

Artikel in der Financial Times Deutschland

von Susanne Bergius

2012

- **Heikles Naturvergnügen** - Outdoor-Kleidung kann Gesundheit und Umwelt belasten. Nun reagieren einige Hersteller, 6.12.12
- **Sauber gepackt, Geld gespart** - Nachhaltiges Wirtschaften zahlt sich besonders in der Transport- und Logistikbranche aus. Doch nur wenige Firmen handeln entsprechend, 6.12.12
- **Bitterer Nachgeschmack** - Millionen Kinder werden auf Kakaoplantagen und in Textilfabriken ausgebeutet. Trotzdem prüfen deren Abnehmer ihre Zulieferer nur zögerlich, 6.12.12
- **„Negative Wirkungen des Wachstums sind belegt“**, Interview mit Angelika Zahrt, Mitglied im Rat für Nachhaltige Entwicklung der Bundesregierung und Ehrenvorsitzende des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland, 6.12.12.
- **Mehr als stiften, spenden, sponsern** - Mittelständler tun traditionell Gutes für ihr Umfeld – doch vielen fehlt eine nachhaltige Strategie für das eigene Kerngeschäft, 19.9.12
- **Hüter der Schatzkammer** - Wer wirklich nachhaltig wirtschaften will, muss auch die Rohstoffbilanz im Auge haben, 31.5.12
- **Anständig geplant** - Human von der Beschaffung bis zum Verkauf: Die neuen UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte verlangen von Unternehmen eine faire Lieferkette. 31.5.12

2011

- **Aufgepasst bei der Partnerwahl** - Die Zusammenarbeit von Firmen und NGOs kann zum verantwortungsvollen Wirtschaften beitragen – oder aufs Glatteis führen, 2.12.11
- **Wenn der Tiger zahlos bleibt** - Die OECD hat ihre Leitsätze zur Verantwortung von multinationalen Unternehmen verschärft. Doch die Staaten sanktionieren Verstöße immer noch nicht, 2.12.11
- **Respekt ernten** - Konsumenten legen Wert auf nachhaltige Produkte. Einzelhändler profitieren davon, wenn sie die Herkunft ihrer Waren offenlegen, 2.12.11
- **Ohne Netz und doppelten Boden** - Unternehmen, die nicht nachhaltig wirtschaften, gehen hohe Risiken ein. Sie setzen damit nicht nur ihren guten Ruf und den Firmenwert aufs Spiel, sondern manchmal sogar ihre Existenz, 31.5.2011
- **Sinnvolle Standards setzen** - Brancheninitiativen für Nachhaltigkeit müssen seriös und transparent sein. Zur Eigenwerbung allein taugen sie nicht, 31.5.2011

2010

- **Der Wert des Wassers**, Eine Milliarde Menschen leben ohne Zugang zu Trinkwasser – und es werden immer mehr. Noch gehen viele Unternehmen mit der Ressource sorglos um. Einige haben jedoch dazugelernt 16.12.2010
- **Großinvestoren verpflichten sich** - Über 800 Finanzakteure sagen zu, dass sie ökologische und soziale Standards bei der Kapitalanlage ernsthaft beachten werden - UN PRI, 16.12.2010
- **Leicht gesagt, aber schwer getan** - Die meisten weltweit tätigen Konzerne behaupten, dass sie sozial und ökologisch wirtschaften. Doch nur wenige lösen das Versprechen ein (Nachhaltigkeit & CSR) 2.12.2010
- **Shampoo und Schoko sollen öko werden** - Wie Procter & Gamble Skeptiker widerlegen und seine Produktion auf volle Nachhaltigkeit umstellen will, 2.12.2010
- **Wir sind die Guten** - Nachhaltigkeitsberichte sind zwar en vogue, zeigen aber bessere Wirkung im Geschäftsbericht, 17.10.2010