



Corporate Social Responsibility



Wie Unternehmen Verantwortung übernehmen

UNTERRICHTSMATERIAL

KLASSE 5–7

Einleitung

I Informationen für Lehrer

- ▶ Zum Thema
- ▶ Anmerkungen zu Didaktik und Methodik
- ▶ Lösungen

II Materialien für Schüler

- ▶ Verantwortung übernehmen
- ▶ Verantwortung von Unternehmen
- ▶ CSR – ein Spiegel für gesellschaftliche Verantwortung
- ▶ Formen von CSR in der Praxis – das Beispiel Tetra Pak
- ▶ CSR als Kaufentscheidung

KOMPETENZEN

Die Schüler erwerben sowohl fachliche als auch methodische und soziale Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, die Auswirkungen von CSR auf die Gesellschaft zu erkennen und als mündige Verbraucher selbst gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

Die Schüler ...

- ... kennen die verschiedenen Formen von Verantwortung.
- ... können Verantwortung von Unternehmen anhand von Beispielen erklären.
- ... kennen den Unterschied zwischen ökologischer und sozialer Verantwortung.
- ... wissen, dass der Begriff CSR mit gesellschaftlicher Verantwortung gleichzusetzen ist.
- ... sind sich der wachsenden Bedeutung von CSR bewusst.
- ... wissen, welche Faktoren eine nachhaltige Entwicklung ausmachen.
- ... erkennen, dass sie durch ihre Kaufentscheidung selbst gesellschaftliche Verantwortung übernehmen können.

CSR

Ein T-Shirt – unter guten Arbeitsbedingungen genäht, eine Verpackung – nach ökologischen Standards produziert, eine Tafel Schokolade – fair gehandelt. Immer mehr aufgeklärte Konsumenten fordern nachhaltige Produkte und immer mehr Unternehmen beugen sich dem stärker werdenden Druck der Verbraucher, ihrer Verantwortung für die Gesellschaft nachzukommen.

Dabei rückt der Begriff Corporate Social Responsibility – kurz CSR – immer stärker in den Focus globalen unternehmerischen

Handelns. Er beschreibt die über ihre rechtlichen Pflichten hinausgehende freiwillige Verantwortung von Unternehmen für die Gesellschaft und die Umwelt,

in der und mit der sie wirtschaften. CSR

bietet der Wirtschaft die Chance, globale gesellschaftliche Ziele zu erreichen und neue ökologische und soziale Standards zu setzen.

Durch bewusste Kaufentscheidungen können auch die Konsumenten

gesellschaftliche Verantwortung

übernehmen. Denn, wenn die Nachfrage

nach fair produzierten und gehandelten Produkten steigt, fördert dies die Bereitschaft der

Unternehmen, CSR ganzheitlich in ihre Unternehmensphilosophie zu verankern.

Das Bewusstsein für diese Zusammenhänge bei den Schülern zu schärfen und zu formen ist Ziel dieser Unterrichtseinheit.

INFORMATIONEN FÜR LEHRER

Zum Thema

Das primäre Ziel eines jeden Unternehmens ist es, Gewinne zu erwirtschaften. Zukunftsweisende Unternehmen, die ihr Handeln nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit ausrichten, zeichnen sich dadurch aus, dass sie über die ökonomische Zielsetzung hinaus auch soziale und ökologische Ziele fest in ihre Unternehmensstrategie verankern, also gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.

Basierend auf den verschiedenen Dimensionen unternehmerischer Verantwortung, entwickelte sich in den 1990er Jahren der Begriff „Corporate Social Responsibility“ – kurz CSR. Die Europäische Union definiert CSR in ihrem Grünbuch von 2001 als ein System, „das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“. Dies bedeutet nach Ansicht der EU nicht nur, die gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten, „sondern über die bloße Gesetzeskonformität hinaus mehr zu investieren in Humankapital, in die Umwelt und in die Beziehungen zu anderen Stakeholdern“.

