



CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft

Potenziale, Herausforderungen, Strategien

Die aktuell erstellte Studie umfasst **608 Seiten** und ist **ab sofort** verfügbar.

ndresearch.de

- Darstellung der Rahmenbedingungen
- Status quo und Best Practice Beispiele
- Aufzeigen von Marketingoptionen

- Unternehmensranking bezogen auf CSR und Nachhaltigkeit
- Erfahrungen und Beispiele aus anderen Ländern und Branchen
- Trend, Chancen und Risiken
- Strategien und Handlungsoptionen

Bedingt durch die anhaltende und sich verschärfende Klimadebatte in Politik und Gesellschaft sind auch Unternehmen mehr und mehr in der Pflicht, nachhaltig zu wirtschaften und soziale Verantwortung (Corporate Social Responsibility; CSR) zu übernehmen. Infolge der Finanz und Wirtschaftskrise sowie politischer und sozio-ökonomischer Herausforderungen hat die Bedeutung von Konzepten in den Bereichen CSR und Nachhaltigkeit weiter zugenommen.

Viele Energieversorger haben bereits intuitiv die Notwendigkeit zu gesellschaftsverantwortlichen und nachhaltigen Handeln erkannt: mehr als die Hälfte der Energieversorger haben bereits (mit kommunalem Schwerpunkt) Maßnahmen zum CSR umgesetzt bzw. durchgeführt. Durch Kommunikation der Maßnahmen in der Öffentlichkeit im Rahmen des Marketing (nach dem Grundsatz „Tue Gutes und rede darüber.“) steigern Energieversorger ihr Image - und damit den Unternehmenserfolg.

Bisher sind CSR und Nachhaltigkeit damit vorwiegend (Marketing-) Instrumente für die Meinungs- und Imagebildung in der Öffentlichkeit; die mit wirtschaftlichem Unternehmenserfolg kombiniert werden.

Neben verantwortungsbewusstem und nachhaltigem Handeln im Kerngeschäft stehen Energieversorger damit auch in Bezug auf gesellschaftliches Ansehen in einem hart umkämpften Wettbewerb um Kunden.

Die Studie untersucht die Bedeutung der Konzepte Nachhaltigkeit und CSR für die Energiewirtschaft und liefert unter anderem anhand eines fundierten Ranking die Infor-

mationen, aus denen sich eigene strategische Überlegungen ableiten lassen. Aufgrund mangelnder gesetzlicher Vorgaben ist eine qualifizierte Auseinandersetzung mit dem Thema CSR und Nachhaltigkeit von besonderer strategischer Bedeutung.

Basis der Studie bildet neben einem ausführlichen Desk Research eine tiefgehende Befragung von 69 Experten aus Energiewirtschaft, Beratungsunternehmen und Kundengruppen. Das Desk Research beinhaltet unter anderem eine Betrachtung der Rahmenbedingungen, der Handlungsfelder, des Nutzens und der verschiedenen Beispiele für gelungene CSR- und Nachhaltigkeitsstrategien in der Energiewirtschaft.

Die Studie liefert darüber hinaus Antworten auf folgende Fragestellungen:

- Sind CSR und Nachhaltigkeit auch für mittlere und kleine EVU ein Thema? Wenn ja, in welcher Form bzw. in welcher Ausprägung?
- Wie viel soziale und ökologische Verantwortung sollte ein Unternehmen über den strengen gesetzlichen Rahmen in Deutschland hinaus leisten?
- Welche Nutzen ergeben sich aus CSR und Nachhaltigkeit für die Unternehmen?
- Wie können CSR und Nachhaltigkeit weiter gefördert werden bei beizubehaltender Freiwilligkeit?
- Wie stellen sich Markt und Wettbewerb für CSR und Nachhaltigkeit dar?
- Was erwarten Kunden von EVU im Zusammenhang mit CSR und Nachhaltigkeit?

CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft

Inhalt der Studie

Ziel und Nutzen der Studie

Die Studie gibt Antworten auf wichtige Fragen, die im Zusammenhang von CSR und Nachhaltigkeit mit möglichen Handlungsfeldern, Marketingoptionen und Einflussfaktoren gestellt werden müssen. Ausgehend von den Rahmenbedingungen werden sowohl die Bemühungen der Energieversorgungsunternehmen als auch deren Rezeption auf Kundenseite analysiert. Durch die umfassende Betrachtung der Konzepte CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft wird EVU aber auch Beratungsunternehmen ein Instrument geliefert, das hilft den Status quo sowie potentielle Entwicklungen zu bewerten und die entsprechenden Schlüsse daraus zu ziehen, um die allgemeine Marktposition mit Hilfe von CSR und Nachhaltigkeit positiv zu beeinflussen.

