

NACHHALTIGKEITSBERICHTE IN DISKUSSION

1. Einleitung	156
2. Nachhaltigkeitsberichte	157
3. Die AK-Studie	160
4. Zusammenfassung und Ausblick	164

Auszug aus WISO 2/2005

isw

Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

Weingartshofstraße 10

A-4020 Linz, Austria

Tel.: +43(0)732 66 92 73, Fax: +43 (0)732 66 92 73 - 2889

E-Mail: wiso@ak-ooe.at

Internet: www.isw-linz.at

Eva Schiessl

**Mitarbeiterin der
Abteilung
Betriebswirtschaft
der Kammer für
Arbeiter und
Angestellte für Wien**

1. Einleitung

*Nachhaltigkeit:
Begriff des
langfristigen
Denkens*

Der Begriff der Nachhaltigkeit hat sich schon seit längerem aus dem rein ökologisch besetzten Kontext zu einem Begriff des langfristigen Denkens und des ressourcenschonenden Handelns gewandelt. Nicht nur auf Unternehmensebene. Aber vermehrt auch dort – wenn auch nicht ganz freiwillig. Eine Vielzahl von Finanzskandalen, unternehmensverursachten Umweltkatastrophen und immer häufiger werdende Berichte über Menschenrechtsverletzungen wie Kinderarbeit im Zulieferbereich bekannter Unternehmen veranlassten immer mehr Unternehmen, sich mit ihrer Rolle im Hinblick auf nachhaltige Entwicklung zu beschäftigen.

*zur Abwehr
öffentlicher
Kritik werden
unter-
nehmerische
Aktivitäten in
Form von
Nachhaltigkeits-
berichten
dokumentiert*

Zugleich werden zur Abwehr öffentlicher Kritik und zur Unterstreichung der Nachhaltigkeit ihrer Tätigkeit die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Aspekte der unternehmerischen Aktivitäten in Form von Nachhaltigkeitsberichten (sustainability reports) dokumentiert, um so das öffentliche Misstrauen zu mildern.

Alleine in Europa wurden zwischen 2001 und 2003 laut corporateregister.com, einer weltweiten Datenbank für Nachhaltigkeitsberichterstattung, zirka 2.000 „non-financial reports“ veröffentlicht – fast die Hälfte allerdings nur mit Umweltfokus, lediglich 21 % sind tatsächlich als „sustainability reports“ oder „corporate responsible reports“ registriert.

Im Folgenden wird sich der Artikel mit Nachhaltigkeitsberichten allgemein beschäftigen, die Ergebnisse der von der AK Wien durchgeführten Studie „Nachhaltigkeitsberichterstattung in Österreich nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI 2002)“ vorstellen sowie einen Ausblick und Anreiz für eine Debatte rund um Nachhaltigkeitsberichte geben.

2. Nachhaltigkeitsberichte

2.1. Die drei Dimensionen – Ökologie, Ökonomie und Soziales

Nachhaltiges Wirtschaften – im Sinne von langfristig, umfassend und zusammenhängend – kann in drei Dimensionen widergespiegelt werden:

- in einer wirtschaftlichen Dimension,
- in einer ökologischen Dimension,
- in einer sozialen/gesellschaftlichen/kulturellen Dimension.

Diese drei Dimensionen sollen in einem Nachhaltigkeitsbericht (NHB) integriert sein – ein ausschließlicher „Umwelt- und Sozialbericht“ als Anhang oder Ergänzung zum Geschäftsbericht ist für diese komplexe Thematik zu wenig. Ein wichtiger Aspekt ist die durchgängige Darstellung der Verantwortung des Unternehmens in der gesamten Wertschöpfungskette – von der Ressourcenbeschaffung über die Arbeitsbedingungen bei Subunternehmern bis zum Recycling des Produkts.

Ein Nachhaltigkeitsbericht geht daher vom Informationsgehalt weit über einen Geschäftsbericht und klassische Unternehmenskennzahlen hinaus.