Quelle: „Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die Soziale Verantwortung der Unternehmen“

Die Grundlagen, auf denen CSR heute aufbaut, sind mehrere internationale Instrumente und Leitsätze: der **United Nations Global Compact** als eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen, der Verhaltenskodex der **OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen** und die **Grundsatzerklärung der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO)** über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik. Gemeinsam bilden sie einen Kanon von Grundsätzen, Werten und Mechanismen der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und sind damit die wichtigsten internationalen Bezugsdokumente für CSR.

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland will die Bundesregierung mit der Leitidee „**CSR – Made in Germany**“ stärken und vor allem kleine und mittlere Unternehmen dafür gewinnen.

Quelle: <https://www.csr-in-deutschland.de/DE/Politik/CSR-national/csr-national.html>

Die Öffentlichkeit sieht die Unternehmen heute mehr denn je in der Pflicht, gesellschaftlich verantwortlich zu handeln. CSR wird als Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung gesehen und immer mehr sowohl nationale als auch multinational ausgerichtete Firmen stellen sich dem öffentlichen Druck sowie den wachsenden Anforderungen einer globalen Wirtschaft durch entsprechende CSR-Strategien in ihren Kerngeschäften.

Anmerkungen zu Didaktik und Methodik

Ungeachtet der Tatsache, dass die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen einen immer höheren Stellenwert in der Wirtschaft einnimmt, sind der Begriff CSR und das, was sich genau dahinter verbirgt, vielen Verbrauchern bisher weitgehend unbekannt. Und das, obwohl gerade sie als Konsumenten es sind, die im marktwirtschaftlichen Prozess durch ihre bewusste Kaufentscheidung eine wichtige Schlüsselposition einnehmen.

Die vorliegenden Materialien wollen genau hier ansetzen und die Schüler durch gezielte Erarbeitung von Informationen zu oben genannten Themenkomplexen auf ihre Möglichkeiten zur Einflussnahme als mündige Konsumenten hinweisen und für bewusste Kaufentscheidungen sensibilisieren.

Kernziele sind – neben der Kenntnis der verschiedenen Formen von Verantwortung – die kritische Reflexion des eigenen Kaufverhaltens und die Verbraucherbildung. In allen Altersstufen können die Materialien im Fachunterricht in Gesellschaftswissenschaft, Wirtschaftswissenschaft, Politik/Sozialwissenschaft, Religion/Ethik, Deutsch, aber auch fächerübergreifend oder -verbindend und im Projektunterricht eingesetzt werden. Nahezu alle Aufgabenstellungen erlauben methodische und didaktische Varianten zur Differenzierung der Lernprozesse.

Die Schüler der Klassen 5 bis 7 werden zuerst über die Erarbeitung von Beispielen aus ihrem eigenen Lebensumfeld an den übergeordneten Begriff Verantwortung herangeführt. Durch **Arbeitsblatt 1** erarbeiten sie sich so einen bewusst breit angelegten und assoziativ geprägten Zugang zum Thema, der ihre Vorkenntnisse und individuellen Interessen berücksichtigt.

Ausgehend von der allgemeinen Definition, nähern sie sich durch die **Arbeitsblätter 2 und 3** der unternehmerischen Verantwortung an. Anhand eigenständiger Recherche konkreter Beispiele aus der Wirtschaft, lernen sie die soziale und ökologische Verantwortung als Komponenten der gesellschaftlichen Verantwortung kennen und visualisieren ihre Ergebnisse mit Hilfe der **Folie**. Darüber verstehen sie schließlich, was genau hinter dem Begriff Corporate Social Responsibility steckt.

Wie eine in das Kerngeschäft implementierte CSR-Strategie aussehen kann, erarbeiten sich die Schüler durch **Arbeitsblatt 4** am Beispiel zweier konkreter CSR-Kampagnen des Unternehmens Tetra Pak, die die Schüler in Gruppenarbeit analysieren und kritisch hinterfragen sollen.

