

Abschlussbericht

Entwicklung einer webbasierten Informationsplattform zur Abbildung von Systemen, Prozessen und Ergeb- nissen des Ratings von Corporate Sustainability/ Corporate Social Responsibility

Kurztitel

ARGUS

**(Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for
Users & Stakeholders)**

AZ 26097-42


Stuttgart, Oktober 2010

**Prof. Dr. Henry Schäfer
Universität Stuttgart**

Betriebswirtschaftliches Institut
Abt. III: Allg. Betriebswirtschaft
und Finanzwirtschaft

**Prof. Dr. Hans-Georg Kemper
Universität Stuttgart**

Betriebswirtschaftliches Institut
Abt. VII: Allg. Betriebswirtschaft
und Wirtschaftsinformatik I

10/10		Projektkennblatt		 DBU	
		der			
Deutschen Bundesstiftung Umwelt					
Az	26097-42	Referat	42	Fördersumme	105.720
Antragstitel		Entwicklung einer webbasierten Informationsplattform zur Bildung von Systemen, Prozessen und Ergebnissen des Ratings von Corporate Sustainability/Corporate Social Responsibility – ARGUS (Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users & Stakeholders)			
Stichworte		Nachhaltigkeitsratings, CSR-Kompetenzplattform			
	Laufzeit	Projektbeginn	Projektende	Projektphase(n)	
	29 Monate	01.06.2008	30.09.2010	2	
	Zwischenbericht -				
Bewilligungsempfänger	Lehrstuhl für ABWL und Finanzwirtschaft			Tel	0711-685-86005
	Prof. Dr. Henry Schäfer			Fax	0711-685-86009
	Keplerstr. 17			Projektleitung	
	70174 Stuttgart			Prof. Dr. Henry Schäfer	
	Deutschland			Bearbeiter	
				Christian Barthuff, MBA	
Kooperationspartner	Lehrstuhl für ABWL und Wirtschaftsinformatik, insbesondere Informationsmanagement				
	Prof. Dr. Hans-Georg Kemper				
	Keplerstr. 17				
	70174 Stuttgart				
	Deutschland				
Zielsetzung und Anlass des Vorhabens					
<p>Das Ziel des Projekts ist die Entwicklung einer webbasierten Kompetenzplattform mit Informationen zu Ratings der Corporate Social Responsibility (CSR)/Corporate Sustainability (CS) von Organisationen, zu den Beurteilungssystemen und den Kriterien (kurz CSR-Ratings). Als Name der Plattform wurde der Titel „ARGUS“ (Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users & Stakeholders) gewählt. Trotz angelaufener eigener Initiativen der Rating-Organisationen zu mehr Standardsetzung und Qualitätsmanagement fehlt dem Markt bislang noch die von zahlreichen Akteursgruppen gewünschte Transparenz und funktionstüchtige Kooperationsstruktur unter den Akteuren. Zentrale Herausforderungen hierbei sind die fehlende Transparenz hinsichtlich der Akteure, Bewertungstechnologien, Gewichtungen und Kriteriensätze im CSR-Rating. Mit der Entwicklung der webbasierten Kompetenzplattform wird angestrebt, die Transparenz und die Kooperation zwischen den direkten Akteuren (Rating-Organisationen, Unternehmen, Finanzdienstleistern, institutionelle Investoren) und den indirekten Akteuren (öffentliche Stellen, Nichtregierungsorganisationen) zu erhöhen. Damit einhergehen sollen Qualitätsverbesserungen</p>					

in den Ratings bzgl. deren Prozesse und Ergebnisse (Rating-Noten).

Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden

Der Entwicklungsprozess der internetgestützten Kompetenzplattform erfolgte mithilfe eines iterativen Vorgehensmodells unter konsequenter Einbindung prototypischer Methoden. Hierbei wurden in mehreren Zyklen lauffähige Systemversionen (Prototypen) entwickelt, wobei sämtliche Projektbeteiligte in Form einer „geschlossenen Benutzergruppe“ aktiv eingebunden waren. Mithilfe dieser Vorgehensweise sollte insbesondere die Kooperation zwischen den Akteuren hinsichtlich der Systemanforderungen (Requirements) in vertrauensvoller Umgebung aufgebaut und wirkungsvoll gestaltet werden. In einem ersten Schritt wurden hierbei zunächst ausgewählte Rating-Agenturen als Anbieter und geeignete Systembenutzer (z. B. Kapitalanlagegesellschaften, Pensionskassen, Unternehmen etc.) als Nachfrager nach Dienstleistungen des CSR Ratings eingebunden, um bereits in den ersten Prototypingzyklen eine wirkungsvolle Plattform zum Informationsaustausch aufbauen zu können. Nach den ersten Entwicklungszyklen wurde der Kreis der Anbieter und Nachfrager in der geschlossenen Benutzergruppe erhöht und ein Betriebs- und Administrationskonzept entworfen, sodass ein komfortabler operativer Einsatz der Plattform nach Projektabschluss ermöglicht werden konnte.

Ergebnisse und Diskussion

Im Rahmen der Anforderungsanalyse - in Form von Expertengesprächen sowie einer Onlineumfrage - wurde beschlossen, den ursprünglich im Rahmen des Projektantrags eingereichten Umfang der Plattform, um ein Glossar und einen Informationsbereich zu den Themen:

- Nachhaltige Unternehmensführung (The Business Case of CSR) und
- Nachhaltige Kapitalanlagen (The Investment Case of CSR)

zu erweitern. Die im Projektantrag geplante Kompetenzplattform zur Abbildung von Systemen, Prozessen und Ergebnissen des Ratings von Corporate Sustainability / Corporate Social Responsibility wurde mit allen Funktionalitäten zur vollsten Zufriedenheit aller Projektexperten und **Nutzergruppenvertreter** erfolgreich entwickelt. Aufgrund des sehr großen Interesses an der „Kompetenzplattform – ARGUS“ besteht vonseiten der Praxis, eine erhöhte Anforderung an die Funktionalität und Verfügbarkeit der Webplattform und der Core-Datenbank. Aus diesem Grund wurde die Plattform ausgebaut und wird mit Unterstützung von einem professionellen IT-Dienstleister unter der URL www.argus-responsibility.de gehostet.

Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation

Die Kompetenzplattform ARGUS und die mit der Plattform in Zusammenhang stehenden Forschungsergebnisse wurden in zahlreichen Präsentationen, Veröffentlichungen und Fachbeiträgen eingehend vorgestellt. Das zentrale Ergebnis des zweijährigen Forschungsprojekts ist die webbasierte Kompetenzplattform ARGUS, welche unter www.argus-responsibility.de eingesehen werden kann. Um den Bekanntheitsgrad der Plattform zu steigern, ist ARGUS mit einer Vielzahl von Webseiten verlinkt und wurde in fachspezifischen Newslettern angekündigt. Im Rahmen der Abschlusskonferenz, welche am 25. Juni im Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt stattfand, wurde die Plattform offiziell vorgestellt.

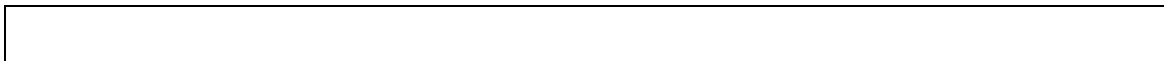
Fazit

Die Meilensteine des Projekts konnten erfolgreich erarbeitet werden. Mit der fertig entwickelten Plattform sowie der im Projekt aufgebauten und von den Ratingagenturen verifizierten Datenbank zu den Systemen, Prozessen und der Infrastruktur der Ratinganbieter für Nachhaltigkeitsratings besteht nunmehr eine transparente Übersicht der Akteure des Marktes für Ratingdienstleistungen. Interessierte Nutzer der Plattform, wie Unternehmensvertreter, Kapitalanleger, Kreditinstitute, Stiftungen, Pensionskassen, Asset Manager sowie die interessierte Öffentlichkeit können sich umfassend auf der Plattform informieren und die Profile der Ratinganbieter nach ihren Präferenzen hin untersuchen sowie vordefinierte Analysen durchführen.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	6
Tabellenverzeichnis.....	8
Abkürzungsverzeichnis	8
1 Zusammenfassung.....	10
2 Zielsetzung und Anlass des Vorhabens	11
2.1 Ausgangslage	11
2.2 Relevanz des Themas.....	12
2.3 Zielsetzung des Forschungsprojektes.....	15
3 Darstellung der Arbeitsschritte und Methoden	17
3.1 Vorgehensweise und Projektplan.....	17
3.2 Anforderungsanalyse und Projektworkshops.....	18
3.2.1 Zielgruppendefinition.....	18
3.2.2 Vorgängersystem und bisherige Untersuchungen.....	21
3.2.3 Kick-Off Veranstaltung.....	22
3.2.4 Expertenworkshops	24
3.2.5 ARGUS-Forum / Zwischenkonferenz	27
3.2.6 Onlineumfrage	29
3.3 Entwicklung durch iteratives Prototyping.....	30
3.4 Entwicklungsumgebung.....	32
3.5 Profilerstellung der Rating-Anbieter.....	33
4 Ergebnisse	35
4.1 Konzeptionelle IT-Infrastruktur.....	36
4.1.1 Systembeschreibung.....	36
4.1.2 Systemanforderungen.....	37
4.2 Aufbau der Web-Plattform.....	38

4.2.1	Über ARGUS	39
4.2.2	Info Center	40
4.2.3	Business Case.....	41
4.2.4	Investment Case	42
4.2.5	News.....	43
4.3	ARGUS-Core	44
4.3.1	Übersicht	45
4.3.2	Informationen der Datenbank	45
4.3.3	Benutzer	46
4.3.4	Ratingagenturen	55
4.3.5	Administratoren	57
5	Diskussion.....	61
5.1	Stand der Datenbank	61
5.2	Nutzen der Plattform.....	62
5.3	Handhabung und laufender Betrieb	64
6	Öffentlichkeitsarbeit und Präsentationen	65
6.1	Veröffentlichungen	65
6.2	Vorträge und Poster	66
6.3	Internet	67
7	Weiterführende Praxisanforderungen – ein innovativer Lösungsansatz.....	68
8	Fazit und Ausblick	70
9	Literaturverzeichnis	72
10	Anhang.....	74



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Grundsätzliche Beziehungen beim CSR-Rating.....	14
Abbildung 2: Aufbau der Kompetenzplattform ARGUS.....	16
Abbildung 3: Projektplan des Forschungsprojekts ARGUS.....	18
Abbildung 4: Zielgruppen der Kompetenzplattform ARGUS.....	19
Abbildung 5: Zusammenspiel der Akteure im Markt für CSR-Ratings.....	20
Abbildung 6: Vorgängersystem - Untersuchung der Kriterienstandards.....	21
Abbildung 7: Vorgängersystem: Untersuchung der Negativ- und Positivkriterien.....	22
Abbildung 8: Iterative Softwareentwicklung.....	31
Abbildung 9: Teilprodukte und deren Zusammenhang.....	32
Abbildung 10: Aufbau und Struktur der Kompetenzplattform.....	35
Abbildung 11: Aufbau und Struktur der Kompetenzplattform (2).....	36
Abbildung 12: Konzeptioneller Aufbau der Kompetenzplattform ARGUS.....	37
Abbildung 13: Startseite.....	39
Abbildung 14: "Über ARGUS".....	40
Abbildung 15: Infocenter.....	41
Abbildung 16: Rubrik: Business Case.....	42
Abbildung 17: Rubrik: Investment Case.....	43
Abbildung 18: Rubrik: News.....	44
Abbildung 19: Rollenmodell.....	44
Abbildung 20: Abfrageprofile zur Nutzerführung.....	47
Abbildung 21: Rating Novize.....	48

Abbildung 22: Mein Rating / Partner Rating	50
Abbildung 23: SRI Anleger.....	51
Abbildung 24: Freie Abfrage	52
Abbildung 25: Auswahl der Rating-Anbieter	52
Abbildung 26: Auswahl der Rating-Anbieter	53
Abbildung 27: Ergebnis des Vergleichs.....	54
Abbildung 28: Meine Daten ändern	55
Abbildung 29: Arbeitsplatz Rater	55
Abbildung 30: Eingabemaske Rater.....	56
Abbildung 31: Allgemeine Einstellungen	57
Abbildung 32: Arbeitsplatz Administrator.....	57
Abbildung 33: Benutzer verwalten (1).....	58
Abbildung 34: Benutzer verwalten (2).....	58
Abbildung 35: Rating Anbieter verwalten (1).....	59
Abbildung 36: Rating Anbieter verwalten (2).....	59
Abbildung 37: Texte bearbeiten.....	60
Abbildung 38: Mail Versand.....	60

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Programm der Kick-Off Veranstaltung.....	23
Tabelle 2:	Meinungen und Anregungen zum 1. Prototyp	26
Tabelle 3:	Programm der Zwischenkonferenz „ARGUS-Forum“	28
Tabelle 4:	Angelegte und von den Rating-Agenturen frei gegebene Profile der ARGUS-Core Datenbank (Stand 30.11.2010)	34
Tabelle 5:	Rollenmodell des ARGUS-Core	45
Tabelle 6:	Veröffentlichungen im Rahmen von ARGUS	65

Abkürzungsverzeichnis

ARGUS	Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users & Stakeholders
AUM	Assets under Management
CS	Corporate Sustainability
CSR	Corporate Social Responsibility
CSRR QS	Corporate Sustainability and Responsibility Research Quality Standard
D	Deutschland
DAX	Deutscher Aktienindex
DBU	Deutsche Bundesstiftung Umwelt
EE	Enterprise Edition
ETC.	Et Cetera
EU	Europäische Union

E.V.	Eingetragener Verein
IT	Information Technology
JSF	Java Server Faces
JSP	Java Server Pages
KAGs	Kapitalanlagegesellschaften
Kap.	Kapitel
MDAX	Mid-Cap-DAX
MVC	Modell-View-Controller
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NGOs	Non Governmental Organizations
PRI	Principles for Responsible Investment
RA	Rating Agenturen
Resp.	Respektive
RN	Rating Nutzer
RO	Rating Objekte
SRI	Social Responsibility Investments
UNEP/FI	United Nations Environment Programme/ Finance Initiative
UPJ	Unternehmen Partner der Jugend e. V.
WWW	Word Wide Web

1 Zusammenfassung

Ziel des Forschungsprojektes ARGUS war die **Entwicklung** und die Sicherstellung des **laufenden Betriebes** der gleichnamigen webbasierten **Kompetenzplattform ARGUS**. Mit dieser Plattform wird Nutzern wie Finanzdienstleistern, Unternehmensvertretern oder interessierten Kapitalanlegern eine **systematische Informationsrecherche** im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. Corporate Sustainability (CS) ermöglicht. Der Kern der Plattform besteht aus einer Datenbank mit über 200 standardisierten Einzelinformationen zu den Geschäftsmodellen, der Ratinginfrastruktur und den Ratingprozessen der Einrichtungen des CS/CSR-Ratings. In dieser zentralen Datenbank werden Informationen über die unterschiedlichen Ansätze der **Ratingeinrichtungen** für **Nachhaltigkeitsratings** bereitgestellt und den Rating-Anbietern somit eine Bühne zur Präsentation ihrer **Kernkompetenzen, Bewertungskriterien** und **Ratingmodelle** zur Verfügung gestellt. Damit wird eine bestehende und vielfach beklagte Lücke bezüglich der Intransparenz des Marktes für Nachhaltigkeitsratings geschlossen. Ferner dient die Plattform der Geschäftsanbahnung zwischen Rating-Nachfragern und Rating-Anbietern. Über eine „Moderationsfunktion“ kann direkt Kontakt mit den im Voraus ausgewählten Rating-Einrichtungen aufgenommen werden. Ergänzend dazu bietet die Plattform den Akteuren im Markt für Nachhaltigkeitsratings sowie interessierten Besuchern umfassende Informationen zu den Themen Nachhaltigkeit, nachhaltige Kapitalanlagen, nachhaltige Unternehmensführung und Nachhaltigkeitsratings von Unternehmen.

2 Zielsetzung und Anlass des Vorhabens

Im folgenden Kapitel wird zunächst die **Ausgangslage** skizziert, die Anlass zur Durchführung des vorliegenden Forschungsvorhabens war und die Zielsetzung des Projektes vorgestellt. Eine detaillierte Beschreibung der Anforderungen an die Kompetenzplattform wird in Kap. 3 gegeben.

2.1 Ausgangslage

Aus zahlreichen aktuellen empirischen und theoretischen Studien ist bekannt, dass es spezifische Erscheinungsformen, Ausprägungen und Probleme eines internationalen „**Markts für CSR-Ratings**“ gibt. Auf diesem Markt haben sich über die Jahre beträchtliche Kernkompetenzen in der Unternehmensanalyse im **Bereich nicht-finanzieller Erfolgsfaktoren** und **spezifische Datenbestände** herausgebildet (vgl. Schäfer u. a. 2006, Schäfer 2010 und Kemper u. a., 2010b).

Wie allen Rating-Dienstleistungen ist auch den CSR-Ratings zu eigen, dass sie aus ökonomischer Sicht für die Nutzer der Rating Güter hohe Unsicherheiten darstellen. Sie verkörpern für die Nutzer oft lediglich sogenannte Glaubens- bzw. Vertrauensgüter, d. h. ihre Zuverlässigkeit, ihr Wahrheitsgehalt und ihre Qualität sind nicht immer beurteilbar – oftmals nicht einmal im Anschluss an ihren Einsatz im Rahmen ökonomischer Handlungen wie z. B. Kapitalanlagen (vgl. Schäfer 2006a). Die damit verbundenen asymmetrischen Informationsstrukturen behindern vor allem dann die wünschenswerte Funktionstüchtigkeit eines Informationsmarktes, wenn sich die besser informierte Marktseite (hier: die Rating-Agenturen) opportunistisch und damit nicht kooperativ verhält und beispielsweise ihre Bewertungsverfahren nicht offen legt.

Folgen hiervon sind vor allem von bewerteten Unternehmen beklagte **Intransparenzen** bezüglich der Funktions- und Herangehensweise individueller Rating-Organisationen und **Unsicherheiten gegenüber Modell und Output** des Rating-Prozesses. Allerdings benötigen wiederum insbesondere spezifische Stakeholdergruppen, allen voran Kapitalgeber, Informationen und Bewertungen sozialer und ökologischer Unternehmensleistungen für ihre individuellen Entscheidungen – vor allem für Kapitalanlagen nach ethischen Gesichtspunkten, sog. Socially Responsible Investments.

Dienstleistungen des CSR-Ratings werden daher unter ökonomischen Gesichtspunkten mittlerweile auf einem relevanten Markt angeboten.

Trotz angelaufener eigener Initiativen der Rating-Organisationen zu mehr Standardsetzung und Qualitätsmanagement **fehlt** dem Markt bislang noch die von zahlreichen Akteursgruppen gewünschte **Transparenz und funktionstüchtige Kooperationsstruktur** unter den Akteuren. So stellen z. B. die zur Strukturierung nachhaltiger Geldanlagen herangezogenen Ratingprozesse, -kriterien sowie deren Gewichtung größtenteils eine Black-Box dar und können von Anlegern oft nicht nachvollzogen werden. (vgl. Schäfer 2005b S. 256-258)

2.2 Relevanz des Themas

Der Begriff „**CSR-Rating**“ bezeichnet prinzipiell den **Prozess** und das **Ergebnis** eines **Beurteilungsvorgangs** hinsichtlich der CS/CSR eines Unternehmens. Hierzu findet ein Informationsaustausch zwischen der Rating-Organisation und dem beurteilten Unternehmen statt. Das Ergebnis eines CSR-Ratings wird meist als aggregiertes Urteil durch Symbole in einer Ratingskala ausgedrückt. Die Vergabe eines Ratingurteils stellt primär eine absolute Beurteilung dar, die allerdings um eine relative Einordnung erweitert werden kann, z. B. durch Angabe der Positionierung des Unternehmens im Verhältnis zur Branche (sog. „Best in Class-Ansatz“). (vgl. Schäfer 2005a)

Prinzipiell sind Ratings, als Informations-, Anreiz- oder Überwachungsinstrument in Prinzipal/Agenten-Beziehungen geeignet (vgl. Schäfer 2006a). Hiermit korrespondieren die Offenlegungs- und Zertifizierungsfunktionen der Rating-Organisationen. Erfolgreich eingesetzt, bewirkt es für Prinzipale (z. B. Stakeholder in der Rolle des Investors) eine Reduktion von Informationsdefiziten, die gegenüber Agenten bestehen. Zur Verbesserung des Informationsstandes können Screening-Indikatoren verwendet werden. Sie haben eine Filterfunktion, da sie ein beurteiltes Unternehmen nach CSR/CS-bezogenen Qualitätskriterien klassifizieren. Nach dem erstmaligen Rating, dem sogenannten Screening, schließt sich meist ein Monitoring an, um zukünftige Verhaltensänderungen des beurteilten Unternehmens zu erfassen. Die Möglichkeit von Rating-Organisationen, damit auch eine spätere Herabstufung in eine schlechtere Quali-

tätsklasse vorzunehmen, stellt ein Drohpotenzial für den Beurteilten dar und verleiht einer Rating-Agentur grundsätzlich eine Sanktionsmacht (vgl. Schäfer 2006b).

Rating-Institutionen übernehmen somit eine ordnungspolitische Funktion. Sie erhöhen die Markttransparenz und bewegen beurteilte Akteure zu Wohlverhalten gegenüber den Prinzipalen. Da sie bislang keiner staatlichen Aufsicht unterliegen, müssen Rating-Institutionen grundsätzlich gegenüber ihren Stakeholdern die Glaubwürdigkeit und Wirtschaftlichkeit ihrer Leistungen unter Beweis stellen. Zu diesem Zweck dient als Kooperationsdesign vor allem die Reputation der Rating-Organisation (vgl. Diamond 1989, Klein 1985).

Während es sich beim Credit Rating um ein auf den Finanzmärkten etabliertes Kooperationsdesign handelt, stellt das CSR-Rating ein vergleichsweise neues Konzept dar. Die grundsätzlichen Vertragsbeziehungen zwischen den Beteiligten in einem CSR-Rating lassen sich in Analogie zum Credit Rating wie in Abbildung 1: darstellen. Hierbei wird erkennbar, dass neben der direkten Beziehung zwischen Rating-Organisation und beurteiltem Unternehmen auch die Beziehung zwischen Stakeholder und Unternehmen indirekt beeinflusst wird. Ein entscheidender Unterschied zum Credit Rating ist, dass das CSR-Rating derzeit fast ausschließlich als „Unsolicited Rating“ praktiziert wird. Hier gibt das zu beurteilende Unternehmen nicht selbst den Rating-Auftrag. Vielmehr initiiert die Rating-Organisation selbstständig das Rating-Verfahren. Die Rating-Information (das „Urteil“) stellt meist ein „Club-Gut“ dar, d. h., es wird über Informationsnetze wie z. B. Börseninformationsdienste den Partnern im Netz (Abonnenten) zur Verfügung gestellt. Häufig geht das CSR-Rating nicht direkt in die Dispositionen der Stakeholder ein, sondern wird wiederum von anderen Intermediären bei der Erstellung ihrer Dienstleistungen eingesetzt, die dann erst markt- oder außermärklich von Stakeholdern erworben werden. Beispielsweise könnte ein CSR-Rating über ein Unternehmen in der Asset Management-Abteilung einer Bank zur Bildung eines Aktienportfolios nach sozialen und ökologischen Gesichtspunkten verwendet und anschließend als „Socially Responsible Investments“ Investoren zum Erwerb angeboten werden (vgl. hierzu Schäfer 2001).

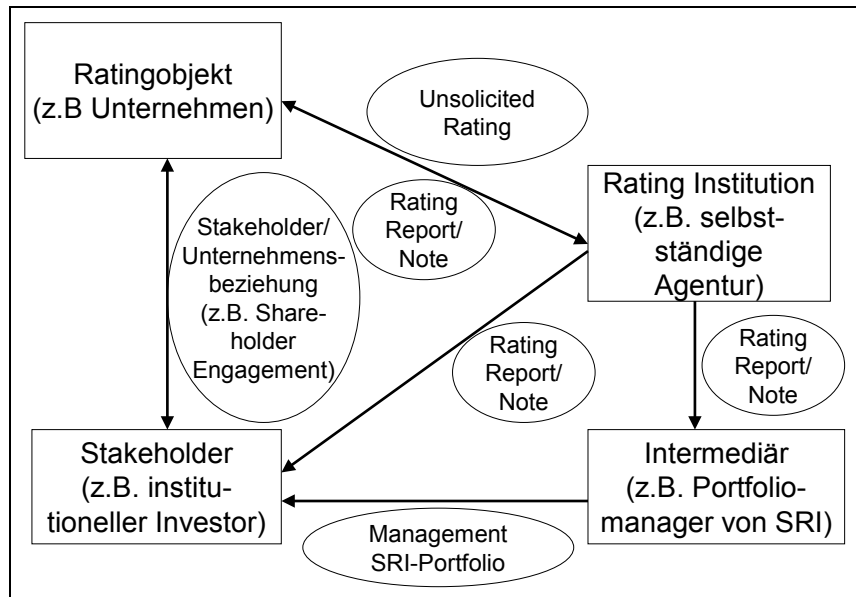


Abbildung 1: Grundsätzliche Beziehungen beim CSR-Rating
nach Schäfer 2006c, S. 145

CSR-Rating-Organisationen können ihre Reputation bislang nur durch retrograde Überprüfung der Genauigkeit des Rating-Urteils, Wettbewerb untereinander und durch spezielles Signaling aufbauen. Approximativ dürfte etwa der Umfang der zum Rating eingesetzten Ressourcen wie zum Beispiel der zu bewerteten Unternehmen pro Analyst einem signalähnlichen Charakter für die Güte des Ratings zukommen. Trotz wiederkehrender Elemente verbleibt in den derzeit vorfindbaren Messkonzepten von CSR/CS eine hohe Individualität und Divergenz. Bislang gibt es noch keine CSR-Rating-Institutionen, die auf der Basis externer Tests Best-Practice Leadership nachweisen kann und auf dieser Basis als Standardsetter am Markt fungieren kann (vgl. hierzu die Ergebnisse der Studie von Sustainability/Mistra 2004). Im Gegensatz zum Credit Rating, in dem es einen hohen Konsens über methodische Modelle und Kriterien gibt (vgl. Howe 1997, S. 377 - 403), dürften die einzelnen Messkonzepte im CSR-Rating von Natur aus divergieren, da sie individuellen Motiven der Anbieter und deren u.U. sehr unterschiedlichen Vorstellungen von Nachhaltigkeit bzw. CSR entstammen (vgl. Sjöström 2004, S. 15). Hieraus dürften sich dann naturgemäß auch unterschiedliche Rating-Kriterien und -Konzepte ergeben.