Er soll die Auswirkungen der Aktivitäten des Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft, Situation und den Umgang mit MitarbeiterInnen, KonsumentInnen, AnrainerInnen, LieferantInnen, NGOs etc. darstellen. Oft sind diese Informationen in irgendeiner Form (Unfallstatistiken, Fluktuationsrate, CO₂-Emissionen) im Unternehmen vorhanden, werden aber nicht strukturiert gesammelt oder veröffentlicht. Durch das Transparentmachen dieser Kennzahlen können Zusammenhänge sichtbar gemacht werden, die vorher nicht so deutlich waren, und Entwicklungen über Jahre hinweg besser verfolgt werden.

Neben der erhöhten internen und externen Transparenz hat dies natürlich auch zur Folge, dass die Erreichung gesetzter Ziele und der Erfolg umgesetzter Maßnahmen messbar ge-

durchgängige Darstellung der Verantwortung des Unternehmens in der gesamten Wertschöpfungskette

*veröffentlichte
Berichte
verschaffen
Verbindlichkeit* macht werden. Veröffentlichte Berichte verschaffen außerdem eine gewisse Verbindlichkeit, der sich das Management nicht mehr so leicht entziehen kann. Es entsteht Erklärungsbedarf.

2.2. Die AdressatInnen – die Stakeholder des Unternehmens

*kritischer
Stakeholder-
Dialog* Die Stakeholder („Anspruchsgruppen“) eines Unternehmens sind in zweierlei Hinsicht von Nachhaltigkeitsberichten betroffen: Einerseits sollten sie in die Erstellung des Berichts in irgendeiner Form eingebunden sein (Stichwort: kritischer Stakeholder-Dialog), andererseits sind sie auch AdressatInnen dieser Berichte.

Zumeist wird auf folgende Stakeholder eingegangen, wobei die Definition von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich sein kann.

- ArbeitnehmerInnen, BetriebsrätInnen
- InvestorInnen, Rating Agenturen
- AnrainerInnen
- LieferantInnen
- KonsumentInnen
- NGOs
- Staat, Gemeinden

Eine Person kann auch mehrere Rollen einnehmen: Arbeitnehmer, der neben Fabrik wohnt, Betriebsrat, der über Betriebspensionskasse zum Investor wird, Anrainerin, die Produkte dieses Unternehmens konsumiert, etc. Egal, in welcher Rolle, die Stakeholder fordern laut einer Studie von ECC Kothes Klewes (2003) eines: Glaubwürdigkeit.

*Qualität und
Glaubwürdigkeit
steigern* Um Qualität und Glaubwürdigkeit zu steigern, sind drei Aspekte zu beachten:

1. Sind die Angaben richtig und vollständig (kein „Rosinenpicken“ positiver Projekte und Ignorieren negativer Ereignisse/Projektverläufe/Statistiken)?

2. Wird eine Verbindung zu Nachhaltigkeitspolitik des Unternehmens („business case“) hergestellt (kein Aufzählen einzelner Charity-Veranstaltungen)?
3. Wie geht das Unternehmen mit Kritik um (Offenheit, Stakeholder-Dialog, ernsthafte Auseinandersetzung mit kritischen Stimmen)?

Die Überprüfung der Angaben durch externe, unabhängige Dritte kann die Glaubwürdigkeit erhöhen, entbindet das Unternehmen allerdings nicht davon, tatsächlich nachhaltige Unternehmenspolitik auf allen Ebenen mit entsprechend tief greifenden Konsequenzen durchzuziehen. Nur das kann auf lange Sicht überzeugen, denn Stakeholder durchschauen recht bald, ob es sich nur um einen Marketing-Gag und reine Image-Politur („greenwash“) handelt.

Stakeholder durchschauen recht bald, ob es sich nur um einen Marketing-Gag handelt

2.3. Die Global Reporting Initiative (GRI)

International zeichnet sich der Trend zur (freiwilligen) Berichterstattung nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) ab: Bis April 2005 haben weltweit schon über 650 Großunternehmen bzw. Großkonzerne einen Nachhaltigkeitsbericht nach diesen standardisierten Richtlinien erstellt.

