

Prof. Dr. Walter Schiebel  
Dr. Siegi Pöchtrager  
**BOKU-Agrarmarketing**

## **Einleitung:**

Beim Kauf von Produkten interessieren sich nachdenkliche Konsumenten nicht nur für den Preis, die Qualität oder die Gebrauchseigenschaft. Zunehmend wichtig wird vielmehr die Frage, welche Unternehmen hinter dem Produkt stehen. Fragen wie die folgenden werden beispielsweise immer häufiger gestellt:

- Sind die Produktionsverfahren umweltgerecht?
- Werden in den Unternehmen auch Frauen- bzw. Familienförderungsmaßnahmen durchgeführt?
- Berücksichtigt die Firmenkommunikation die Verbraucherinteressen?
- Zeigen die Unternehmen soziales Engagement?

Jedes Unternehmen das sich am ökosozialen Unternehmenstest beteiligt kann dem Kunden eine: Produkt unabhängige Information über die Unternehmensphilosophie zur Verfügung stellen, die beim Konsumenten die Kaufentscheidung erleichtern kann.

## **Boku Approach:**

Für den ökosozialen Unternehmenstest wird der Fragebogen auf drei Untersuchungsmodule aufgebaut:

- **Umwelt:**
- **Soziales:**
- **Markt und Gesellschaft:**

Die genauen Kriterien für die einzelnen Module beinhalten folgende Unterpunkte:

### **Umwelt:**

Verpflichtungserklärung zum Umweltschutz ♦ Umweltberichterstattung ♦ EMAS-System / ISO14.001 ♦ umweltfreundliche Qualität der Zulieferer ♦ Umweltentlastungen im Bereich der Distribution ♦ kontinuierliche Erfassung der Stoff- und Energieströme ♦ Minderungen der Umweltbelastungen in den Bereichen Rohstoff, Wasser, Abwasser, Luftschadstoffemissionen, Abfallmengen sowie Energieverbrauch ♦ Umweltschutzmaßnahmen im den Bereichen Büro, Personal sowie Gebäudebewirtschaftung ♦ Abfallkonzept ♦ Entlastungen im Verpackungsbereich ♦ Umweltmaßstäbe bei Produktion im Ausland

### **Soziales:**

Arbeitsverträge auf Kollektivvertragsbasis ♦ Betriebsrat ♦ Maßnahmen zur Beschäftigungssicherung und –förderung ♦ Änderung der Beschäftigtenanzahl ♦ Gleichstellung von Teilzeitbeschäftigten ♦ Berufskrankheiten ♦ Betriebsunfälle ♦ Gesundheitsförderung und Gesunderhaltung ♦ Zusatzleistungen für Beschäftigte ♦ Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen ♦ familienfreundliche Angebote ♦ Regelungen zur Karenzzeit ♦ betriebliche Zahlungen und Leistungen ♦ Zufriedenheitsmessung

der Beschäftigten ♦ Frauenförderungsmaßnahmen ♦ Maßnahmen bei sexueller Belästigung ♦ Erfüllung der Beschäftigtenquote bei behinderten ♦ Aufträge an Behindertenwerkstätten ♦ Nachteilsausgleich ♦ behindertengerechte bauliche Maßnahmen ♦ Integrationsmaßnahmen für ethische Minderheiten / ausländische Beschäftigte

### **Mark und Gesellschaft:**

Erhältlichkeit eines Geschäftsberichts ♦ Internetpräsenz ♦ Anteil der inländischen Wertschöpfung ♦ Herkunftsland der Rohstoffe ♦ Beachtung ökologischer Gesichtspunkte bei der Rohstoffwahl ♦ Qualitätssicherungssystem in der Produktion ♦ Verwendung von Zusatzstoffen ♦ Bereitschaft zur Kennzeichnung von gentechnisch veränderten Produkten ♦ Position zur Behandlung von Produkten mit ionisierenden Strahlen ♦ Kommunikationszugang für den Verbraucher ♦ Umfang der Lebensmittelkennzeichnung ♦ Erhebung der Kundenzufriedenheit ♦ Qualität des Kundenkontaktmanagements ♦ Verbraucherinformationen zu Gesundheitsthemen ♦ Kontakt mit Verbraucher- und Umweltorganisationen ♦ Unterstützung regionaler gesellschaftlicher Aktivitäten ♦ Sponsoring

### **Theoretischer Hintergrund:**

Durch die Ermittlung der ökosozialen Verantwortung kann das Unternehmen:

- finanziellen Erfolg verbessern
- Mitarbeitermotivation und Zufriedenheit steigern
- Kundentreue verbessern
- Risiko des Unternehmens verringern
- operative Kosten reduzieren
- Markenimage verbessern

