Empfänger» des Leistungserstellungsprozesses bzw. marktseitig sind die **Kunden** und schliesslich
- ◆ die **Konkurrenten** als Stakeholder zu berücksichtigen.

Weitere Elemente der Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit stellen die übergeordneten Kriterien «**Strategie**» und «**Sozial-Management**» dar. Unter «Strategie» wird beurteilt, inwieweit soziale Gesichtspunkte Teil der Geschäftsstrategie sind. Ein Beispiel wäre die Schaffung guter Arbeitsbedingungen als Strategie «innovationsintensiver» Unternehmen, um Produktivität und Innovationskraft der Mitarbeiter zu erhöhen. Unter «Sozial-Management» wird beurteilt, in welchem Umfang organisatorische Massnahmen zur Steuerung der Beziehungen mit den Stakeholdern vorhanden sind. Hierzu kann z.B. eine «Total Quality Management»-Organisation gehören, die die Steigerung der Qualität aller Geschäftsprozesse zum Ziel hat, unter Einschluss von «Stakeholder-Aspekten» wie Kundenzufriedenheit, Auswahl von und Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie Ausbildung und Steigerung der Eigenverantwortung der Mitarbeiter.

Je nach Branche unterscheidet sich die Bedeutung der einzelnen Stakeholder in Bezug auf den sozialen Einfluss, den ein Unternehmen hat. Im Sarasin-Bewertungsverfahren schlägt sich dies durch **unterschiedliche branchenspezifische Gewichtungen** nieder. Beispielsweise haben Branchen wie Pharmaindustrie oder Medizintechnik wegen potentieller Gesundheitsrisiken besondere Verantwortung

gegenüber ihren Kunden. Für Konsumgütersektoren spielen Lieferanten eine vergleichsweise grosse Rolle, da Produkte teilweise in Ländern mit geringen Sozialstandards hergestellt werden (z.B. Thema Kinderarbeit).

**Stakeholder-Konzept zur Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit...**



**... hat sich bewährt**

Das Stakeholder-Konzept hat sich bewährt und ist im übrigen Grundlage vieler anderer Konzepte und Ansätze zur Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen. Vorteil des Ansatzes ist zweifelsohne, dass damit die Ursache-Wirkungsketten von **sozialen Risiken und Chancen am besten repräsentiert** werden: Letztlich manifestieren sich soziale Risiken und Chancen für ein Unternehmen nicht abstrakt, sondern über Aktionen und Reaktionen konkreter Personen oder Institutionen, nämlich gerade der Stakeholder.

Inhalt der Überarbeitung und Verfeinerung der Sarasin-Bewertungsmethodik waren die Kriterien zur Beurteilung der einzelnen Stakeholder-Beziehungen. Hierbei wurden die grösstenteils bereits vorhandenen Detailkriterien einheitlich für alle Stakeholder neu nach den wichtigsten übergeordneten sozialen Themen gruppiert. Unter Verwendung der im Anhang aufgeführten verschiedenen Ansätze lassen sich im wesentlichen vier Hauptthemen identifizieren, um den sozialen Einfluss von Unternehmen zu beschreiben:

- ◆ **Gesundheit:** Unternehmen sollten Gesundheitsgefahren für die Stakeholder reduzieren bzw. die Gesundheit der Stakeholder fördern. Hierunter fallen unter anderem die Arbeitssicherheit in eigenen Betrieben (Stakeholder Mitarbeiter) und bei Zulieferern (Stakeholder Lieferanten), die Vermeidung von Störfällen mit Austritt von Schadstoffen in der Nachbarschaft von Produktionsanlagen (Stakeholder Öffentlichkeit) oder der Verzicht auf potentiell gesundheitsschädliche Stoffe in Produkten (Stakeholder Kunden).
- ◆ **Partizipation:** Unternehmen sollten die Interessen der Stakeholder berücksichtigen bzw. deren Mitwirkung bei Entscheidungen, die sie betreffen, ermöglichen. Hierunter fallen unter anderem die betriebliche Mitbestimmung und die Vermeidung von Diskriminierung (Stakeholder Mitarbeiter), Schutz der Rechte von Minderheitsaktionären (Stakeholder Kapitalgeber), transparente und faire Einkaufsbedingungen (Stakeholder Lieferanten) oder Vermeidung der Zusammenarbeit mit Regimen, die grundlegende Menschenrechte verletzen (Stakeholder Öffentlichkeit).