Die GRI wurde von der CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economics) in Partnerschaft mit UNEP (United Nations Environment Programme), multinationalen Unternehmen sowie Umweltorganisationen 1997 in Boston gegründet: Es sollten allgemeine Richtlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung erarbeitet werden mit dem Ziel, die Nachhaltigkeitsberichterstattung auf das gleiche Niveau wie die Finanzberichterstattung zu bringen und die mögliche Entwicklung zu einer weltweiten Selbstregulierung der Wirtschaft voranzutreiben. Die Richtlinien stehen in einem permanenten Weiterentwicklungsprozess. Die aktuelle Version sowie branchenspezifische Kennzahlen („Sector supplements“) sind unter www.globalreporting.org zu finden.

international Trend zur Berichterstattung nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI)

*Messbar-
machen der
ökonomischen,
ökologischen und
gesellschaftlich-
sozialen Leistung
durch integrierte
Indikatoren*

Die GRI fordert umfassende Angaben und eine glaubhafte Darstellung des Nachhaltigkeitsgedankens in Unternehmensstrategie und -profil sowie in den Governance Strukturen (Managementsysteme, Aufsichtsrat, Risikocontrolling). Besonders spannend ist das Sichtbar- und Messbarmachen der ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlich-sozialen Leistung durch integrierte Indikatoren, die, über einige Berichtsperioden betrachtet, sehr aussagekräftig die Nachhaltigkeitspolitik des Unternehmens darstellen.

Solche Indikatoren sind z. B. Arbeitsunfälle je Standort, Fluktuationsraten, CO₂-Emission pro produzierter Einheit, Lieferantenstruktur (nach Ländern), erhaltene Subventionen, gegebene Spenden, Anteil von Frauen und ethnischen Minderheiten in Führungsfunktionen, Offenlegung von Auszahlungen an Kapitalgeber, Vorstandsboni und vereinbarte Zielerreichung, gewerkschaftlicher Organisationsgrad, Produktverantwortung, Einfluss der Einhaltung von Menschenrechten bei Investitionsentscheidungen etc.

3. Die AK-Studie

3.1. Die Studie

In den letzten Jahren veröffentlichten schon mehrere österreichische Großunternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Informationen – auch bei diesen hat sich die Global Reporting Initiative als Richtlinie durchgesetzt.

*Nachhaltigkeits-
berichte aus
unterschiedlichen
Branchen*

Von diesen Nachhaltigkeitsberichten wurden 10 aus unterschiedlichen Branchen/Bereichen ausgewählt, die sich auf die Orientierung an GRI 2002 berufen oder GRI 2002 anwenden, einer vergleichenden Überprüfung unterzogen und an den Vorgaben der GRI 2002 gemessen.

Eine Beurteilung der tatsächlichen (ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen) Nachhaltigkeitsleistung wurde nicht vorgenommen. Diese Bewertung ist also kein Vergleich der Nachhaltigkeit der einzelnen Unternehmen,

sondern ein erster Schritt, die Tendenz und Qualität zukünftiger Nachhaltigkeitsberichte besser danach beurteilen zu können, inwieweit sie dem Bedürfnis der Anspruchsgruppen nach Transparenz und umfassender Information gerecht werden.

Um die NHB zu analysieren und vergleichbar zu machen, wurden die einzelnen NHBs nach einem Punktesystem bewertet, in welchem der Grad der Erfüllung der GRI-Richtlinien zum Ausdruck kommen soll.

