

In Sorge um den wolkenlosen Himmel

REPUTATION Verletzung der Menschenrechte, Umweltsünden und Gerichtsfälle: Unternehmen, die in Sozialrankings schlecht abschneiden, kämpfen häufig mit negativen Schlagzeilen, ablehnenden Anlageentscheidungen von Fondsmanagern und ungünstigen Bewertungen durch Finanzanalysten.

ELISABETH RIZZI

Die Grossbank UBS ist als einziger Schweizer Konzern auf dem neu lancierten monatlichen Negativ-Reputationsranking des Zürcher Risikomanagement-Unternehmens Ecofact gelandet. Die Grossbank belegte im August Platz fünf. Nestlé erreichte im Juli Rang acht. Die unrühmliche Platzierung kann für beide Unternehmen unangenehme Folgen haben. Denn das Monitoring wird in Fachkreisen wahrgenommen. «Für uns ist das Ranking interessant, weil hier ein neuer Ansatz verfolgt wird», meint etwa Andreas Missbach, der Verantwortliche für Banken und Finanzplatz bei der Entwicklungshilfeorganisation Erklärung von Bern.

Negativrankings, auch solche von unbekanntem Organisationen, können Firmen hart treffen.

Als Basis für die Rangliste dient Ecofact die kumulierte Menge an Negativmeldungen über eine Firma aus einer Vielzahl von weltweiten News-Quellen.

Auch die Nachhaltigkeitsanalysten der Zürcher Kantonalbank werfen einen Blick auf das Ranking. Ebenfalls bekannt ist die Liste bei der PR-Beratung Burson Marsteller. Das Unternehmen beriet sowohl Union Carbide nach dem Chemieunfall in Bhopal wie auch Exxon beim Tankerunglück vor Alaska.

Gefährliche Vereinfachung

Ecofact ist nicht Greenpeace oder der WWF. «Aber es hat nichts mit der Grösse oder Art einer Organisation zu tun, ob deren Kritik an einem Unternehmen in der Wirtschaft wahrgenommen wird. Viel wichtiger ist die Fähigkeit, ein Thema aktiv zu bewirtschaften und ein Agendasetting zu betreiben», sagt Roman Geiser, Geschäftsführer von Burson Marsteller Schweiz.

Und obwohl Negativrankings von den Fachleuten als eher schwaches Tool gewertet werden, können auch solche von unbekanntem Organisationen den betroffenen Unternehmen gefährlich werden. Denn Rankings vereinfachen komplexe Sachverhalte. Wenn die Medien dies aufgreifen, droht ein beträchtlicher Reputationsschaden. Bei Nestlé beispielsweise hat es laut Missbach auf der ganzen Welt verteilt kleine Kampagnen bezüglich der Kommerzialisierung von Wasser, der Verlet-



Fürchtet um den guten Ruf: Der Babymilch-Skandal in China droht die Reputation von Nestlé mit Sitz in Vevey (Bild) zu beschädigen.

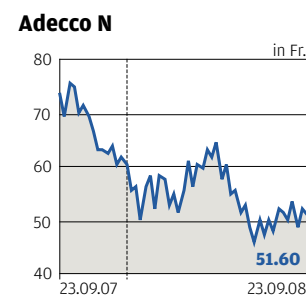
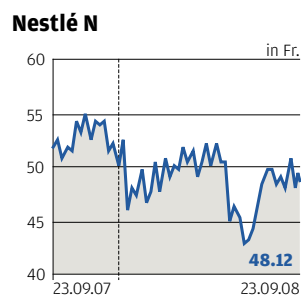
Adecco hat die Wiederaufnahme in den UN-Sozialkodex geschafft

Adecco hat die Wiederaufnahme in den viel beachteten Sozialkodex der Vereinten Nationen, den UN Global Compact, geschafft. Das bestätigt Sprecher Stephan Howeg auf Anfrage. Die Vereinten Nationen strichen 2007 insgesamt 335 Firmen aus dem Kodex, auch der Personalvermittler Adecco und der Wäschehersteller Triumph, die dem Kodex 2003 respektive 2001 beitraten. Damit war ihnen untersagt, das Logo und den Namen von Global Compact zu benutzen sowie an Veranstaltungen des Compact teilzunehmen. Ausgeschlossen wurden Firmen, die keinen Fortschrittsreport eingereicht haben.

«Adecco hat es 2006 versäumt, einen entsprechenden Report einzureichen», räumt Howeg ein. Im August 2007 habe man dies allerdings nachgeholt und sei sogar noch einen Schritt weiter gegangen: Adecco lanciert seit 2008 jeweils einen

Nachrichtungsbericht. Natürlich basiert dieses Engagement nicht auf Altruismus: «Wir stellen fest, dass eine wachsende Zahl von Kunden, Partnern, Investoren und Angestellten verlangt, dass Firmen nachhaltig wirtschaften und darüber berichten», so Howeg. Von Triumph war bis Redaktionsschluss keine Stellungnahme erhältlich.