### **Partner:**

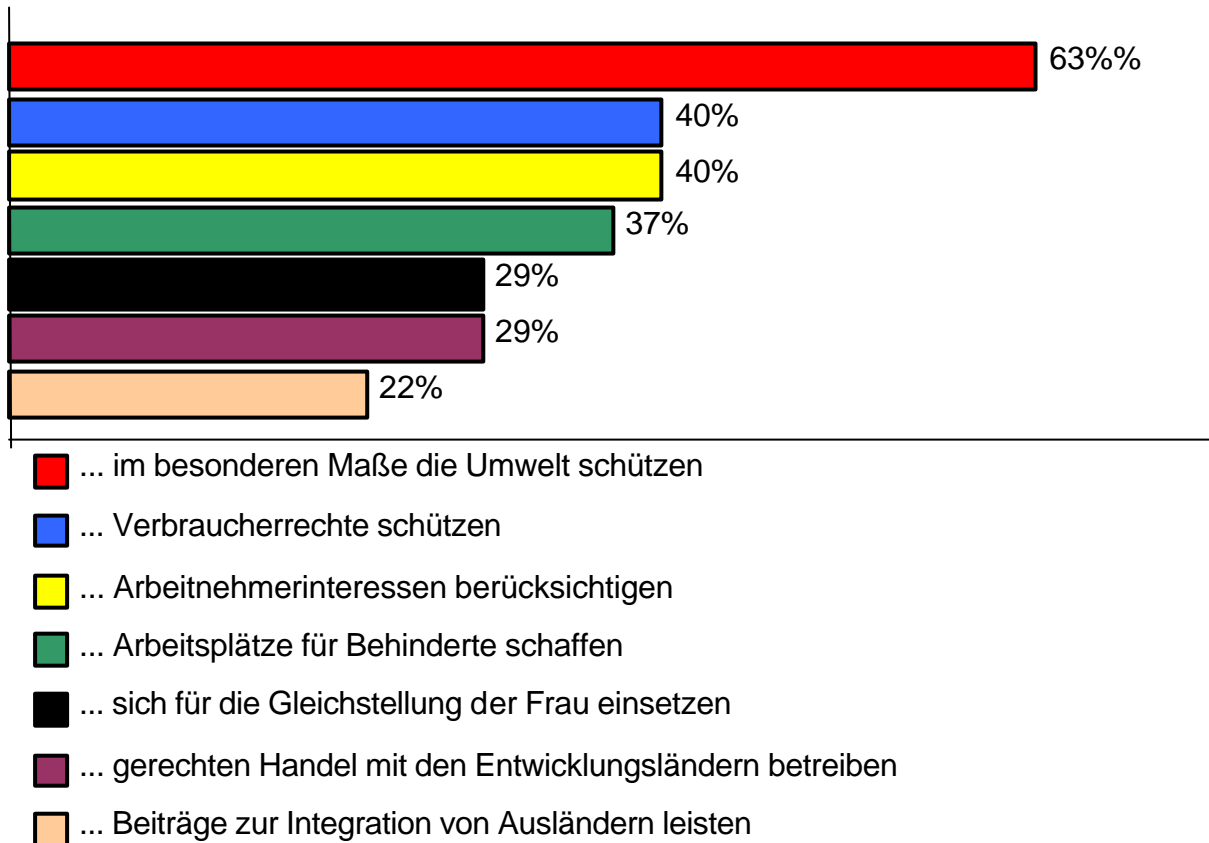
- Verein für Konsumenteninformation, Wien
- Council on Economic Priorities, New York
- Business for Social Responsibility, San Francisco
- Institut für Markt Umwelt und Gesellschaft, Hannover

### **Nutzen:**

Jene Konsumenten die auf der Suche nach produktunabhängiger Information über das Unternehmen sind, wird eine Antwort mit dem Ergebnis des ökosozialen Unternehmenstests gegeben.

## Aspekte, welche die Kaufentscheidung positiv beeinflussen „Würde ich immer bevorzugen“

Unternehmen, die ...



Quelle: imug-Emnid 1993

### Ihre Ansprechpartner an der Boku:

**Prof. Dr. Walter Schiebel:**

Peter Jordan-Straße 82  
1190 Wien  
Tel: 01-476543561  
Email: [schiebel@boku.ac.at](mailto:schiebel@boku.ac.at)

**Dr. Siegi Pöchtrager:**

Peter Jordan-Straße 82  
1190 Wien  
Tel: 01-476543566  
[poechtrager@boku.ac.at](mailto:poechtrager@boku.ac.at)

Weitere Informationen finden Sie unter Online-Publikationen:

<http://www.boku.ac.at/iao/>