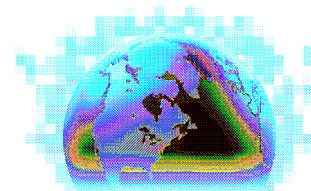


**IRDO**Inštitut za  
razvoj  
družbene  
odgovornosti**IRDO NOVICE**

Št. 1/08, maj 2008

**UVODNIK***Anita Hrast, inštitut IRDO in urednica IRDO NOVIC***Prvi številki IRDO NOVIC na pot**

Družbo sestavljamo ljudje, ki nanjo bolj ali manj vplivamo. Imamo mnenjske in druge voditelje, ki zastopajo naše interese, žal pa se vse bolj pogosto dogaja, da ti interesi odstopajo od naših pričakovanj (kot potrošnikov, državljanov...).

Živimo tudi v dobi izobilja, ki nas vodi nazaj, v nove poti revščine. Živimo v dobi kapitala, ki obvladuje marsikatero družbeno področje, skupino itd.

Dokler je kakovost našega življenja zadovoljiva, nimamo potrebe po spremembi utečenih poti, pa čeprav te lahko usodno vplivajo na prihodnost naših potomcev, pa tudi nas samih.

Žal pa se nam v prihodnosti obetajo usodne spremembe: ozračje se segreva, napoveduje se pomanjkanje vode, hrane, naravne katastrofe...

Kaj lahko naredimo ljudje, da se temu izognemo? Kaj lahko k temu prispeva strokovna in znanstvena javnost, kaj praktiki v gospodarstvu in v negospodarstvu?

Vprašanj je več kot odgovorov, zato v inštitutu IRDO poskušamo interdisciplinarno pristopati k raziskovanju različnih področij v kontekstu družbene odgovornosti in k poročanju o dosežkih tovrstnega dela. Spremljamo domače in tuje izkušnje in o njih poročamo.

Tokrat vam predstavljamo prvo številko IRDO NOVIC, ki zaenkrat izhajajo samo v slovenskem jeziku in so dosegljive vsem članom inštituta IRDO, kot prva številka tudi vsem našim simpatizerjem. V njej predstavljamo nekaj strokovnih pogledov na družbeno odgovornost, nekaj zanimivosti in minulih dogodkov ter zanimivih novic.

Vabimo vas, da pri IRDO NOVICAH sodelujete kot avtorji prispevkov. Zelo bomo veseli vaših informacij o dogodkih, kijih pripravljate, pogledov, izkušenj in razmišljanj, ki bi lahko obogatila znanje in poglede vseh nas kot bralcev te e-revije.

Zato vabljeni k branju in k sodelovanju!

Anita Hrast, urednica  
([anita.hrast@irdo.si](mailto:anita.hrast@irdo.si))

**VSEBINA – v 1. številki preberite:**

	<i>stran</i>
<b>1. DRUŽBENA ODGOVORNOST – RAZMIŠLJANJA STROKOVNJAKOV ...</b>	<b>2</b>
1.1 (PODJETNIŠKA) DRUŽBENA ODGOVORNOST JE PRAKSA SISTEMSKEGA RAZMIŠLJANJA	2
1.2 KAJ SE SKRIVA ZA POJMOVOM »DRUŽBENA ODGOVORNOST«?	3
1.3 KAM Z VSEMI POTROŠNIŠKIMI DOBRINAMI?	4
<b>2. NOVICE - SVET</b>	<b>5</b>
2.1 Zgodilo se je: Österreichischen CSR-Tag 2008	5
2.2 Mind the (Green) Gap	5
2.3 A Noble System of Technology for Educational Development	5
<b>3. NOVICE - SLOVENIJA</b>	<b>6</b>
3.1 Pohod za hrano	6
3.2 Simpozij »Dobiček vrednot - Družbena odgovorno upravljanje podjetij za trajno in uspešno poslovanje - pogled krščanskega poslovneža«	6
3.3 Kreativnost mladih za družbeno odgovornost – aktivnosti inštituta IRDO	6
3.4 Konferenca »DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2008« DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2008« z naslovom »Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu«	7
3.5 Članstvo v inštitutu IRDO – POVABITE K SODELOVANJU ŠE DRUGE!	7

# 1. DRUŽBENA ODGOVORNOST – RAZMIŠLJANJA STROKOVNJAKOV ...

## 1.1 (PODJETNIŠKA) DRUŽBENA ODGOVORNOST JE PRAKSA SISTEMSKEGA RAZMIŠLJANJA

*ddr. Matjaž Mulej*

***Nikoli nisem veliko proučeval podjetniške družbene odgovornosti. Več razprav s službeno sosedo prof. dr. Jožico Knez Riedl mi je vzbudilo zanimanje za ta vidik njenega dela (ki je izjemno široko in je vodilo v več koristnih primerov najinega sodelovanja prej in potem). Naše sodelovanje je rodilo tudi članek, ki ga zdaj povzemam:***

KNEZ-RIEDL, Jožica, MULEJ, Matjaž, DYCK, Robert G.  
Corporate social responsibility from the viewpoint of systems thinking.  
*Kybernetes*, 2006, vol. 35, no. 3/4, pp. 441-460

**Povzetek:** Podjetniška družbena odgovornost je bistvena tema življenja in sociokibernetike. Od poslovnežev zahteva, da prestopijo ozke okvire opredelitve svojih interesov in torej sprejmejo širino in interdisciplinarnost, ki povezuje več medsebojno različnih in zato soodvisnih vidikov, da dosežejo potrebno in zadostno celovitost. Zato naj uporabijo sistemsko razmišljanje. Toda sodobna raznolikost sistemskih teorij in kibernetik odpira vprašanje, katero izmed njih bi uporabili. Predlagamo dialektično teorijo sistemov, njeno opredelitev celovitosti in sedmih osnovnih skupin pojmov, ki skupaj omogočajo sistemsko razmišljanje, ko jih uporabimo v sinergiji. To zmore voditi k zadostni in potrebni celovitosti, zato k učinkovitosti in uspešnosti dela in podjetniške družbene odgovornosti; tako je pokazalo veliko izkušenj v 30 letih obstajanja in razvijanja dialektične teorije sistemov.