Das **fünfte und letzte Arbeitsblatt** führt die Schüler schließlich an ihre Rolle als mündige Verbraucher heran, indem sie sich anhand eines Erklärvideos noch einmal alle Komponenten einer auf CSR basierenden nachhaltigen Warenproduktion vor Augen führen. Mit der abschließenden Reflektion ihres eigenen Kaufverhaltens erkennen sie die Möglichkeiten, wie sie als Verbraucher selbst gesellschaftliche Verantwortung übernehmen können.

Arbeitsblatt 4

Aufgabe 2:

Gruppe 1

- a) Bäume binden Kohlenstoff aus der Luft, geben Sauerstoff ab und leisten so einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Wälder sind als Lebensraum für zahlreiche Tier- und Pflanzenarten unersetzlich und sichern zugleich das wirtschaftliche Überleben vieler Menschen.
- b) FSC ist die Abkürzung für Forest Stewardship Council, was so viel heißt, wie Waldwirtschaftsrat. Waldbesitzer in verschiedenen Teilen der Erde haben sich zusammengeschlossen, weil sie verantwortungsvoll und nachhaltig Holz erzeugen wollen.
- d) Das FSC-Siegel ist auf nachhaltig erzeugten Holzprodukten zu finden.

Quelle: Tetra Pak FSC Broschüre 2014

Gruppe 2

- a) Innerhalb der letzten 15 Jahre ist der Verzehr von Pausenmilch um 2/3 zurück gegangen. Deshalb findet Jascha, dass es „Zeit für eine Gegenoffensive“ ist. Er bezeichnet Milch als „wichtiges Schulgetränk“ und „gut für die Konzentration“ und kritisiert, dass die Schüler am Schulkiosk keine Milch bekommen können.
- b) Milch ist ein Getränk mit einer Fülle von Nährstoffen, die gerade für Kinder und Jugendliche wichtig sind.
- c) Die Kids empfinden die Milch gegenüber Softgetränken als uncool. „Süßes Zeug wird meistens geholt.“
- d) „Weil er darauf aufmerksam macht, dass wir ein wirklich, wirklich hochwertiges Produkt mit der Milch haben. [...] Für Kinder ist es ein ganz elementares Lebensmittel und das möchte ich ganz gerne wieder ins Bewusstsein der Leute bekommen.“

Quelle: www.tetrapak.com/de/schulmilch/warum-schulmilch

Arbeitsblatt 5

Aufgabe 2:

Ökonomische, ökologische und soziale Faktoren

Materialien für Schüler

Verantwortung übernehmen

Was bedeutet es Verantwortung zu übernehmen? Für wen oder für was übernehmen wir Verantwortung? Wer übernimmt Verantwortung für was?

Aufgaben

1. Was verbindest du mit dem Begriff „Verantwortung“?

- ▶ Notiert die Satzanfänge unten auf unterschiedlichen Lernpostern und ergänzt diese.
- ▶ Findet möglichst viele Beispiele, die ihr auf den Lernpostern notiert.
Ich übernehme Verantwortung für ..., wenn ich ...
Meine Eltern übernehmen Verantwortung für ..., indem sie...
Mein Lehrer übernimmt Verantwortung für ..., indem er ...
- ▶ Findet Beispiele für eine weitere Personengruppe (z. B. Sportler, Politiker, Unternehmer, ...)

Ich übernehme Verantwortung für unseren Hund, wenn ich mit ihm spazieren gehe.

Ich übernehme Verantwortung ...