*nach einem
Punktesystem
bewertet*

Die Bewertungsskala reicht von 1 (gar nicht zufrieden) bis 4 (sehr zufrieden):

Punkteskala:

- 1: „gar nicht zufrieden“, Information fehlt/kaum vorhanden
- 2: nur ein Teil der Information vorhanden oder Qualität ungenügend
- 3: Information zum größeren Teil vorhanden, Qualität akzeptabel
- 4: „sehr zufrieden“, Information komplett und von guter Qualität

Die Angabe von indirekten Zusatzleistungsindikatoren, die von GRI erwünscht, aber (noch) nicht gefordert werden, wurde in unserer Studie – ebenso wie sector supplements, die ein Unternehmen herangezogen hat – nicht berücksichtigt, da die Voraussetzungen für deren Vergleichsmöglichkeiten (noch) nicht gegeben sind.

Vier der Unternehmen veröffentlichten 2003 ihren ersten NHB und nicht alle haben einen GRI Content-Index. Diese Kriterien wurden daher nicht explizit in der Bewertung berücksichtigt, aber in den Gesamteindruck einbezogen.

3.2. Die Ergebnisse

- Die untersuchten Berichte wiesen bei einer durchschnittlichen Bewertung von 2,55 Punkten in einigen Bereichen eine hohe Qualität auf (Strategie, Profil, Indikatoren zu Ökologie und Arbeitspraxis), wobei zwischen den Unternehmen große Unterschiede vorliegen.

- Menschenrechte, Beziehungen zur Gemeinde/Gesellschaft und Produktverantwortung erhielten unterdurchschnittliche Bewertungen*
- Ähnlich wie beim Corporate Governance Kodex werden „unangenehme“ Angaben zu Umstrukturierungen, Managemententlohnung und Performance, Misserfolgen und zur konkreten Einbindung von Stakeholdern selten ausreichend gemacht.
 - Der zunehmend wichtiger werdenden Thematik der Auswahl und des Umgangs mit Zulieferunternehmen wurde recht wenig Beachtung geschenkt. Was die Verantwortlichkeit für die gesamte Wertschöpfungskette betrifft, so wird selten über den „Tellerrand“ hinausgeblickt und die Problematik und Zuständigkeit in anderen Ländern/Erdeilen nur in den seltensten Fällen wahrgenommen.
 - Die Bereiche Menschenrechte, Beziehungen zur Gemeinde/Gesellschaft und Produktverantwortung erhielten unterdurchschnittliche Bewertungen. Zumeist beschränkten sich die Unternehmen auf die punktuelle Darstellung von Charity-Veranstaltungen, Sponsoring von Sport- oder Kulturevents oder – wie im Falle der Menschenrechte – auf den Verweis, dass diese Angaben für das Unternehmen „keine Relevanz“ haben. Es gibt anscheinend noch nicht sehr ausgeprägte Vorstellungen davon, wie „gesellschaftliche Verantwortung“ aus Unternehmenssicht aussehen und wie dies in einem Bericht dargestellt werden soll.
- kritische Stakeholderstimmen, Schwächen oder Misserfolge werden ausgeblendet*
- Die Darstellung der Unternehmenstätigkeiten ist – ausgenommen einige wenige Beispiele – fast ausschließlich positiv und von einer reinen Innenwahrnehmung geleitet – zumeist untermauert mit bunten, stimmungsvollen Kunstfotos.
 - Kritische Stakeholderstimme, Schwächen oder Misserfolge werden ausgeblendet, was realitätsfern ist, den Informationswert schmälert, die Glaubwürdigkeit der Berichte einschränkt und die Gefahr in sich birgt, dass der NHB als reines Image- und PR-Instrument gesehen wird.