Die derzeit existierenden CSR-Ratings liefern interessierten Stakeholdern in aggregierter Form eine Einschätzung über CSR bzw. Nachhaltigkeit von Unternehmen

(Transparenzfunktion). Unternehmen selbst erkennen darüber hinaus zunehmend die Signaling-Funktion eines Rating-Urteils, indem sie selbst aktiv den Rating-Prozess begleiten und so Stakeholder eine bessere Einschätzung der unternehmensspezifischen CSR ermöglichen. Weisen Rating-Systeme in der Öffentlichkeit, resp. bei Marktakteuren eine hohe Akzeptanz auf, so können sie die Einstellung und das Verhalten von Stakeholder nachhaltig beeinflussen. Stakeholder sind dann z. B. als kritische Konsumenten oder sozial engagierte Investoren in der Lage, ihren individuellen Zielsetzungen entsprechend Unternehmensverhalten zu sanktionieren.

Rating-Organisationen stehen meistens mit den von ihnen bewerteten Unternehmen in einem spezifischen, nicht immer konfliktfreien Kommunikations- und Informations-transferverhältnis. Angesichts der Fülle der zur CSR-Bewertung notwendigen Daten liegt aus Qualitätsgesichtspunkten eine enge Kooperation nahe.

Aus den sehr unterschiedlichen Vorstellungen der einzelnen Organisationen über das spezifische CS/CSR-Paradigma, der hohen Methoden-Vielfalt sowie den unterschiedlichen Erhebungskriterien ergibt sich jedoch hierbei ein Dilemma: Unternehmen werden aus ökonomischen Gründen zwangsläufig nicht alle Rating-Organisationen in gleicher Weise/Qualität bedienen können (bzw. wollen) (vgl. Schäfer 2005a S. 117). Da der Markt der CSR-Rater bislang nur wenige Schritte in Richtung gemeinsamer Standards getätigt hat, beabsichtigt das Projekt mit dem Aufbau einer Kompetenzplattform, die Kooperationen und Netzwerkstrukturen verschiedener Akteursgruppen im Markt für CSR-Ratings zu stimulieren, zu koordinieren und so die Qualität der CSR-Ratings zu verbessern. ARGUS nimmt jedoch keine qualitative Bewertung der Rating-Organisationen und der Rating-Modelle vor und ist kein aktiver Partner bei der Durchführung von Rating-Prozessen.

2.3 Zielsetzung des Forschungsprojektes

Das **Ziel** des Projektes war die Entwicklung und die Sicherstellung des laufenden Betriebs einer **webbasierten Kompetenzplattform** über **Ratings** der Corporate Social Responsibility (CSR)/Corporate Sustainability (CS) in Bezug auf Organisationen, Beurteilungssysteme und Kriterien (kurz CSR-Ratings). Hierfür wurde der Titel „ARGUS“ gewählt (Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for

Users & Stakeholders). Mithilfe der Entwicklung und dem nachfolgenden dauerhaften Betrieb einer **internetgestützten Kompetenzplattform** (ARGUS) wird angestrebt, die Transparenz in der Kooperation zwischen den direkten Akteuren (Rating-Organisationen, Unternehmen, Finanzdienstleistern, institutionellen Investoren) und den indirekten Akteuren (öffentliche Stellen, Nichtregierungsorganisationen) zu erhöhen. Damit einhergehen sollen Qualitätsverbesserungen in den Ratings bzgl. deren Prozessen und Ergebnissen (Rating-Noten). Dabei handelt es sich **um mehr als** eine rein **technische Lösung**. ARGUS stellt darüber hinaus einen **virtuellen kooperativen netzwerkartigen Verbund** unter den beteiligten Akteuren her (**Community Building** im Bereich CSR-Ratings). Die Plattform ist in ihrer Art und Ausrichtung völlig neuartig. Sie ist international ausgerichtet und in deutscher sowie englischer Sprache verfasst. Abbildung 2 zeigt die Struktur der Plattform. Der Aufbau und die Inhalte der Plattform werden in Kap. 3 und Kap. 4 erläutert. Die Nutzer der Plattform können in zwei Hauptgruppen eingeteilt werden. Dabei handelt es sich um die bewerteten Unternehmen, welche auch als **Rating Objekte (RO)** bezeichnet werden können, und um die Kapitalanleger sowie Finanzintermediäre, welche die Ratings für ihre Kapitalanlageentscheidungen nutzen und von daher als **Rating Nachfrager (RN)** bezeichnet werden können. Die Informationen über die einzelnen Ratingsysteme werden von den **Rating-Agenturen (RA)** auf die Plattform eingestellt und verwaltet. Die Universität Stuttgart ist für die Administration, Datensicherheit und Verfügbarkeit der Kompetenzplattform zuständig.

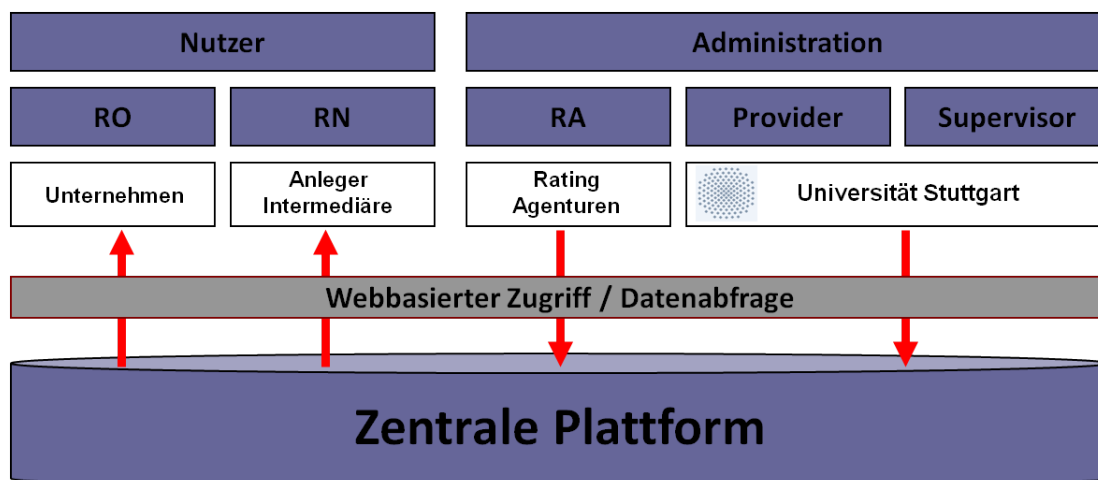


Abbildung 2: Aufbau der Kompetenzplattform ARGUS

3 Darstellung der Arbeitsschritte und Methoden

Im folgenden Kapitel werden die Arbeitsschritte des Forschungsvorhabens vorgestellt. Es handelt sich hierbei um die zeitliche Abfolge der Arbeitsschritte (Kap. 3.1), die Analyse der Anforderungen der einzelnen Akteursgruppen an die Plattform (Kap. 3.2) und um die methodische Vorgehensweise bei der Entwicklung der Plattform (Kap. 3.3). In Kap. 3.4 wird zudem die technische Entwicklungsumgebung der Plattform vorgestellt. Zuletzt wird in Kap. 3.5 der Prozess der Datenerhebung und Datenverifizierung durch die Ratingagenturen vorgestellt.

3.1 Vorgehensweise und Projektplan

Der Entwicklungsprozess der Plattform erfolgte mithilfe eines iterativen Vorgehensmodells unter konsequenter Einbindung prototypischer Methoden. Hierbei werden in mehreren Zyklen lauffähige Systemversionen (Prototypen) entwickelt, wobei sämtliche Projektbeteiligte in Form einer „**geschlossenen Benutzergruppe**“ aktiv in die Entwicklung mit eingebunden wurden. Mithilfe dieser Vorgehensweise wurde insbesondere die Kooperation zwischen den Akteuren hinsichtlich der Systemanforderungen (Requirements) in vertrauensvoller Umgebung aufgebaut und wirkungsvoll gestaltet, um so Projektfortschritte möglichst schnell zu präsentieren. In einem ersten Schritt wurden hierbei zunächst ausgewählte **Rating-Agenturen** als Anbieter und geeignete **Systembenutzer** (Kapitalanlagegesellschaften, Pensionskassen, Unternehmen etc.) als Nachfrager nach Dienstleistungen des CSR-Ratings eingebunden, um bereits in den ersten Prototypingzyklen eine wirkungsvolle **Plattform** zum Informationsaustausch aufbauen zu können. Nach den ersten Entwicklungszyklen wurde der Kreis der Anbieter und Nachfrager in der geschlossenen Benutzergruppe erweitert und ein **Betriebs-** und **Administrationskonzept** entworfen, sodass ein komfortabler operativer Einsatz der Plattform nach Projektabschluss ermöglicht wurde. Abbildung 3 zeigt den Projektplan des Forschungsprojektes.

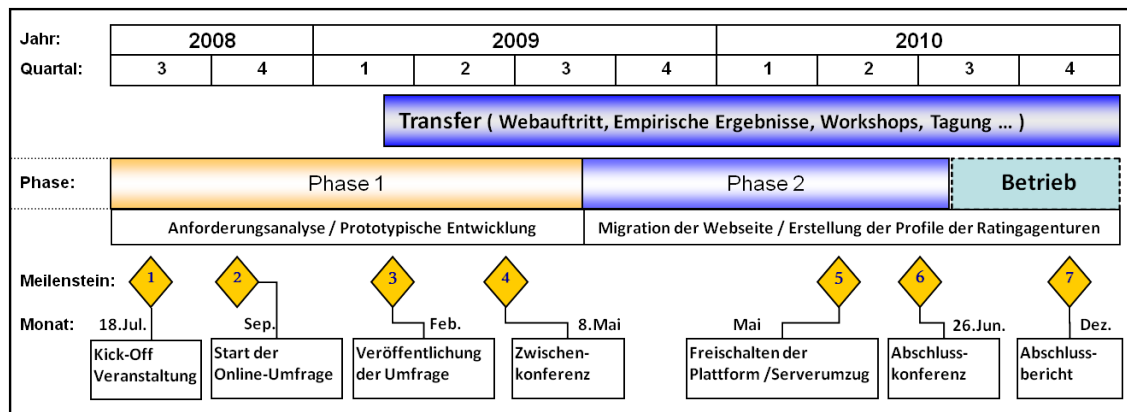


Abbildung 3: Projektplan des Forschungsprojekts ARGUS

3.2 Anforderungsanalyse und Projektworkshops

Die Anforderungsanalyse der Kompetenzplattform ARGUS wurde im Rahmen zahlreicher Expertengespräche, Projektworkshops sowie einer breit angelegten Onlineumfrage durchgeführt, welche im Folgenden vorgestellt werden.

3.2.1 Zielgruppendefinition

Zielgruppe der Kompetenzplattform sind sowohl die **Vertreter** von **Unternehmen**, die bereits geratet wurden, aber vor allem auch Vertreter von Unternehmen, die bisher noch keine Rating-Erfahrung haben wie z. B. **mittelständische** und **öffentliche Unternehmen**. Daneben sind hauptsächlich **Kapitalanleger** und **Finanzdienstleister** angesprochen, aber auch **Intermediäre** wie Regierungsstellen, NGOs sowie die interessierte Öffentlichkeit. Abbildung 4 zeigt eine Übersicht der Zielgruppen mit den jeweiligen Experten, Nutzern und Sponsoren der Kompetenzplattform ARGUS.

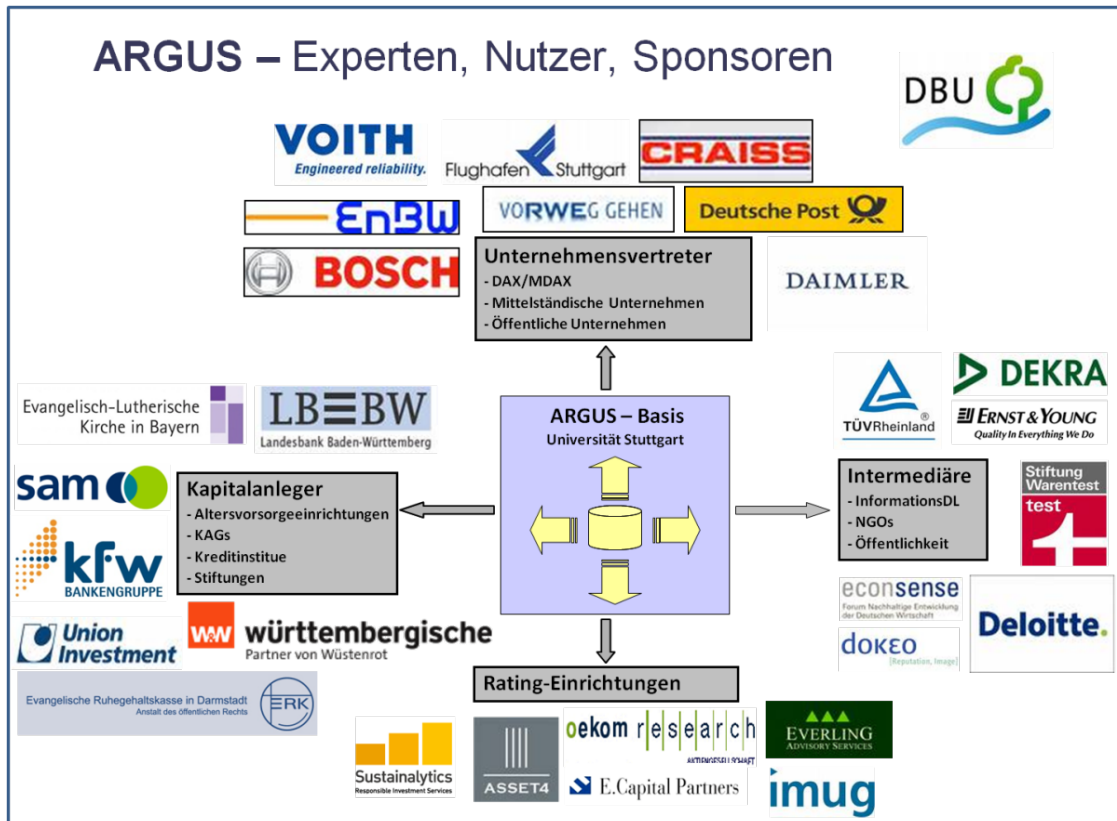


Abbildung 4: Zielgruppen der Kompetenzplattform ARGUS

Die Kunden der Ratingagenturen (welche die Nachfrage nach Ratingdienstleistungen stellen) kommen überwiegend aus dem Kreis der **Kapitalanleger und Finanzintermediäre**. Dabei können folgende Anlegergruppen unterschieden werden:

- Altersvorsorgeeinrichtungen / Pensionskassen
- Kapitalanlagegesellschaften (KAGs) wie z. B. Asset Manager oder Fondsgesellschaften
- Kreditinstitute / Banken
- Stiftungen und kirchliche Einrichtungen

Im Bereich der **Unternehmensvertreter** konnten für das Projekt Vertreter aus folgenden Kreisen als Experten gewonnen werden:

- Mittelständische Unternehmen
- Börsennotierte Unternehmen aus DAX / MDAX
- Öffentliche Unternehmen

Die **Rating-Anbieter**, welche das Angebot von Ratingdienstleistungen bereitstellen, können in folgende Gruppen eingeteilt werden:

- Rating-Agenturen (externes Rating)
- Inhouse Research von Banken (internes Rating)
- Asset Manager bzw. Indexanbieter (internes Rating)

Bei den Rating-Agenturen bestehen zudem teilweise erhebliche Heterogenitäten in Bezug auf Herkunft und Mission (Profit/Non-Profit-Institutionen), Professionalität, internationale Ausrichtung sowie extreme Unterschiede in der Informationsrecherche und der Ratingmethode.

Kennzeichnend für den Rating-Prozess sind unterschiedliche Bewertungskriterien und unterschiedliche Kausalmodelle, individuelle Gewichtungen sowie unterschiedliche Ausschlusskriterien, welche Externen nicht transparent sind. Abbildung 5 gibt einen Überblick des Zusammenspiels der Akteure im Markt für CSR-Ratings.

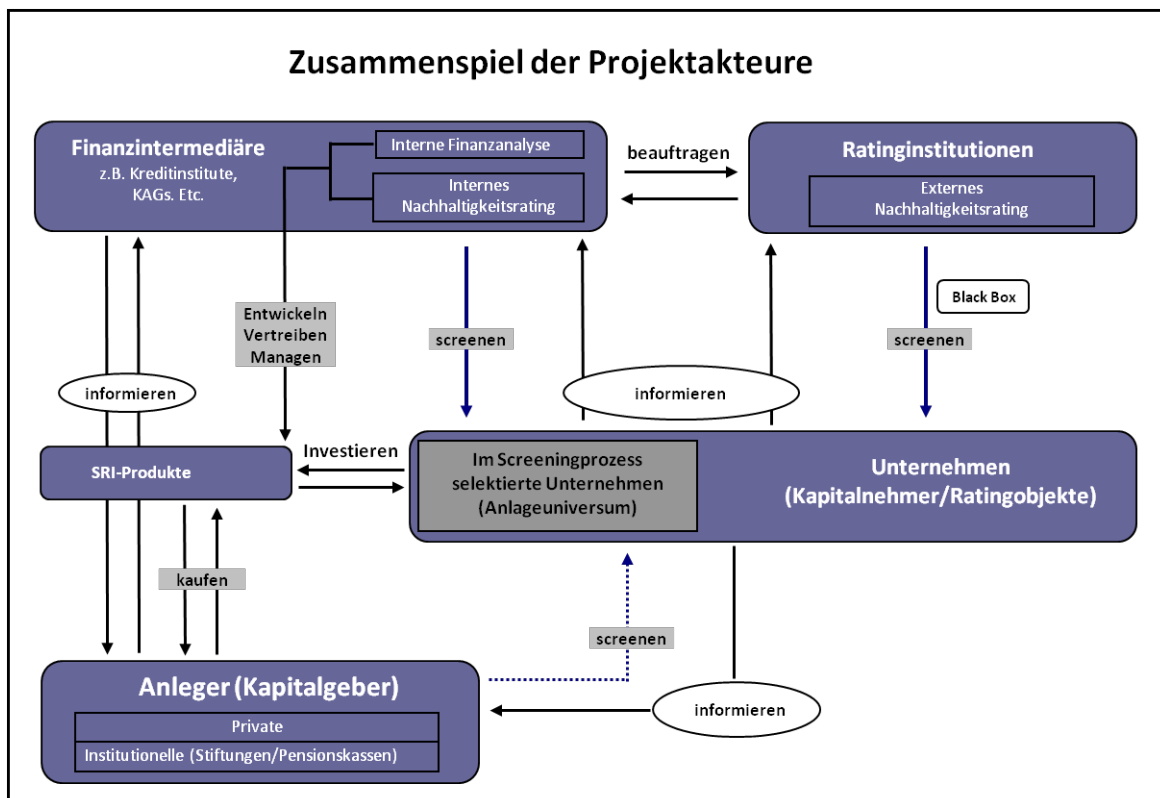


Abbildung 5: Zusammenspiel der Akteure im Markt für CSR-Ratings

In Anlehnung an Schoenheit, 2005, S.112

3.2.2 Vorgängersystem und bisherige Untersuchungen

In einem Forschungsbericht der Bertelsmann Stiftung aus dem Jahr 2006 wurde bereits in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl Finanzwirtschaft der Universität Stuttgart eine umfassende Übersicht der Rating-Anbieter des Marktes für Nachhaltigkeitsratings erstellt (vgl. Schäfer u. a. 2006). Zusätzlich zu diesem Forschungsbericht wurde am Lehrstuhl Finanzwirtschaft der Universität Stuttgart, im Rahmen zweier Studien, eine auf Microsoft Access basierende Datenbank über die den Ratingsystemen zugrunde liegenden Kriterienstandards sowie die verwendeten Positiv- und Negativkriterien von ausgewählten Ratingsystemen entwickelt (vgl. Schäfer, H., u. a. 2004). Die Erkenntnisse und Vorarbeiten dieses rudimentären Vorgängersystems dienten als Ausgangspunkt für die Entwicklung der interaktiven webbasierten Kompetenzplattform ARGUS. Abbildung 6 und Abbildung 7 geben einen Überblick der Access – Datenbank:

Untersuchung der Rating-Institutionen nach:

- Kriterienstandards →

Kriterienstandard	Bank Sarasin	UBS	Zürcher Kantonalbank	Oekom Research AG	Sam	Inrug	Centre Info	scoris	Intrate	E Capital Partners	ERIS
Account Ability 1000 : Soziale, Ökologische und Ökonomisch	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allg. Erklärung der Menschenrechte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Amnesty International Human Rights Principles for Compar	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EFQM (European Foundation for Quality Management)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ethical Trading Initiative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Frankfurt-Hohenheimer Leitfaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freedom-House-Liste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Global-Sullivan-Principles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
GRI (Global Reporting Initiative): Publikationsrichtlinien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ILO (International Labor Organisation): Arbeitsrechte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
International Confederation of Free Trade Unions' model co	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observer-Liste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OECD-Guidelines for multinational companies	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SA 8000: Arbeitsbedingungen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Social Performance Indicators: Soziale Kriterienstandards k	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The World Resource Institut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Abbildung 6: Vorgängersystem - Untersuchung der Kriterienstandards

<p>Untersuchung der Rating-Institutionen nach:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negativkriterien → - Positivkriterien → 	Navigation Negativkriterien	Auswahloptionen <input checked="" type="radio"/> Negativkriterien (alle) <input type="radio"/> nur Ausschlusskriterien	Bank Sarasin	Zürcher Kantonalbank	Oekom Research AG	Centre Info	score	Inrate	E Capital Partners	EURIS	
	Negativkriterium										
	Abtreibung, Verhütung, Geburtenkontrolle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Airlines/Flugzeughersteller	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Aktivitäten in Ländern, in denen anerkannte Protestbewegun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Alkohol	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Arbeitsrechtsverletzungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ausbeutung nicht erneuerbarer Rohstoffe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Automobilhersteller	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Beteiligungen an/Verbindungen zu Menschenhandel und Di	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Carbon-Dioxid-generierende Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Chlor- und Agrochemikalien	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Diskriminierung v. Frauen, sozialen oder ethnischen Minder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Embryonenforschung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Entschädigung indigener Bevölkerung/Biopiraterie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Abbildung 7: Vorgängersystem: Untersuchung der Negativ- und Positivkriterien

3.2.3 Kick-Off Veranstaltung

Als erster offizieller Projektmeilenstein fand am 18. Juli 2008 die Kick-Off Veranstaltung zur Vorstellung des Projektvorhabens sowie zur Konkretisierung der Anforderungen und des weiteren Vorgehens bei der Entwicklung der Plattform statt. Nachdem im Vorfeld potenzielle Experten der einzelnen Akteursgruppen identifiziert und eingeladen wurden, war ein breites Spektrum an Vertretern von Kapitalanlegern, Rating-Einrichtungen sowie den bewerteten Unternehmen anwesend.

Das Programm der Kick-Off Veranstaltung ist in Tabelle 1 abgebildet:

11.00 Uhr	Top 1: Begrüßung, Einführung und Vorstellung
11.30 Uhr	Top 2: Impulsvortrag: CS/CSR-Ratings
12.00 Uhr	Top 3: CS/CSR-Rating: Herausforderungen
13.00 Uhr	Mittagspause

14.00 Uhr	Top 4: ARGUS – Konzeption einer Kompetenzplattform für CS/CSR-Ratings
15.00 Uhr	Top 5: Konkretisierung des weiteren Vorgehens
15.45 Uhr	Top 6: Zusammenfassung und Schlussbemerkungen
ca. 16.00	Ende der Veranstaltung

Tabelle 1: Programm der Kick-Off Veranstaltung

Eine wichtige Erkenntnis der Veranstaltung war, dass die Anforderungen an die Plattform durch die einzelnen Akteursgruppen teilweise sehr verschieden sind. So bestand gerade von mittelständischen Unternehmen und vonseiten der Öffentlichkeit, welche traditionell eher wenig Erfahrungen mit Nachhaltigkeitsratings haben, die Anforderung eine grundlegende **Informationsplattform** bezüglich der Themenbereiche Nachhaltigkeit, nachhaltige Unternehmensführung sowie nachhaltige Kapitalanlagen zu entwickeln. Obwohl die Erstellung einer solchen Informationsplattform nicht Gegenstand des ursprünglichen Forschungsantrags war, wurde diese Anforderung aufgrund der übereinstimmenden Zustimmung der Projektbeteiligten in den Anforderungskatalog mit aufgenommen. Im folgenden Projektverlauf wurde daher zwischen dem **Kernbereich (ARGUS-Core)** und dem **Informationsbereich (Web-Plattform)** der Kompetenzplattform unterschieden.

Für den **Informationsbereich** wurden folgende Anforderungen definiert:

- Bereitstellen von Informationen über das **Thema CS/CSR**
- Bereitstellen von Informationen über **SRI-Produkte** (Investment Case of CSR)
- Bereitstellen von Informationen über die **Relevanz von CSR** für Unternehmen, insbesondere aus Perspektive des Mittelstands (Business Case of CSR)
- Darstellung von CSR-Anforderungen an Unternehmen vonseiten verschiedener Stakeholdergruppen
- Darstellung von Verbesserungspotenzialen für Unternehmen
- Vermarktungsstrategien der CSR-Performance für Unternehmen, insbesondere dem Mittelstand
- Erstellung eines Glossars über CS/CSR mit Praxisbeispielen und Vergleichsmöglichkeiten (Benchmark)

- Bereitstellung von Informationen über den Value Added von CSR-Aktivitäten

Folgende Anforderungen an den **ARGUS-Core Bereich** wurden identifiziert:

- Auflistung der international agierenden Rating-Anbieter
- Abbildung der Ratingprozesse sowie die Infrastruktur der Ratinganbieter
- Darstellung der Ratingsysteme, Ratingkriterien sowie deren Gewichtung
- Informationen über die Volumina (Assets under Management), die nach einem Rating verwaltet werden
- Informationen über die Informationsquellen und die Qualität der Daten, welche für die Ratings herangezogen werden
- Übersicht der bewerteten Unternehmen, die in den Ratings berücksichtigt sind (Welche Rating Agentur hat welches Unternehmen in ihrem Portfolio?).

Im Anschluss der Kick-Off Veranstaltung wurde auf Basis dieser Anforderungen damit begonnen, ein auf Microsoft Excel basierender **Prototyp** des **Core-Bereichs** zu entwickeln. Zusätzlich dazu wurden die Anforderungen an die Informationsplattform schrittweise in die bereits bestehende **Projekthomepage** integriert und diese so zu einer **webbasierten Informationsplattform** ausgebaut.

3.2.4 Expertenworkshops

Anschließend an die Kick-Off Veranstaltung wurden die Anforderungen an die Kompetenzplattform kontinuierlich in einzelnen Expertenworkshops mithilfe einer iterativen Entwicklung von Prototypen des **Core-Bereichs** sowie dem aktuellen Stand der Informationsplattform spezifiziert. Weitere Informationen über den Ablauf der Entwicklung erhalten Sie im Kap. 3.3. Im Rahmen dieser Expertenworkshops wurde der Core-Bereich in **vier Informationsbereiche** zu den Rating-Agenturen eingeteilt:

- **Stammdaten**
- **Strukturdaten**
- **Ratinginfrastruktur**
- **Ratingsystem**

Eine Übersicht zur **Anforderungsanalyse an den ARGUS Core Bereich**, welche sich aus den Expertengesprächen ergab, wird in Tabelle 2 dargestellt.