- ◆ **Wohstandsverteilung:** Unternehmen sollten Aktivitäten vermeiden, die zu grossen materiellen Ungleichgewichten von Stakeholdern führen bzw. sollten zu einer Reduktion von solchen Ungleichgewichten beitragen. Hierzu gehören im positiven Falle die Zahlung angemessener Löhne und Zusatzleistungen für Mitarbeiter speziell in Entwicklungsländern oder die Beteiligung an Fair-Trade Programmen (Stakeholder Lieferanten) und im negativen Falle exzessive Managervergütungen (Stakeholder Kapitalgeber, Mitarbeiter) oder Kartellbildung mit Preisabsprachen zum Nachteil von Konkurrenten und Konsumenten.
- ◆ **Wissen:** Unternehmen sollten zur Verbesserung von Know-how und Ausbildungsstand der Stakeholder beitragen. Hierzu gehören die Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter, Forschungs- und Entwicklungsprogramme von allgemeinem Interesse (Stakeholder Öffentlichkeit) oder Schulungsprogramme für Kunden.

Hinzu kommen besonders kontroverse Geschäftsaktivitäten (z.B. Gentechnik, Kernenergie, Rüstung).

Je nach Branche sind die einzelnen Kriterien entsprechend ihrer sozialen Relevanz unterschiedlich gewichtet. So spielt beispielsweise das Kriterium «Gesundheit» für Kunden der Pharmabranche eine grosse Rolle, da der Produktnutzen direkt mit der Heilung von Krankheiten verbunden ist und Gesundheitsgefahren durch Nebenwirkungen von Medikamenten zu berücksichtigen sind. Demgegenüber ist das Kriterium Gesundheit für Kunden der Elektronikindustrie weniger relevant und beschränkt sich z.B. auf Gesundheitsgefahren durch fehlerhafte Geräte oder Konstruktionsfehler. Aspekte wie Preis-Leistungsverhältnis (Kriterium Wohstandsverteilung) oder angemessene Produktinformationen (Kriterium Wissen) sind hier im Sinne ihres sozialen Einflusses wichtiger.

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über die Kriteriengewichtungen für das Beispiel der Elektro- und Elektronikbranche.

**Sarasin-Kriterien für die Sozialbewertung von Unternehmen (Beispiel Elektro-/Elektronikindustrie)**

Kriterien:	Stakeholder					
	Lieferanten	Öffentlichkeit	Kapitalgeber	Mitarbeiter	Konkurrenten	Kunden
Gesundheit	●●	●●		●●		●
Partizipation	●●●	●●●	●●	●●●	●	●●
Wohstandsverteilung	●●●	●●●	●	●●●	●	●●
Wissen	●●	●●		●●	●	●●
Kontroverse Aktivitäten		●●				

● Bedeutung und Gewicht der Kriterien und Stakeholder

### 3 Aktualisiertes Bewertungsschema ermöglicht noch aussagekräftigere Unternehmensbeurteilungen

**Aktualisiertes Bewertungsschema wird bereits angewendet...**

Das aktualisierte Bewertungsschema für die soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen wird (im Zusammenspiel mit dem unveränderten Bewertungsschema für die Umwelt-«Performance» von Unternehmen) von Sarasin jetzt bereits angewendet.

**...ermöglicht eine bessere Beurteilung, wie Unternehmen, sozialen Herausforderungen begegnen**

Die verfeinerte Bewertungsmethodik ermöglicht es besser als bisher zu beurteilen, in welchem Masse Unternehmen für die wachsenden sozialen Herausforderungen gewappnet sind. Denn die Relevanz der verschiedenen sozialen Themen und die Betroffenheiten der einzelnen Stakeholder von diesen Themen, die je nach Branche unterschiedlich sind, werden bei der Bewertung durch branchenspezifisch unterschiedliche Gewichtungsfaktoren berücksichtigt. Neben der Auswahl geeigneter Einzelkriterien ermöglicht dies, dass die Gesamtbewertung eines Unternehmens die branchenspezifischen sozialen Risiken angemessen widerspiegelt.

Dadurch wird auch der Bezug zum längerfristigen finanziellen Unternehmenserfolg hergestellt. Denn die «Licence to Operate» durch die Stakeholder ist längerfristig eine Überlebensbedingung für jedes Unternehmen. Der pro-aktive Umgang mit den sozialen Herausforderungen kann darüber hinaus nicht nur Risiken reduzieren, sondern auch Geschäftschancen eröffnen.