Tabelle: Bewertungsübersicht nach GRI-Kriterien

Kategorie	VATech	Palfinger	ÖBF	ÖKB	Verbund	OMV	TA	ÖBB	Neusiedler	BMLeben	Summe
VISION	3,50	2,50	4,00	3,50	4,00	3,00	3,50	2,50	3,00	3,00	3,25
PROFIL	2,68	2,64	3,77	3,23	3,41	3,05	2,86	2,50	2,45	3,77	3,04
GOVERNANCE	2,85	2,40	3,00	2,80	2,85	2,70	2,45	2,05	2,40	1,70	2,52
ÖKONOMIE	3,40	1,40	3,20	2,60	3,00	1,90	2,80	3,40	1,30	2,30	2,53
UMWELT	3,88	1,63	2,19	2,63	3,31	1,81	2,31	2,88	2,75	2,13	2,55
ARBEIT	3,55	2,73	3,55	2,64	3,64	2,91	3,36	2,82	2,27	2,45	2,99
Menschenrechte	2,00	1,00	1,57	1,71	2,86	3,86	2,00	2,29	1,00	1,14	1,94
GEMEINDE	1,67	1,33	3,33	2,00	1,33	3,67	2,67	2,67	2,33	1,00	2,20
PRODUKT	1,67	2,33	1,67	2,00	2,33	2,67	2,33	2,00	1,00	1,00	1,90
Summe	2,80	2,00	2,92	2,57	2,97	2,84	2,70	2,57	2,06	2,06	2,55

Quelle: Nachhaltigkeitsberichterstattung in Österreich nach den Richtlinien der GRI 2002, Studie AK Wien, November 2004

Von den 10 analysierten Unternehmen haben 5 einen umfassenden GRI Content Index angegeben (VATech, Österreichische Bundesforste ÖBF, Österreichische Kontrollbank ÖKB, Verbund und ÖBB), die anderen entweder gar keinen oder nur einen sehr aggregierten. 4 Unternehmen erstellten den Nachhaltigkeitsbericht mit dem Berichtsjahr 2003 zum ersten Mal (Neusiedler, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft „BM Leben“, Palfinger und ÖBB).

Die Studie hat gezeigt, dass erste Schritte in Richtung Informationstransparenz und Einbindung der Stakeholder getan werden – auch wenn es zurzeit (noch) hauptsächlich eine kapitalmarktgetriebene (Rating Agenturen, Listing in Ethikfonds) und lückenhafte Performance-Berichterstattung ist.

Die Qualität der integrierten Berichterstattung über die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Performance eines Unternehmens steht und fällt mit der Möglichkeit für alle Stakeholder „Verantwortung“ einfordern zu können.

Mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung als Teil der CSR- (Corporate Social Responsibility-)Debatte wollen Unternehmen Verantwortung demonstrieren. Dies muss aber bedeuten, dass letztendlich auch jemand zur Verantwortung gezogen werden kann und es nicht – wie schon bei zahlreichen freiwilligen Corporate Governance Kodices – bei Lippenbekennt-

erste Schritte in Richtung Informationstransparenz

Möglichkeit für alle Stakeholder „Verantwortung“ einfordern zu können

nissen und Nachhaltigkeitsberichten als PR-Instrumenten bleibt. Dies wird realistischerweise nur mit international verbindlichen Richtlinien umsetzbar sein.

4. Zusammenfassung und Ausblick

Die Begriffe „Nachhaltigkeit“ und „gesellschaftliche Verantwortung“ haben sich fix im Wirtschaftsjargon verankert. Immer mehr Unternehmen veröffentlichen im Rahmen ihrer Geschäftsberichte mehr oder minder aussagekräftige Fakten über ihr Verhalten der Gesellschaft gegenüber. Etwa ein Dutzend österreichischer Unternehmen verfasst mittlerweile eigene Nachhaltigkeitsberichte – Berichte über die ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlich-sozialen Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten.

Die AK Wien hat nun einige dieser Nachhaltigkeitsberichte genauer unter die Lupe genommen und im Rahmen einer Studie nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) analysiert. Ähnlich wie schon beim Corporate Governance Kodex musste festgestellt werden, dass heikle Themen gerne ausgespart werden, während Angaben zu Unternehmensvision- und -profil sowie Kennzahlen zu Umwelt und Arbeitsqualität recht umfassend sind.