Methodik

trend:research setzt verschiedene Field und Desk Research- Methoden ein. Neben umfangreichen Intra- und Internet-Datenbank-Analysen (inkl. Zeitschriften, Publikationen, Konferenzen, Geschäftsberichte usw.) fließen für die Potenzialstudie 69 strukturierte Interviews mit folgenden Zielgruppen ein:

- Energieversorgungsunternehmen
- Beratungsunternehmen
- diverse Kundengruppen (z.B. Privat- und Geschäftskunden)

Die dargestellten Analysen und Ergebnisse werden mit Hilfe der o. g. Interviews und Expertengespräche erarbeitet. Die Auswertung der Befragung führt zu abgesicherten Aussagen über Einfluss, Akzeptanz und Marketingpotenziale von CSR- und Nachhaltigkeitsstrategien.

An wen sich die Studie richtet

Anhand der Studie können sich Vorstände, Geschäftsführer, Gremien und andere Entscheidungsträger in EVU einen Überblick über die derzeitigen Rahmenbedingungen und Praktiken im Zusammenhang mit CSR und Nachhaltigkeit informieren und für das eigene Unternehmen die entsprechenden Schlüsse ziehen. Darüber hinaus kann die Studie von Beratungsunternehmen zur weiteren Orientierung und Ausrichtung genutzt werden.

1	Summaries	15	3.3.1.1	ISO 26000	154
1.1	Executive Summary	15	3.3.1.2	AA1000	156
1.2	Management Summary	20	3.3.2	Nachhaltigkeit	158
2	Allgemeine Grundlagen	69	3.3.2.1	ISO 14001	158
2.1	Ziele und Nutzen der Studie	73	3.3.2.2	ISO 14063	159
2.2	Methodik und Studiendesign	74	3.4	Labels	162
2.3	Begriffsdefinitionen	82	3.4.1	Nachhaltigkeitslabel	162
2.3.1	Corporate Social Responsibility (CSR)	82	3.4.2	Klima-Label	163
2.3.2	Corporate Citizenship (CC)	97	3.5	Rankings und Indizes	166
2.3.3	Nachhaltigkeit	98	3.5.1	CSR	166
3	Rahmenbedingungen	103	3.5.1.1	compamedia GmbH	166
3.1	Gesetzliche Rahmenbedingungen	104	3.5.1.2	AccountAbility Rating	168
3.1.1	Erneuerbare Energien-Gesetz (EEG)	104	3.5.1.3	FTSE4Good	169
3.1.2	Erneuerbare Energien-Wärme-gesetz (EEWärmeG)	106	3.5.2	Nachhaltigkeit	170
3.1.3	Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchG)	110	3.5.2.1	Deutscher Nachhaltigkeitspreis	170
3.1.4	Bundes-Immissionsschutz-gesetz (BImSchG)	112	3.5.2.2	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)	171
3.1.5	Atomgesetz (AtG)	117	3.5.2.3	Dow Jones Sustainability Indexes	172
3.1.6	Emissionshandel/ Kyoto-Protokoll	121	3.5.2.4	oekom research AG	173
3.1.7	Berichterstattung bzw. Be-richterstattungspflicht	128	3.5.2.5	SAM Sustainable Asset Management	175
3.1.8	Arbeitsrecht	129	4	Status quo	177
3.1.8.1	Arbeitszeitgesetz (ArbZG)	129	4.1	Die deutsche Energiewirt-schaft	178
3.1.8.2	Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG)	130	4.1.1	Erzeugungsstufe	178
3.1.8.3	Entgeltfortzahlungsgesetz (EntgFG)	132	4.1.2	Distributionsstufe	179
3.1.8.4	Kündigungsschutzgesetz (KSchG)	133	4.1.3	Verteilnetzbetreiber	180
3.1.8.5	Mitbestimmungsgesetz (MitbestG)	134	4.1.4	Vertriebsstufe	181
3.1.8.6	Mutterschutzgesetz (MuSchG)	135	4.1.5	Marktkennzahlen der Ener-giewirtschaft	182
3.1.8.7	Teilzeit- und Befristungs-gesetz (TzBfG)	137	4.2	Deutsche Unternehmen im Inland und Ausland	184
3.1.8.8	Tarifvertragsgesetz (TVG)	138	4.2.1	CSR und Nachhaltigkeits-maßnahmen	184
3.2	Richtlinien und Empfehlun-gen	139	4.2.1.1	Große Energieversorgungs-unternehmen und Stadt-werke	189
3.2.1	CSR	139	4.2.1.2	Kleine und mittlere Energie-versorger sowie Stadtwerke	192
3.2.1.1	Menschenrechte	139	4.3	Beispiele von Unternehmen	194
3.2.1.2	Agenda 21	141	4.3.1	Consolar Solare Energiesys-teme GmbH	194
3.2.1.3	Aktionsplan Johannesburg	144	4.3.2	E.ON AG	199
3.2.1.4	UN Global Compact	146	4.3.3	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	207
3.2.1.5	Grünbuch „Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“	148	4.3.4	envia Mitteldeutsche Ener-gie AG	213
3.2.2	Nachhaltigkeit	149	4.3.5	EWE AG	217
3.2.2.1	Rat für Nachhaltige Ent-wicklung	149	4.3.6	juwi Holding AG	222
3.2.2.2	Global Reporting Initiative (GRI)	150	4.3.7	Q-Cells SE	226
3.2.2.3	Grünbuch „Eine europäi-sche Strategie für nachhal-tige, wettbewerbsfähige und sichere Energie“	151	4.3.8	RWE AG	231
3.3	Zertifizierungen und Nor-men	154	4.3.9	VNG – Verbundnetz Gas AG	237
3.3.1	CSR	154	4.3.10	VSE AG	240
			4.3.11	Windwärts Energie GmbH	245
			4.4	Erwartungen der jeweiligen Stakeholder an CSR/Nach-haltigkeit	249
			4.4.1	Erwartungshaltung an CSR- und Nachhaltigkeitsmaß-nahmen	250
			4.4.2	Wahrnehmung von CSR- und Nachhaltigkeitsstrate-gien	256