Folgende Beispiele im Zusammenhang mit der Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit verdeutlichen dies:

**...dadurch Reduktion von Risiken oder Erhöhung von Chancen nachhaltiger Kapitalanlagen**

- ◆ Themenfeld **Gesundheit**: Spektakuläre **Schadensersatzklagen** gegen Hersteller und Anwender von Produkten, die Gesundheitsschäden verursacht haben (bzw. haben sollen) haben in den letzten Jahren zugenommen. Asbest, das vor 30 Jahren vielfach zu Brandschutzzwecken verwendet und später als krebserregend identifiziert wurde, hat einige Unternehmen in den Konkurs getrieben und andere auf Jahre hinweg finanziell belastet. Besonders hoch sind Risiken von Produkthaftungsproblemen z.B. in der Medizintechnik. Die Klagen gegen die ehemalige Sulzer Medica wegen fehlerhafter Hüftgelenke bleiben noch lebhaft in Erinnerung. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsbewertung wird neben dem Vorhandensein effektiver Klagen unter anderem das Qualitätsmanagement und Massnahmen zur Reduktion potentiell umwelt- und gesundheitsschädlicher Stoffe beurteilt. Entsprechende Risiken können somit eher identifiziert werden.

Gesundheit wird für Konsumenten ein zunehmend wichtiges Thema. Daraus ergeben sich Chancen für Unternehmen, die hier aktiv sind. So wächst der Markt

für **biologische Nahrungsmittel** stark und Unternehmen, die ihr Sortiment in diesem Bereich stark ausgebaut haben (wie z.B. Coop in der Schweiz) oder sogar weitgehend darauf setzen (z.B. Horizon Organic und Whole Foods Market in den USA) haben profitiert, auch mit steigenden Aktienkursen.

**Whole Foods Market: Entwicklung von Umsatz und Aktienkurs seit 1999**



(Quelle: Datastream)

- ◆ Themenfeld **Partizipation**: Einige Branchen wie Bauindustrie oder Anlagenbau realisieren **grosse Projekte** mit zum Teil sehr weit reichenden ökonomischen, ökologischen und sozialen Konsequenzen. Grosse Staudammprojekte wie der jetzt in Betrieb gehende Drei-Schluchten-Damm in China oder mehrere Grossprojekte in der Türkei bringen erhebliche Veränderungen für die dortige Bevölkerung, unter anderem durch die erforderlichen Umsiedlungsmassnahmen (Stakeholder «Öffentlichkeit»). Wenn die Unternehmen die Interessen der Bevölkerung bei solchen Projekten nicht angemessen berücksichtigen, kann es zum Widerstand lokaler Bevölkerungsgruppen, zu öffentlichkeitswirksamen Kampagnen internationaler NGO's, zur Behinderung durch lokale Behörden bis hin zur Einstellung der Finanzierung durch internationale Organisationen wie die Weltbank kommen. Wegen der Grösse der Projekte können allein Verzögerungen erhebliche finanzielle Konsequenzen für die Unternehmen haben. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsbewertung wird deshalb die Beteiligung an umstrittenen Grossprojekten negativ bewertet, Massnahmen zur Beteiligung von Bevölkerung, NGOs und lokalen Behörden im Planungsprozess schlagen dagegen positiv zu Buche. Weitere Risiken im Zusammenhang mit solchen Projekten ergeben sich dadurch, dass sie oftmals in **instabilen Ländern** mit politischen und sozialen Konfliktpotentialen durchgeführt werden. Sowohl durch legale Zahlungen als auch durch Korruption können Unternehmen, die dort tätig sind, zur Verschärfung der Risiken beitragen, da von den Zahlungen meist einseitig nur einzelne Schichten und Gruppen profitieren. Dass ein Aufbrechen der Konflikte erhebliche Gefahren für die Unternehmen selbst bringt, liegt auf der Hand. Im Rahmen der Nachhaltig-

keitsbewertung wird deshalb beurteilt, in welchem Umfang Unternehmen in solchen «kritischen Ländern» tätig sind, in welchem Umfang mit den dortigen politischen und offiziellen Organen zusammengearbeitet wird und inwiefern Grundsätze und Massnahmen gegen Korruption bestehen.