2. Erstellt nun gemeinsam eine große MindMap zum Thema „Verantwortung übernehmen“.

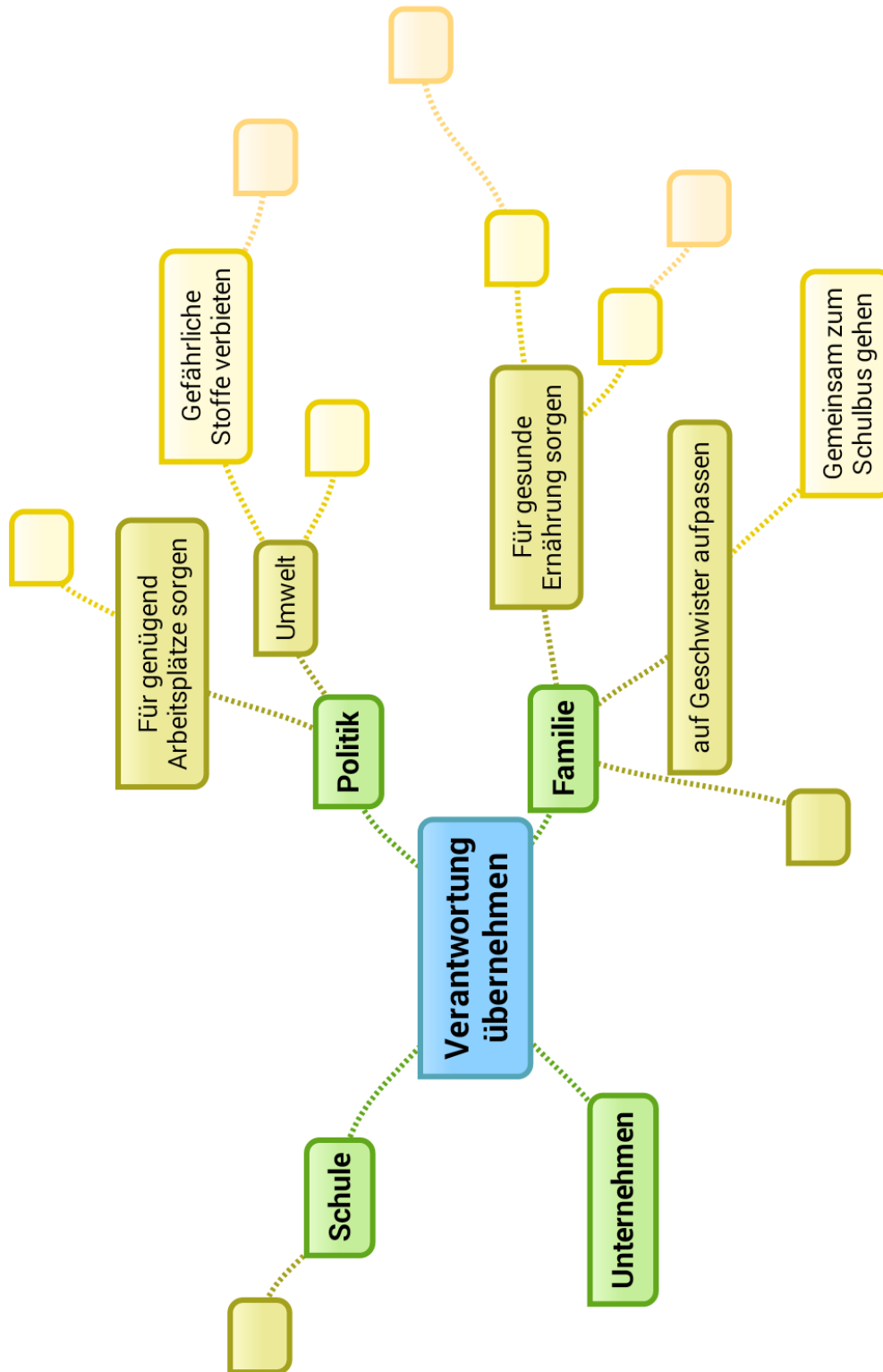
- ▶ Notiert den Begriff in die Mitte der Tafel/des Smartboards.
- ▶ Die ersten Äste bilden verschiedene Personengruppen und Institutionen, wie z. B. Familie, Schule, Politik.
- ▶ Die weitere Verästelung beschreibt die Art der Verantwortung. Hier könnt ihr passende Beispiele anführen.
- ▶ Zusätzlich könnt ihr die Äste mit Bildern oder Zeichnungen optisch ansprechend gestalten.
- ▶ Ein Muster findet ihr auf **Materialblatt 1**. Den Ast „Unternehmen“ könnt ihr erst einmal offen lassen, damit beschäftigen wir uns später noch.