Angaben zu den Stammdaten:

Gründungsjahr

Hauptsitz der Firmenleitung

Hintergrund der Entstehung und Entwicklung seit Gründung

Umsatz

Mitarbeiter

Partner / Netzwerk

Aktionsradius / geografische Abdeckung des Ratinguniversums

Geschäftstätigkeit

Eigentümerverhältnisse

Angaben zu den Strukturdaten:

Kategorie

Dienstleistungen / Produkte

Angebotene Nachhaltigkeitsindizes

Abbildung der Kostenstruktur

Kumulierte AUM der Kunden, die auf Basis des Ratings angelegt werden

Quote - bewertete Unternehmen pro Analyst

Geratete börsennotierte Unternehmen und Abdeckung einzelner Indizes

Geratete nicht börsennotierte Unternehmen, Pfandbriefemittenten, Staaten

Anzahl der regelmäßig gerateten Unternehmen

Auszug aus der Kundenliste
<u>Anforderung an die Ratinginfrastruktur:</u> Mission und Vision der jeweiligen Ratingagentur bezüglich CSR Informationsquellen Aktualität / Ratingzyklus Darstellung der Ratingergebnisse Qualitätsmanagement
<u>Anforderung an die Ratingsysteme:</u> Der Aufbau des Rating-Systems muss vorab definiert sein. Differenzierung nach Branchen bzw. Ländern Branchenspezifische Darstellung der Gewichtungen und Kriterien Berücksichtigte Kriterienstandards sowie deren Relevanz Darstellung der verwendeten Negativkriterien und Ausschlusskriterien
<u>Allgemeine Anforderungen:</u> Hinweis über die letzte Aktualisierung Die Plattform sollte zweisprachig sein (Deutsch, Englisch) Es sollten Hilfetexte zu den Feldern hinterlegt werden Ein Schnittstellenexport in Excel wäre wünschenswert Die Informationen sollten zielgruppengetreu dargestellt werden

Tabelle 2: Meinungen und Anregungen zum 1. Prototyp

3.2.5 ARGUS-Forum / Zwischenkonferenz

Das Ziel des ARGUS-Forums am 08.05.2009 war die Verbesserung der derzeitigen **Kommunikation und Kooperation** unter den Projekt-Akteuren sowie die Vorstellung der **Anforderungsanalyse** und des darauf basierenden Prototypen. Die grundlegenden Diskussionspunkte waren die Erweiterung der **Einsatzmöglichkeiten und die Erhöhung der Transparenz** von CS/CSR-Ratings.

Als wichtigste Anforderung an die Plattform aus Sicht der Unternehmensvertreter und Kapitalanleger war dabei die Erhöhung der **Transparenz** der CS/CSR-Ratings durch Bereitstellung von Informationen zu:

- den **Bewertungsprozessen** (vor allem Kriterien, Gewichte)
- dem **Qualitätsmanagement** der Ratingagenturen bzgl. der Datenerhebung, sowie der Weiterentwicklung der Ratingmethode.
- den **Reporting-Systemen** um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu ermöglichen

Das Hauptargument der Unternehmensvertreter war, dass die vielen **verschiedenen Ansätze** dieser Ratings (ca. 50 weltweit!) bei den bewerteten Unternehmen sehr **hohe Transaktionskosten** verursachen. Eine Bereitstellung von umfassenden Informationen zu allen CSR/CS Bewertungsprozessen durch die Unternehmen ist sehr kosten- und personalintensiv und daher oft nicht machbar. Als Rechtfertigung für die hohen Kosten wurde auch nochmals die Relevanz von Nachhaltigkeitsratings für die Unternehmen herausgestellt. Zu den wichtigsten Punkten zählten:

1. CSR/CS kann für Unternehmen erfolgsrelevant sein und ist integrierbar in eine wertorientierte Unternehmensführung.
2. Unternehmen können aus einem CS/CSR Rating wichtige Impulse einer Stärken-Schwächen-Analyse für ihr eigenes Kerngeschäft erhalten.
3. Vor allem nicht börsennotierte, mittelständische Unternehmen haben ein sehr großes und reichhaltiges gesellschaftliches Engagement, das bislang zu wenig kommuniziert wird. Dies deckt sich auch mit breiten wissenschaftlichen Studien (vgl. Universität Stuttgart/Bertelsmann Stiftung 2007).

4. Nachhaltigkeitsratings können die Grundlage eines geregelten Prozesses der CS/CSR-Kommunikation gegenüber Stakeholder des Unternehmens darstellen.

Von den Vertretern der Kapitalanleger kam hingegen der Ruf nach mehr **Vereinheitlichung** und einer besseren **Vergleichbarkeit** der Ratings bezüglich ihrer:

1. Kern-/Schlüsselindikatoren
2. Rating-Methoden
3. Rating-Ergebnisse und Rating-Berichte

Im Anschluss an die Diskussion wurde der auf Microsoft Excel basierende Prototyp vorgestellt und offene Punkte adressiert. Dabei wurden auch die weiteren Arbeitspakete mit den Teilnehmern vereinbart. Ein Abzug des Excel Prototypen befindet sich im Anhang 1.

Das Programm der Zwischenkonferenz ist in Tabelle 3 abgebildet:

10.30 Uhr	Top 1: Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer
11.00 Uhr	Top 2: Kompetenzplattform ARGUS: Projektstand
11.30 Uhr	Top 3: Das gesellschaftliche Engagement deutscher Unternehmen: Erste Ergebnisse der ARGUS-Onlinebefragung
12.00 Uhr	Top 4: ARGUS - Gesamtarchitektur der Kompetenzplattform
13.00 Uhr	Mittagspause
14.00 Uhr	Top 5: Prototypische Entwicklung des ARGUS-Core Bereichs
14.30 Uhr	Top 6: ARGUS–Anforderungsanalyse Diskussionsrunde der Anspruchsgruppen
15.30 Uhr	Top 7: Nächste Meilensteine
ca. 16.00	Ende der Veranstaltung

Tabelle 3: Programm der Zwischenkonferenz „ARGUS-Forum“

Als weiterer Punkt des ARGUS-Forums wurden erste Ergebnisse der Onlineumfrage präsentiert und diskutiert, welche nun im folgenden Kapitel vorgestellt werden.

3.2.6 Onlineumfrage

Zur weiteren Anforderungsvalidierung der Kompetenzplattform wurde zusätzlich zu den Expertengesprächen eine breit angelegte Onlineumfrage unter dem Titel „Das gesellschaftliche Engagement deutscher Unternehmen – eine Bestandsaufnahme“ durchgeführt. Im Fokus der Onlineumfrage standen dabei die **Aktivitäten** des gesellschaftlichen Engagements deutscher Unternehmen, die **Relevanz von Nachhaltigkeitsratings** sowie die **Anforderung** an die Kompetenzplattform ARGUS zur Verbesserung der Transparenz im Markt für Nachhaltigkeitsratings. Zwischen Februar und September 2009 konnten 1.369 Unternehmen befragt werden, von denen 109 Fragebögen komplett ausgewertet werden konnten. Nachfolgende Aufzählung fasst die Hauptergebnisse der Anforderungsanalyse an die Kompetenzplattform ARGUS stichwortartig zusammen.

Anforderungen an den Web-Bereich (Informationsplattform)

Informationen zu den Themen:

- Nachhaltigkeit
- Umweltschutz
- Unternehmensethik
- Umweltmanagement
- Klimaschutz
- Menschenrechte
- Nachhaltigkeit im Asset Management

Hinweise auf:

- Gesetzliche Rahmenbedingungen und Rechtsgrundlagen in D, EU
- Internationale Initiativen
- Praxisbeispiele
- Benchmarks
- Finanzielle Vor- und Nachteile aus CSR
- Vor- und Nachteile von CSR-Ratings
- Wichtige Links, Adressen, Internetforen
- Trends im Markt für Nachhaltigkeitsratings sowie branchenspezifische Details

Anforderungen an den Kernbereich (ARGUS Core):

- Übersicht der am Markt für CSR-Ratings agierenden Rating-Agenturen
- Gegenüberstellung der Rating-Agenturen wie SAM, oekom, etc.
- Bereitstellung von Kontaktdaten und Referenzen der Ratinganbieter
- Abbildung von Rating-Beispielen
- Informationen zu den Rating Technologien
- Darstellung der Ratingmethoden
- Informationen über die Qualifikation der Ratingeinrichtungen
- Informationen über das Qualitätsmanagement der Rating-Agenturen
- Durchführung eines Ratings der Rater

3.3 Entwicklung durch iteratives Prototyping

Da die beiden Bereiche der **Kompetenzplattform** (Informationsbereich und Core-Bereich) unterschiedliche Anforderungen an die Entwicklung der Plattform stellten, wurden beide Bereiche separat entwickelt.

Der **Informationsbereich** zu den Themen Nachhaltigkeit, nachhaltige Unternehmensführung (CSR) und nachhaltige Kapitalanlagen wurde während der Entwicklung in die bestehende Projekthomepage integriert. Bei diesem Web-Auftritt handelt es sich um eine auf dem Content Management System Typo 3 basierende Webseite. Die Projekthomepage wurde dabei kontinuierlich von den Mitarbeitern der Universität Stuttgart ausgebaut und mit Informationen aus wissenschaftlichen Arbeiten angereichert.

Beim **Core-Bereich** handelt es sich hingegen um eine eigenständige und neuartige Anwendung in dem gezielt Informationen über Ratingagenturen und CSR-Ratings eingeholt werden können. Nach einer Analyse der Anforderungen an den Core-Bereich kam das Projektteam zu dem Ergebnis, dass eine Umsetzung mit Standardisierten Content Managements Systemen wie Typo 3 nicht möglich war. Es war daher nötig eine eigene webbasierte Anwendung zu entwickeln. Die Programmierung des Core-Bereichs wurde mit Unterstützung durch Studentische Hilfskräfte in einer Java Umgebung durchgeführt. Weitere Informationen zur Entwicklungsumgebung und der IT-Infrastruktur werden in Kap 3.4 und Kap. 4.1 gegeben.

Da das Projektteam bei der Entwicklung des Core-Bereiches auf das Feedback einer Vielzahl unterschiedlicher Interessengruppen angewiesen war, war ein klassisches Vorgehen nach einem sequenziellen Entwicklungsmodell wie dem Wasserfallmodell – bei dem die Anforderungen zu Beginn der Entwicklung vollständig spezifizierbar sind – nicht möglich. Zu Beginn des Projekts war zwar das Ziel von ARGUS im Rahmen des Projektantrages vorgegeben, die finale Ausprägung des Core-Bereichs war aber von der Bereitschaft der Projektteilnehmer, ihr Know-How und ihre Expertise in das Projekt einzubringen, abhängig. Aufgrund dieser Situation wurde ein iterativer Entwicklungsansatz gewählt.

Bei einer iterativen Softwareentwicklung handelt es sich um ein Vorgehen mit dem Ziel den Projektteilnehmern möglichst schnell (binnen weniger Monaten) lauffähige Teilprodukte zur Verfügung zu stellen und in kurzen Iterationszyklen Rücksprachen mit den Projektverantwortlichen zu ermöglichen. Die Summe der Teilprodukte stellt jeweils die aktuelle Version des Produktes dar (versioning) (vgl. Kemper u. a., 2010a). Durch dieses Vorgehen war es möglich, die Projektteilnehmer durch Prototypen zur Mitarbeit zu motivieren und gleichzeitig ein neues Gebiet systematisch zu erschließen.

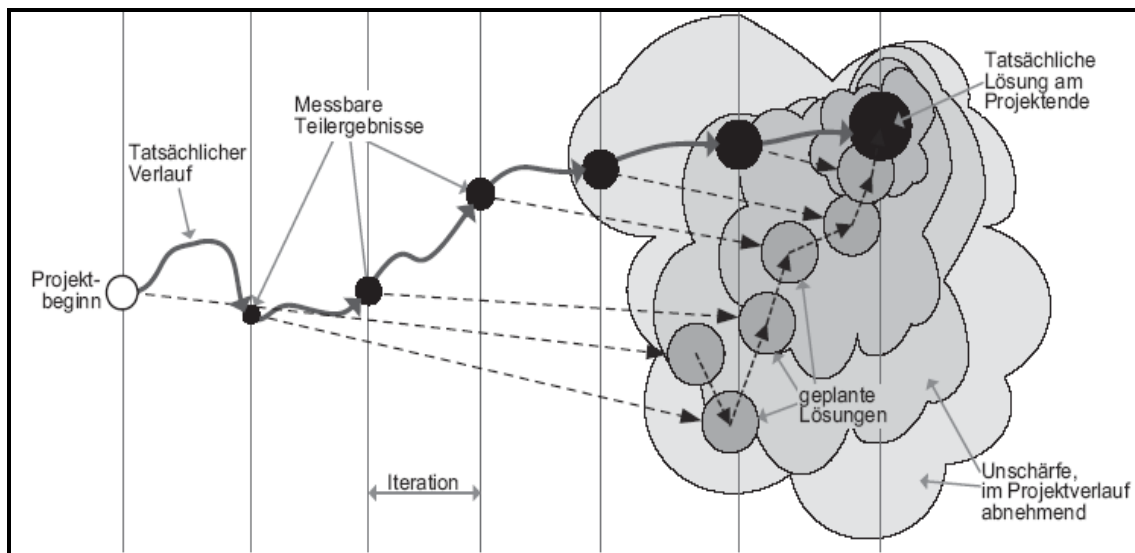


Abbildung 8: Iterative Softwareentwicklung
nach Oestereich, 2008, S. 20

Abbildung 8 stellt einen exemplarischen Projektverlauf dar. Bei den Linien handelt es sich um den tatsächlichen Projektverlauf, die schwarzen Kreise stellen Ergebnisse der

einzelnen Iterationen dar. Bei den grauen Kreisen handelt es sich um finale Lösungen, die sich mit jeder Iteration dem finalen Ergebnis genähert haben.

Neben einem iterativen Vorgehen wurden im Zuge der Entwicklung des Core-Bereichs auch noch abgestimmte Releases eingeführt. Dabei wurden einzelne Funktionalitäten als geschlossene Teilprodukte zusammengefasst und Stück für Stück entwickelt. Mit der Bereitstellung eines jeden Teilproduktes wurde die Funktionalität des Core-Bereichs schrittweise erweitert, bis am Ende das letzte Teilprodukt den finalen Zustand des Core-Bereichs erzeugte. Abbildung 9 stellt diesen Sachverhalt als Puzzle grafisch dar.

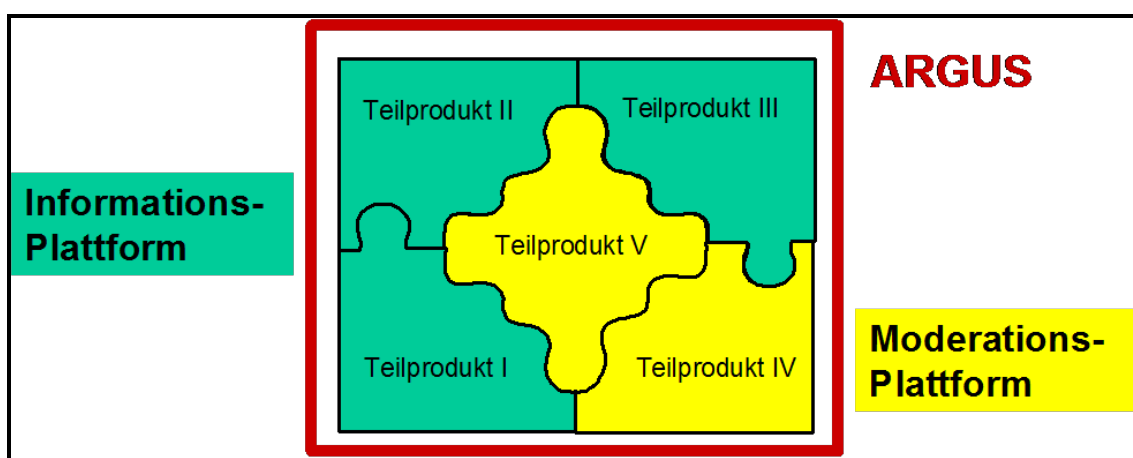


Abbildung 9: Teilprodukte und deren Zusammenhang

3.4 Entwicklungsumgebung

Im Rahmen des Projektes wurde eine initiale Entwicklungsumgebung aufgebaut. Auf dieser Umgebung wurden durch die Universität Stuttgart die Prototypen des Core-Bereichs entwickelt. Die Ergebnisse der einzelnen Zyklen wurden den Teilnehmern in Workshops bzw. durch Freischaltung des Core-Bereichs präsentiert. Nach Feedback durch die Teilnehmer wurden neue Anforderungen direkt auf der Entwicklungsumgebung umgesetzt und den Projektteilnehmern erneut präsentiert. Um zukünftig eine professionelle Entwicklung und einen professionellen Betrieb sicherzustellen, wurde neben der Entwicklungsumgebung eine Produktionsumgebung aufgebaut. Diese hatte eine leistungsfähigere Infrastruktur, entsprach aber ansonsten softwareseitig genau der Entwicklungsumgebung. Dadurch konnten die einzelnen Versionen, mithilfe eines Tools zur Versionsverwaltung in einem geregelten Prozess, von der Entwicklungs-

umgebung auf die Produktionsumgebung übertragen werden, ohne den laufenden Betrieb zu beeinträchtigen. Änderungen an der Software, wie z. B. Windows Patches werden zuerst auf der Entwicklungsumgebung eingespielt und erst nach erfolgreichem Test auf die Produktionsumgebung übertragen. Durch dieses Vorgehen wurde einerseits eine hohe Verfügbarkeit der Anwendung gewährleistet, andererseits konnten Änderungen jederzeit rückgängig gemacht und nachvollzogen werden.

3.5 Profilerstellung der Rating-Anbieter

Nachdem die Anforderungen an die Kompetenzplattform in der Entwicklungsumgebung weitestgehend umgesetzt und die Produktionsumgebung betriebsbereit war, wurde damit begonnen, die Profile der Rating-Anbieter auf der Plattform einzupflegen. Dieser arbeitsintensive Prozess lief in drei Stufen ab.

In der **ersten Stufe** wurden die Profile der Rating-Anbieter durch eine umfassende Analyse von Studien, Broschüren und Internetrecherchen erstellt und auf die Plattform übertragen. Diese **Initialbefüllung der Datenbank** wurde als Vorleistung durch das Projektteam erbracht, um den Arbeitsaufwand für die Rating-Anbieter so gering wie möglich zu halten, was für viele Rating-Agenturen die Voraussetzung für eine Teilnahme an dem Forschungsprojekt war. Insgesamt wurden in dieser Phase die **Profile von 34** international tätigen **Rating-Agenturen** angelegt.

Aus Gründen der Qualitätssicherung wurde in der **zweiten Stufe** den Vertretern der **Rating-Anbieter** ein Zugang über die Plattform zu Ihrem Profil geschaffen, mit dem sie die Daten in ihrem **Profil bearbeiten, validieren und ergänzen** konnten. Während dieser Phase hatten nur die Vertreter der Ratingagenturen sowie die Mitarbeiter der Universität Stuttgart Zugang auf das Profil. Eine potenzielle Übertragung von Fehlinformationen mittels einer Abfrage der Daten durch Dritte wurde somit ausgeschlossen.

Nachdem die jeweiligen Rating-Anbieter ihr Profil validiert und freigegeben hatten, wurde in der letzten Stufe das **Profil** des jeweiligen Rating-Anbieters für eine öffentliche Abfrage **freigeschalten**. Des Weiteren wurden der überwiegende Anteil der Profile der Rating-Anbieter in diesem Zuge von den Mitarbeitern der Universität

Stuttgart ins **Englische übersetzt**, um eine internationale Nutzung der Plattform zu gewährleisten. Von den 34 angelegten Profilen wurden bis zur Erstellung dieses Berichts 19 Profile von international tätigen Ratingagenturen validiert und freigeschalten.

Tabelle 4 gibt einen Überblick der angelegten und freigeschalteten Profile der Ratinganbieter.

Inhouse Research Team	Abgebildet	Frei gegeben	Quelle
Allianz Global Investors	V		http://www.allianzglobalinvestors.de
Dexia Asset Management	V	V	www.dexia-am.com/funds/investment+processes/sustainable
Kempen	V		http://www.kempen.nl
Lombard Odier	V		www.lombardodier.com/home_en.html
Pictet & Cie.	V	V	http://www.pictet.com/de/home/about/sri_expertise/prix_pictet.html
UBS	V		www.ubs.ch
Sarasin	V		http://www.sarasin.ch/internet/tech/sustainability_iech.htm
Triodos Bank			http://www.triodos.de/
ZKB	V	V	http://www.zkb.ch/de/center_worlds/ueber_uns/leistungsauftrag/downloads.html

Ratinganbieter	Abgebildet	Frei gegeben	Quelle
Accountability Rating	V		http://www.accountabilityrating.com/
Thomson Reuters (Asset4)	V		http://www.asset4.com/page113.html
Blue Value	V	V	http://www.bluevalue.ch/
Business in the Community (BITC)	V		http://www.bitc.org.uk/
Calvert Group, Ltd.	V		http://www.calvert.com/
Corporate Knights Inc.	V	V	http://corporateknights.ca/
Corporate Monitor	V		www.corporatemonitor.com.au/index.htm
Covalence SA	V	V	http://www.covalence.ch/
DEG	V	V	http://www.deginvest.de/DE_Home/index.jsp
E. Capital Partners	V	V	http://www.e-cpartners.com
EIRIS (Ethical Investment Research Service)	V	V	http://www.eiris.org/
Ethibel	V	V	http://www.ethibel.org/subs_ei2_label/sub2_2.html
EthicScan Canada Ltd.	V	V	www.ethicscan.ca
EthiFinance	V		http://www.ethifinance.com/analyse_en.htm
Global Ethical Standard	V		http://www.ges-invest.com
IMUG	V	V	Interne Informationen
Inrate	V	V	http://www.inrate.ch/fileadmin/pdf/ratingbeispiele/Phonak-070221.pdf
MSCI	V		www.msclbarra.com
oekom	V	V	http://www.oekom-research.com/homepage/oekom_CR_Vodafone.pdf
Repu Tex	V		www.reputex.com.au
SAM	V	V	http://www.sam-group.com/downloads/YB/Yearbook_2008.pdf
SIRIS (Sustainable investment Research Institut)	V		www.siris.com
Sustainalytics	V	V	www.sustainalytics.com
Tomorrow's Value Rating	V	V	www.tomorrowvaluering.com
TÜV Rheinland	V	V	http://www.tuv.com/sg/en/tuev_rheinland_star.html
Vigeo	V	V	http://www.vigeo.com/csr-rating-agency

Tabelle 4: Angelegte und von den Rating-Agenturen frei gegebene Profile der ARGUS-Core Datenbank (Stand 30.11.2010)

4 Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Struktur, der Aufbau und die Inhalte der Kompetenzplattform dargestellt, welche das zentrale Ergebnis des Forschungsprojekts darstellen. Wie bereits in den Kapiteln drei und vier erörtert wurde, besteht die Plattform aus einem **Informationsbereich (Web-Plattform)** zu den Themen Nachhaltigkeit, nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Kapitalanlage sowie einer umfassenden **Datenbank (ARGUS-Core)** zu den Geschäftsmodellen, den Ratingmethoden und den Ratingprozessen der Anbieter für Nachhaltigkeitsratings. Abbildung 10 und Abbildung 11 geben einen Überblick über den Aufbau der Kompetenzplattform.

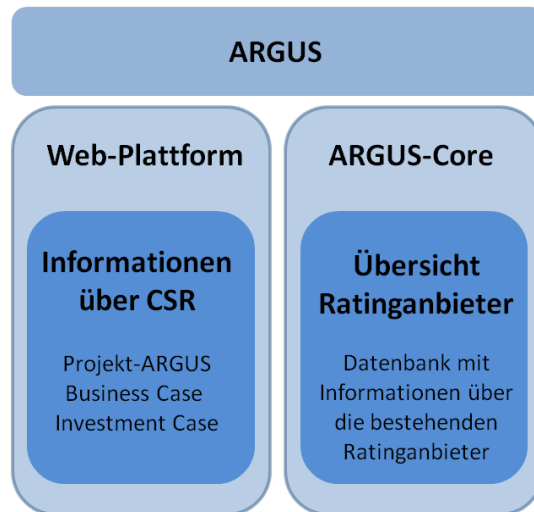


Abbildung 10: Aufbau und Struktur der Kompetenzplattform

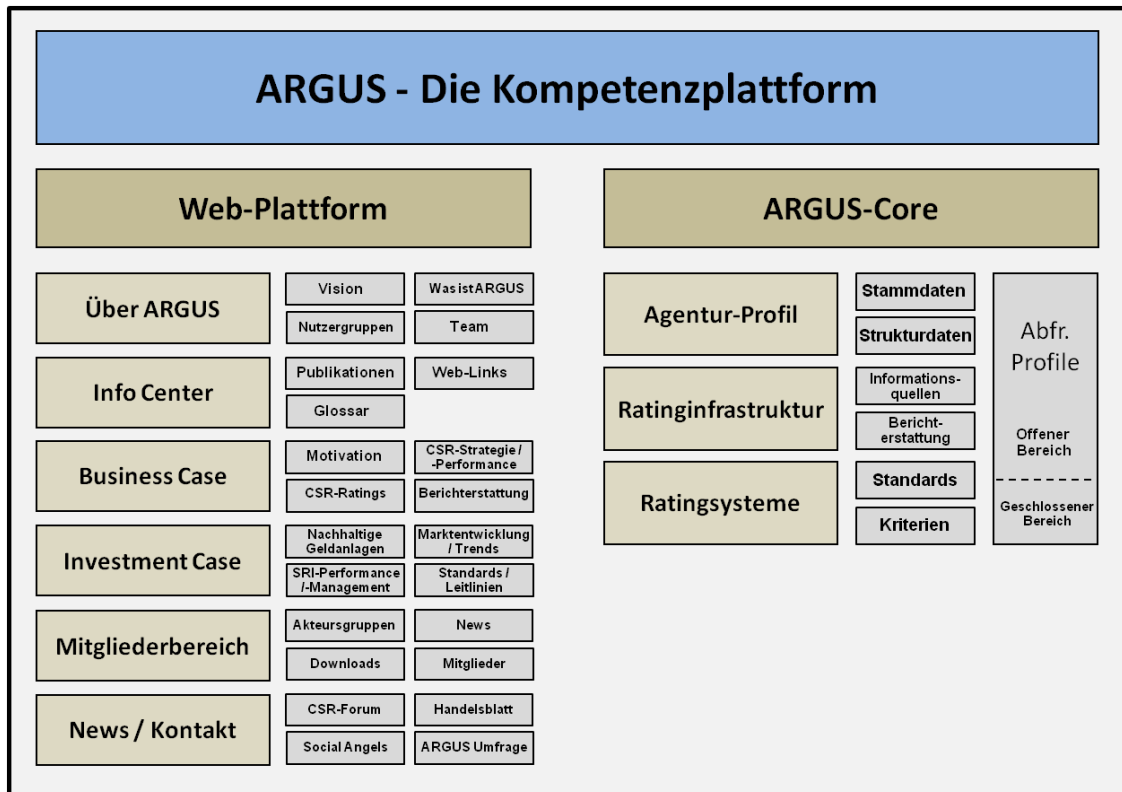


Abbildung 11: Aufbau und Struktur der Kompetenzplattform (2)

Im folgenden Kapitel 4.1 wird zunächst die IT-Infrastruktur der Kompetenzplattform beschrieben. In den Kapiteln 4.2 und 4.3 werden dann der Aufbau und die Inhalte der Web-Plattform sowie des ARGUS-Core Bereichs erläutert. Die konkrete Umsetzung der Kompetenzplattform ist ersichtlich unter www.argus-responsibility.de.