### **Baustelle des Drei-Schluchten-Staudamms (China)**



Im Zusammenhang mit den Kunden eines Unternehmens umfasst Partizipation unter anderem, dass **Kundenzufriedenheit** und Kundenmeinung regelmässig abgefragt werden. Solche **Kunden-Feedbacks** können wichtige Informationen für die Verbesserung von Produkten bringen und dadurch die Marktchancen deutlich verbessern. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsbewertung wird daher beurteilt, ob und in welchem Umfang solche Feedbacks erfolgen.

- ◆ Themenfeld **Wohlstandsverteilung**: Eine wichtige soziale Herausforderung, besonders für Unternehmen im Bereich Konsumgüter, stellt die oben erwähnte Verlagerung von Produktionsaktivitäten in Entwicklungs- und Schwellenländer dar. Für Unternehmen, die Waren von **Zulieferern** aus diesen Ländern beziehen, sind die dortigen **Arbeitsbedingungen** zunehmend ein Thema (Stakeholder «Lieferanten»). Im negativen Falle haben z.B. Fälle von Kinderarbeit bei Zulieferern, die von Aktivistengruppen aufgedeckt wurden, zur Schädigung der Reputation der Produktmarken von verschiedenen Sportartikelherstellern (insbesondere Adidas und Nike) geführt. Diese Unternehmen haben daraufhin weit reichende Programme zur Kontrolle von und zur Zusammenarbeit mit den Lieferanten begonnen. Besondere Fortschritte hat Adidas gemacht und hat sich daraufhin in unserem Nachhaltigkeitsrating verbessert. Aus der Globalisierung der Lieferketten und der zunehmenden Wahrnehmung dieser Entwicklung in der Bevölkerung ergeben sich für die Unternehmen nicht nur Risiken, sondern auch Chancen. Ein Beispiel ist der wachsende Erfolg von «**Fair Trade**»-Produkten in der Schweiz, deren Preis die Förderung der Produzenten in Entwicklungsländern einschliesst.

Die Grosshandelsketten haben diese Produkte ins Sortiment genommen und konnten damit ein hohes Umsatzwachstum erzielen. Fair-Trade Initiativen sind ein Kriterium bei der Nachhaltigkeitsbewertung im Bereich «Lieferanten».

### Umsatz mit Max Havelaar (Fair Trade) Produkten 2000 – 2002



(Quelle: Max Havelaar Stiftung)

- ◆ Themenfeld **Wissen**: Gute Ausbildung ist nicht nur im Interesse der «Stakeholder» Mitarbeiter, sondern auch eine wesentliche Komponente des «Humankapitals» eines Unternehmens. Das **Humankapital** ist eine wichtige Grundlage für den längerfristigen Unternehmenserfolg. In Grossbritannien wurde eine Task Force eingerichtet, die prüfen soll, inwiefern Informationen zum Humankapital in Zukunft in die Berichterstattung der Unternehmen einfließen kann und soll. Hierfür wurde auch der Stand der Forschung zum Einfluss des Humankapitals auf den finanziellen Unternehmenserfolg überprüft. Als Ergebnis wurde festgestellt, dass zunehmende empirische Evidenz für einen solchen Einfluss besteht, wobei die Ausbildung und der Wissensstand der Mitarbeiter und die Faktoren, die die Motivation der Mitarbeiter fördern, die Kernelemente von Humankapital darstellen. Aus- und Weiterbildungsaktivitäten sind ein wichtiges Kriterium unserer Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen im Bereich «Mitarbeiter». Als Faktoren, die die Motivation der Mitarbeiter beeinflussen, werden im Rahmen der Themenbereiche «Partizipation» und «Wohlstandsverteilung» unter anderem die Förderung der Eigenverantwortung (z.B. durch Teamarbeitsstrukturen), regelmässige Überprüfungen der Arbeitszufriedenheit, flexible Arbeitszeitmodelle, angemessene Löhne und Sozialleistungen sowie finanzielle Beteiligungsprogramme bewertet.

Wie die Beispiele zeigen, kann eine Verbesserung der sozialen Nachhaltigkeit für ein Unternehmen tendenziell zu längerfristigen finanziellen Vorteilen bzw. zur Reduktion von finanziellen Risiken führen. Die Nachhaltigkeitsbewertung ermöglicht es daher dem Anleger bei Investitionsentscheidungen, längerfristige Risiken einzelner Investments zu erkennen und damit zu reduzieren bzw. entsprechende Renditechancen zu nutzen.