*prinzipielle
Diskussion
über Glaub-
würdigkeit und
Sinnhaftigkeit
von Corporate
(Social)
Responsibility*

Die Diskussion um Nachhaltigkeitsberichte als Mittel zur Darstellung von Unternehmensaktivitäten und deren Verflechtung mit Umwelt und Gesellschaft ist bereits im Gange – eingebettet in die prinzipielle Diskussion über das Wesen, die Glaubwürdigkeit und Sinnhaftigkeit von Corporate (Social) Responsibility, also die (soziale) Verantwortung der Unternehmen im Spannungsfeld von Gewinnmaximierung und (kurzfristigen) Aktionärsinteressen.

Unternehmensinteressenvertretungen (Industriellenvereinigung, WKÖ) investieren in die Debatte um Corporate (Social) Responsibility und Nachhaltigkeitsberichte. Einerseits weil sich aus diesem Bereich heraus ganze Geschäftszweige (Unternehmensberatung, Öko-Audits, Ethische Investments Fonds) entwickelt haben, andererseits weil die Position der

Unternehmen klar der „freiwilligen Selbstverpflichtung“ und dem übergeordneten Ziel der Gewinnmaximierung verschrieben ist. Diese Position wird auch angesichts der realen Entwicklungen und Maßnahmen (Abwanderung der Produktion in Billigstlohnländer, Abbau von – „älteren“ – MitarbeiterInnen, Einsparungen bei Sozialleistungen, Reallohnkürzungen, ...) der Unternehmenspolitik deutlich, wirft damit allerdings eine gewisse Diskrepanz und Diskussionsbedarf auf.

Es werden zahlreiche Preise vergeben (z. B. Trigos) und Plattformen gegründet (z. B. ABCSD, Austrian Business Council for Sustainable Development, CSR-Austria), ob mehr als ein PR-Gag hinter den „ausgezeichneten“ Projekten und Maßnahmen steckt, lässt sich oft nur schwer beurteilen.

Papier ist bekanntlich geduldig. KonsumentInnen und ArbeitnehmerInnen sollten es nicht sein. InvestorInnen sind es auch nicht.

Abgesehen vom Problem der Überprüfbarkeit der Angaben werfen Nachhaltigkeitsberichte aber noch weitere Fragen auf: Was ist nachhaltiges Wirtschaften eigentlich bzw. woran kann/soll man es messen? Im Bereich der Umweltkennzahlen gibt es einen gewissen Konsens, an welchen Parametern allerdings soziale und gesellschaftliche Verantwortung festgemacht werden kann/soll, ist nicht so klar.

Einen weiteren Diskussionspunkt stellt die Frage der heranzuziehenden Standards dar.

Sollen der Logik der Globalisierung folgend international vergleichbare Standards (z. B. General Reporting Initiative) herangezogen werden oder sind die regionalen Unterschiede der „Lebens- und Wirtschaftsrealitäten“ so groß, dass es mehr Sinn macht, Branchen- oder Regionalstandards zur Berichterstattung heranzuziehen?

Nachhaltigkeitsberichte können einen Beitrag dazu leisten, die Maßnahmen und Ziele einer nachhaltigen Unternehmenspolitik für eine interessierte Öffentlichkeit transparent zu machen.

„freiwillige Selbstverpflichtung“ und übergeordnetes Ziel der Gewinnmaximierung werfen Diskussionsbedarf auf

Papier ist bekanntlich geduldig. KonsumentInnen und ArbeitnehmerInnen sollten es nicht sein. InvestorInnen sind es auch nicht.

Sie können allerdings immer nur Mittel und Spiegel der tatsächlichen ökologisch und gesellschaftlich verantwortlichen Aktivitäten des Unternehmens sein und dürfen nicht zum Selbstzweck verkommen.

Dazu können Stakeholder, ArbeitnehmerInnen, KonsumentInnen, InvestorInnen und Interessenvertretungen ihren Beitrag leisten – denn die Diskussion ist noch lange nicht beendet – wir stehen erst am Anfang.