*Falls du ein Tablet zur Verfügung hast, kannst du deine eigene Mindmap auch darauf erstellen. Hier hast du viele Möglichkeiten zur Gestaltung, z.B. mit der **APP: SimpleMind Free mindmapping**
Android: kostenlos im Playstore herunterladen
IOS (iPad): kostenlos im Appstore herunterladen*

3. Ihr habt nun schon erfahren, dass es viele unterschiedliche Möglichkeiten gibt, Verantwortung zu übernehmen.

- ▶ Teilt eure Klasse in Kleingruppen und gestaltet in arbeitsteiliger Gruppenarbeit Plakate, die aufzeigen, wofür oder für wen wir Verantwortung übernehmen müssen:
 - Verantwortung für die Klassengemeinschaft/Verantwortung für die Gemeinschaft im Sportverein
 - Verantwortung für die Umwelt
 - Verantwortung für uns selbst/unseren Körper, unsere Gesundheit,...
- ▶ Gestaltet die Plakate möglichst anschaulich mit Bildern, Zeichnungen, Grafiken, Zeitungsartikeln und anderen Materialien die ihr findet.

Beispiel Mindmap „Verantwortung übernehmen“



Verantwortung von Unternehmen

Auch Unternehmen übernehmen Verantwortung. Aber wie kann das aussehen?

Aufgaben

1. Für wen oder was könnte eurer Meinung nach ein Unternehmen Verantwortung übernehmen?
 - ▶ Sammelt in einem Brainstorming im Klassengespräch möglichst viele Vorschläge.
 - ▶ Notiert alle Vorschläge in einem Wand-Cluster zum Begriff Unternehmensverantwortung.
 - ▶ Wer mag, befragt zusätzlich zu Hause seine Familie und ergänzt mit deren Antworten das Wand-Cluster.

2. Ordnet nun die Einträge des Clusters, indem ihr eine Tabelle mit folgenden Spalten anlegt:

Unternehmen übernehmen Verantwortung	
für Personen(gruppen)	für die Umwelt

3. Jetzt könnt ihr in eurer Mindmap auch den Ast „Unternehmen“ weiterführen.

4. Wenn euch weitere Beispiele einfallen, diskutiert sie in der Klasse und ergänzt diese ebenfalls.

INFO

Ein Unternehmen beschäftigt Mitarbeiter und eventuell Auszubildende, ist auf Kunden und Lieferanten angewiesen und hat darüber hinaus möglicherweise mit Banken als Geldgebern, Umweltschutzorganisationen und anderen Personengruppen zu tun. All diese Personen und Gruppen, die mit ihm in Beziehung stehen und die man auch Stakeholder nennt, sollte das Unternehmen in die Verantwortung miteinbeziehen.

CSR – ein Spiegel für gesellschaftliche Verantwortung

Zeigt ein Unternehmen freiwillige Verantwortung für die Gesellschaft, spricht man von Corporate Social Responsibility – kurz CSR. Ein schwieriger Begriff, den wir hier näher unter die Lupe nehmen.

Aufgaben

1. Grundlage für das deutsche Verständnis von CSR ist die Definition der Europäischen Union.

- ▶ Lest euch die Erklärung im Kasten aufmerksam durch.
- ▶ Erläutert im Klassengespräch, was mit sozialen und Umweltbelangen gemeint ist. Dabei hilft euch eure Tabelle von **Arbeitsblatt 2**.

CSR ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.

Quelle: „Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die Soziale Verantwortung der Unternehmen“; KOM (2001); S. 8

2. Untersucht nun, wie Unternehmen in den Bereichen Ökologie (also alles, was mit Umwelt zu tun hat) und Soziales (alles, was mit der Gesellschaft zu tun hat) konkret Verantwortung übernehmen können.