Durch die Gruppierung und Gewichtung der Kriterien nach sozialen Themen bzw. sozialen Risiken und deren branchenspezifische Gewichtung ermöglicht die verfeinerte Bewertungsmethodik jetzt eine noch bessere Beurteilung, wie gut Unternehmen für die wachsenden sozialen Herausforderungen gewappnet sind.



## Anhang: Übersicht über Ansätze im Bereich soziale Nachhaltigkeit

Die folgende Übersicht zeigt verschiedene internationale Richtlinien, Modelle und Ansätze über die Elemente der sozialen Nachhaltigkeit bzw. der sozialen Verantwortung von Unternehmen, die bei der Verfeinerung der sozialen Nachhaltigkeitskriterien für die Unternehmensbewertung der Bank Sarasin Berücksichtigung fanden.

1. Internationale Richtlinien und Abkommen	Inhalt	Referenz
UN Global Compact	9 Verhaltensprinzipien für Unternehmen in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz	Vereinte Nationen (UN) <a href="http://www.unglobalcompact.org">www.unglobalcompact.org</a>
Draft Norms on the Responsibilities of Transnational Corporations and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights	Anforderungen an Unternehmen im Bereich grundlegender Menschenrechte (Entwurf)	Vereinte Nationen (UN) <a href="http://www.umn.edu/humanrts/links/businessresponsibilitycomm-2002.html">www.umn.edu/humanrts/links/businessresponsibilitycomm-2002.html</a>
OECD Guidelines for Multinational Enterprises	Richtlinien und Standards für verantwortungsbewusste Geschäftspraktiken von multinationalen Unternehmen	OECD <a href="http://www.oecd.org">www.oecd.org</a>
Green Paper «Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility»	Grundlagendokument für eine EU-Politik zu Corporate Social Responsibility, inkl. Festlegung von Inhalten von CSR (mittlerweile bestehen hierzu Beschlüsse von Europarat und Europa-Parlament)	Europäische Kommission <a href="http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm">http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm</a>
ILO-Konventionen	Konventionen über Arbeitsgrundrechte (insbesondere Verbot von Zwangsarbeit, Kinderarbeit und Diskriminierung, sowie Vereinigungsfreiheit)	Internationale Arbeitsorganisation (IAO) <a href="http://www.ilo.org/public/english/standards/norm/whatare/fundam/index.htm">www.ilo.org/public/english/standards/norm/whatare/fundam/index.htm</a>

2. Standards/Normen/ Managementmodelle	Inhalt	Referenz
SA 8000	Anforderungen an Unternehmen (inkl. Lieferanten) zur Einhaltung grundlegender Arbeitsrechte als Grundlage für eine Zertifizierung	Social Accountability International <a href="http://www.sa8000.org">www.sa8000.org</a>
AA 1000	Modell eines Managementsystems für verantwortungsbewusste Unternehmensführung (Prozessmodell)	Institute of Social and Ethical AccountAbility <a href="http://www.accountability.org.uk">www.accountability.org.uk</a>
ECS 1000	Modell eines «Ethik-Management-systems» (Prozessmodell)	Business Ethics & Compliance Research Center (Japan) <a href="http://ecs2000.reitaku-u.ac.jp">http://ecs2000.reitaku-u.ac.jp</a>
SIGMA Guidelines	Anleitung für die Ausgestaltung eines Nachhaltigkeitsmanagements von Unternehmen mit praktischen Hinweisen	Gemeinschaftsprojekt von British Standards Institution, AccountAbility, Forum for the Future <a href="http://www.projectsigma.org">www.projectsigma.org</a>
EFQM Business Excellence Model	Modell eines «Total Quality» Managements, wobei «Qualität» die Beziehungen zu den «Stakeholdern» einbezieht	European Foundation for Quality Management <a href="http://www.efqm.org">www.efqm.org</a>
<b>3. Indikatorensysteme für soziale Nachhaltigkeit</b>	<b>Inhalt</b>	<b>Referenz</b>
WBCSD «Navigator» und Indikatorensystem	Indikatorensystem für Corporate Social Responsibility, basierend auf dem Stakeholder-Ansatz	World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) Veröffentlichung «Making Good Business Sense», Januar 2000 ( <a href="http://www.wbcsd.org">www.wbcsd.org</a> )
GRI Sustainability Reporting Guidelines 2002	Richtlinien und Indikatoren für die Berichterstattung von Unternehmen über Nachhaltigkeit	Global Reporting Initiative <a href="http://www.globalreporting.org">www.globalreporting.org</a>
Benchmarks – Principles for Global Corporate Responsibility	Richtlinien und Indikatoren für verantwortungsbewusste Unternehmensführung	Kirchliche Gruppen in UK und USA (ECCR, ICCR, TCCR) <a href="http://www.bench-marks.org">www.bench-marks.org</a>
Frankfurt-Hohenheimer Leitfaden	Indikatorensystem für die Bewertung der Nachhaltigkeit von Unternehmen entlang der drei Achsen «Kulturverträglichkeit», «Sozialverträglichkeit», «Umweltverträglichkeit»	Corporate Responsibility Interface Center <a href="http://www.cric-ev.de">www.cric-ev.de</a>