4.1 Konzeptionelle IT-Infrastruktur

4.1.1 Systembeschreibung

Die Anwendung wird über einen Webbrowser aus dem WWW aufgerufen. Als Plattform für die Entwicklungsumgebung wurde Java EE (Java Plattform, Enterprise Edition) gewählt. Java EE ist eine von Sun Microsystems angebotene Spezifikation für die Entwicklung von verteilten Java Anwendungen. In dieser Spezifikation sind verschiedene Web-Technologien wie unter Anderem Servlets, Java Server Faces (JSF) und Java Server Pages (JSP) enthalten. Als Web-Framework wurde JSF gewählt. JSF ist ein

komponentenbasiertes Framework. Im Mittelpunkt von JSF steht die einfache Entwicklung und Verwaltung von komplexen Benutzerschnittstellen.

Die Anwendung wird mit der MVC (Modell-View-Controller) Architektur entwickelt. Diese Architektur gliedert die Software in drei Komponenten: Datenmodell, Benutzeroberfläche (Grafic User Interface) und Programmsteuerung.

4.1.2 Systemanforderungen

Auf folgenden Komponenten wurde ARGUS-Core entwickelt und getestet:

- Apache Tomcat 6.x
- MySQL 5.1
- Java SE Runtime Environment 6 update18

Abbildung 12 zeigt den Aufbau der Kompetenzplattform ARGUS inklusive der IT-Infrastruktur.

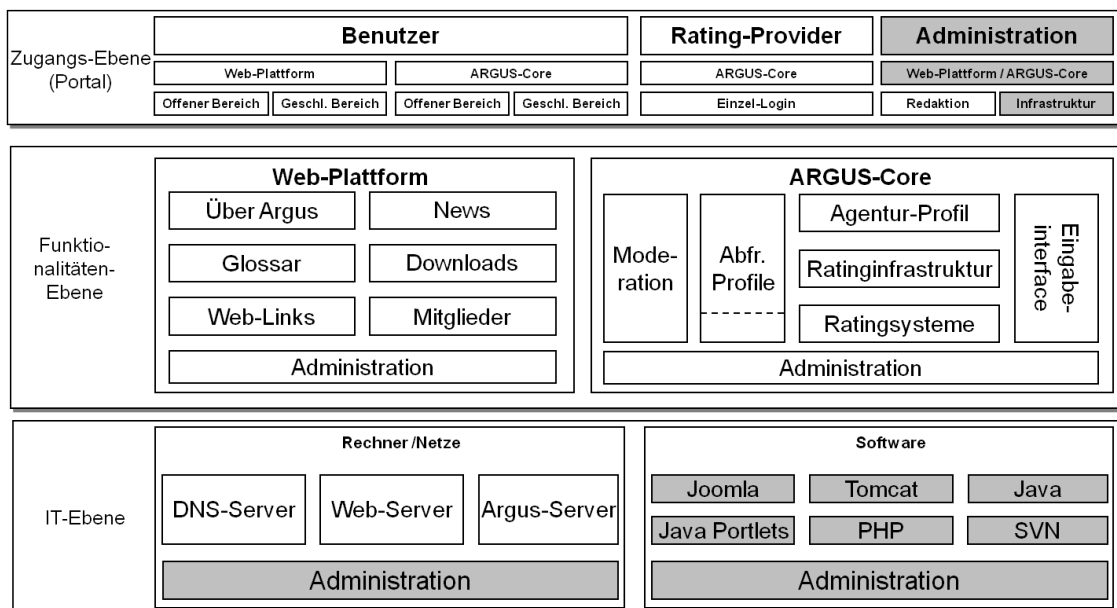


Abbildung 12: Konzeptioneller Aufbau der Kompetenzplattform ARGUS

4.2 Aufbau der Web-Plattform

Der Bedarf sowie die Anforderungen an die Web-Plattform von ARGUS, wurde wie in Kapitel 3 beschrieben, in einer umfassenden Anforderungsanalyse mit Projektexterten, Anwendern sowie einer Onlineumfrage ermittelt.

Interessierte Besucher erhalten auf der Web-Plattform nützliche Hinweise zu Fragen rund um die Themengebiete gesellschaftliche Verantwortung, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Auf der Web-Plattform werden den Besuchern umfassende Informationen über zentrale Begriffe aus dem Spektrum von Unternehmensverantwortung, Nachhaltigkeit, nachhaltigen Geldanlagen etc. gegeben sowie aktuelle Forschungsergebnisse vorgestellt. Darüber hinaus werden auf der Seite weiterführende Web-Links angeboten, um interessierten Nutzern der Plattform ein umfangreiches Informationsangebot zur Verfügung zu stellen. Abbildung 13 zeigt die Startseite der Kompetenzplattform www.argus-responsibility.de. In der linken Menü-Leiste ist der Aufbau der Webplattform dargestellt, welche folgende Punkte beinhaltet:

- Home
- Über Argus (vgl. Kap 4.2.1)
- Info Center (vgl. Kap 4.2.2)
- Business Case (vgl. Kap 4.2.3)
- Investment Case (vgl. Kap 4.2.4)
- News (vgl. Kap 4.2.5)
- Kontakt



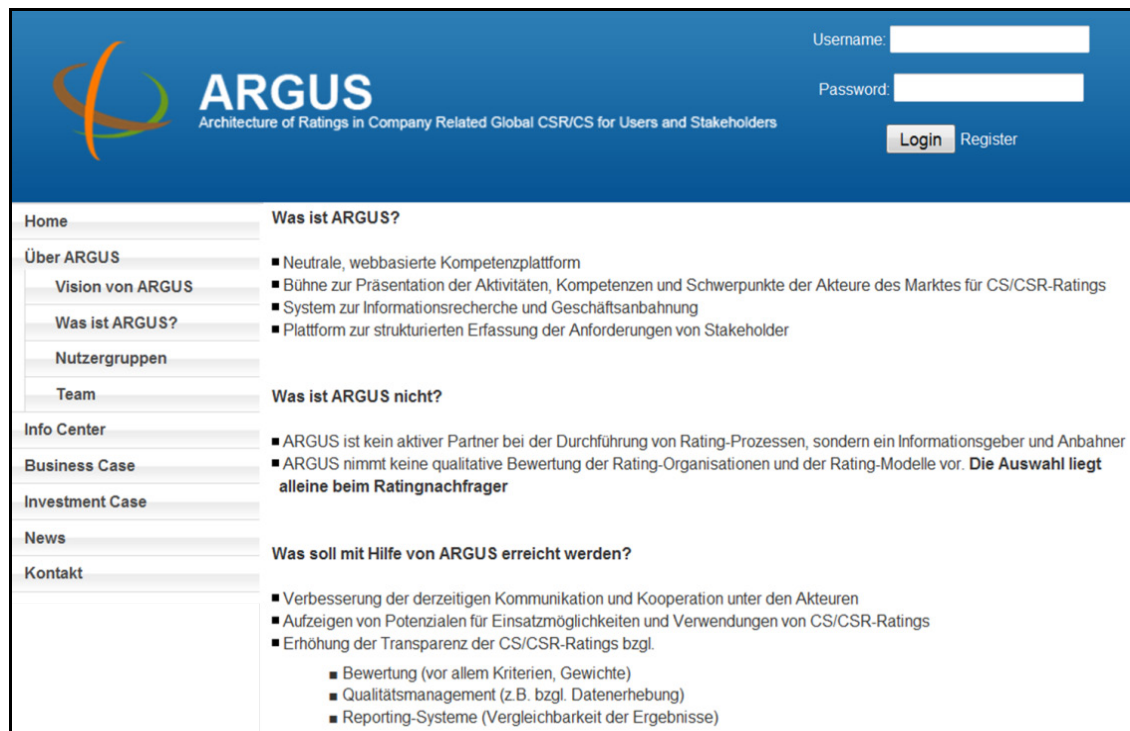
Abbildung 13: Startseite

Die einzelnen Rubriken der Informationsplattform werden nun folgend überblicksartig vorgestellt.

4.2.1 Über ARGUS

In der Rubrik „Über ARGUS“ werden das Projekt, die Projektstruktur sowie das Projektteam vorgestellt. Abbildung 14 gibt den Aufbau der Rubrik „Über ARGUS“ mit ihren Unterseiten wieder. Zu den Unterseiten gehören:

- Vision von ARGUS
- Was ist ARGUS
- Nutzergruppen
- Team



The screenshot shows the ARGUS website interface. At the top, there is a blue header with the ARGUS logo and tagline: "Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders". To the right of the header, there are input fields for "Username:" and "Password:", along with "Login" and "Register" buttons.

The main content area is divided into a left sidebar navigation menu and a main content area. The navigation menu includes links for Home, Über ARGUS, Vision von ARGUS, Was ist ARGUS?, Nutzergruppen, Team, Info Center, Business Case, Investment Case, News, and Kontakt.

The main content area is titled "Was ist ARGUS?" and contains the following information:

- Was ist ARGUS?**
 - Neutrale, webbasierte Kompetenzplattform
 - Bühne zur Präsentation der Aktivitäten, Kompetenzen und Schwerpunkte der Akteure des Marktes für CS/CSR-Ratings
 - System zur Informationsrecherche und Geschäftsanbahnung
 - Plattform zur strukturierten Erfassung der Anforderungen von Stakeholder
- Was ist ARGUS nicht?**
 - ARGUS ist kein aktiver Partner bei der Durchführung von Rating-Prozessen, sondern ein Informationsgeber und Anbahner
 - ARGUS nimmt keine qualitative Bewertung der Rating-Organisationen und der Rating-Modelle vor. **Die Auswahl liegt alleine beim Ratingnachfrager**
- Was soll mit Hilfe von ARGUS erreicht werden?**
 - Verbesserung der derzeitigen Kommunikation und Kooperation unter den Akteuren
 - Aufzeigen von Potenzialen für Einsatzmöglichkeiten und Verwendungen von CS/CSR-Ratings
 - Erhöhung der Transparenz der CS/CSR-Ratings bzgl.
 - Bewertung (vor allem Kriterien, Gewichte)
 - Qualitätsmanagement (z.B. bzgl. Datenerhebung)
 - Reporting-Systeme (Vergleichbarkeit der Ergebnisse)

Abbildung 14: "Über ARGUS"

4.2.2 Info Center

Im „Info Center“ werden die zentralen Begriffe aus dem Bereich Nachhaltigkeit in einem Glossar definiert. Interessierte Benutzer erhalten in dieser Rubrik Informationen über Publikationen, zum Forschungsfeld „Nachhaltigkeit“ von denen einige ausgewählte Publikationen als kostenloser Download zur Verfügung stehen. Weiterführende Links runden das Informationsangebot ab. Abbildung 15 zeigt einen Ausschnitt der Rubrik „Info Center“ mit ihren Unterseiten.

The screenshot shows the ARGUS website interface. At the top left is the ARGUS logo and tagline. To the right are input fields for 'Username:' and 'Password:', followed by 'Login' and 'Register' buttons. Below the header is a navigation menu with items like 'Home', 'Über ARGUS', 'Info Center', 'Publikationen', 'Glossar', 'Links', 'Business Case', 'Investment Case', 'News', and 'Kontakt'. A search bar with 'Suchen...' and flags for German and English is also present. The main content area is titled 'Info Center' and contains the following text:

Das Info Center stellt begleitende Informationen zu den Themengebieten Nachhaltigkeit und CSR-Rating bereit.

Rating-Institutionen stellen ein wichtiges ökonomisches Bindeglied zwischen Unternehmen und Investoren dar, indem sie Informationsasymmetrien zwischen diesen beiden Akteuren beseitigen. CSR Rating-Anbieter stellen Informationen zur nachhaltigen Performance von Unternehmen bereit und ermöglichen Kapitalgebern somit ihre Anforderungen hinsichtlich sozialer und ökologischer Unternehmensleistungen bei Ihren Kapitalanlageentscheidungen zu berücksichtigen. Den Unternehmen bieten CSR-Ratings die Möglichkeit, ihre Leistungen in diesem Bereich zu messen und bestehenden bzw. potenziellen Investoren über den Stand ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten in Kenntnis zu setzen.

Viele Unternehmen sehen in ihren sozialen und ökologischen Aktivitäten schon lange einen kritischen Erfolgsfaktor, der ihnen hilft, Chancen zu nutzen bzw. Risiken zu vermeiden. Werden diese Potenziale im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensführung berücksichtigt, so spricht man vom **Business Case** von CSR.

Vom **Investment Case** von CSR wird dagegen gesprochen, wenn private oder institutionelle Investoren gezielt CSR-Kriterien bei ihren Kapitalanlageentscheidungen berücksichtigen. In der Praxis der so genannten nachhaltigen Geldanlage sind zu diesem Zweck mittlerweile ganz bestimmte Anlagestrategien im Einsatz.

Further information is provided in a blue box: 'Weitere Informationen zum Business Case und Investment Case finden Sie in den entsprechenden Seiten'.

Abbildung 15: Infocenter

4.2.3 Business Case

In der Rubrik „Business Case of CSR“ wird das Thema Nachhaltigkeit aus Perspektive der Unternehmen vorgestellt und die Aspekte einer nachhaltigen Unternehmensführung durchleuchtet. Hierbei wurden die aus zahlreichen Gesprächen mit Unternehmensvertretern entwickelten Informationsbedürfnisse aus Sicht des Unternehmens zum Thema Nachhaltigkeit sukzessive aufgearbeitet und dargestellt. Abbildung 16 zeigt den Aufbau der Rubrik „Business Case“ mit ihren Unterseiten:

- Motivation
- CSR-Strategie und CSR-Performance
- CSR-Ratings
- Berichterstattung
- Extra Financial Performance Indicators

ARGUS
Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders

Username:
Password:
[Login](#) [Register](#)

Home
Über ARGUS
Info Center
Business Case
Motivation
CSR Strategie und CSR Performance
CSR-Ratings
Berichterstattung
Extra-Financial Performance Indicators
Investment Case
News
Kontakt

Was ist Corporate Social Responsibility?
Im April 2009 hat das nationale CSR-Forum ein [gemeinsames, deutsches Verständnis von Corporate Social Responsibility \(CSR\)](#) veröffentlicht. Als Grundlage diente die [Definition der Europäischen Kommission](#).

Gesamtgesellschaftliche Ebene: Nachhaltige Entwicklung

Einzelwirtschaftliche Ebene: Corporate Citizenship, Corporate Social Responsibility, Corporate Sustainability

Das Konzept der CSR kann auch als Teilbereich der Corporate Sustainability verstanden werden, da die ökonomische Dimension als Rahmenbedingung angenommen wird. Ein weiteres, auf der Ebene der Unternehmen angesiedeltes Konzept ist das Konzept der Corporate Citizenship (CC). Corporate Citizenship beschreibt Anstrengungen des Unternehmens im sozialen Bereich, die über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehen und nehmen vornehmlich Bezug auf das lokale Umfeld des Unternehmens.

Wunsch/Erwartung der Gesellschaft: CC

Erwartung der Gesellschaft: CSR

Pflicht: Wird vorausgesetzt: Gesetzeskonformität

Corporate Citizenship
Engagement über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinaus
• Corporate Giving
• Corporate Volunteering
• Corporate Foundations

Corporate Social Responsibility
Verantwortung im Rahmen der eigentlichen Geschäftstätigkeit
• Verhaltenskodizes
• Label
• Standards

Abbildung 16: Rubrik: Business Case

4.2.4 Investment Case

In der Rubrik „Investment Case of CSR“ wird in Abgrenzung zum Business Case die Investorensicht der Nachhaltigkeit vorgestellt. Dabei werden die Struktur, die Marktentwicklung und die Besonderheiten von nachhaltigen Kapitalanlageprodukten vorgestellt. Abbildung 17 zeigt den Aufbau der Rubrik Investment Case mit den Unterseiten:

- Nachhaltige Geldanlagen
- Marktentwicklung / Trends
- SRI Managementansätze und Performance
- Standards / Leitlinien

The screenshot shows the ARGUS website interface. The header is blue with the ARGUS logo and the tagline 'Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders'. There are input fields for 'Username:' and 'Password:' with 'Login' and 'Register' buttons. A navigation menu on the left includes 'Home', 'Über ARGUS', 'Info Center', 'Business Case', 'Investment Case', 'Nachhaltige Geldanlagen', 'Marktentwicklung / Trends', 'SRI Managementsätze und Performance', 'Standards / Leitlinien', 'News', and 'Kontakt'. The main content area is titled 'Was sind nachhaltige Kapitalanlagen?' and contains text explaining sustainable investments and a definition from the UK Social Investment Forum (UKSIF). Below the text is a diagram titled 'Magisches Viereck der Kapitalanlage' (Magic Square of Capital Investment) with four vertices: 'Risiko' (Risk), 'Rendite' (Return), 'Liquidität' (Liquidity), and 'Nachhaltigkeit' (Sustainability), all connected to a central box.

Abbildung 17: Rubrik: Investment Case

4.2.5 News

In der Rubrik „News“ werden aktuelle Forschungsprojekte und Veranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit, die in Zusammenhang mit der Kompetenzplattform ARGUS stehen, vorgestellt. Abbildung 18 zeigt einen Überblick der Rubrik News.



Abbildung 18: Rubrik: News

4.3 ARGUS-Core

Über die Startseite der Kompetenzplattform kann sich jeder interessierte Nutzer in den Kernbereich (ARGUS-Core) der Kompetenzplattform einloggen. Aus Gründen der Nutzerverwaltung und aufgrund der Rückverfolgung potenzieller Ratinganfragen sowie der Verwaltung der Ratingprofile wurde hierbei ein Loginbereich mit verschiedenen Berechtigungen für die einzelnen Nutzergruppen der Kompetenzplattform geschaffen. Abbildung 19 verdeutlicht das Rollenmodell des ARGUS-Core Bereichs.

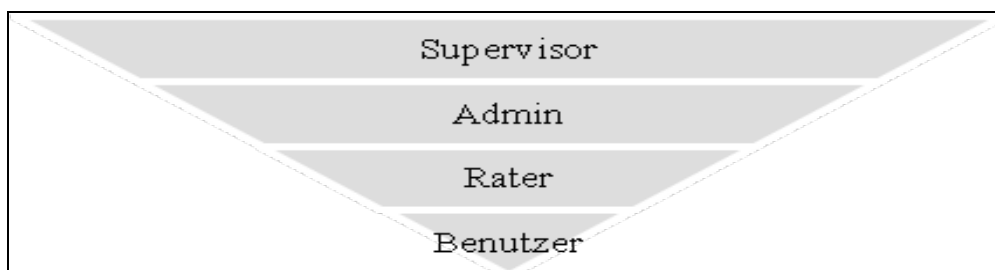


Abbildung 19: Rollenmodell

Das Rollenmodell ist fachlich hierarchisch aufgebaut. Zur technischen Umsetzung des Logins wurde die Anwendung Spring Security verwendet. Jede Rolle besitzt ein Verzeichnis, auf das nur diese sowie alle übergeordneten Rollen zugreifen können.

4.3.1 Übersicht

Im Rahmen von Argus werden insgesamt vier Rollen unterschieden. Dabei handelt es sich um Benutzer (User), Rating-Anbieter (Rater), Administratoren (Admin) und Supervisor. Die Rollen und Ihre Bedeutung sind in Tabelle 3 dargestellt.

<u>Rolle</u>	<u>Bedeutung</u>
ROLE_USER	Ein – angemeldeter – “normaler” Benutzer von ARGUS Core
ROLE_RATER	Ein Rating-Anbieter, mit Zugriff auf sein Profil
ROLE_ADMIN	Ein Administrator
ROLE_SUPERVISOR	Ein Administrator mit besonderen Rechten

Tabelle 5: Rollenmodell des ARGUS-Core

4.3.2 Informationen der Datenbank

Der Kern des ARGUS-Core Bereichs besteht aus einer zentralen Datenbank mit über 200 standardisierten Einzelinformationen zu den Geschäftsmodellen, den Kernkompetenzen, den Bewertungskriterien, der Ratinginfrastruktur und den Ratingprozessen der Einrichtungen des CSR-Ratings. Für jeden Rating-Anbieter wurde dabei ein eigenes Profil angelegt, um die Informationen über die unterschiedlichen Ansätze abzubilden.

Die Profile sind in vier Kategorien untergliedert:

- **Stammdaten** (generelle Informationen zum Unternehmen)
- **Strukturdaten** (Informationen zu den angebotenen Dienstleistungen, dem Ratinguniversum und den Kunden der Rating-Anbieter)

- **Ratinginfrastruktur** (Informationen über den Ablauf und die Quellen des Ratings sowie das Qualitätsmanagement)
- **Rating System** (Informationen über die Gewichtung, die Kriterien und die zugrunde liegenden Kriterienstandards)

um die Informationen strukturiert abzubilden. Anhang 1 gibt einen Überblick der vier Kategorien mit den jeweiligen Informationen zu den Ratingprofilen.

4.3.3 Benutzer

Der Kernbereich von ARGUS ist ein geschlossener Bereich, zu dem man sich anmelden muss. Die Registrierung hierfür ist kostenlos und völlig unkompliziert. ARGUS-Core liefert Informationen zur Tätigkeit der Rating-Einrichtungen, ihren Geschäftsmodellen, Rating-Methoden und Rating-Kriterien. Nutzer können ihre individuellen Vorlieben und Wünsche hinsichtlich Nachhaltigkeitskriterien, der Herkunft der Rating-Einrichtung und deren Nachhaltigkeitsverständnis in ein vordefiniertes Abfrageprofil eingeben und erhalten am Ende einen Abgleich, aus dem sie erkennen können, welche Rating-Einrichtung am besten zu ihren Vorstellungen passt.

Um Zutritt zum geschlossenen Bereich zu erhalten, ist eine Registrierung mit der Eingabe einer gültigen E-Mail-Adresse und einem Nutzerpasswort erforderlich, an die dann vom Administrator eine E-mail mit einem Aktivierungslink gesendet wird. Nach Bestätigung dieses Links ist dann der Zugang möglich. Die Navigation innerhalb des geschlossenen Bereichs erfolgt durch eine Nutzerführung, die sich an folgenden Nutzergruppen und deren Informationsbedarfe ausrichtet:

1. **Anbieter Übersicht:**

Welche Rating-Player sind relevant?

2. **„Rating-Novize“**

Wir brauchen grundlegende Informationen zum Rating!

3. **„Mein Rating“**

Wir wollen unser Unternehmen raten lassen!

4. „Partner-Rating“

Wir wollen unsere (potenziellen) Geschäftspartner einem Rating unterziehen!

5. „SRI-Anleger“

Wir wollen unser Anlage / Portfolio nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten überprüfen.

6. Freie Abfrage

Freie Analyse auf der Datenbank.

Abbildung 20 zeigt die Darstellung der Abfrageprofile in Core-Bereich.

Je nach Abfrageprofil werden unterschiedliche Informationen angezeigt. Die einzelnen Profile und Ihre Inhalte werden in den folgenden Kapiteln erläutert.

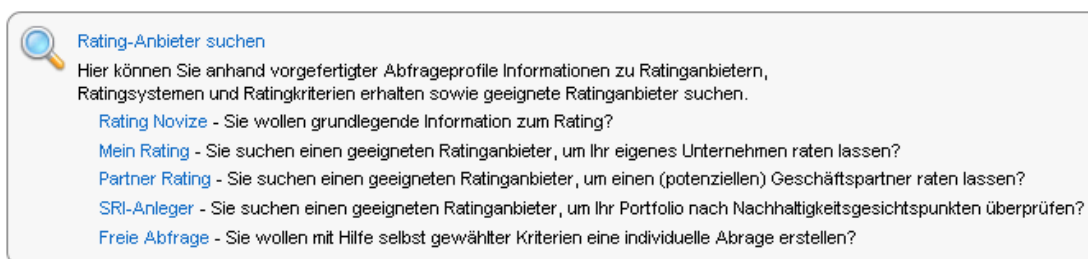


Abbildung 20: Abfrageprofile zur Nutzerführung

4.3.3.1 Abfragemöglichkeiten (Rating-Anbieter Suchen)

Rating Novize

Beim Rating Novizen handelt es sich um einen Neuling im Bereich CSR-Ratings. In diesem Profil werden daher nur die grundlegenden Kriterien dargestellt. Konkret handelt es sich dabei um:

Strukturdaten

- Kategorie
- Dienstleistungen / Produkte
- Geratete börsennotierte Unternehmen

- Geratete nicht börsennotierte Unternehmen
- Regelmäßig geratete Unternehmen
- Kundenliste

Ratinginfrastruktur

- Informationsquellen
- Ratingergebnisse

Ratingsystem

- Kriterienauswahl
- Aktivitäten

Abbildung 21 zeigt das Profil für einen Rating Novizen.

ARGUS Core
Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders

Anfrage erstellen

Kriterium hinzufügen Formular zurücksetzen

Strukturdaten Ratinginfrastruktur Ratingsystem

Kategorie

Rating-Agentur	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Inhouse Research-Team	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Asset Management	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Indexanbieter	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Nichtregierungsorganisation	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Öffentliche Einrichtung	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Sonstige Informationsanbieter	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>

Dienstleistungen / Produkte mit CSR- bzw. Nachhaltigkeitsbezug

- Corporate Bereich

Unternehmensratings	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Branchenratings	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Ratings der Emittenten von Unternehmensanleihen	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Ratings der Emittenten von Pfandbriefen	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>

- Governmental Bereich

Ratings öffentlicher Einrichtungen	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>
Ratings öffentlicher Gebietskörperschaften	<input type="checkbox"/> ist KO-Kriterium	<input type="checkbox"/>

Abbildung 21: Rating Novize

Mein Rating / Partner Rating

Bei dem Profil „Mein Rating bzw. “Partner-Rating“ soll das Unternehmen des Users bzw. das Unternehmen eines Partners einem Rating unterzogen werden. Zur Unterstützung dieser Anfrage stehen folgende Daten zur Verfügung:

Stammdaten

Strukturdaten

- Kategorie
- Dienstleistung / Produkte
- Kundenliste

Ratinginfrastruktur

- Informationsquellen
- Aktualität / Ratingzyklus
- Ratingergebnisse

Ratingsystem

- Kriterienauswahl
- Kriterienstandards
- Soziale Kriterien
- Umweltspezifische Kriterien
- Aktivitäten

Abbildung 22 stellt das Profil Mein Rating / Partner Rating grafisch dar.