- ▶ Schaut euch einzeln oder in Partnerarbeit das Internetportal „CSR Germany – Unternehmen tragen gesellschaftliche Verantwortung“ (www.csrgermany.de) genau an. Dort findet ihr viele Praxisbeispiele von Unternehmen, die CSR betreiben.
- ▶ Wählt jeweils ein Unternehmen aus und nehmt unter die Lupe, in welcher Form es gesellschaftliche Verantwortung übernimmt.
- ▶ Erstellt einen kurzen Steckbrief zum Unternehmen und zur CSR-Aktivität.
- ▶ Stellt eure Rechercheergebnisse in der Klasse vor und einigt euch auf die für euch vier bis fünf interessantesten Unternehmen in Sachen CSR.
- ▶ Tragt die CSR-Aktivitäten dieser Unternehmen unter den beiden übergeordneten Begriffen ökologische und soziale Verantwortung für alle sichtbar in die Tabelle auf **Folie 1** ein.

3. Ihr wisst nun schon einiges zum Begriff Corporate Social Responsibility, also der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Doch wie sieht es mit euren Mitschülern aus? Startet eine Umfrage auf dem Schulhof zu der Frage:

„Was verstehst du unter dem Begriff CSR?“

Umfrage

- ▶ Teilt eure Klasse in Gruppen und befragt möglichst ältere Mitschüler, die vielleicht schon im Unterricht von CSR gehört haben.
- ▶ Nehmt Block und Stift mit, um die Antworten sowie Angaben zu Alter und Geschlecht zu notieren.

Auswertung

- ▶ Wie bekannt ist der Begriff CSR bei euren Mitschülern? Ermittelt ein Umfrageergebnis in Prozent,
- ▶ Gesamt, nach Alter, nach Geschlecht

Information

- ▶ Informiert eure Mitschüler über das Thema, z. B. durch einen Beitrag in der Schülerzeitung oder auf eurer Schulhomepage.

So übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung:

Unternehmen	Ökologische Verantwortung (für die Umwelt)	Soziale Verantwortung (für die Gesellschaft)
Firma:	●	●
Firma:	●	●
Firma:	●	●
Firma:	●	●

Formen von CSR in der Praxis – das Beispiel Tetra Pak

Unsere Verpackungen Erneuerbarkeit Fragen



Kennt ihr Tetra Pak-Kartons? Bestimmt, denn darin werden z. B. Milch oder Fruchtsäfte verpackt. Als einer der führenden Hersteller von Getränkekartons zeigt Tetra Pak, wie CSR in der Praxis aussehen kann.

Aufgaben

Untersucht, wie Tetra Pak sich für die Umwelt und für die Gesellschaft engagiert. Teilt euch dazu in zwei Gruppen auf.

Gruppe 1 befasst sich mit der **Verantwortung**, die Tetra Pak **für die Umwelt** übernimmt.

1. Lest euch dazu den Text auf **Materialblatt 1** und die fünf so genannten **FSC-Regeln** für eine nachhaltige Waldwirtschaft aufmerksam durch.
2. Befasst euch anschließend mit folgenden Fragen:
 - a) Welche wichtigen Aufgaben erfüllt der Wald?
 - b) Was bedeutet FSC?
 - c) Erklärt die wichtigsten Regeln für eine nachhaltige Waldwirtschaft mit euren eigenen Worten.
 - d) Auf welchen Produkten findet man das FSC-Siegel?
 - e) Diskutiert: Warum ist Tetra Pak Mitglied im FSC?

Gruppe 2 befasst sich mit der **Verantwortung**, die Tetra Pak **für die Gesellschaft** übernimmt.