Literatur und Recherchehinweise:

- ACCA (Association of Chartered Certified Accountants), Towards transparency: progress on global sustainability reporting 2004, unter: www.corporateregister.com
- ECC Kothes Klewes, Global Stakeholder Report 2003. Geteilte Werte?, Bonn/ London 2003, unter: www.ecc-kothes-klewes.de/sustainability
- Economist, A survey of corporate social responsibility, Beilage zu The economist, 22.01.2005
- Gilbert, S., The Transparency Evolution, in: The Environmental Forum, 12/2002, S. 18–26
- Krier, J.-M., Nachhaltigkeitsberichte in Österreichs Top-Unternehmen, Salzburg 2004, Arge Weltläden
- Mittendorfer, C., Zu schön, um wahr zu sein?, in: Wirtschaft & Umwelt, 3/2004
- Oberndorfer, M., Nachhaltiges Wirtschaften rechnet sich – eine Analyse über die Performance von Mitgliedsfirmen des World Business Council for Sustainable Development, Kommunalkredit 2003
- Samsinger, R., Schiessl, E., Nachhaltigkeitsberichterstattung in Österreich nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative 2002, AK-Wien 2004,
- Sustainability Reporting, Monatsthema 7/2002, unter: www.nachhaltigkeit.at
- www.wbcds.org, World Business Council of Sustainable Development
- www.unglobalcompact.org, United Nations Global Compact
- www.gruenesgeld.at, ethisch-ökologische Veranlagung, ÖGUT
- ÖIN, Österreichisches Institut für Nachhaltige Entwicklung, Reporting about Sustainability. 7 Schritte zum Nachhaltigkeitsbericht, unter: www.oin.at

INSTITUT FÜR SOZIAL- UND WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

WISO

WIRTSCHAFTS-UND SOZIALPOLITISCHE ZEITSCHRIFT

Die Zeitschrift WISO wird vom Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (ISW) herausgegeben. Sie dient der Veröffentlichung neuer sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse sowie der Behandlung wichtiger gesellschaftspolitischer Fragen aus Arbeitnehmersicht.

Lohnpolitik, soziale Sicherheit, Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit, Arbeit und Bildung, Frauenpolitik, Mitbestimmung, EU-Integration - das sind einige der Themen, mit denen sich WISO bereits intensiv auseinander gesetzt hat.

WISO richtet sich an BetriebsrätInnen, GewerkschafterInnen, WissenschaftlerInnen, StudentInnen, Aktive in Verbänden, Kammern, Parteien und Institutionen sowie an alle, die Interesse an Arbeitnehmerfragen haben.

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Preise:* Jahresabonnement EUR 22,00 (Ausland EUR 28,00)
Studenten mit Inskriptionsnachweis EUR 13,00
Einzelausgabe EUR 7,00 (Ausland EUR 12,00)

(* Stand 2005 - Die aktuellen Preise finden Sie auf unserer Homepage unter www.isw-linz.at)

Wir laden Sie ein, kostenlos und ohne weitere Verpflichtungen ein WISO-Probeexemplar zu bestellen. Natürlich können Sie auch gerne das WISO-Jahresabonnement anfordern.

Informationen zum ISW und zu unseren Publikationen - inklusive Bestellmöglichkeit - finden Sie unter www.isw-linz.at.



BESTELLSCHEIN*

Bitte senden Sie mir kostenlos und ohne weitere Verpflichtungen

- 1 Probeexemplar der Zeitschrift WISO
- 1 ISW Publikationsverzeichnis

Ich bestelle _____ Exemplare des WISO-Jahresabonnements (Normalpreis)

Ich bestelle _____ Exemplare des WISO-Jahresabonnements für StudentInnen mit Inskriptionsnachweis

* Schneller und einfacher bestellen Sie über das Internet: www.isw-linz.at

Name _____

Institution/Firma _____

Straße _____

Plz/Ort _____

E-Mail _____

BESTELLADRESSE:

ISW
Gruberstraße 40-42, A-4020 Linz
Tel. ++43/732/66 92 73-33 21
Fax ++43/732/66 92 73-28 89
E-Mail: wiso@ak-ooe.at
Internet: www.isw-linz.at