5	Unternehmensranking CSR/Nachhaltigkeit	261	7	Marketing	352	10	Erfahrungen und Beispiele aus anderen Ländern	513
5.1	Grundlagen, Methodik	262	7.1.1	Internet	356	10.1	Australien	514
5.2	Definition von Bewertungskriterien und -skalen	263	7.1.2	Nachhaltigkeitsbericht/Geschäftsbericht	358	10.2	China	517
5.2.1	Kenntnisstand über die Problematik und die ergriffenen Maßnahmen	263	7.1.3	Sponsoring	359	10.3	Indien	519
5.2.2	Nachhaltigkeit der ergriffenen Maßnahmen	264	7.1.4	Ausstellungen	360	10.4	Südafrika	522
5.2.3	Kontinuität	265	7.1.5	Konzerte	361	10.5	USA	526
5.2.4	Bewertung durch externe Quellen	266	7.1.6	Tag der offenen Tür	361	10.6	Westeuropa	529
5.2.4.1	Zertifizierungen/Auszeichnungen	266	7.1.7	Werkführungen	362	10.6.1	Frankreich	529
5.2.4.2	Wahrnehmung in der Presse	267	7.1.8	Werbung	363	10.6.2	Großbritannien	530
5.2.5	Öffentlichkeitsarbeit	269	7.1.8.1	Fernsehen/Kino	363	10.6.3	Niederlande	533
5.3	Gewichtung der ausgewählten Bewertungskriterien	270	7.1.8.2	Zeitschriften/Zeitungen	365	10.6.4	Österreich	533
5.4	Ranking	271	7.1.8.3	Radio	368	10.6.5	Schweden	536
5.4.1	CSR	271	7.1.9	Weitere	369			
5.4.2	Nachhaltigkeit	277						
5.5	Zusammenfassung	283	8	Markt und Wettbewerb	372	11	Trends, Chancen, Risiken	539
6	Handlungsfelder	286	8.1	CSR und Nachhaltigkeit	373	11.1	Trends	540
6.1	CSR	287	8.1.1	Marktentwicklung	373	11.1.1	Politische Trends	540
6.1.1	Arbeit und Beschäftigung	289	8.1.2	Ausgewählte Potenziale im Bereich CSR	378	11.1.2	Stakeholder-Trends	542
6.1.1.1	Mitarbeiterschutz	293	8.2	Mittlerorganisationen	381	11.1.3	Strategietrends	544
6.1.1.2	Teilzeit	295	8.2.1	Handlungsprinzip und Funktion	384	11.1.4	Produkt-, Dienstleistungstrends	547
6.1.1.3	Telearbeit	297	8.2.2	Beispiele	384	11.1.5	Trends in der Energiewirtschaft	550
6.1.1.4	Mitbestimmungsrechte	299	8.2.2.1	Gute-Geschäfte-Macher	384	11.1.6	Trends in anderen Branchen	553
6.1.1.5	Mutterschutz	300	8.2.2.2	UPJ e. V.	385	11.1.7	Auslandstrends	554
6.1.1.6	Elternteilzeit	302	8.3	Markt und Wettbewerb für Beratungsunternehmen	387	11.1.8	Trends aus Sicht der Befragten	554
6.1.1.7	Kinderbetreuung	304	8.3.1	Markt- und Wettbewerbsstruktur	387	11.2	Chancen und Risiken	556
6.1.2	Sponsoring	305	8.3.2	Markttreiber	389	11.2.1	Chancen und Risiken aus Sicht der Energieversorgungsunternehmen und Energieberater	558