1. Schaut euch dazu kleinen **Film „Weltschulmilchtag 2013“** aufmerksam an.

- ▶ Den Film findet ihr auf Youtube unter:
<https://www.youtube.com/watch?v=vb5x09NVYTI>

2. Befasst euch anschließend mit folgenden Fragen:

- a) Welche Gründe hat Schauspieler Jascha, beim Weltschulmilchtag mitzumachen?
- b) Warum ist eine tägliche Portion Milch in der Schule laut Ernährungsexpertin Alexa Iwan so gesund?
- c) Wie kommt es, dass von den Schülern trotzdem immer weniger Milch getrunken wird?
- d) Warum findet Alexa Iwan den Weltschulmilchtag so wichtig?
- e) Diskutiert: Warum veranstaltet Tetra Pak den Promi-Schulmilchtag?

3. Präsentiert eure Antworten und Diskussionsergebnisse der jeweils anderen Gruppe in Form eines von euch gestalteten Lernplakats.

4. Was haltet ihr von den Beispielen des gesellschaftlichen Engagements von Tetra Pak? Führt dazu eine Pro- und Contra Diskussion in der Klasse, begründet eure Meinung!

Verantwortung für die Umwelt zeigen

Immer häufiger taucht in den Supermarktregalen das Logo des Forest Stewardship Council® (FSC®) auf. Ein gutes Zeichen. Denn Produkte aus dem Rohstoff Holz, die dieses Gütesiegel tragen, erfüllen höchste Anforderungen an nachhaltiges Wirtschaften.

Der Schutz der Wälder liegt auch Tetra Pak am Herzen. Bäume binden Kohlenstoff aus der Luft, geben Sauerstoff ab und leisten so einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Wälder sind als Lebensraum für zahlreiche Tier- und Pflanzenarten unersetzlich und

sichern zugleich das wirtschaftliche Überleben vieler Menschen. Um sicherzustellen, dass das Material für die Tetra Pak-Getränkekartons aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammt, ist das Unternehmen seit 2006 Mitglied im Forest Stewardship Council.

Weltweit gilt es heute als das anspruchsvollste Garantiesiegel für Produkte aus Holz.

Quelle: Tetra Pak FSC Broschüre 2014

Das FSC-Siegel

Das FSC-Siegel (siehe unten rechts) ist auf nachhaltig erzeugten Holzprodukten zu finden. FSC ist die Abkürzung für Forest Stewardship Council, was so viel heißt, wie Waldwirtschaftsrat. Waldbesitzer in verschiedenen Teilen der Erde haben sich zusammengeschlossen, weil sie ver-

antwortungsvoll und nachhaltig Holz erzeugen wollen. Ob Tropenholz aus Afrika oder Nadelholz aus Osteuropa, wenn das FSC-Gütesiegel draufsteht, heißt das, dass die wichtigsten Regeln für eine nachhaltige Waldwirtschaft befolgt wurden.

Die fünf wichtigsten Regeln für FSC-Holz:

- 1) Für dieses Holz wurden keine Urwälder zerstört.
- 2) Die Forstarbeiter haben bei der Holzernte Schutzkleidung getragen und wurden nicht ausgebeutet.
- 3) Für dieses Holz wurden keine Ureinwohner aus dem Wald vertrieben.
- 4) Die bewirtschafteten Wälder, aus denen das Holz kommt, werden immer wieder neu aufgeforstet, sodass es immer genug Holz gibt.
- 5) In den Wäldern, aus denen das FSC-Holz stammt, werden morsche Bäume nicht gefällt, weil sie ein Lebensraum für viele Tiere sind.



CSR als Kaufentscheidung

Auch ihr als Verbraucher könnt Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen, indem ihr Produkte kauft, die nach ökologischen und sozialen Gesichtspunkten, also nachhaltig und fair, produziert wurden. Nur: Wie bekommt ihr den richtigen Durchblick?