## Kontakte

	<b>Andreas Knörzer</b> Leiter Sarasin Sustainable Investment	Tel.-Nr. +41 61 277 7477 andreas.knoerzer@sarasin.ch
<b>Portfolio Management</b>	<b>Gabriele Grewe</b> Leiterin, Bonds und gemischte Portfolios	Tel.-Nr. +41 61 277 7073 gabriele.grewe@sarasin.ch
	<b>Catrina Vaterlaus-Rieder</b> Stv. Leiterin, Aktien-Portfolios	Tel.-Nr. +41 61 277 7805 catrina.vaterlaus@sarasin.ch
	<b>Arthur Hoffmann</b> Aktien-Portfolios	Tel.-Nr. +41 61 277 7322 arthur.hoffmann@sarasin.ch
	<b>Wulf Haasner</b> Bonds und gemischte Portfolios	Tel.-Nr. +41 61 277 7195 wulf.haasner@sarasin.ch
	<b>Johannes Weisser</b> Aktien-Portfolios	Tel.-Nr. +41 61 277 7267 johannes.weisser@sarasin.ch
<b>Sustainability Research</b>	<b>Dr. Eckhard Plinke</b> Leiter Research, Maschinenbau, Elektrotechnik und Elektronik	Tel.-Nr. +41 61 277 7574 eckhard.plinke@sarasin.ch
	<b>Makiko Ashida</b> Versicherungen, Konsumgüter	Tel.-Nr. +41 61 277 7470 makiko.ashida@sarasin.ch
	<b>Dr. Michaela Collins</b> Handel, Tourismus, Länder, Institutionen	Tel.-Nr. +41 61 277 7768 michaele.collins@sarasin.ch
	<b>Andrew DeBoo</b> Chemie, Gesundheitswesen, Papier, Wasserversorger, Bergbau	Tel.-Nr. +41 61 277 7038 andrew.deboo@sarasin.ch
	<b>Dr. Matthias Fawer-Wasser</b> Energie, Nahrungsmittel	Tel.-Nr. +41 61 277 7303 matthias.fawer@sarasin.ch
	<b>Klaus Kämpf</b> Banken, Dienstleistungen, Software, Entsorgung	Tel.-Nr. +41 61 277 7780 klaus.kaempf@sarasin.ch
	<b>Dr. Gabriella Ries</b> Medien, Telekommunikation, Baustoffe Transport/Logistik	Tel.-Nr. +41 61 277 7166 gabriella.ries@sarasin.ch
	<b>Marketing/Support</b>	<b>Erol Bilecen</b> Marketing Support
<b>Dr. Mirjam Würth</b> Marketing Support		Tel.-Nr. +41 61 277 7342 mirjam.wuerth@sarasin.ch
<b>Gabriela Pace</b> Assistenz/Sekretariat		Tel.-Nr. +41 61 277 7331 gabriela.pace@sarasin.ch
<b>Balazs Magyar</b> Research-Assistenz		
<b>Adresse</b>	Bank Sarasin & Cie AG Gabriela Pace Elisabethenstrasse 62 Postfach CH - 4002 Basel	
<b>E-Mail</b>	<a href="mailto:gabriela.pace@sarasin.ch">gabriela.pace@sarasin.ch</a>	
<b>Website</b>	<a href="http://www.sarasin.ch/nachhaltigkeit">www.sarasin.ch/nachhaltigkeit</a>	