6.1.2.1	Vereinssponsoring	307	8.3.3	Markthemmnisse	390		Chancen und Risiken aus Sicht der Kunden	561
6.1.2.2	Kinderförderung	309	8.3.3.1	Ausgewählte Wettbewerber	391			
6.1.2.3	Sponsoring von Sportstätten oder Geräten	310	8.3.3.1.1	A.T. Kearney GmbH	391	12	Praxistipps	565
6.1.3	Kunst und Kultur	311	8.3.3.1.2	Accenture GmbH	395	12.1	Externe oder interne Vergabe?	568
6.1.3.1	Förderung von Werkstätten	315	8.3.3.1.3	Akzente kommunikation und beratung gmbh	399	12.1.1	Entscheidungshilfe/Checkliste	569
6.1.3.2	Sponsoring von Veranstaltungen	317	8.3.3.1.4	Arthur D. Little GmbH	407	12.1.2	Vorgehen bei der Auswahl eines externen Anbieters	569
6.1.3.3	Sponsoring von Konzerten	319	8.3.3.1.5	atunis GmbH	411	12.1.3	Bewertungsmatrix für die Beratungsunternehmen	571
6.1.3.4	Sponsoring von Ausstellungen	320	8.3.3.1.6	CSR-Agentur GbR	415	12.1.4	Paarvergleichsmethode	573
6.1.4	Bildung	322	8.3.3.1.7	Scholz & Friends Group	418	12.2	PR/ Kommunikation	575
6.1.4.1	Ausbildung	324	8.3.3.1.8	dokeo GmbH	421			
6.1.4.2	Förderung von Schulen/Kindergärten	326	8.3.3.1.9	Ecofys GmbH	427			
6.1.4.3	Förderung von Kindern und Jugendlichen	327	8.3.3.1.10	GILDE GmbH	433			
6.2	Nachhaltigkeit	329	8.3.3.1.11	IFOK GmbH	436			
6.2.1	Nachhaltigkeit im Kerngeschäft	334	8.3.3.1.12	Institut für Social Marketing GmbH	442	13	Ausblick	577
6.2.1.1	Brennstoffbezug	336	8.3.3.1.13	Institute 4 Sustainability	445	13.1	Entwicklungen in der Energieerzeugung in Deutschland bis 2020 und darüber hinaus	578
6.2.1.2	Erzeugung	338	8.3.3.1.14	kakooi GmbH	449		Entwicklungen im Bereich Smart Energy	582
6.2.1.3	Netze	339	8.3.3.1.15	Kirchhoff Consult AG	452		Entwicklungen im Bereich CSR / Nachhaltigkeit bis 2020	586
6.2.1.4	Beschaffung/Handel	341	8.3.3.1.16	McKinsey & Company, Inc.	457	13.1.1		
6.2.1.5	Vertrieb/Marketing	342	8.3.3.1.17	PricewaterhouseCoopers	462	13.2		
6.2.1.6	Shared Service/IT	343		Aktiengesellschaft	470			
6.2.2	Rücksicht- und Ausgleichsmaßnahmen	344	9	Erfahrungen und Beispiele aus anderen Branchen	470	14	Abbildungsverzeichnis	595
6.2.3	Sensibilisierungsmaßnahmen	346	9.1	Verarbeitende Industrie	473	15	Tabellenverzeichnis	607
			9.1.1	Chemische Industrie	473			
			9.1.2	Automobilindustrie	481			
			9.1.3	Metall- und Elektroindustrie	487			
			9.2	Telekommunikation/IT	492			
			9.3	Banken und Versicherungen	501			