Abbildung 22: Mein Rating / Partner Rating

SRI-Anleger

SRI Anleger, welche einen geeigneten Rating-Anbieter für ihr Portfolio suchen, können diesen anhand der im Profil SRI-Anleger bereitgestellten Informationen finden. Dabei bekommen Sie Zugriff auf folgende Daten:

Stammdaten

Strukturdaten

- Kategorie
- Dienstleistung / Produkte
- Geratete börsennotierte Unternehmen
- Geratete nicht börsennotierte Unternehmen
- Regelmäßig geratete Unternehmen
- Kundenliste

Ratinginfrastruktur

- Informationsquellen
- Aktualität / Ratingzyklus

- Ratingergebnisse
- Qualitätsmanagement

Ratingsystem

- Kriterienauswahl
- Kriterienstandards
- Soziale Kriterien
- Umweltspezifische Kriterien
- Aktivitäten

Abbildung 23 zeigt das Profil SRI Anleger:

Abbildung 23: SRI Anleger

Freie Abfrage

Neben den vorgefertigten Profilen besteht mit der freien Abfrage die Möglichkeit, individuelle Abfragen auf alle Datenbankinhalte abzubilden. Dabei können die für die jeweiligen Nutzer relevante Kategorien ausgewählt und in eine Abfrage integriert werden. Abbildung 24 zeigt die Auswahlmöglichkeiten der freien Abfrage.

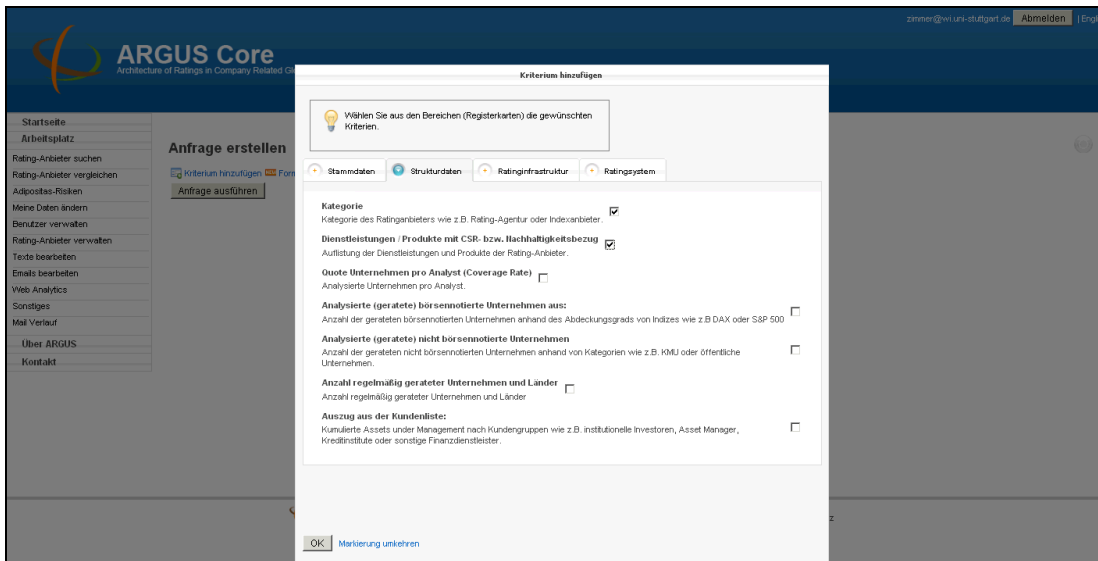


Abbildung 24: Freie Abfrage

Als Ergebnis der einzelnen Abfragen stellt die Datenbank eine Analyse der in der Datenbank angelegten Rating-Anbieter zur Verfügung. Bei dieser **Analyse** werden die einzelnen **Profile** der Rating-Anbieter mit den **Anforderungen** der Benutzer aus der Abfrage verglichen und deren Übereinstimmung angezeigt. Mithilfe dieser vorgefertigten Analysepfade können Nutzer der Plattform die am besten geeignetste Rating-Agentur ausfindig machen. Abbildung 25 zeigt anhand eines exemplarischen Beispiels, wie das Ergebnis einer Abfrage aussehen könnte.

ARGUS Core Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders		Detailvergleich																		
		Zurück																		
		oekom	IMUG	ilrate	Vigeo	Blue Value	EIRIS	SAM	Sustainalytics	ZKB	Covalence SA	Dexia Asset Management	ECPI	ETHBEL	EthicScan Canada Ltd.	Pictet & Cie	TUV Rheinland	Tomorrow's Value Rating	Corporate Knights Inc.	DEG
Kategorie	Rating-Agentur	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein
	Inhouse Research-Team	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja
Dienstleistungen / Produkte mit CSR- bzw. Nachhaltigkeitsbezug																				
-Corporate Bereich	Unternehmensratings	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein
	Branchenratings	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
	Ratings der Emittenten von Pfandbriefen	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
-Governmental Bereich	Ratings öffentlicher Einrichtungen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein
-Sonstige																				
Dienstleistungen	Rating Reports / Company Profiles	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein
	Erstellung von Auftragsratings	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Ja	Ja	Nein	Nein
	Commodities-Screening	Ja	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein
	Ergebnis	88,89 %	77,78 %	77,78 %	77,78 %	55,56 %	55,56 %	55,56 %	55,56 %	55,56 %	44,44 %	44,44 %	44,44 %	44,44 %	44,44 %	44,44 %	44,44 %	33,33 %	22,22 %	11,11 %

Abbildung 25: Auswahl der Rating-Anbieter

4.3.3.2 Rating-Anbieter vergleichen

Zum besseren Vergleich der Anbieter ermöglicht die Plattform eine synoptische Darstellung aller im System enthaltenen Informationen. Hierzu wählt der User die zu vergleichenden Rating-Anbieter bzw. vorgegebene Gruppen wie beispielsweise Rating-agenturen, Inhouse Rater oder Asset Manager aus und erhält dann eine tabellarische Übersicht der ausgewählten Rating-Agenturen in den Kategorien:

- Stammdaten
- Strukturdaten
- Ratinginfrastruktur
- Ratingsystem

Nachfolgende Abbildungen stellen die Auswahlmöglichkeiten (Abbildung 26) sowie das Ergebnis des Vergleichs (Abbildung 27) dar.

The screenshot shows the ARGUS Core interface for comparing rating providers. The header includes the ARGUS Core logo and the tagline 'Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders'. The user is logged in as christian.barthuff@bwi.uni-stuttgart.de. The main content area is titled 'Rating-Anbieter Vergleich' and displays a grid of providers with checkboxes for selection. The providers are categorized by 'Inhouse Research', 'Rating-Agentur', and 'Asset Management'. A 'Vergleichen!' button is located at the bottom of the grid.

Kategorie	Anbieter
Inhouse Research	<input type="checkbox"/> Blue Value
	<input type="checkbox"/> DEG - Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft
	<input type="checkbox"/> EthicScan Canada Ltd.
	<input type="checkbox"/> oekom research
Rating-Agentur	<input type="checkbox"/> Sustainalytics
	<input type="checkbox"/> Vigeo
	<input type="checkbox"/> alle
	<input type="checkbox"/> Corporate Knights Inc.
Asset Management	<input type="checkbox"/> Dexia Asset Management
	<input type="checkbox"/> Ethibel
	<input type="checkbox"/> IMUG
	<input type="checkbox"/> Pictet & Cie
	<input type="checkbox"/> Tomorrow's Value Rating
	<input type="checkbox"/> Zürcher Kantonalbank
	<input type="checkbox"/> Covalence SA
	<input type="checkbox"/> E. Capital Partners International
	<input type="checkbox"/> Ethical Investment Research Service
	<input type="checkbox"/> INrate
<input type="checkbox"/> SAM	
<input type="checkbox"/> TÜV Rheinland	

Abbildung 26: Auswahl der Rating-Anbieter

	Blue Value	Corporate Knights Inc.	DEO	Devia Asset Management	EthicScan Canada Ltd.	SAM	Vigeo	ZWB
Stammdaten								
Gründungsjahr	2.002	2.002	1.992	1.995	1.999	1.995	2.002	1.979
Stadt	Zürich	Toronto	Köln	Luxemburg	Toronto	Zürich	Paris	Zürich
Land	CH	CDN	D	L	CDN	CH	F	CH
Hintergrund der Entstehung und Entwicklung seit der Gründung		Corporate Knights...mehr	Die DEO wurde auf...mehr		Der Dienstleister...mehr	SAM wurde 1995 al...mehr	Vigeo wurde 2002 ...mehr	gegründet im Jahr...mehr
Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr			1.015 Mio. €			7 Mio. €		86.743 Mio. €
Gesamtzahl der Mitarbeiter		10	419	600		100	87	4.825
Mitarbeiter (Analysten) für CSR-Ratings / CSR-Analysen			3	10		20	44	7
Partner / Netzwerk		Corporate Knights...mehr		- AFG (Associatio...mehr		1999 hat SAM hat ...mehr		
Aktionsradius incl. Netzwerkpartnern (geographische Abdeckung der Ratinginvestments)	Australien	Kanada	Afrika, Argentin...mehr	Australien, Belgi...mehr	Kanada	Afrika, Argentin...mehr	Asien, Australien...mehr	Afrika, Argentin...mehr
Eigentümerverhältnisse am Unternehmen		kanadisches Unter...mehr	KfW Bankengruppe			SAM und Robeco...e...mehr		Kanton Zürich St...mehr
Definition von Nachhaltigkeit								Nachhaltigkeit

Abbildung 27: Ergebnis des Vergleichs

4.3.3.3 Meine Daten ändern

Mit der Funktion „Meine Daten ändern“ lassen sich die E-Mail-Adresse, der Vorname, der Nachname, die Organisation, die Sprache, das Passwort und der Newsletter für den User verwalten. Die Funktion „Meine Daten ändern“ wird in Abbildung 28 dargestellt.

Abbildung 28: Meine Daten ändern

4.3.4 Ratingagenturen

Neben den allgemeinen Benutzern gibt es die Ratingagenturen als Datenlieferant. Diese pflegen innerhalb des Tools Ihre Daten und Kontaktpersonen. Abbildung 29 stellt den Arbeitsplatz für Rater dar.

Abbildung 29: Arbeitsplatz Rater

4.3.4.1 Ratingprofil

Ratinganbieter haben über den Web-Login der Plattform die Möglichkeit ihr Profil eigenständig zu verwalten und upzudaten. Abbildung 30 stellt die Eingabemaske der Rater zur Eingabe der Daten ihres Ratingprofils dar.

The screenshot displays the ARGUS Core interface for editing a company profile. The header features the ARGUS Core logo and tagline. A left sidebar contains navigation links. The main content area is titled 'oekom research' and contains a form with the following fields:

- Stammdaten:** Gründungsjahr: 1993
- Hauptsitz der Firmenleitung:** Stadt: München, Land: Deutschland
- Hintergrund der Entstehung und Entwicklung seit der Gründung:** A scrollable list of milestones starting with '1993 Gründung der ökom GmbH, Entwicklung des Umwelt-Ratings' and '1994'.
- Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr:** [Empty field] in Mio. Euro
- Gesamtzahl der Mitarbeiter:** 34
- Mitarbeiter (Analysten) für CSR-Ratings / CSR-Analysen:** 24

Abbildung 30: Eingabemaske Rater

4.3.4.2 Allgemeine Einstellungen

Wie in Abbildung 31 zu sehen ist, lässt sich innerhalb der Funktion „Allgemeine Einstellungen“ das Logo der Ratingagentur hochgeladen und die zugehörige Kontaktperson zuordnen.



Abbildung 31: Allgemeine Einstellungen

4.3.5 Administratoren

Als dritte Gruppe gibt es neben den Ratingagenturen und den normalen Benutzern die Administratoren. Wie Abbildung 32 zeigt, können über den Arbeitsplatz des Administrators Benutzer verwaltet, Daten eingepflegt, Texte des Systems verändert und Übersetzungen des Systems anlegen werden.

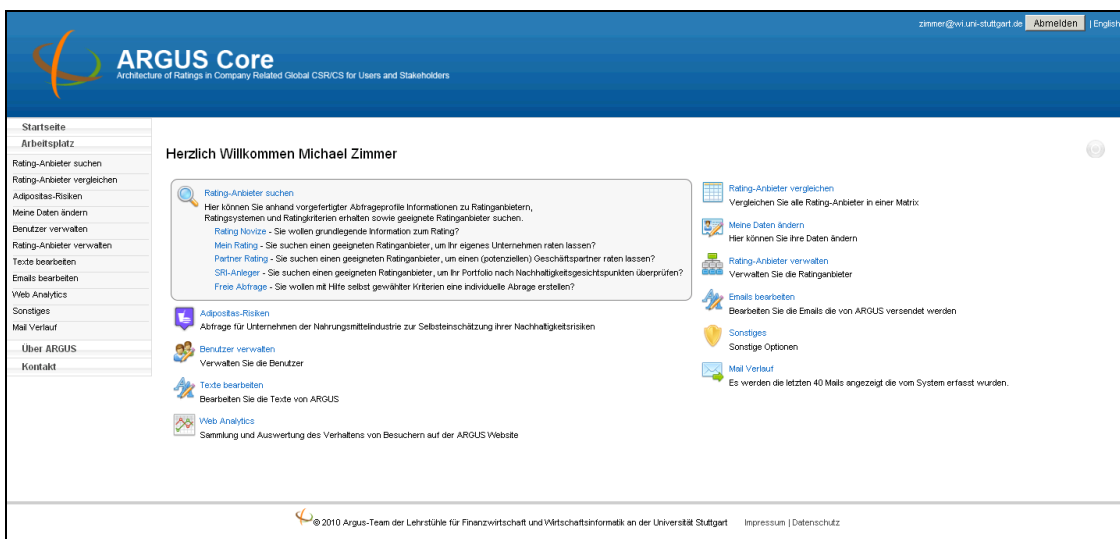


Abbildung 32: Arbeitsplatz Administrator

4.3.5.1 Benutzer verwalten

In Abbildung 33 und Abbildung 34: ist die Benutzerverwaltung dargestellt.

The screenshot shows the ARGUS Core user management interface. On the left is a navigation menu with options like 'Startseite', 'Arbeitsplatz', 'Rating-Anbieter suchen', etc. The main area is titled 'Benutzerverwaltung' and features a role filter (currently set to 'Rolle: Rater') and a table of users.

id	E-Mail-Adresse	Vorname	Nachname	Organisation	Newsletter erlaubt	Ratinganbieter	Konto aktiviert	Anzahl der Logins	Letzter Login	Anzahl Abfragen	Datum der Anmeldung
27				UBS	false	UBS	true	1	25.02.2010 16:09		26.02.2010 01:03
74				Thomson Reuters	true	Asset 4	true	4	13.08.2010 08:07	2	21.06.2010 14:54
50				Vigeo	true	Vigeo	true	16	24.06.2010 11:33	2	14.04.2010 22:20
62				Uni Stuttgart	true		true	4	02.09.2010 10:49	1	11.06.2010 17:30
29				Pictet	false	Pictet & Cie	true	18	25.06.2010 12:31		12.03.2010 00:32
18				UBS AG	false	UBS	true	9	26.05.2010 16:29		20.01.2010 23:34
73				Pictet Asset Management	true	Pictet & Cie	true	13	27.07.2010 15:38		21.06.2010 10:17
128				Bank Sarasin & Co. Ltd	true	Sarasin	true	1	28.07.2010 08:12		28.07.2010 08:11
38				TUV Rheinland	false	TUV Rheinland	true	1	25.03.2010 15:01		25.03.2010 23:06
26				Bank Sarasin	false	Sarasin	true	6	14.06.2010 10:02	1	24.02.2010 01:22
110				Sustainalytics	true	Sustainalytics	true				07.07.2010 08:11

Abbildung 33: Benutzer verwalten (1)

The screenshot shows the same ARGUS Core user management interface, but with a 'Benutzer anlegen / editieren' dialog box open. The dialog contains the following fields and options:

- Rolle:** Radio buttons for ROLE_USER, ROLE_RATER, ROLE_ADMIN, and ROLE_SUPERVISOR.
- E-Mail:** Input field with value 'argus@bwi.uni-stuttgart.de'.
- Passwort:** Input field with value '4e3ab241c4420d90021fc9eea5d6'.
- Vorname:** Input field with value 'Christian'.
- Nachname:** Input field with value 'Barthruft'.
- Organisation:** Input field with value 'Uni Stuttgart'.
- Bevorzugte Sprache:** Dropdown menu with value 'Englisch'.
- Ratinganbieter zuordnen:** Dropdown menu.
- Newsletter:** Checked checkbox.
- Konto aktiviert:** Checked checkbox.

Buttons for 'OK' and 'Abbrechen' are at the bottom of the dialog.

Abbildung 34: Benutzer verwalten (2)

4.3.5.2 Rating-Anbieter verwalten

Über die Funktion „Rating Anbieter verwalten“ ist es für den Administrator möglich, die Daten der Ratingagenturen einzusehen und anzupassen. Dies wurde allerdings nur bei der initialen Erstellung des Profils gemacht. Ab Freigabe der Ratingagentur hat diese die Aufgabe ihre Daten zu pflegen und zu aktualisieren, um potenzielle Haftungs-fälle durch Fehlinformationen der Plattform auszuschließen. Abbildung 35 und Abbildung 36 stellen diese Funktionalitäten dar.

id	Bezeichnung	Name	Website	Kommentar	aktiviert	Anz. erhaltener Anfragen	angeflegt am
1	oekom	oekom research	http://www.oekom-research.com/		true	3	09.11.2009 21:52
3	SAM	SAM	http://www.sam-group.com		true		11.12.2009 23:43
4	MUG	MUG	http://www.mug.de/		true	3	11.12.2009 23:44
5	Sustainalytics	Sustainalytics	http://www.sustainalytics.com		true		11.12.2009 23:46
6	Sarasin	Sarasin	http://www.sarasin.de		false		11.12.2009 23:51
7	UBS	UBS	http://www.ubs.com		false	3	12.12.2009 00:13
8	Vigeo	Vigeo	http://www.vigeo.com		true	2	12.12.2009 00:42
12	Allianz Global Investors	Allianz Global Investors	www.allianzglobalinvestors.de		false		19.01.2010 22:18
16	Business in the Community	Business in the Community	http://www.btc.org.uk/		false		19.01.2010 23:18
17	ECPI	E. Capital Partners International	http://www.ecpindices.com		true	2	20.01.2010 23:40
18	Asset4	Asset 4	http://www.asset4.com/		false		20.01.2010 23:55

Abbildung 35: Rating Anbieter verwalten (1)

oekom
oekom research

Logo bearbeiten

Ihr Ansprechpartner: Häßler, Rolf

Bezeichnung: oekom

Name: oekom research

Website: <http://www.oekom-research.com/>

Interne Bemerkung:

Konto aktiviert: true

Beruecksichtigt Adipositas Kriterien: true

OK Abbrechen

Abbildung 36: Rating Anbieter verwalten (2)

4.3.5.3 Texte bearbeiten

Wie in Abbildung 37 dargestellt, können mit der Funktion „Texte bearbeiten“ die Texte innerhalb der Anwendung bearbeitet werden. Dies beinhaltet auch die zukünftige Bereitstellung anderer Sprachen.

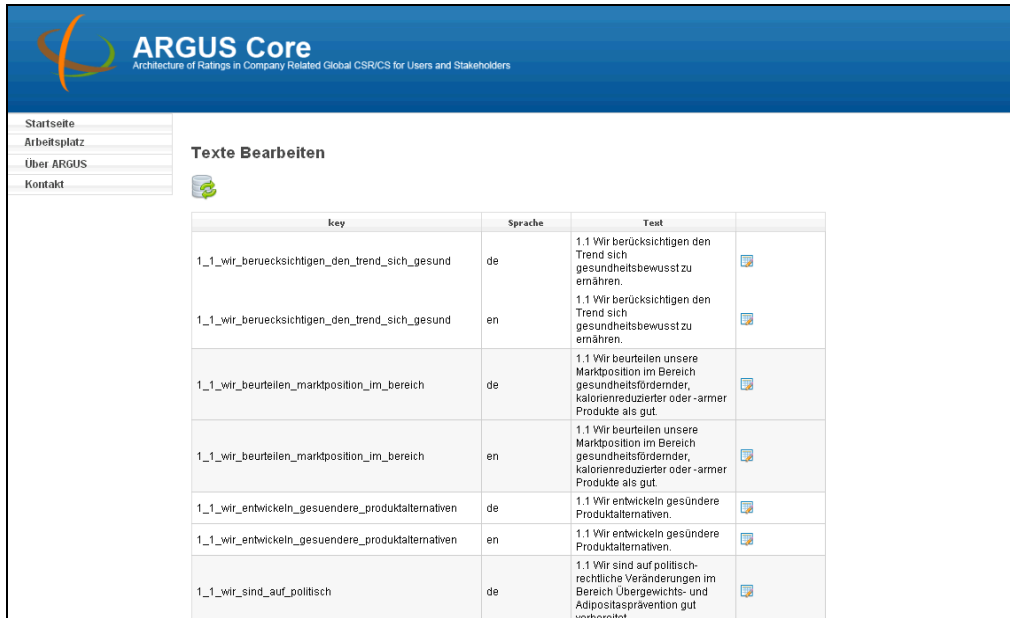


Abbildung 37: Texte bearbeiten

4.3.5.4 Mail Versand

Über „Mail Versand“ können die Standardtexte der Emails, die automatisch vom System versendet werden, verändert werden, vergleiche hierzu auch Abbildung 38.

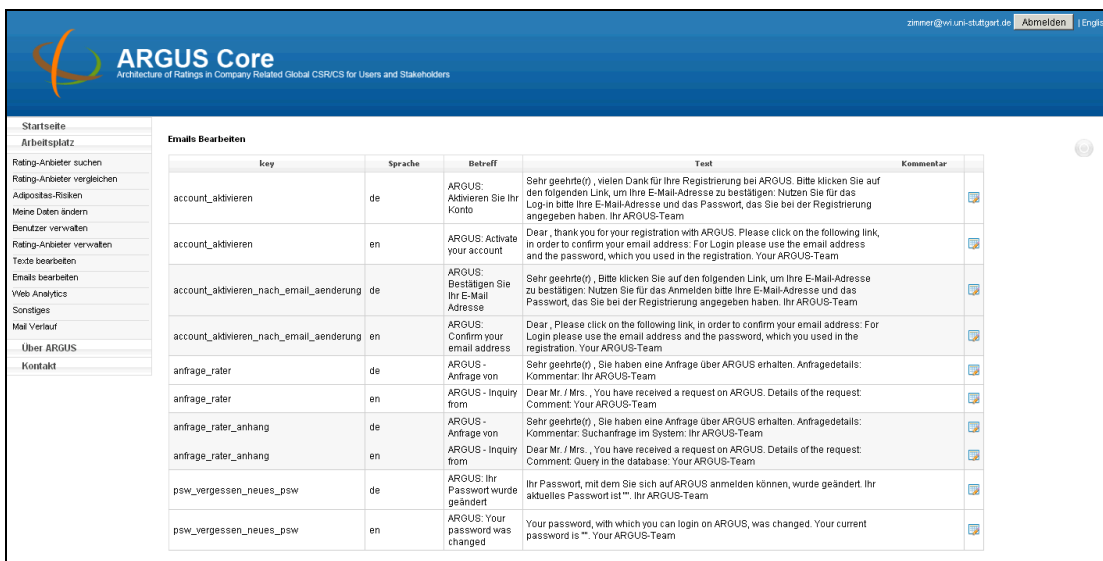


Abbildung 38: Mail Versand

5 Diskussion

Im folgenden Kapitel werden der Stand der Datenbank, der Nutzen und die Handhabung der Plattform vorgestellt. Des Weiteren werden die im Projekt gewonnenen Erkenntnisse für eine potenzielle Weiterentwicklung der Plattform vorgestellt.

5.1 Stand der Datenbank

Der Kernbereich der Kompetenzplattform ARGUS besteht aus einer Datenbank mit umfassenden Profilen der international agierenden Nachhaltigkeitsrating-Einrichtungen. Die Profile der Datenbank sind strukturiert nach Kriterien, die aus den vorangegangenen schriftlichen Studien über CSR-Ratings insbesondere des Lehrstuhls Finanzwirtschaft entwickelt wurden. Diese Studien sowie ein auf Microsoft-Access basierendes Vorgängersystem dienten als Vorlage zur Abstimmung zwischen dem im ARGUS-Projekt installierten Experten, Nutzern sowie den Rating-Einrichtungen. Nach mehreren Expertengesprächen und Abstimmungsrunden wurden Templates entwickelt, mit denen die Strukturierung der Daten zu den Rating-Profilen erfolgt. Die Dateneingabe, Datenpflege und Datenaktualisierung erfolgt durch die Rating-Agenturen. Die Betreiber und Administratoren der ARGUS-Webplattform stellen dabei sicher, dass die Qualitätsansprüche im Kernbereich erfüllt werden und der Betrieb der Plattform gesichert ist. Für die Inhalte des Informationsbereichs ist der Betreiber der Webplattform verantwortlich.

Das Wissenschaftler-Team hat international **34 Rating-Einrichtungen** im Bereich Nachhaltigkeit ausfindig gemacht und deren Profile in der Datenbank angelegt. Von diesen Rating-Einrichtungen haben bisher **19** ihre **Profile** überarbeitet und **freigegeben**. Weitere Ratingagenturen sind gerade dabei, ihre Profile zu überarbeiten. Das Projektteam geht davon aus, dass ein Großteil der übrigen Rating-Einrichtungen ihre Profile bis Mitte nächsten Jahres ebenfalls freischalten werden.

5.2 Nutzen der Plattform

Nutzen für Unternehmensvertreter:

Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen werden vermehrt von verschiedenen Anspruchsgruppen nachgefragt. Eine unabhängige und glaubwürdige Bewertung der ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Chancen und Risiken von Unternehmen ist daher meist unabdingbar. Gerade vonseiten der Finanzmarktteilnehmer ist ein immer größer werdendes Interesse an gesellschaftlichen und ökologischen Aspekten der Unternehmensleistung zu beobachten. Nachhaltigkeitsratings haben in diesem Zusammenhang einen Signaling-Effekt, den Unternehmen bei ihrer Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdern nutzen können. Des Weiteren können Unternehmen Nachhaltigkeitsratings wie in Kap. 4.2.3 beschrieben für eine Stärken und Schwächen-Analyse nutzen und damit wichtige Informationen über Anforderungen an die CSR-Leistung vonseiten der Investoren und anderen Stakeholdergruppen erhalten.