## Publikationen

- Telekommunikation** Auf nachhaltigen Pfaden - wo steht die Telekommunikationsbranche? Themen, Trends und Leader. Dr. Gabriella Ries/Christoph Ladner, Juli 2003
- 
- Performance** Aktienperformance und Nachhaltigkeit - Hat die Umwelt- und Sozialperformance einen Einfluss auf die Aktienperformance? Eckhard Plinke et al., September 2002  
(Studie im Rahmen des Forschungsprojekts «Umwelt- und Nachhaltigkeitstransparenz für Finanzmärkte», gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Bonn/Berlin. In Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, und dem Institut für Ökologie und Unternehmensführung e.V. an der European Business School (ebs), Oestrich-Winkel.)
- 
- Wasser** Wege aus der Wasserkrise - Kann der nachhaltig orientierte Kapitalanleger einen Beitrag leisten? Andreas Knörzer/Eckhard Plinke, März 2000
- 
- Photovoltaik** Photovoltaik 2002 - Markt, Akteure und Prognosen. Christoph Butz, August 2002
- 
- Nahrungsmittel** Wie nachhaltig ist die Nahrungsmittelindustrie? - Eine Untersuchung über die Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie. Matthias Fawer/Christoph Butz/Catrina Vaterlaus-Rieder, August 2001
- 
- Forstwirtschaft** Wie nachhaltig sind die Erfinder der Nachhaltigkeit? - Eine Übersicht über die Forst- und Papierindustrie. Christoph Butz/Catrina Vaterlaus-Rieder, Juli 2000
- 
- Bestelladresse** Bank Sarasin & Cie AG, Sustainable Investment  
z.H. Frau Gabriela Pace  
Elisabethenstrasse 62  
CH-4002 Basel  
  
gabriela.pace@sarasin.ch



## **Wichtige Informationen**

Diese Publikation der Bank Sarasin & Cie AG («BSC») wurde aus öffentlich zugänglichen Informationen und Daten («Informationen») erstellt, welche als zuverlässig erachtet werden. Trotzdem kann BSC weder eine vertragliche noch eine stillschweigende Haftung dafür übernehmen, dass diese Informationen korrekt und vollständig sind. Mögliche Fehler dieser Informationen bilden keine Grundlage für eine direkte oder indirekte Haftung der BSC. Insbesondere ist BSC nicht dafür verantwortlich, dass die hier geäußerten Meinungen, Pläne oder Details über Unternehmen, die Strategien derselben, das volkswirtschaftliche Umfeld, das Markt-, Konkurrenz- oder regulatorische Umfeld etc. unverändert bleiben. Obwohl BSC sich nach besten Kräften bemüht hat, eine zuverlässige Publikation zu erstellen, kann nicht ausgeschlossen werden, dass diese Publikation Fehler enthält oder unvollständig ist. Weder die Bank, noch die Aktionäre der Bank oder die Mitarbeiter sind dafür verantwortlich, dass die hier abgegebenen Meinungen, Einschätzungen und Schlussfolgerungen zutreffend sind. Selbst wenn diese Publikation im Zusammenhang mit einem bestehenden Vertragsverhältnis abgegeben wurde, ist die Haftung der BSC auf grobe Fahrlässigkeit oder Absicht beschränkt. Darüber hinaus lehnt BSC die Haftung für geringfügige Unkorrektheiten ab. In jedem Falle ist die Haftung der BSC auf denjenigen Betrag beschränkt, wie er üblicherweise zu erwarten wäre. Die Haftung für indirekten Schäden wird ausdrücklich abgelehnt. Diese Publikation stellt kein Angebot, keine Offerte oder Aufforderung zur Offertstellung zum Kauf oder Verkauf von Anlage- oder anderen spezifischen Produkten dar. Die BSC kann jederzeit für die in dieser Publikation erwähnten Wertpapiere eine Kaufs- bzw. Verkaufsposition einnehmen oder als Auftraggeber bzw. Mandatsträger auftreten oder dem Emittenten ebendieser Wertpapiere bzw. einer mit einem Emittenten wirtschaftlich oder finanziell eng verbundenen Unternehmen Beraterdienste oder andere Dienstleistungen zukommen lassen. Es ist auch möglich, dass Mitarbeiter der BSC in einer Organstellung einer hierin untersuchten Unternehmung sein können. Wenngleich bei der BSC Massnahmen getroffen wurden, damit Interessenkonflikte vermieden oder offengelegt werden, so kann BSC dies nicht zusichern. Folglich kann BSC keine Haftung aus solchen Interessenkonflikten übernehmen. Hierin geäußerte Meinungen und Preise können jederzeit ohne Vorankündigung geändert werden.



SARASIN