Aufgaben

1. Schaut euch dazu auf dem You Tube-Kanal „MitVerantwortung“ den Erklär-Clip „Verantwortungsvoll kaufen?!“ an:
<https://www.youtube.com/user/MitVerantwortung>
 - ▶ Macht euch Notizen zu den Stichworten
 - a) Transportwege
 - b) Produktionskosten
2. Schaut euch nun den Film ein zweites Mal an und beantwortet anschließend folgende Frage schriftlich: „Welche drei Faktoren muss eine nachhaltige Entwicklung gleichermaßen berücksichtigen?“
3. Im Clip wird anhand eines Schaubilds Corporate Social Responsibility erklärt und aufgezeigt, wie ihr selber Verantwortung übernehmen könnt. Auf **Materialblatt 2** wird der Begriff Corporate Social Responsibility noch einmal ausführlich beschrieben. Allerdings fehlen einige Wörter.
 - ▶ Füllt die Lücken mit den passenden Begriffen aus der Liste unter dem Text und überprüft so, ob ihr einen guten Durchblick zum Thema CSR bekommen habt!
4. Stellt zum Schluss euer eigenes Kaufverhalten auf den Prüfstand. Macht dies am Beispiel eines T-Shirts, das weniger als 10 Euro kostet, und diskutiert in der Klasse zu den beiden Fragen:
 - ▶ Welche Rolle hat es bisher für euch gespielt, ob ein Produkt nachhaltig und fair produziert wurde?
 - ▶ Wird euer neu erworbenes Wissen über CSR zukünftig eure Kaufentscheidungen beeinflussen? Wenn ja, wie?
 - ▶ Diskutiert die unterschiedlichen Aspekte in der Klasse. Achtet darauf, eure Meinung mit Argumenten zu untermauern.
 - ▶ Schreibt anschließend zum Thema einen kurzen Kommentar.

Lückentext Corporate Social Responsibility

Unternehmen wollen in erster Linie [] erwirtschaften.

Darüber hinaus wird von ihnen aber zunehmend erwartet, dass sie auch [] und [] Ziele in ihre Unternehmenstätigkeit verankern, also [] übernehmen.

Diese nennt man auch [] - kurz CSR.

Alle Personen und Gruppen, die mit dem Unternehmen in Beziehung stehen, sollte es in die Verantwortung mit einbeziehen. Dazu zählen z.B.

[], [] und [] .

Aber auch wir als [] können Verantwortung übernehmen, indem wir [] produzierte Produkte kaufen. Ob [] , [] oder [] , wir sollten genau hinschauen, ob die Produkte auch [] hergestellt und gehandelt wurden.

Um das herauszufinden helfen bestimmte [] und [] , z. B. das FAIRTRADE-Siegel oder die Stiftung Warentest. Wenn durch unsere bewusste Entscheidung für nachhaltig produzierte und fair gehandelte Produkte die [] dafür steigt, werden die Unternehmen schließlich eher bereit sein, die [] zu verbessern.

Verbraucher • fair • Lebensmittel • Handys • soziale • Nachfrage
fair • Mitarbeiter • Kleidung • Kunden • Corporate Social Responsibility
Gütesiegel • ökologische • Warentests • nachhaltig • Lieferanten
Gewinne • gesellschaftliche Verantwortung • Produktionsbedingungen

i

Copyrights

Gute Ideen haben einen Eigentümer

© 2015 **PROMEDIA Wolff**.

Die in diesem Unterrichtsmaterial enthaltenen Inhalte, Vorschläge, Ideen, Darstellungen und Visualisierungen sind geistiges Eigentum der Autoren. Eine Weitergabe an Dritte ist grundsätzlich nicht gestattet. Jedwede Weiterverwendung (auch nur teil- oder auszugsweise) bedarf zuvor der schriftlichen Genehmigung.

Für alle abgedruckten Texte von Tetra Pak in diesem Material gilt:

© Alle Rechte vorbehalten. Tetra Pak GmbH & Co KG, Hochheim. Jedwede Weiterverwendung (auch nur teil- oder auszugsweise) mit Ausnahme der gesetzlich zulässigen Fälle bedarf zuvor der schriftlichen Genehmigung der Tetra Pak GmbH & Co KG.

Danke für Ihr freundliches Verständnis.

Bildnachweis: Tetra Pak, Fotolia