Unter den Businesspartnern des UN Global Compact sind rund 3000 Firmen registriert, 40 davon aus der Schweiz. Neben Grosskonzernen wie ABB, Holcim, Migros, UBS, CSG, Nestlé, Xstrata figurieren auch KMU wie Air Zermatt oder Bischoff Textil. Die UN-Global-Compact-Initiative möchte die weltweit integrativste Initiative zur freiwilligen Steigerung gesellschaftlich verantwortlichen Handelns von Unternehmen. Ziel ist, zu einer nachhaltigeren und gerechteren Weltwirtschaft beizutragen. Die Firmen müssen jährlich Rechenschaft ablegen. (cha)



zung von Arbeitsrechten oder aggressiver Vermarktung von künstlicher Babynahrung gegeben. Diese seien einzeln für sich gesehen wenig bedeutsam. Doch die Publikation der Kumulierung habe Nestlé auch für die breite Öffentlichkeit zu einem Problemkonzern gemacht. Neue Vorfälle wie der Babymilch-Skandal in China – Nestlé hat Anfang dieser Woche nun doch melamin-verseuchte Produkte in Hongkong aus dem Verkauf gezogen – schärfen das negative Profil nur noch.

Dabei kommt zum Tragen, dass sich in gewissen Ländern das Verständnis für Umweltschutz, Arbeitsrecht oder wettbewerbsrechtliche Themen von den Schweizer Vorstellungen unterscheidet. Exponiert sind insbesondere der

Rohstoffbereich, Grossbanken, Industrieunternehmen mit Grossprojekten wie etwa Staudambauten oder die Textilindustrie. Auf nationaler Ebene geraten Firmen in Verruf, wenn sie vom Konsumentenschutz kritisiert werden.

Gute Noten – steigende Kurse?

Ins Geld gehen kann es auch im Nichtkonsumgüterbereich, wenn sich die Börse für Rankings zu interessieren beginnt. «Erscheint ein Unternehmen nur einmalig in einer Negativliste, dürfte dies wenig Folgen haben. Taucht es jedoch wiederholt in Negativlisten von verschiedenen Nachhaltigkeitsinstituten und Nichtregierungsorganisationen auf, wird es für den Finanzmarkt relevant», meint Robert

DIE PLAYER

Drei Gruppen fahnden nach den Sündern

Nicht-Regierungsorganisation

Die NGO spielen für Unternehmen eine wichtige Rolle, wenn es um die Bewertung von Finanzanalysten geht. So berücksichtigen etwa die Nachhaltigkeitsfachleute der Zürcher Kantonalbank und Sarasin regelmässig für ihre Anlageentscheidungen die Themenberichte von WWF, Friends of Earth, Greenpeace und VCS.

Themenrankings

Solche Listings von Unternehmen und NGO fliessen ebenfalls in die Anlageentscheidungen ein. Zu nennen sind etwa die Best-Companies-to-Workfor-Liste von «Fortune» oder das Innovest Global 100 Ranking.

Beratungsunternehmen

Häufig werden nach Angaben von Roman Geiser, Geschäftsführer von Burson Marsteller Schweiz, Rankings oder Studien für akquisitorische Zwecke erstellt. Diese werden entweder zur Eigen-PR publiziert oder zur Beratung eines schlecht abschneidenden Unternehmens genutzt.

Hauser, der Leiter des ZKB-Nachhaltigkeitsresearch.

Eckhard Plinke, Leiter des Nachhaltigkeits-Research bei der Bank Sarasin, bestätigt: «Letztlich geht es um die Frage, welche Titel in Fonds investierbar sind und welche nicht. Wird ein Unternehmen in allen Rankings als gut bewertet, so kann die Nachfrage nach diesen Titeln steigen.»

UBS und Nestlé nehmen die Benotungen ernst. Die UBS-Medienstelle beteuert, dass die Bank auf der laufend angepassten Ecofact-Rangliste auf Platz sieben gerückt ist und die Inhalte der von Ecofact gesammelten Kritiken analysiert würden. Angekreidet wurde das Investment in GCM Resources, das wegen Menschenrechtsverletzungen und Umweltsünden in Verruf steht. Ebenso kritisierten die Medienberichte den Handel mit Gold, das durch Kinderarbeit gewonnen wird, und die Rechtsstreitigkeiten in den USA. Auch Nestlé verfolgt diverse Rankings. Die Medienstelle streicht auf Anfrage heraus, das Unternehmen werde im Gegensatz zum Ecofact-Ranking in gewichtigeren Ranglisten – etwa dem Dow Jones Sustainability Index – gut bewertet.

ANZEIGE



Noch mehr Vorteile für Sie

Mehr Aufträge durch vollständige Einträge:

Tragen Sie ausser Ihrer Telefonnummer unbedingt auch Ihre E-Mail-Adresse, Fax- und Mobilnummer, Öffnungszeiten und Geschäftstätigkeiten ein. Damit machen Sie es potenziellen Kunden einfacher, Sie zu kontaktieren.

Mehr Infos auf www.directories.ch
oder unter Tel. 0848 86 80 86



Ihre Verzeichnisse,
online und zum Nachschlagen