Da es bisher aber kein allgemein akzeptiertes Set an Kennzahlen und Erhebungsmethoden zur Bewertung der unternehmerischen Nachhaltigkeit gibt, existiert eine breite Facette verschiedener Ansätze der Rating-Anbieter, welche für die Unternehmen oft nicht nachvollziehbar und in hohem Maße intransparent sind. Dabei sehen sich Unternehmen häufig mit vielfältigen und umfangreichen Anfragen und Fragebögen konfrontiert, deren Bearbeitung äußerst zeit- und kostenintensiv ist. Um ihre Ressourcen zur Bearbeitung dieser Anfragen effizient einzusetzen, ist ein Verständnis für den Aufbau und die Abläufe der Ratings daher unabdingbar (vgl. Econsense 2008 und Schäfer 2005a, S. 117).

Durch die Kompetenzplattform ARGUS werden diese Intransparenzen abgebaut und Informationen bezüglich der Bewertungsprozesse, -methoden und Kennzahlen der einzelnen Rating-Anbieter zur Verfügung gestellt. So kann nicht nur der Informationsfluss und die Arbeitsabläufe zwischen den Unternehmen und den Ratingeinrichtungen verbessert werden, sondern auch das Verständnis über die Aussagekraft der Ratingergebnisse erhöht werden, um mögliche Verbesserungspotenziale im Rahmen einer Stärken- & Schwächen-Analyse ermitteln zu können. Des Weiteren erhalten Unternehmen auf der Plattform Informationen zu welchem Zweck und in welchem Umfang

die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsratings genutzt werden. So gibt die Plattform z. B. Auskunft über die Anzahl der Kunden und die Höhe der Kapitalanlagen (Assets under Management) welche nach den jeweiligen Ratings verwaltet werden.

Nutzen für Privatanleger:

Die meisten Privatanleger, die nachhaltige Geldanlagen als Anlageformen wählen, sind auf von den Banken und Versicherern vorgefertigte Investmentfonds angewiesen. Sie werden in den Fondsprospekten meistens über die Rating-Einrichtung, mit der die Auswahl der nachhaltigen Aktien und Anleihen erfolgte, nicht umfassend aufgeklärt. Sie können daher nur schwer ermessen, ob die dem Fonds zugrunde gelegte Vorstellung von Nachhaltigkeit, die Art und Anzahl der Sozial-, Umwelt- und Governance-Kriterien sowie deren Gewichtungen ihren Wertvorstellungen entsprechen. Hier bietet ARGUS die Möglichkeit, dass sich Privatanleger über die Rating-Einrichtung informieren, die das Fondsmanagement ausgewählt hat. Auch ist es möglich, dass sich Privatanleger mit ihren CSR- und Wertvorstellungen in ARGUS einklinken und nach Durchlaufen der Datenbank-Routinen sehen, welche Rating-Einrichtung ihren Vorstellung am ehesten entspricht. Daraufhin lassen sich Investmentfonds besser beurteilen. Ein Fonds, der mit der anlegerseitig gewünschten Rating-Einrichtung zusammenarbeitet, könnte dann auch die CSR-Vorstellungen des Anlegers gezielter im Fondsmanagement umsetzen.

Nutzen für Finanzintermediäre:

Die Strukturierung von nachhaltigen Kapitalanlagen wird durch eine seriöse und aussagekräftige Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen durch die Ratingagenturen ermöglicht.

Finanzintermediäre können im Zuge einer Beratung die Anlagevorstellungen Ihrer Kunden bezüglich Ökologie, Sozialem und Governance ermitteln. Grundlage für eine optimale Auswahl der Anlagetitel ist dabei nicht nur die fachliche Kompetenz des Anlageberaters oder Asset Managers bezüglich Nachhaltigen Kapitalanlagen, sondern auch ein profundes Verständnis der verschiedenen Bewertungsansätze, Methoden und Ratingergebnisse der am Markt für Nachhaltigkeitsratings angebotenen Dienstleistungen. Genau hier stellt ARGUS die nötige Plattform bereit um sich umfassend über das Thema Nachhaltige Geldanlagen sowie das Angebot für Nachhaltigkeitsratings

zu informieren. Mit ARGUS lässt sich feststellen, welche Rating-Einrichtungen am besten zu den Anlagevorstellungen der Anleger passen und daraufhin in einem zweiten Schritt die Fondstitel auswählen, die auf deren CSR-Wünsche und Wertvorstellungen zutreffen.

Nutzen für die Ratingagenturen:

Ratingagenturen können sich mithilfe von ARGUS auf einer neutralen und unabhängigen Plattform präsentieren und dabei die Vorteile und Besonderheiten ihrer Ratings für bestehende und potenzielle Kunden sowie für interessierte Stakeholder darzustellen. Mithilfe der Plattform kann so die Kommunikation und die Transparenz zwischen den einzelnen Akteuren im Markt für Nachhaltigkeitsratings verbessert werden. Des Weiteren können über die Moderationsfunktion der Kompetenzplattform aktiv Kundenanfragen an die Ratingagenturen gestellt werden und somit der Erstkontakt zu den Kunden aufgenommen werden.

5.3 Handhabung und laufender Betrieb

Für die Endversion der Kompetenzplattform wurde wie bereits in Kapitel 4.1 beschrieben das Content Management System Joomla gewählt, welches gegenüber dem Content Management System der Entwicklungsumgebung (Typo3) über eine deutlich bessere Handhabung und Nutzeroberfläche verfügt. Während der Entwicklung der Kompetenzplattform wurden die Webplattform und der ARGUS-Core Bereich auf zwei verschiedenen Systemumgebungen entwickelt. Für die Endversion der Plattform wurden beide Bereiche in ein System integriert, um die Handhabung sowie die Benutzeroberfläche zu vereinheitlichen.

Da die Betreiber der Plattform mit einem erhöhten Datenträffic rechnen, waren die an der Universität verfügbaren Ressourcen für den dauerhaften Betrieb der Plattform nicht geeignet. Zur Sicherstellung des laufenden Betriebs der Plattform wurde daher eine Kooperation mit einem professionellen IT-Dienstleister eingegangen. Im Zuge dieser Kooperation wurde das System auf eine professionelle Serverumgebung migriert und somit die Zugriffszeiten und die Verfügbarkeit der Plattform auf branchenübliche IT-Servicestandards gebracht. Darüber hinaus wurde ein Sicherheitskonzept erarbeitet,

welches bei Ausfall eines Servers die Verfügbarkeit der Plattform weiterhin gewährleistet.

6 Öffentlichkeitsarbeit und Präsentationen

Im folgenden Kapitel werden die durchgeführten Maßnahmen zur Verbreitung der Forschungsergebnisse und zur Steigerung des Bekanntheitsgrades der Kompetenzplattform durch Veröffentlichungen, Fachvorträge sowie die Informationsverbreitung bei Veranstaltungen anhand eines Posters vorgestellt.

6.1 Veröffentlichungen

Mit der Fertigstellung und Freischaltung des ARGUS-Core Bereichs im Mai 2010 wurde die Kompetenzplattform in zahlreichen namenhaften Zeitschriften, Journals und Online-Newslettern angekündigt. Zusätzlich zu diesen Medien wurde ein Radiobeitrag zum Thema Nachhaltigkeitsratings im NDR gesendet, in dem das Projektteam und die Kompetenzplattform eingehend vorgestellt wurden. Tabelle 6 gibt einen Überblick über die Veröffentlichungen, die während der Projektlaufzeit zu ARGUS erschienen sind. Darüber hinaus wurde die Kompetenzplattform in umfangreichen E-Mail Verteilern sowie persönlichen Anschreiben angekündigt. Auszüge aus den Veröffentlichungen befinden sich im Anhang.

Beiträge zur Abschlussveranstaltung

Redaktion	Art / Veröffentlichung	Erscheinungsdatum	Heft Nr.
Handelsblatt Business Briefing - Nachhaltige Investments	Newsletter	21.05.2010	Nr. 5, Seite 15

Beiträge zur Kompetenzplattform ARGUS

Redaktion	Art / Veröffentlichung	Erscheinungsdatum	Heft Nr.
NDR	Radiobeitrag	30.06.2010, 12.45 Uhr	
Die Wirtschaft	Zeitschrift	Okt 10	Nr. 10, 2010, S. 50
Glocalist Review	E-Journal	31.05.2010	Nr. 272, 2010, S. 8-9
Rate für Nachhaltige Entwicklung	Newsletter	02.09.2010	Nr. 18, 2010, S.6
VAA	MAGAZIN	Aug 10	Nr. 4, 2010, S. 34
CSR News	Webseite	12.05.2010	www.csr-news.net
Glocalist Daily News	Online Zeitung	27.05.2010	www.glocalist.com
Forum Nachhaltig Wirtschaften	Homepage	12.05.2010	www.nachhaltigwirtschaften.net

Beiträge zur Onlineumfrage

Redaktion	Art / Veröffentlichung	Erscheinungsdatum	Heft Nr.
Handelsblatt Business Briefing zu Nachhaltigen Investments	Newsletter	16.07.2010	Nr. 7 S. 10

Tabelle 6: Veröffentlichungen im Rahmen von ARGUS

6.2 Vorträge und Poster

Gemäß den Richtlinien der DBU wurde am 25. Juni 2010 die Abschlusskonferenz des Forschungsprojekts ARGUS im Zentrum für Umweltkommunikation in Osnabrück durchgeführt. Die Veranstaltung fand unter dem Namen

„Management von Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsdaten – Aktuelle Forschungsergebnisse und innovative Praxisansätze“

statt. Dabei wurden neben den Ergebnissen der Onlineumfrage die Anforderungen, die Entwicklung und die technische Umsetzung der Kompetenzplattform im Detail vorgestellt. Neben der Vorstellung der Projektergebnisse wurden bei der Abschlusskonferenz die Aspekte von Nachhaltigkeitsratings aus Sicht verschiedener Stakeholdergruppen diskutiert. Das Programm sowie die Präsentationen der Abschlussveranstaltung können im Downloadbereich der Kompetenzplattform unter www.argus-responsibility.de¹ runter geladen werden.

Zusätzlich zu der Abschlusskonferenz und zu den bereits in Kapitel 4 beschriebenen Veranstaltungen wurden im Rahmen des Forschungsprojektes zahlreiche Fachvorträge zu den Themen Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsratings von den Vertretern des Projektteams gehalten. Hierzu gehören u. a. ein Vortrag vor der Sachverständigengruppe der Deutschen Bischofskonferenz am 11. Februar 2009 in Frankfurt am Main, ein Vortrag vor Asset Managern der Union Investment Gruppe am 15. Juli 2008 in Frankfurt am Main sowie die Vorstellung der Kompetenzplattform am UNEP/FI Round Table 2009 am 18-19. November 2009. Neben diesen Vorträgen wurde der Aufbau und die Funktionsweise der Kompetenzplattform mithilfe eines Posters in Einzelgesprächen im Rahmen von Fachkonferenzen und Tagungen vorgestellt. Das Poster ist im Anhang beigelegt.

¹ http://www.argus-responsibility.de/argusweb/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=76&lang=de

6.3 Internet

Da es sich bei ARGUS um eine webbasierte Kompetenzplattform handelt, stellt das Internet ein wichtiges Übertragungsmedium dar. Die Plattform ist mit einer Vielzahl von Webseiten verlinkt, welche wiederum auf ARGUS verweisen. Im Zuge der Onlineumfrage wurden mehrere Webanwendungen wie Unipark und Xing genutzt, um die Teilnahme der Onlineumfrage zu erhöhen und potenzielle Nutzer auf die Kompetenzplattform aufmerksam zu machen. Darüber hinaus wurde ARGUS auf einer Vielzahl von Webseiten angekündigt und vorgestellt, um den Bekanntheitsgrad der Plattform zu steigern. Zu diesen Webseiten zählen u. a.:

- CSR-News²
- Deutsches Aktieninstitut³
- Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik⁴
- Econsense (Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft)⁵
- Forum Nachhaltige Geldanlagen⁶
- Forum Nachhaltig Wirtschaften⁷
- Rat für Nachhaltige Entwicklung⁸
- UPJ⁹

² <http://csr-news.net>

³ <http://www.dai.de/>

⁴ <http://www.dnwe.de/>

⁵ <http://www.econsense.de/>

⁶ <http://www.forum-ng.de/>

⁷ <http://www.nachhaltigwirtschaften.net>

⁸ <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/>

⁹ <http://www.upj.de/>

7 Weiterführende Praxisanforderungen – ein innovativer Lösungsansatz

CSR ist für die börsennotierten, groß kapitalisierten Unternehmen aufgrund der Rating-Einrichtungen und damit letztendlich aufgrund der internationalen Anlegerkreise mit Nachhaltigkeitszielen (z. B. gemäß der Principles for Responsible Investing) heute ein fest stehendes Thema. Dieser Unternehmenskreis veröffentlicht bereits seit Jahren regelmäßige CSR-Berichte mit dem sie sich in der Öffentlichkeitsarbeit, Investor Relations und gegenüber Stakeholder-Forderungen vor allem aus dem Kreis der NGOs beschäftigen müssen. Die meisten dieser Unternehmen haben über die reine CSR-Kommunikation hinaus CSR-Ziele, -Strategien und operative Maßnahmen in ihrer Unternehmenspolitik verankert.

Eine Gruppe, die bisher durchweg durch das Raster der Nachhaltigkeitsratingagenturen gefallen ist, ist die Gruppe der mittelständischen und öffentlichen Unternehmen, da Nachhaltigkeitsratings bisher vor allem für Börsenanleger erstellt werden. Wie schon in Kapitel 5.2 beschrieben sind Nachhaltigkeitsratings hervorragend für eine Stärken/Schwächen-Analyse geeignet und geben Rückschlüsse auf mögliche Verbesserungspotenziale.

Wie sich in zahlreichen Expertengesprächen und der Onlineumfrage gezeigt hat, fehlt es diesen Unternehmen oft an Know-How und Kapazitäten, um ihre gesellschaftlichen Aktivitäten zu beurteilen. Gerade für den Mittelstand werden jedoch zuverlässige und unabhängige Informationen über die eigene CSR-Leistung immer wichtiger (vgl. Bergius 2010). Eine Weiterentwicklung des ARGUS-Systems wird daher primär in der Erweiterung der Nutzungsmöglichkeit von Ratings für mittelständische und öffentliche Unternehmen gesehen. Die Betreiber der Plattform sind sich mit vielen Experten einig, dass eine Weiterentwicklung der Kompetenzplattform zu einer Selbstevaluationsplattform einen erheblichen Mehrwert für mittelständische und öffentliche Unternehmen hätte. Mit der Entwicklung einer unternehmensintern einsetzbaren **Selbstevaluationsplattform** können Unternehmen CSR-Ratings flexibel und effizient gemäß der eigenen Informationsbedarfe durchführen und die Ergebnisse mit anderen Unternehmen vergleichen, um so branchenrelevante Risiken und kritische Erfolgsfaktoren zu identifizieren. Nutzer dieses Selbstevaluationssystems haben mit einem derartigen

Instrument die Möglichkeit, ein spezifisches, ihren Präferenzen entsprechendes Analysekonzept zu nutzen. Unternehmen können sich dadurch ein objektiviertes Bild hinsichtlich ihrer eigenen CSR-Performance verschaffen, die relativen Stärken und Schwächen ihres oft vielfältigen gesellschaftlichen Engagements erkennen und die Folgen von Maßnahmenanpassungen auf die CSR-Performance durchspielen.

Mithilfe einer Datenbank, in der alle Ergebnisse bisheriger Selbstevaluationen anonymisiert vorgehalten werden, könnte zudem zusätzlich zu den absoluten Ergebnissen (Notenskala) der Selbstevaluationsplattform einen **Referenzwert** geschaffen werden, mit dem eine relative Vergleichbarkeit der Ergebnisse ermöglicht würde (Best-in-Class Ansatz). Somit könnte mit dieser Datenbank eine Analyse der Mitbewerber durchgeführt werden und ein Benchmark für die eigenen Ziele geschaffen werden. Zusätzlich zu dieser Datenbasis sollen zusammen mit den teilnehmenden Unternehmen **Best-Practice-Beispiele** erarbeitet und vorgestellt werden, um mögliche Verbesserungspotenziale aufzuzeigen. Damit wird den Nutzern der Selbstevaluationsplattform ein Instrument gegeben, um ihre Nachhaltigkeitsleistung gegenüber Mitbewerbern zu vergleichen und intern wie extern zu kommunizieren. Mit einer solchen Plattform können sich Unternehmen nicht nur über den Stand ihres Nachhaltigkeitsmanagements im Vergleich zu ihren Wettbewerbern und Unternehmen aus anderen Branchen informieren, sondern bekommen auch die Möglichkeit eigene Verbesserungspotenziale zu erkennen und sich mit anderen Unternehmen über Best Practices auszutauschen.

In der Anforderungsanalyse wurde vielfach der Wunsch nach einem **Rating der Rater** geäußert. Trotz mehrfacher Anfrage haben sich die Betreiber der Plattform gegen eine Bewertung der Rating-Angebote entschlossen. Ein Rating der Rater, wie es aktuell der Initiator der „Global Reporting Initiative“ anstrebt, ist in Anbetracht der vielfältigen Verständnisse von CSR und Nachhaltigkeit sowie der damit verbundenen unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen in den Erhebungskriterien, kaum sinnvoll durchführbar. Im Übrigen besteht mit dem System des freiwilligen Qualitätsstandards (CSRR QS 2.1) der europäischen Nachhaltigkeitsrating-Einrichtungen ein Instrument der Selbstregulierung, das allerdings offensiver von den Rating-Einrichtungen umgesetzt werden sollte.

8 Fazit und Ausblick

In dem zweijährigen von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Forschungsprojekt hat das Projektteam der Universität Stuttgart die gemäß der im Projektantrag zu entwickelnde Kompetenzplattform zur vollsten Zufriedenheit aller Experten, Zielgruppenvertreter und Projektpartner fertiggestellt. Sämtliche Meilensteine des Projekts konnten erfolgreich erarbeitet werden. Die Projektstruktur wurde dabei so gewählt, dass Vertreter der Nutzergruppen sowie die Projektextperten von Beginn an in die Entwicklung der Plattform mit einbezogen wurden. Durch diese frühe Einbindung verschiedener Anspruchsgruppen konnte das Ergebnis des Forschungsprojektes und der Nutzen der Plattform erheblich gesteigert werden. So konnten zusätzliche Anforderungen wie z. B. die Schaffung einer grundlegenden Informationsplattform zu den Themen Nachhaltigkeit und Nachhaltige Kapitalanlagen, welche über den im Projektantrag definierten Anforderungen hinausgehen, umgesetzt werden.

Mit der Informationsplattform sowie der im Projekt erstellten und von den Ratingagenturen verifizierten Datenbank zu den Systemen, Prozessen und der Infrastruktur der Ratinganbieter für Nachhaltigkeitsratings besteht nunmehr eine transparente Übersicht der Akteure des Marktes für Ratingdienstleistungen.

Interessierten Nutzern der Plattform, wie Unternehmensvertretern, Kapitalanlegern, Kreditinstituten, Stiftungen, Pensionskassen, Asset Managern sowie der interessierten Öffentlichkeit steht nunmehr ein Informationstool zur Verfügung, um sich umfassend über die Prozesse, Bewertungsmethoden und Dienstleistungen der Anbieter von Nachhaltigkeitsratings zu informieren. Mithilfe vordefinierter Analysen können die Nutzer der Plattform zudem die Profile der Ratinganbieter nach ihren Präferenzen hin untersuchen und erhalten als Ergebnis eine Zusammenfassung, welche Rating-Anbieter am besten zu ihren Präferenzen passen. Damit wurde ein erheblicher Beitrag zur Transparenzverbesserung im Markt für Nachhaltigkeitsratings geleistet und die Kommunikation unter den einzelnen Akteuren in diesem Markt verbessert.

Gleichwohl operieren Unternehmen nach wie vor in einem Umfeld sehr unterschiedlicher Transparenzgeber wie eben Rating-Organisationen, aber auch Codes of Conduct, Carbon Disclosure Project u.v.m.. Es ist daher für Unternehmensexterne nach wie vor

oft schwierig, einen belastbaren Einblick in die CSR-Leistung von Unternehmen zu erhalten. Hier wäre mehr Vereinheitlichung bezüglich der Ratingmethoden, Kennzahlen und Herangehensweise wünschenswert.

Es ist davon auszugehen, dass der Markt für CSR-Ratings durch die zunehmende Bedeutung von Informationen zur Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen in Zukunft eine Expansion erfahren wird. Ein elementarer Bestandteil dieser Nachfrage wird nach wie vor vonseiten der Kapitalanleger, insbesondere der institutionellen Investoren kommen. Die zunehmende Verbreitung der PRI unterstreicht dabei die zunehmende Relevanz von Nachhaltigkeitsratings für den Kapitalmarkt und die Unternehmensbewertung. Darüber hinaus könnten CSR-Ratings in Zukunft mehr und mehr zu einem integralen Bestandteil von spezialisierten Finanzanalysen und Credit Ratings werden.

In Bezug auf die Themen-Schwerpunkte des CSR-Bereichs wird die derzeit wahrnehmbare Dominanz von mit dem Klimawandel verbundenen Fragestellungen eher noch zunehmen, vor allem auch weil institutionelle Investoren hier vermehrt das Risiko- aber auch Chancenpotenzial bei Unternehmen und damit ihren Kapitalanlagen erkennen. Weitere Themenschwerpunkte werden die Verknappung der Rohstoffe und die Herausforderungen der überbordenden Bevölkerungsentwicklung sein.

Angesichts dieser Entwicklung werden sich Unternehmen wie Kapitalanleger in Zukunft zunehmend mit Nachhaltigkeitsratings konfrontiert sehen. Mit ARGUS wurde dabei eine bestehende und vielfach beklagte Lücke bezüglich der Intransparenz des Marktes für Nachhaltigkeitsratings geschlossen und die Kommunikation zwischen Unternehmen, Rating-Anbietern und Rating-Nachfragern verbessert.

Aus dem überaus erfolgreichen Projekt ergeben sich neue Aufgabenstellungen für die Zukunft, wie etwa die Entwicklung einer Selbstevaluationsplattform für mittelständische und öffentliche Unternehmen.

9 Literaturverzeichnis

Aras, G., Crowther, D. (Hrsg.), 2010, A Handbook of Corporate Governance and Social Responsibility, Famham.

Bergius, S., 2010, In der Vielfalt liegt die Kraft, in: Handelsblatt Business Briefing Nachhaltige Investments, H. 8, S. 2-5.

Diamond, D.W., 1989, Reputation Acquisition in Debt Markets, in: Journal of Political Economy, Vol. 97, S. 828-862.

Econsense, Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V., 2008, Nachhaltige Entwicklung und Finanzmärkte, Mehr Transparenz, mehr Effizienz, mehr Akzeptanz – Diskussionsbeitrag von econsense zur Zukunft von Nachhaltigkeitsratings und –rankings, 2. aktualisierte Auflage, Berlin.

Kemper, H.-G., Baars, H., Mehanna, W., 2010a, Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen, 3. Auflage, Wiesbaden.

Kemper, H.-G., Schäfer, H., Finger, R., 2010b Corporate Social Responsibility (CSR) – BI-Domäne der Zukunft, in Tagungsband der 10. Europäischen TDWI-Konferenz.

Klein, B., 1985, Self-Enforcing Contracts, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics, Vol. 141, S. 594-600.

Howe, J.T., 1997, Credit Analysis for Corporate Bonds, in: Fabozzi, F.J. (Ed.), The Hand-book of Fixed Income Securities, 5th Ed., Chicago et. al. S. 371-404.

Oestereich, B., 2008, Agiles Projektmanagement, in: HMD - Praxis der Wirtschaftsinformatik, H. 260, 2008, S. 18-26.

Schäfer, H., 2001, Triple Bottom Line Investing – Ethik, Rendite und Risiko in der Kapitalanlage, in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen, 54. Jg., H. 13, 2001, S. 740-744.

Schäfer, H., 2005a, International Corporate Social Responsibility Rating Systems – Conceptual Outline and Empirical Results, Journal of Corporate Citizenship, Vol. 20, 2005, S. 107-120.

Schäfer, H., 2005b, Corporate Social Responsibility Rating – Technologie und Marktverbreitung, in: FINANZBETRIEB, 7. Jg., H. 4, S. 251-261.

Schäfer, H., 2006a, Rating der Corporate Social Responsibility von Unternehmen, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, H.12, 2006, S. 664-669.

Schäfer, H., 2006b, Corporate Social Responsibility in der wertorientierten Unternehmensführung – konzeptionelle Verbindungslinien zwischen Unternehmen und Finanzmärkten, in: Ökologie und Wirtschaft, H.3, Sep. 2006, S. 34-38.

Schäfer, H., 2006c, Triple Bottom Line Investing. Informations- und Anlageprozesse einer Finanzinnovation im Kontext von Corporate Social Responsibility , in: Bellavite-Hövermann, Y., Liebich, B., Wolf, J., Unternehmenssteuerung: Ökonomie, Controlling, Rechnungslegung und Recht, Stuttgart, S. 139-155.

Schäfer, H., 2010, Corporate Social Responsibility Rating, in: Aras, G., Crowther, D. (Hrsg., 2010), S. 449-466.

Schäfer, H., Lindenmayer, P., 2007, Implikationen von CSR-Rating-Systemen auf SRI-basiertes Asset-Management, Forschungsbericht Nr.1/2007, Stuttgart.

Schäfer, H., C. Preller und A. Hauser-Ditz, 2004, Transparenzstudie zur Beschreibung ausgewählter international verbreiteter Rating-Systeme zur Erfassung von Corporate Social Responsibility, Bertelsmann Stiftung.

Schäfer, H., Zenker, J., Beer, D., Fernandes, P., 2006, Who is who in Corporate Social Responsibility Rating. A survey of internationally established rating systems that measure Corporate Social Responsibility, Bertelsmann-Foundation, Gütersloh, <http://www.bertelsmann-stiftung.de/bst/de/media/Transparenzstudie2006.pdf>.

Schoenheit, I., 2005, Markttransparenz im Socially Responsible Investment, Frankfurt a. M., zugl. Diss. Universität Hannover, 2004.

Sjöström, E., 2004, Investment Stewardship. Actors and Methods for Socially and Environmentally Responsible Investments, Project Report for the Nordic Partnership in Collaboration with the Stockholm School of Economics, Stockholm.

SustainAbility/Mistra, 2004, Values for Money. Reviewing the Quality of SRI Research, London/Stockholm.

Universität Stuttgart / Bertelsmann Stiftung, 2007, Das gesellschaftliche Engagement von Familienunternehmen, Dokumentation der Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, Gütersloh und Stuttgart.