Die Studie umfasst 608 Seiten. Aufgrund der laufenden Aktualisierung können sich Inhalte sowie Seitenzahlen noch leicht ändern.

ANTWORT/BESTELLUNG

Zurück im Briefumschlag an:

trend:research GmbH
Institut für Trend- und Marktforschung
Parkstraße 123
28209 Bremen

oder per

Fax an: 0421 . 43 73 0-11

- ☐ Hiermit bestellen wir die Potenzialstudie (Nr. 10-1324) »CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft« zum Preis von EUR 3.900,00 und zusätzl. Kopien (je EUR 400,00)
- alle Preise zzgl. gesetzlicher MwSt. -

- ☐ Bitte senden Sie uns Informationen zu weiteren Studien (s.u.). Ggfs. erhalten wir Mengenrabatt.

- ☐ Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis 2011 zu.

- ☐ Bitte senden Sie uns das Studienverzeichnis **Erzeugung** zu.

- ☐ Bitte senden Sie uns weitere Informationen zu trend:research.

So sind wir auf Sie aufmerksam geworden.

- ☐ Erhalt dieser Disposition
☐ Internet
☐ Empfehlung durch
☐ Presseartikel in
☐ Sonstiges

ADRESSE

FIRMA

NAME

FUNKTION

STRASSE

PLZ/ORT

TEL./FAX

E-MAIL

- ☐ Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail den Newsletter zu erhalten.
☐ Wir sind damit einverstanden, von trend:research per E-Mail weitere Informationen über aktuelle Studien oder Veranstaltungen zu erhalten.

Datum

Unterschrift/Stempel

14-0306-232IH

trend:research

trend:research unterstützt die Unternehmen beim Wandel in liberalisierten Märkten. Dazu werden Trend- und Marktforschungsstudien aktuell und exklusiv erarbeitet, für einzelne oder mehrere Auftraggeber. Umfangreiche eigene (Primär-) Marktforschung, gemischt mit Erfahrungen und Wissen aus liberalisierten Märkten und dessen dosierter Transfer, aufbereitet mit eigener Methodik, führt zu nachvollziehbaren Aussagen mit hohem Wert. Die interdisziplinäre Zusammensetzung der Projektteams – auch mit externen Experten – garantiert die ganzheitliche Betrachtung und Bearbeitung der Themen.

Schwerpunkt sind Untersuchungen für und in sich stark wandelnden Märkten, z. B. in den liberalisierten Energie- und Entsorgungsmärkten.

trend:research liefert Studien, Informationen und Untersuchungen an über 90% der größeren EVU und unterstützt damit existenzielle Entscheidungen – die Referenzliste erhalten Sie auf Anfrage.

Konditionen

Die Potenzialstudie »CSR und Nachhaltigkeit in der Energiewirtschaft« kostet EUR 3.900,00 (persönliches Exemplar). Zusätzliche Kopien (Verwendung nur innerhalb des Unternehmens) stellen wir Ihnen für EUR 400,- pro Kopie zur Verfügung.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Zahlungsweise ist per Überweisung oder Scheck innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

Bei gleichzeitiger Bestellung anderer Studien (s. u.) bieten wir Ihnen 10% Mengenrabatt. Die Studie ist ab **sofort** verfügbar.

Weitere Studien

trend:research gibt weitere Studien heraus, z. B.:

- ☐ **Der Markt für nachwachsende Rohstoffe**
Mai 2011 (in Bearbeitung), ca. 900 Seiten, EUR 4.200,00
- ☐ **Energiehandelssysteme 2012 (2. Auflage)**
Februar 2011, 800 Seiten, EUR 4.500,00
- ☐ **Netzorientiertes Lastmanagement: Technologien, Potenziale, Fallbeispiele**
Oktober 2010, 784 Seiten, EUR 4.200,00
- ☐ **Smart Grids in Europa bis 2030 – Die Zukunft intelligenter Stromnetze: Anforderungen, Technologien, Marktpotenziale**
Juni 2010, 1.074 Seiten, EUR 7.500,00
- ☐ **Smart Metering (3. Auflage)**
Mai 2010, 1.397 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Marktkommunikation in der Energiewirtschaft – Regulierung und Standardisierung von Geschäftsprozessen**
geplant, ca. 600 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Smart Home 2.0 – Intelligente Mess- und Kommunikationssysteme in Gebäudetechnik und Energiewirtschaft**
geplant, 1.420 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Speichertechnologien in Deutschland bis 2020: Speicherbedarf, technologische und wirtschaftliche Potenziale**
August 2009, 760 Seiten, EUR 4.900,00
- ☐ **Elektromobilität - Chance für die Energieversorger?: Potenziale, Herausforderungen, Strategien**
Juli 2009, 1.582 Seiten, EUR 4.500,00

Weitere Informationen können Sie mit diesem Formular anfordern oder im Internet unter www.trendresearch.de abrufen.
©trend:research, 2011

trend:research
Institut für Trend- und Marktforschung

- Bremen
- Bremerhaven
- Köln
- Stuttgart