10 Anhang

Anhang 1: Aufbau der Datenabfrage der Ratinganbieter

Stammdaten

Gründungsjahr	Angabe von Gründungsjahr, Gründungshintergrund und anschließende Entwicklung.	Alle	Jahr
Hauptsitz der Firmenleitung		Deutschland	Land
Hintergrund der Entstehung und Entwicklung seit der Gründung			Text
Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr		Alle	EUR
Gesamtanzahl der Mitarbeiter	Anzahl der Analysten, welche Research für CSR-Ratings betreiben in vollen Mitarbeiterstellen.	> 100	Anzahl
Anzahl Mitarbeiter (Analysten) für CSR-Ratings / CSR-Analysen		> 20	Anzahl
Partner / Netzwerk	Netzwerkpartner die z. B. ein regionales Research liefern.		Text
Aktionsradius incl. Netzwerkpartnern (geografische Abdeckung des Ratinguniversums)	Die geografische Verteilung der Unternehmen, welche von der Ratingagentur oder deren Netzwerkpartnern geratet werden.	Deutschland Österreich Frankreich USA	
Eigentümerverhältnisse am Unternehmen			Text
Definition von Nachhaltigkeit (Selbstverständnis von CSR)			Text
Geschäftsmodell:			
- Nutzen für potenzielle Kunden			Text
- Architektur der Wertschöpfung			Text
- Ertragsmodell (Wie wird Geld verdient?)			Text
Zielgruppe			Text
Kernkompetenzen			Text
Geschäftstätigkeit in Bezug auf CSR	Kerngeschäft in Bezug auf CSR		Text

Abbildung 39: Aufbau der Datenabfrage der Ratinganbieter (1)

Strukturdaten

<p>Kategorie</p> <p>Privatwirtschaftliches, gewinnorientiertes und eigenständiges Unternehmen, welches CSR-Aktivitäten von Unternehmen, öffentliche Einrichtungen oder Emittenten von Wertpapieren bewertet.</p> <p>Organisation, welche nicht auf Gewinne ausgerichtet ist (non-profit) und weder von staatlicher Stelle organisiert noch abhängig ist.</p>	<p>Rating-Agentur <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Inhouse Research-Team <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Asset Manager <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Indexanbieter <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Nichtregierungsorganisation <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Öffentliche Einrichtung <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Sonstige Informationsanbieter <input type="checkbox"/> Box</p>	<p>Interne Abteilung welche CSR-Research betreibt. Z.B. eine Researchabteilung einer Bank, welche für die Erstellung von CSR-Ratings zuständig ist.</p> <p>Emittent eines Nachhaltigkeitsindizes.</p>
<p>Dienstleistungen / Produkte mit CSR- bzw. Nachhaltigkeitsbezug</p> <p>- Corporate Bereich</p> <p>- Governmental Bereich</p> <p>- Sonstige Dienstleistungen</p>	<p>Unternehmensratings <input checked="" type="checkbox"/> Box</p> <p>Branchenratings <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Ratings der Emittenten von Unternehmensanleihen <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Ratings der Emittenten von Pfandbriefen (Hypothekenpfandbriefe) <input checked="" type="checkbox"/> Box</p> <p>Ratings öffentlicher Einrichtungen <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Ratings öffentlicher Gebietskörperschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Staaten (als Emittent von Staatsanleihen) <input type="checkbox"/> Box - Länder (Kommunalobligationen) <input type="checkbox"/> Box - Kommunen <input type="checkbox"/> Box - Städte <input type="checkbox"/> Box <p>Rating Reports / Company Profiles <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Erstellung von Auftragsratings (Ratings die auf Anfrage erstellt werden) <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Commodities-Screening <input type="checkbox"/> Box</p> <p>CSR-Beratung für Unternehmen <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Asset Management (SRI) <input type="checkbox"/> Box</p> <p>CSR-Beratung für Investoren <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Portfolioscreening <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Webbasierte Datenbank / Abfragetools <input type="checkbox"/> Box</p> <p>Sonstige Dienstleistungen <input type="text"/> Text</p>	<p>Bewertung der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Kreditvergabe von Banken.</p> <p>z. B. öffentliche Unternehmen wie die Deutsche Bahn AG.</p> <p>CSR-Bewertung öffentlicher Gebietskörperschaften als Anleiheemittenten (z. B. CSR-Bewertung des Deutschen Staates als Emittent von Staatsanleihen).</p> <p>Vermögensverwaltung für Kunden.</p> <p>Ein bestehendes Portfolio nach nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu durchleuchten.</p> <p>Nachhaltigkeitsindizes welche auf dem Research basieren, bzw. welche Daten des Rating-Anbieters nutzen.</p> <p>Softwaregestützte Datenbank für kundenspezifische Auswertungen des SRI-Anlageuniversums.</p> <p>Die Coverage Rate gibt an, wie viele Unternehmen im Durchschnitt pro Analyst analysiert werden.</p>
<p>Research für folgende Nachhaltigkeitsindizes <input type="text"/> Text</p> <p>Preisstruktur für angebotene Dienstleistungen und Produkte <input type="text"/> Text/Link</p> <p>Quote Unternehmen pro Analyst (Coverage Rate) <input type="text"/> Zahl</p>		

Analysierte (geratete) börsennotierte Unternehmen aus:		DAX <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
Anzahl der Unternehmen je Index bzw. Kategorie die im Ratinguniversum enthalten sind.		MDAX <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		DJTMI <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		DJTMI 750 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		Stoxx 50 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		Stoxx 600 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		ATX <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		SMI <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		FTSE <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		FTSE 50 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		FTSE 100 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		FTSE 350 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		FTSE 600 (EU) <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		S&P 500 <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		NIKKEI <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		MSCI World <input type="text"/> Zahl <input type="text"/> %
		Emerging Markets <input type="text"/> Zahl
		Kleine und mittlere gelistete Unternehmen <input type="text"/> Zahl
		Sonstige gelistete Unternehmen <input type="text"/> Zahl
Analysierte (geratete) nicht börsennotierte Unternehmen		Kleine und mittlere Unternehmen <input type="text"/> Zahl
		Supranationals <input type="text"/> Zahl
Behörden, öffentliche Einrichtungen		Agencies <input type="text"/> Zahl
		Öffentliche Unternehmen <input type="text"/> Zahl
		NGO's <input type="text"/> Zahl
		Internationale nicht gelistete Großkonzerne wie z. B. Bosch
Anzahl der regelmäßig gerateten Unternehmen		<input type="text"/> > 250 Zahl
Anzahl der regelmäßig gerateten Länder		<input type="text"/> Zahl
Anlageschwerpunkte der Kunden	Gesichtspunkten nach denen die Kunden anlegen.	Text
Kumulierte "Assets under Management" der Kunden, die anhand der Ratings angelegt werden		Verwaltetes Vermögen der Kunden, welches anhand der Informationen des Rating-Anbieters angelegt wird. Wird auch als "Assets under Advisory" bezeichnet.
Auszug aus der Kundenliste:		Zusammensetzung der AUM in Mio. EUR:
Institutionelle Investoren		Kundenliste:
Pensionskassen	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Versicherungen	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Unternehmen	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Stiftungen	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Kirchliche Einrichtungen	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Sonstige	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Asset Manager / Fondsgesellschaften	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Kreditinstitute / Banken	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text
Sonstige Finanzdienstleister	<input type="text"/> EUR	<input type="text"/> Text

Abbildung 40: Aufbau der Datenabfrage der Ratinganbieter (2)

II. Ratinginfrastruktur:

Mission und Vision bezüglich CSR		<input type="text"/>	Text/Link
Informationsquellen			
Sekundärquellen:	Medianalysen	<input type="checkbox"/>	Box
	Internetrecherchen	<input type="checkbox"/>	Box
Unternehmensinformationen:	Datenbanken	<input type="checkbox"/>	Box
	Berichte / Reports	<input type="checkbox"/>	Box
	Homepage	<input type="checkbox"/>	Box
	Persönliche Interviews mit Unternehmensvertretern	<input type="checkbox"/>	Box
Expertenmeinungen:	Schriftliche Befragungen (z. B. Fragebögen)	<input type="checkbox"/>	Box
	Stakeholder	<input type="checkbox"/>	Box
	NGO's	<input type="checkbox"/>	Box
	Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	Box
Nennung der Experten	Grassroots Research	<input type="checkbox"/>	Box
	Informationen von anderen Informationsintermediären (z. B. von Reuters).	<input type="text"/>	Text
Extern eingekaufte Informationen von:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Text
Unternehmen bekommen die Möglichkeit sich vor Veröffentlichung des Ratings zu äußern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Dialog des Ratinganbieters mit den Ratingobjekten (Unternehmen)	Kommunikation zwischen der Ratingagentur und dem Unternehmen.	<input type="text"/>	Text
Aktualität / Ratingzyklus			
Ratingzeitraum und Veröffentlichung der Updates je Branche	Ratings werden auf Anfrage erstellt	<input type="checkbox"/>	Box
	Unregelmäßige Updates	<input type="checkbox"/>	Box
	Regelmäßige Updates:	<input type="checkbox"/>	Box
	- Jährlich	<input type="checkbox"/>	Box
- Kürzer	<input type="checkbox"/>	Box	
- Länger	<input type="checkbox"/>	Box	
Updates bei aktuellen Ereignissen	<input type="checkbox"/>	Box	
Darstellung der Ratingergebnisse	Ratingnoten (z. B. AAA - D)	<input type="checkbox"/>	Box
Ratingnoten (Zahlen)	<input type="checkbox"/>	Box	
Ratingnoten (%-Angaben)	<input type="checkbox"/>	Box	
Umfassende Ratingberichte	<input type="checkbox"/>	Box	
Vergleich zum Sektordurchschnitt	<input type="checkbox"/>	Box	
Ranking / Best in Class	<input type="checkbox"/>	Box	
Beispiel eines Ratingberichtes	<input type="text"/>	Link	
Qualitätsmanagement:			
Regelmäßiges Monitoring von Kontroversen	Externe Prüfung der Prozesse z. B. durch Berater oder Wirtschaftsprüfer.	<input type="checkbox"/>	Box
Prüfung der Prozesse durch externe Assurance	<input type="text"/>	Text	
Externe Validierung der Daten auf Authentizität durch:	<input type="text"/>	Text	
Extern besetzte Gremien oder Beiräte	<input type="checkbox"/>	Box	
Aufgaben der Gremien oder Beiräte	<input type="text"/>	Text	
QM-Beauftragter	<input type="checkbox"/>	Box	
Zertifizierung nach CSRR-QS 2.1	<input type="checkbox"/>	Box	
Umsetzung bzw. Orientierung an den Richtlinien der GRI	<input type="checkbox"/>	Box	

Abbildung 41: Aufbau der Datenabfrage der Ratinganbieter (3)

III. Rating-Systeme:


Kriterienauswahl	Positivkriterien Negativkriterien Ausschlusskriterien	Box Box Box		
I. Negativscreening				
Ausschlusskriterien durch den Ratinganbieter (Mindestanforderungen)	<input type="checkbox"/>	Box		
Kundenspezifische Ausschlusskriterien	<input type="checkbox"/>	Box		
II. Positivscreening				
Berücksichtigung der Gewichtung	<input style="width:100%;" type="text"/>	Text		
Gewichtung der Bereiche	Sozial <input style="width:100%;" type="text"/> % Umwelt <input style="width:100%;" type="text"/> % Ökonomisch <input style="width:100%;" type="text"/> % Corporate Governance <input style="width:100%;" type="text"/> %			
Anzahl der Branchen	<input style="width:100%;" type="text"/>	Zahl		
Abbildung der Allgemein gültigen Kriterien:				
Kategorien	Felder	Indikatoren		
6	34	45		
Aufbau und Ablauf des Ratings	Beschreibung des Ratingprozesses von der Datenquelle bis zum Ratingergebniss. Darstellung des allgemeinen Aufbaus des Ratingsystems.	<input style="width:100%;" type="text"/> (Upload von Grafiken Möglich)		
Berücksichtigte Kriterienstandards				
Account Ability 1000 : Soziale, Ökologische und Ökonomische Inhalte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Allg. Erklärung der Menschenrechte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Amnesty International Human Rights Principles for Companies: Menschenrechte	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
EFQM (European Foundation for Quality Management)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Ethical Trading Initiative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Frankfurt-Hohenheimer Leitfaden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Freedom-House-Liste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Global-Sullivan-Principles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
GRI (Global Reporting Initiative): Publikationsrichtlinien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
ILO (International Labor Organisation): Arbeitsrechte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
International Confederation of Free Trade Unions' model code regarding worker rights (Arbeitsrechte)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Observer-Liste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
OECD-Guidelines for multinational companies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
SA 8000: Arbeitsbedingungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Social Performance Indicators: Soziale Kriterienstandards bezogen auf Finanzsektor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
The World Resource Institut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
UN fundamental treaties in Human Rights	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
UN Global Compact: Menschenrechte, Arbeitsrechte, Umweltaspekte, Korruption	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
UNO-Konvention über die Rechte des Kindes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
US/UK Oil Mining Code	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Voluntary Principles on Security and Human Rights	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
WBCSD Kriteriologie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
World Nuclear Industry Handbook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Sonstige	<input style="width:100%;" type="text"/>			Text

Negativkriterien / Ausschlusskriterien		Weden folgende Kriterien als Negativkriterium oder/und als Ausschlusskriterium im Ratingprozess berücksichtigt.		Negativkriterium	Ausschlusskriterium	
Soziale Kriterien						
Abtreibung, Verhütung, Geburtenkontrolle		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Aktivitäten in Ländern, in denen anerkannte Protestbewegung ausl. Unternehmen auffordern, das Land zu verlassen.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Arbeitsrechtsverletzungen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Beteiligungen an/Verbindungen zu Menschenhandel und Drogengeschäften		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Diskriminierung v. Frauen, sozialen oder ethnischen Minderheiten		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			Box
Embryonenforschung		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Entschädigung indigener Bevölkerung/Biopiraterie		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Kinderarbeit		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Kontroverse Aktivitäten in 3.Welt Ländern		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Kontroverse Wirtschaftspraktiken (Bestechung/Geldwäscherei, Bilanzfälschung...)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Massentierhaltung		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Menschenrechtsverletzungen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Politische Spenden		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Tierversuche (nicht medizinische)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Unterbindung/Behinderung von gewerkschaftlicher Tätigkeit		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Verstöße gegen rechtliche Bestimmungen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Wirtschtl. Kontakte zu Gewaltregimes		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Zwangsarbeit		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Sonstige		<input type="text"/>				Text
Umweltspezifische Kriterien						
Ausbeutung nicht erneuerbarer Rohstoffe		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Carbon-Dioxid-generierende Produkte		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Chlor - und Agrochemikalien		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Förderung und Verarbeitung von Uran		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Förderung und Verkauf fossiler Energieträger		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Gentechnik (landwirtschaftlich)/genetisch modifizierte Organismen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Gentechnik (medizinisch)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Kernenergie		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Kontroverses Umweltverhalten (Betreiber von Pipelines, Minen etc.)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Nicht nachhaltige Waldwirtschaft		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
OSPAR Chemikalien (Oslo-Paris Convention/ Convention for the Protection of the Marine Environment of the North-East Atlantic)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Pestizide/Biozide		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
POP's (persistent organic pollutants)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Produktion und Handel von/mit Pelzen		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Produktion, Einsatz und Vertrieb gefährlicher Produkte und Technologien		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
PVC und Phtalate		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Treibhausgase/Ozonzerstörende Chemikalien		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Tropenholz		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Wasserverschmutzung		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Werbung für umwelt-und/oder gesundheitsschädliches Verhalten		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Box
Sonstige		<input type="text"/>				Text

<u>Ausschluss von Aktivitäten</u>	Negativ- kriterium	Ausschluss- kriterium	
Airlines/Flugzeughersteller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Alkohol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Kfzhersteller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Glücksspiel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Pornographie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Prostitution	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Rüstung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Massenvernichtungswaffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Tabak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Box
Sonstige Branchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Text


Abbildung 42: Aufbau der Datenabfrage der Ratinganbieter (4)

Anhang 2: ARGUS Poster


Universität Stuttgart

ARGUS – Die Kompetenzplattform für CSR und CSR-Ratings

Projektleitung: Universität Stuttgart, BWI/Abt. III (Prof. Dr. H. Schäfer), BWI/Abt. VII (Prof. Dr. H.-G. Kemper)



ARGUS - Design

Web-Plattform

- Über ARGUS
- Info Center
- Business Case
- Investment Case
- Mitgliederbereich
- News / Kontakt

ARGUS-Core

- Agentur-Profil
- Ratinginfrastruktur
- Ratingsysteme
- Stimmabgeben
- Standardisierungen
- Informationssysteme
- Standards
- Kriterien
- Abfr. Profile
- Abfr. Bereich
- Standardisierungen

ARGUS | Kompetenzplattform

SRI-Anleger

Alle SRI-Anleger, die über die Plattform...

Wählen Sie einen Rating-Objekt...

Wählen Sie ein Rating-System...

Wählen Sie ein Unternehmen...

Ergebnisse


Rating	Row A	Row B	Row C	Row D
1	100	100	100	100
2	100	100	100	100
3	100	100	100	100
4	100	100	100	100
5	100	100	100	100

ARGUS - Core

Kompetenzplattform ARGUS

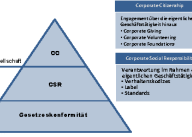
Was ist Corporate Social Responsibility?

Im April 2009 hat das nationale CSR Forum ein **gemeinsames, deutsche Verständnis von Corporate Social Responsibility (CSR)** veröffentlicht. Als Grundlage hierfür wird **Definition des Corporate Social Responsibility** verwendet.



Nachhaltige Entwicklung

Das Konzept der CSR wird durch die Faktoren der Corporate Social Responsibility definiert, die die ökonomische, soziale und ökologische Dimensionen des Unternehmens umfassen. Ein zentrales Element der CSR ist die Berücksichtigung der Interessen aller Stakeholder des Unternehmens, einschließlich der Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Investoren und der Öffentlichkeit.

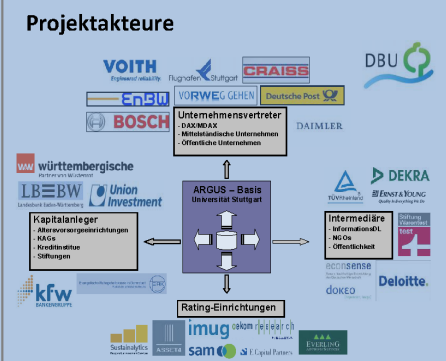


Corporate Social Responsibility

Die Erwartung der Öffentlichkeit

Physische Verantwortung

Projektakteure



Rollenklassifizierung der Akteure von ARGUS

Nutzer

RO (Rating Objekte)

Unternehmen

Administration

RA (Rating Agentur)

Provider

Supervisor

Universität Stuttgart

Webbasierter Zugriff / Datenabfrage

Zentrale Plattform


RO (Rating Objekte) „Business Case von CSR“

Unternehmen bieten CSR-Ratings die Möglichkeit, ihre Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit zu messen und bestehenden bzw. potenziellen Investoren über den Stand ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten in Kenntnis zu setzen. Werden diese Potenziale im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensführung berücksichtigt, spricht man vom **Business Case von CSR**.


RN (Rating Nachfrager) „Investment Case von CSR“

Wenn private oder institutionelle Investoren gezielt CSR-Kriterien bei ihren Kapitalanlageentscheidungen berücksichtigen spricht man vom **Investment Case von CSR**. In der Praxis der so genannten nachhaltigen Geldanlage sind zu diesem Zweck mittlerweile ganz bestimmte Anlagestrategien im Einsatz.


Das Forschungsprojekt wird gefördert aus Mitteln der Deutschen Bundesregierung




DBU



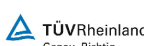
INFORMATION WORKS




LBEBW



VORWEG GEHEN



TÜVRheinland



wüstenrot württembergische

Abbildung 43: ARGUS Poster

Anhang 3: Veröffentlichungen

Trends & Hintergründe

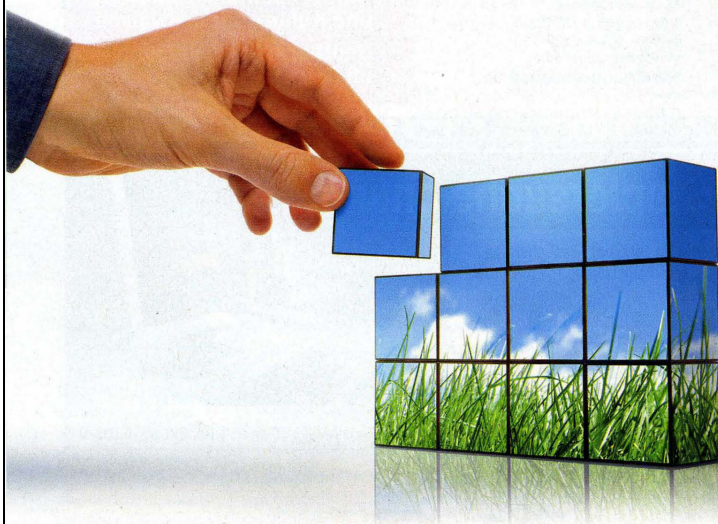
Wissenschaftler entwickeln Kompetenzplattform für Ratingsysteme

Mehr Transparenz für Nachhaltigkeit

Nachhaltige Unternehmensführung ist kein Modewort, sondern etabliert sich immer mehr als Schlüsselkompetenz von Unternehmen. Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung werden nicht nur von internen Stakeholdern wie dem Management, sondern auch von externen Stakeholdern wie Anlegern, Geschäftspartnern oder Kunden vermehrt nachgefragt.

Nachhaltigkeitsratings sind ein äußerst nützlich Instrument zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen. Dies zeigt eine aktuelle Studie zum gesellschaftlichen Engagement deutscher Unternehmen, die im Rahmen des Forschungsprojekts Argus – Architecture of Ratings

hen sind. Vor allem die bewerteten Unternehmen beklagen häufig eine mangelnde Transparenz. Zudem brauchen die unterschiedlichen Interessengruppen wie Finanzdienstleister, Investoren oder auch die interessierte Öffentlichkeit ganz unterschiedliche Informationen über das durchge-



Bei Nachhaltigkeitsratings werden von verschiedenen Institutionen oft ganz unterschiedliche Aspekte bewertet. Welche das sein können, beantwortet die neue Kompetenzplattform Argus.

in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders – der Lehrstühle für Finanzwirtschaft und Wirtschaftsinformatik I der Universität Stuttgart in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt entstanden ist. Jetzt haben die Wissenschaftler von Argus eine gleichnamige webbasierte Kompetenzplattform entwickelt, die die Kommunikation und Transparenz zwischen den Akteuren des Marktes für Nachhaltigkeitsratings verbessert.

Nachhaltigkeitsrankings sind oft noch zu wenig transparent

In den letzten Jahren hat sich ein spezifischer Markt für Nachhaltigkeitsratings entwickelt. Wie bei allen Rating-Dienstleistungen, so gilt auch für Nachhaltigkeitsratings, dass sie aus ökonomischer Sicht für die Nutzer mit Unwägbarkeiten verse-

führte Rating. Was genau wird von den Rating-Institutionen bewertet, welche Kriterien werden

Vorsicht bei Kettenbriefaktion

Derzeit ist eine Kettenbriefaktion zugunsten eines krebserkrankten Jungen im Gange, der in einem Krankenhaus in Österreich liegen soll. Die IHKs Bodensee-Oberschwaben und Ulm empfehlen Unternehmen und Institutionen in der Region, keine Adressen an das kranke Kind zu senden: Das Krankenhaus in Österreich teilte auf IHK-Anfrage mit, dass es diesen krebserkrankten Jungen nicht gibt.

Es ist nicht auszuschließen, dass die Aktion lediglich dazu dient, Namen und Anschriften von Personen und Firmen für kommerzielle Zwecke zu sammeln.

berücksichtigt und welche Daten werden dafür herangezogen? Wo liegen die Schwerpunkte des Ratings und welche Nachhaltigkeitsaspekte werden betrachtet? Mit welchen Methoden wird die Bewertung durchgeführt? Gibt es bestimmte Ausschlusskriterien wie beispielsweise Aktivitäten eines Unternehmens im Bereich Rüstung?

Mehr Durchblick mit Argus

Auf der neuen, von den Stuttgarter Wirtschaftswissenschaftlern konzipierten Kompetenzplattform Argus, finden Nutzer Antworten auf diese Fragen. Die Kompetenzplattform stellt zudem Informationen über die Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen sowie verwandte Ansätze und Begriffe, wie zum Beispiel Corporate Sustainability, Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, nachhaltige Geldanlagen und anderes bereit.

Rating-Anbieter werden mit ihren Kompetenzen, Schwerpunkten und Rating-Systemen vorgestellt. Ziel von Argus ist es, die Kommunikation und Kooperation unter den Akteuren zu verbessern sowie Potenziale für Einsatzmöglichkeiten und Verwendungen von Nachhaltigkeits-Ratings aufzuzeigen.

WAB

Info: www.argus-responsibility.de

Aktuelle Wettbewerbe

Best-Text-Award

Teilnehmer: Firmen, Agenturen und Einzelpersonen

Was: Verständlichkeit, Struktur, Konzeption und Textidee von Werbetexten

Preise: Seminargutscheine, Qualitäts-Siegel

Bewerbung bis: 1. November 2010

Veranstalter: Textakademie GmbH

Info: www.textakademie.de

Auf IT gebaut: Bauberufe mit Zukunft

Teilnehmer: Azubis, Studierende, Ausbilder und Berufstätige aus Bauingenieurwesen, Baubetriebswirtschaft und Architektur

Was: Innovative IT-Lösungen für die Bauwirtschaft

Preise: Preisgelder in Höhe von insgesamt 40.000 Euro in vier Wettbewerbsbereichen

Bewerbung bis: 8. November 2010

Veranstalter: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Info: www.aufitgebaut.de

Foto: Fotostudio

Abbildung 44: Veröffentlichung in: „Die Wirtschaft zwischen Alb und Bodensee“

25.6.2010 Osnabrück: Forschungsprojekt ARGUS stellt neue Erkenntnisse zu nachhaltiger Unternehmensführung



forum Nachhaltig Wirtschaften - Zukunft im Dialog
dialogue



forum CSR international - Future in dialogue


















Quelle: Plattform Nachhaltig Wirtschaften	Rubrik: Event-Vorschau2010	Datum: 12.05.2010
---	----------------------------	-------------------

25.6.2010 Osnabrück: Forschungsprojekt ARGUS stellt neue Erkenntnisse zu nachhaltiger Unternehmensführung vor

Neue webbasierte Kompetenzplattform zu Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsratings

Nachhaltige Unternehmensführung ist kein Modewort, sondern etabliert sich immer mehr zu einer Schlüsselkompetenz von Unternehmen. Wie eine aktuelle ARGUS-Studie zum gesellschaftlichen Engagement deutscher Unternehmen zeigt, werden Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen nicht nur von internen Stakeholdern wie dem Management sondern auch von externen Stakeholdern wie Anlegern, Geschäftspartnern oder Kunden vermehrt nachgefragt.

Um die Ergebnisse des Forschungsprojekts der breiten Öffentlichkeit vorzustellen, findet am **Freitag, den 25. 06. 2010 die Konferenz "Management von Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsdaten - Aktuelle Forschungsergebnisse und innovative Praxisansätze"** statt. Ziel der Veranstaltung ist es, neben der Vorstellung der Kompetenzplattform ARGUS aktuelle **Trends der Nachhaltigkeitsbewertung** von Unternehmen und **innovative Praxisansätze** zur Unterstützung des Managements unternehmerischer Nachhaltigkeit durch Business Intelligence Lösungen aufzuzeigen. Nachhaltigkeitsratings stellen in diesem Zusammenhang ein nützliches Instrument zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen dar. In den letzten Jahren hat sich ein spezifischer **Markt für Nachhaltigkeitsratings** entwickelt. Wie bei allen Rating-Dienstleistungen so gilt auch für Nachhaltigkeitsratings, dass sie aus ökonomischer Sicht für die Nutzer der Ratings mit Unwägbarkeiten versehen sind. Folgen hiervon sind vor allem von bewerteten Unternehmen beklagte **Intransparenzen** bezüglich der Funktions- und Herangehensweise individueller Rating-Organisationen und Unsicherheiten gegenüber Modell und Output des Rating-Prozesses. Gleichzeitig benötigen unterschiedliche Interessengruppen wie geratete Unternehmen, Kapitalgeber oder auch die interessierte Öffentlichkeit unterschiedliche Informationen.

Das **Forschungsprojekt ARGUS**, der Lehrstühle für Finanzwirtschaft und Wirtschaftsinformatik | **der Universität Stuttgart** sowie der Bundesstiftung Umwelt entwickelte vor diesem Hintergrund die gleichnamige Kompetenzplattform ARGUS. Die Plattform ist in ihrer Art und Ausrichtung völlig neuartig und soll die Kommunikation und Transparenz zwischen den Akteuren des Marktes für Nachhaltigkeitsratings verbessern. Die **Kompetenzplattform ARGUS** stellt dabei Informationen über die Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen sowie verwandte Ansätze und Begriffe, wie z. B. Corporate Sustainability, Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, nachhaltige Geldanlagen etc. bereit. Dabei werden gezielt die Rating-Anbieter mit ihren Kompetenzen, Schwerpunkten und Rating-Systemen für Nachhaltigkeitsratings von Unternehmen vorgestellt.

ARGUS dient in erster Linie als Integrator, Moderator und Promotor für Fragestellungen nachhaltigen bzw. sozial verantwortlichen Wirtschaftens. Der Fokus liegt dabei auf der Schnittstelle zwischen Unternehmen, Investoren und Intermediären. Ziel von ARGUS ist es, die Kommunikation und Kooperation unter den Akteuren zu verbessern, sowie Potenziale für Einsatzmöglichkeiten und Verwendungen von CSI/CSR-Ratings aufzuzeigen.

Um die Ergebnisse des Forschungsprojekts der breiten Öffentlichkeit vorzustellen, findet am Freitag, den 25. 06. 2010 die **Konferenz "Management von Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsdaten - Aktuelle Forschungsergebnisse und innovative**



Universität Stuttgart

forum GEWINNSPIEL

neueste Beiträge

30.11.2010
[Brauchen wir Nachhaltigkeitspreise?](#)
Sabine Braun zieht Bilanz aus dem Monat November

GRI-Trainings
Zertifikatskurse zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

29.11.2010
[Beifall, Beats und dicke Pretter](#)
Der Deutsche Nachhaltigkeitstag 2010

[Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2010](#)
für Deutsche See, PUMA, LichtBlick und REWE

26.11.2010
[WWF und Jung von Matt stellen neues "grünes" Dateiformat vor](#)
am 30.11.2010 von 10:30 bis 12:00 Uhr in Hamburg, Pflanzen und Blumen, Tropenhaus

25.11.2010
[Exzellentes Management hat einen Preis: Und der geht an Hofmann Personal und Ricoh Deutschland](#)
Gewinner des Wirtschaftsstars "Ludwig-Erhard-Preis für Spitzenleistung und Wettbewerbsfähigkeit" in Berlin am 18. November ausgezeichnet

aktuelle Events

30.11.2010 in Berlin
[Energy Brain Days 2010](#)
[Lebensmittelkultur, Unternehmenskultur & Lebensstil](#)
[Congress: Moving Minds - After the Car](#)
[Folge-Workshop für Caterer zum Einsatz von Bio-Produkten in der Außer-Haus-Vorpflegung](#)

01.12.2010 in Düsseldorf
[5. European Bioplastics Konferenz](#)
[5th European Bioplastics Conference](#)

1. Jahreskongress "Nachhaltigkeit trifft Industrie"

02.12.2010 in Springe
[Anwender-Seminar Gebäudethermografie](#)
[Folgen der Globalisierung](#)
[Gesellschaftsformen für landwirtschaftliche und regionalwirtschaftliche Betriebe - Möglichkeiten und Reich frisst Arm - Arm frisst ganz Arm. Süd-Süd-Kooperation](#)
[biogaspartner - die konferenz](#)
[4. Münchener Cleantech-Konferenz](#)

Ein Angebot von:



B.A.U.M.
Bundesarbeitsgemeinschaft für Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement e.V.




ECO-World


Mit freundlicher Unterstützung durch:




DEUTSCHE GESELLSCHAFT CLUB OF ROME
The Club of Rome in Germany




VERMÖGENSAKADEMIE




Global Marshall Plan




doko
[reputation, image]



World Future Council




Centre for Sustainability Management



Das grüne Branchenbuch

BRUNNEN FÜR UMWELT

Software, Design & Realisation:



oneworld
by Atrop

Praxisansätze“ statt. Ziel der Veranstaltung ist es, neben der Vorstellung der Kompetenzplattform ARGUS aktuelle **Trends der Nachhaltigkeitsbewertung** von Unternehmen und **innovative Praxisansätze** zur Unterstützung des Managements unternehmerischer Nachhaltigkeit durch Business Intelligence Lösungen aufzuzeigen.


Neben renommierten Referenten aus Wissenschaft und Praxis werden im Rahmen der Konferenz aktuelle Forschungsergebnisse zum gesellschaftlichen Engagement deutscher Unternehmen vorgestellt.

Hier geht es [zum Programm](#) und zur [Onlineanmeldung](#).
Weitere Informationen finden Sie unter www.argus-responsibility.de.

Kontakt: Christian Barthruff, MBA
Email: christian_barthruff@bwi.uni-stuttgart.de
Homepage: <http://www.argus-responsibility.de>

Diesen Artikel empfehlen

[Druckausgabe](#)



Höhepunkte Marokkos

[Bicycle Film Festival Munich 2010](#)

[Transport Futures 2010](#)

[Die Umsetzung der Biodiversitätskonvention im neuen Bundesnaturschutzgesetz](#)

["Stakeholderdialoge - Die hohe Schule von CSR und Nachhaltigkeit"](#)

[KelsterbachTalk: Sind unsere Lebensmittel noch Mittel zum Leben?](#)

03.12.2010 in Hamburg
[Elektrosmog: die unsichtbare Gefahr!](#)

04.12.2010 in Springe
[Prüfung Solarschule](#)

[weitere Events](#)

Arbeitsmarkt Ausbildung B.A.U.M. e.V. Code of Conduct Corporate Social Responsibility Corporate Volunteering CSR Emissionshandel Energie energieeffizient erneuerbar ethisch fair Fundraising gesellschaftliche Verantwortung Global Compact Globalisierung Good Governance Grünes Geld Industrie Investitionen Klimaschutz Klimawandel Konsum Management nachhaltig Nachhaltigkeitsbericht Ökologie Ökonomie Qualifizierung ressourcenschonend Solarenergie soziales Engagement Sponsoring Supply Chain sustainability umweltschonend Unternehmen Verantwortung Werte Wirtschaft

Abbildung 45: Veröffentlichung in: „Forum Nachhaltig Wirtschaften“

Management

KONFERENZ „MANAGEMENT VON NACHHALTIGKEITSRATINGS“

Maßstäbe transparent machen

In den letzten Jahren hat sich ein Markt für spezielle Rating-Dienstleistungen entwickelt, die Unternehmen im Hinblick auf die Nachhaltigkeit ihrer Aktivitäten bewerten. Beispiele wie die Diskriminierungs-Sammelklage gegen den Einzelhandelsriesen Wal-Mart zeigen, dass ein nachlässiger Umgang mit sozialer Verantwortung für Unternehmen zum strategischen Risiko werden kann. Am 25. Juni diskutierten in Osnabrück Vertreter aus Wirtschaft und Wissenschaft über aktuelle Entwicklungen in der Nachhaltigkeitsbewertung.

Ansätze zum Rating der Corporate Social Responsibility (CSR) von Unternehmen gibt es bereits seit einigen Jahren. Allerdings entzieht sich das Konzept der Nachhaltigkeit durch seine bestenfalls diffuse Verwendung einer allgemeinverbindlichen Messung und Bewertung. Schon die grundsätzliche Unterscheidung in ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit liefert ein breites Spektrum an Definitionsmöglichkeiten. Dr. Christian Seilheimer, Leiter im Produktmanagement für Kapitalmarktprodukte bei Union Investment, analysierte das Phänomen aus Sicht der Finanzdienstleister: „Jeder Anleger muss für sich entscheiden, was für ihn nachhaltig ist. Das können der Erhalt von Kapital und die Vermeidung von Müll ebenso sein wie die Einhaltung von Arbeitsstandards.“

Beim CSR-Rating tritt ein weiterer Punkt hinzu: Die Erwartungen, die unterschiedliche Interessengruppen (Stakeholder) wie Investoren, Kunden und Öffentlichkeit an Nachhaltigkeitsbewertungen haben, weichen voneinander ab. Um diesem Koordinationserfordernis zu entsprechen, haben die Stuttgarter Professoren Henry Schäfer und Hans-Georg Kemper eine webbasierte CSR-Plattform ins Leben gerufen. ARGUS (Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders) soll für den Bereich der CSR-Ratings die Rolle des Vermittlers zwischen Angebot und Nachfrage über-



Prof. Henry Schäfer ist Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzwirtschaft an der Universität Stuttgart und gehört zu den Initiatoren der webbasierten CSR-Plattform ARGUS. Foto: Universität Stuttgart

nehmen. Rating-Agenturen hinterlegen bei ARGUS Profile ihrer Ratingsysteme, die von Benutzern durchsucht werden können. Wer etwa wissen will, ob ein Rating bestimmte Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt, kann dies mittels der Plattform prüfen lassen. „ARGUS ist eine Bühne, auf der die Akteure im Bereich CSR-Rating ihre Kompetenzen präsentieren und Stakeholder ihre Anforderungen formulieren können“, erläuterte Kemper die Zielsetzung des Projekts. Schäfer benannte den größten Kritikpunkt an der bisherigen Rating-Praxis: „Die Prozesse und Ergebnisse von Nachhaltigkeitsratings werden häufig als intransparent empfunden.“ Dies gehe aus einer Umfrage hervor, die im Rahmen des ARGUS-Projektes durchgeführt wurde. Die Internetplattform solle dazu beitragen, Transparenz und Akzeptanz zu erhöhen. Dass dies nicht allein über eine verbes-

serte Kommunikation der beteiligten Akteure zu erreichen sei, betonte WestLB-Analyst Dr. Hendrik Garz. Aus seiner Sicht könnten CSR-Indikatoren die Finanzmarktanalyse systemischer Risiken verbessern. Voraussetzung sei jedoch eine stärkere Standardisierung der Kriterien und damit eine höhere Vergleichbarkeit.

Auch aus Unternehmenssicht bieten Nachhaltigkeitsbewertungen noch Möglichkeiten zur Weiterentwicklung. Joachim Löchte, Leiter des Konzernumweltschutzes der RWE AG, verwies darauf, dass sich die Unternehmen trotz steigenden Aufwandes an CSR-Ratings beteiligten, sofern diese für die Stakeholder relevant seien. „Das Glas beim Nachhaltigkeitsrating ist mehr als halb voll, aber es gibt noch Potential.“ So könne der Nutzen für die Unternehmen durch ein besseres Ergebnis-Feedback noch erhöht werden.

ARGUS: Mehr Transparenz für Nachhaltigkeit

Wissenschaftler haben eine Kompetenzplattform für Ratingsysteme entwickelt. Sie wird im Rahmen einer Tagung am 25. Juni in Osnabrück präsentiert und diskutiert. Glocalist Medien sind Medienpartner.

Nachhaltige Unternehmensführung ist kein Modewort, sondern etabliert sich immer mehr zu einer Schlüsselkompetenz von Unternehmen. Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung werden nicht nur von internen Stakeholdern wie dem Management sondern auch von externen Stakeholdern wie Anlegern, Geschäftspartnern oder Kunden vermehrt nachgefragt.

Nachhaltigkeitsratings stellen in diesem Zusammenhang ein äußerst nützliches Instrument zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen dar. Dies zeigt eine aktuelle Studie zum gesellschaftlichen Engagement deutscher Unternehmen, die im Rahmen des Forschungsprojekts ARGUS (Architecture of Ratings in Company Related Global CSR/CS for Users and Stakeholders) der Lehrstühle für Finanzwirtschaft und Wirtschaftsinformatik I der Universität Stuttgart in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt entstanden ist. Jetzt haben die Wissenschaftler von ARGUS eine gleichnamige webbasierte Kompetenzplattform entwickelt, die die Kommunikation und Transparenz zwischen den Akteuren des Marktes für Nachhaltigkeitsratings verbessert.

In den letzten Jahren hat sich ein spezifischer Markt für Nachhaltigkeitsratings entwickelt. Wie bei allen Rating-Dienstleistungen so gilt auch für Nachhaltigkeitsratings, dass sie aus ökonomischer Sicht für die Nutzer mit Unwägbarkeiten versehen sind. Vor allem die bewerteten Unternehmen beklagen häufig eine mangelnde Transparenz. Zudem

brauchen die unterschiedlichen Interessengruppen wie Finanzdienstleister, Investoren oder auch die interessierte Öffentlichkeit ganz unterschiedliche Informationen über das durchgeführte Rating.

Was genau wird von den Rating-Institutionen bewertet, welche Kriterien werden berücksichtigt und welche Daten werden dafür herangezogen? Wo liegen die Schwerpunkte des Ratings und welche Nachhaltigkeitsaspekte werden betrachtet? Mit welchen Methoden wird die Bewertung durchgeführt? Gibt es bestimmte Ausschlusskriterien wie beispielsweise Aktivitäten eines Unternehmens im Bereich Rüstung?

Auf der neuen von den Stuttgarter Wirtschaftswissenschaftlern konzipierten Kompetenzplattform ARGUS finden Nutzer Antworten auf diese Fragen. Die Kompetenzplattform stellt zudem Informationen über die Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen sowie verwandte Ansätze und Begriffe, wie zum Beispiel Corporate Sustainability, Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, nachhaltige Geldanlagen und anderes bereit. Rating-Anbieter werden mit ihren Kompetenzen, Schwerpunkten und Rating-Systemen vorgestellt. Ziel von ARGUS ist es, die Kommunikation und Kooperation unter den Akteuren zu verbessern, sowie Potenziale für Einsatzmöglichkeiten und Verwendungen von Nachhaltigkeits-Ratings aufzuzeigen.

Um die Ergebnisse des Forschungsprojekts und die Kompetenzplattform einer breiteren

Ausgabe Nr. 272/2010	Wirtschaft
<p>Öffentlichkeit vorzustellen, veranstaltet die Universität Stuttgart zusammen mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt am Freitag, den 25. Juni 2010 in Osnabrück die Konferenz „Management von Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsdaten – Aktuelle Forschungsergebnisse und innovative Praxisansätze“. Im Rahmen der Konferenz diskutieren renommierte Referenten aus Wissenschaft und Praxis aktuelle Trends der Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen und präsentieren aktuelle Forschungsergebnisse zum gesellschaftlichen</p>	<p>Engagement deutscher Unternehmen. Des Weiteren werden innovative Praxisansätze zur Unterstützung des Managements im Bereich unternehmerischer Nachhaltigkeit vorgestellt. Informationen zum</p>
	<p>Programm der Konferenz > www.argus-responsibility.de</p>
	<p>AnlageberaterInnen aus Banken, Versicherungen und Vermögensberatung qualifizieren sich für den stetig wachsende Markt ethisch orientierter Finanzprodukte:</p>
	<p>Welche Formen ethisch orientierter Geldanlage gibt es? Was leisten ethische Finanzprodukte? Wie arbeiten Ethik-Rating-Agenturen? Welche Angebote entsprechen den Werten der KundInnen?</p>
<p>Oktober – Dezember 2010, Wien 3 Module: 27.10. + 28.10. 2010 10.11. + 11.11. 2010 30.11. + 01.12. 2010 Follow-Up: 27.01. 2011</p>	<p>Mit ExpertInnen aus Sozialethik, Bankwesen, Ethik-Rating, Forsch</p>
	<p>Katholische Sozialakademie Österreichs www.ksoe.at www.geldundethik.org markus.schlagitweit@ksoe.at</p>
<p>kso</p>	
<p>Glocalist 9 REVIEW</p>	

Abbildung 47: Veröffentlichung in: „Glocalist“

Anhang 4: Programm der Abschlussveranstaltung

Management von Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsdaten		Aktuelle Forschungs-Ergebnisse und innovative Praxisansätze	
Programm			
9.00 – 9.20 Uhr	Eröffnung der Tagung Dr.-Ing. E.H. Fritz Brickwedde Generalsekretär, Deutsche Bundesstiftung Umwelt	12.30 – 13.40 Uhr	Mittagspause
9.20 – 9.45 Uhr	ARGUS – Anforderungen, Ergebnisse und Trends zur Nachhaltigkeit deutscher Unternehmen Prof. Dr. Henry Schäfer Universität Stuttgart	13.40 – 14.20 Uhr	Non-Financial Key-Performance Indicator - neue schöne Welt der Nachhaltigkeitsdaten? Dr. Hendrik Garz Director Equity Strategy Research WestLB AG Bernhard Schwager Zentralabteilung Arbeits-, Brand- & Umweltschutz Robert Bosch GmbH
9.45 – 10.10 Uhr	ARGUS – Die interaktive Web-Plattform für Nachhaltigkeitsratings Prof. Dr. Hans-Georg Kemper Universität Stuttgart	14.20 – 15.00 Uhr	Unternehmensführung und Nachhaltigkeit Dr. Max Weber Partner, Advisory, EMEA Financial Services, Ernst & Young AG Christian Bacher Corporate Responsibility & Sustainability Deloitte & Touche GmbH
10.10 – 10.30 Uhr	Kaffeepause	15.00 – 15.30 Uhr	Kaffeepause
10.30 – 11.10 Uhr	Nachhaltigkeits-Rating – vor einem Regime-Shift? Till Jung Senior Analyst bei oekom research Dr. Stephanie Engels Account Manager Sustainability Services, SAM Research AG	15.30 – 16.10 Uhr	Corporate Social Responsibility (CSR) – Planen, Messen, Steuern mit Business Intelligence Dr. Ralf Finger Geschäftsführer, Information Works GmbH
11.10 – 11.50 Uhr	Ratingansatz für nachhaltige Geldanlagen – genügend Durchblick und für wen? Hermann-Josef Tenhagen Chefdekteur der Stiftung Warentest Dr. Christian Selheimer Leiter Produktmanagement Kapitalmarktprodukte, Union Investment Institutional GmbH	16.10 – 16.50 Uhr	BI-Werkzeuge für das Nachhaltigkeits-Reporting Steffen Vierkorn Head of Research and Consulting BARC GmbH
11.50 – 12.30 Uhr	Unternehmen im Nachhaltigkeitsrating – Mehr Freud als Leid? Joachim Löchte Leiter Konzern-Umweltschutz/CR, RWE AG Birgit Riess Dieder, Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen der Bertelsmann Stiftung	16.50 – 17.00 Uhr	Schlusswort Prof. Dr. Henry Schäfer Inhaber des Lehrstuhls Finanzwirtschaft, Universität Stuttgart Prof. Dr. Hans-Georg Kemper Inhaber des Lehrstuhls Wirtschaftsformatik I, Universität Stuttgart



Zielssetzung

Nachhaltige Unternehmensführung ist kein Modewort, sondern etabliert sich immer mehr zu einer Schlüsselkompetenz von Unternehmen. Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen sind hierbei nicht nur für das Management von hoher Bedeutung. Vielmehr werden sie insbesondere auch von externen Stakeholdern wie Anleger, Kunden, Geschäftspartnern, Analysten und der Öffentlichkeit vermehrt nachgefragt.

In den letzten Jahren hat sich hierzu ein spezifischer „Markt für CSR-Ratings“ etabliert, auf dem sich Rating-Anbieter mit mittlerweile beträchtlichen Kernkompetenzen und spezifischen Datenbeständen der Unternehmensanalyse im Bereich nicht-finanzieller Erfolgsfaktoren herausgebildet haben. Um hier Transparenz bezüglich der Strukturen, Funktionen und Rating-Prozesse der individuellen Rating-Anbieter zu schaffen, haben die Lehrstühle Finanzwirtschaft und Wirtschaftsinformatik I der Universität Stuttgart in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bundesstiftung Umwelt die völlig interaktive webbasierte Kompetenzplattform ARGUS geschaffen (www.argus-responsibility.de). ARGUS stellt dabei Informationen über das CSR-Rating von Unternehmen sowie verwandte Ansätze und Begriffe, wie z.B. Corporate Sustainability, Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship und nachhaltige Geldanlagen bereit. Dabei werden gezielt die Rating-Anbieter und Rating-Systeme des CSR-Ratings vorgestellt.

Ziel der Veranstaltung „Management von Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsdaten“ ist es, aktuelle Trends und innovative Praxis-Ansätze aufzuzeigen. Die Veranstaltung startet mit der Präsentation der Erkenntnisse aus dem Projekt ARGUS. Es folgen Diskussionen zu unterschiedlichen Aspekten der Nachhaltigkeitsbewertung und ihrer unternehmensinternen Integration. Im Anschluss der Veranstaltung werden die Anforderungen an Informationssysteme zum Management von Nachhaltigkeitsdaten sowie Business Intelligence-Verzechnisse für den Aufbau von Nachhaltigkeitsdatenbanken und die Nachhaltigkeitsreife-Prüfung vorgestellt.

Vir danken Ihnen für Ihr Interesse und laden Sie herzlich zu dieser Veranstaltung am 23. Juni 2010 ins Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt ein.

Vir freuen uns auf Ihr Erscheinen!

Allgemeine Hinweise

Veranstaltungsort
Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt | Gut der Borna 2, 49090 Osnabrück.

Anfahrt
Mit Bahn und Bus: Vom Bussensteg 1 am Hauptbahnhof Osnabrück mit Linien 313/233, 61/63, 81/82 oder 91/92 zum Neumarkt Osnabrück. Von Bussensteg 2 am Neumarkt Osnabrück mit der Linie 11 alle 10 Minuten zur Haltestelle »Umweltstiftung«. Fahrzeit insgesamt ca. 20 Minuten.
Linie 21 fährt direkt – ohne Umstiegen – vom Hauptbahnhof zur Haltestelle »Seehausen«. Von dort zu Fuß über Springbrunnenscamp und Bergpfortstraße in ca. 5 Minuten zum Zentrum für Umweltkommunikation.
Mit dem PKW: Autoahn A 1 – Abfahrt Osnabrück-hafen. Von der Autobahn A 30 und A 33 am Kreuz Lohde/Osnabrück auf die Autobahn A 1 (Richtung Bielefeld).
Navigationssystem: Bergpfortstr. 1 (Parkplatz)

Mit dem Flugzeug: Vom Flughafen Münster-Osnabrück (FMO) fährt stündlich die Buslinie X 150 nach Osnabrück. Fahrzeit rund 40 Minuten. Fahrplan unter: www.fliedebahn.de.

Sonderkonditionen der DBU: Umweltfreundliche Anreise mit der Bahn. Nähere Informationen unter: www.dbu.de/german/eng

Hotelreservierungen
Hotelmerkmalnummer (bitte selbst buchen) stehen unter dem Stichwort „ARGUS“ zu folgenden Konditionen zur Verfügung (Preise incl. Frühstück; Ausnahme Hotel Remarque: Frühstücksbutter, 16,-/PP):

Shagenburger Hotel Remarque, Nampfer Tor Wall 1, 48076 Osnabrück, Tel. 0541/6036-304	ab 100,- €/EZ
Hotel Wahnalia, Bergstraße 24, 48074 Osnabrück, Telefon 0541/9491-0	ab 83,- €/EZ
Aventura Hotel Höhenzöhlen, Theodor-Hauser-Platz 5, 48074 Osnabrück, Tel. 0541/23170	ab 79,- €/EZ
Dorn-Hotel, keine Dornstraße 5, 48074 Osnabrück, Telefon 0541/53535-0	ab 89,- €/EZ
Hotel Weip, Nampfer Str. 227, 48090 Osnabrück, Telefon 0541/91307-0	ab 55,- €/EZ

Informationen zu diesen und weiteren Hotels finden Sie im Internet unter: www.osnabrueck.de/erland.de

Tagungsgebühr 275 €
Teilnehmerbeitrag 275 €

Die Tagungsgebühr umfasst alle Vorträge, Pausenverpflegung, Mittagessen und sämtliche Tagungsunterlagen.


Anmeldung
Bei schriftlicher Anmeldung bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird der Teilnehmerbeitrag zurückerstattet. Bei kurzfristiger Anmeldung (Datum des Poststempels) muss der Teilnehmerbeitrag in voller Höhe berechnet werden. Der Beitrag ist auch in vollem Umfang fällig, wenn der Teilnehmer ohne Anmeldung mit zur Veranstaltung erscheint.

www.dbu.de/german/eng

Prof. Dr. Henry Schäfer
Lehrstuhl Finanzwirtschaft

Prof. Dr. Hans-Georg Kemper
Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik I

Unter der Medienpartnerschaft von



Ansprechpartner (inhaltlich)
Christian Barthuf, MBA
Tel.: 0711/685-860 05
E-Mail: Christian.Barthuf@dbu.uni-stuttgart.de

Anmeldung zur Veranstaltung

Name _____

Vorname _____

Firma _____

Rechnungsanschrift _____

Telefon _____

E-Mail _____

Datum/Unterschrift _____

Bitte senden Sie diese Seite als verbindliche Anmeldung bis spätestens 24. Juni 2010 zurück an:

Nina Weichselder, Zentrum für Umweltkommunikation der Deutschen Bundesstiftung Umwelt gGmbH,
Fax-Anmeldung: 0541/9633-990
Online-Anmeldung: www.argus-responsibility.de

Unter der E-Mail-Adresse n.weichselder@dbu.de stehen wir Ihnen gern für Rückfragen zur Verfügung.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Sie erhalten eine Rechnung mit der Bankverbindung als Anmeldebestätigung.

Projekt ARGUS

ARGUS (Architecture of Ratings in Company Related Global CSRS for Users and Stakeholders) ist ein Forschungsprojekt, der Lehrstühle Finanzwirtschaft und Wirtschaftsinformatik I der Universität Stuttgart sowie der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. Ziel des Projekts ist die Entwicklung einer neuartigen webbasierten Kompetenzplattform über CSR-Ratings in Bezug auf Organisationen, Beurteilungssysteme und Kriterien.

ARGUS versteht sich in erster Linie als Integrator, Moderator und Promotor für Fragenstellungen nachhaltigen bzw. sozial verantwortlichen Wirtschaftens an den Schnittstellen zwischen Unternehmen, Investoren und Intermediären.

Weitere Informationen unter www.argus-responsibility.de

Abbildung 48: Programm der Abschlussveranstaltung