Članek smo objavili v reviji *Kybernetes*, ki sodi v svetovni vrh glede teorije sistemov in kibernetike in njene uporabe za različne teme, pri katerih je potrebna zadostna in potrebna raznolikost, da bi ljudje razumeli in obvladali vsakdanje življenje brez preveč spregledov, ki povzročajo neuspehe, ki sežejo od majhnih napak pri kuhanju pa vse do svetovnih in drugih vojn, ki povzročajo smrt in invalidnost milijonov ljudi.

V bistvu so vsi resni problemi človeštva posledica spregledov. Delno izvirajo iz neogibne specializacije znanje in izkušenj, delno iz (s tem povezanega) prešibkega upoštevanja širših posledic dejanj človeka ali organizacije, kot da posledice ne bodo nikoli udarile nazaj s pomembnim vplivom na svoje povzročitelje. Ekonomija, ki smo jo študiral vsa desetletja, vsebuje dva večja vzroka teh problemov, vsaj po mojem dojetju:

- Enostranski ljudje so narobe brali, in še vedno narobe berejo Adama Smitha slavni stavek, ki pravi, da ima vsakdo pravico misliti le na lastno korist, saj nevidna roka trga poskrbi za korist celotne družbe. – S tem stavkom, ki so ga ljudje z ozkim razmišljanjem in kratkoročno usmerjenostjo vednosti, znanja in vrednost iztrgali iz konteksta Adama Smitha, s čimer so postali izdajalci bistvenega avtorja ekonomske teorije izpred stoletij, Adam Smith ni rekel, da smejo ljudje biti enostranski brez kazni za svojo enostranskost dojetanja, opazovanja, razmišljanja, odločanja in

delovanja. Resnica je nasprotna. Opozoril jih je, da bi trg kaznoval vsakogar, ki ne izpolni potreb in zahtev svojih poslovnih partnerjev kot dobavitelj bolje kot konkurenti. Torej je Adam Smith zahteval, da ljudje kot posamezniki, podjetniki, lastniki in sodelavci v organizacijah so družbeno odgovorni namesto neodgovorni, enostranski in kratkoročni. Poleg tega mnogi ekonomisti, kot kaže, ne vedo (več) ali puščajo v pozabo, da je Adam Smith najprej napisal knjigo o moralnih občutjih in jo vzel za predpostavko, ko je pisal svojo knjigo o bogastvu narodov. Tako je Adam Smith kot profesor morale in etike predpostavljaj, da bodo poslovneži moralno in etično korektni, ne pa enostranski in kratkoročni.

- Ekonomska teorija je kasneje, morda celo z napačnim naslanjanjem in branjem Adama Smitha, uvedla teorijo zunanjih prihrankov (eksternih ekonomik). Res je, da človek ali podjetje ali druga organizacija poceni svoje življenje, če je nekdo drugi investiral v infrastrukturo npr. v mestu, nima več daleč, ko gre nakupovat itd. Toda zgodba o zunanjih prihrankih ima tudi drugo plat, ki ima veliko opraviti z družbeno odgovornostjo, ne da jo omejuje na podjetniško. V mislih imam navado mnogih, da odmetavajo odpadke kjer koli, da odlivajo strupe v močvirja, pocenijo svoje izdelke z ukrepi, ki ogrožajo zdravje uporabnikov itd. Večina, ali celo vsa taka dejanja se vračajo k ljudem v obliki stroškov za obnovo naravnega okolja, zdravstveno oskrbo, zavarovanje, skrb za onespobljene ljudi itd.

Z drugimi besedami, družbena odgovornost je tesno povezana z več upoštevanja zakona o zadostni in potrebni celovitosti in z gospodarnostjo, v katero vodi. Pomeni stališča, ki mora postati del vrednot, kulture, etike in norm pravega obnašanja, da bi okrepili učinkovitost in uspešnost gospodarjenja. Lahko prispeva tako, da preprečuje nepotrebne neposredne in posredne stroške in napake ter neuspehe. To zmore doseči tako, da uvede več neformalnega ali izrecnega celovitega razmišljanja med človeške navade obnašanja, ki temelji na človekovem dojetanju stvarnosti, razmišljanju in odločanju o njej ter delovanju v njej.

Ko sem dojel to povezavo, sem se pridružil IRDO. Vse vas vabim, da storite enako, da bi povečali svoje koristi tako, da bi koristili družbi, h kateri pripadate in ki ne more kriti stroškov, npr. za vaše zdravljenje razen iz vašega žepa. Če za to plača država, plača iz davkov, ki jih pobere od vas in nas drugih.

*Pripis uredništva:  
Postanite član IRDO.*

*Izpolnite pristopno izjavo za članstvo – pišite nam na naslov [info@irdo.si](mailto:info@irdo.si) in poslali vam bomo gradivo za članstvo. Hvala.*

## 1.2 KAJ SE SKRIVA ZA POJMOM »DRUŽBENA ODGOVORNOST«?

 mag. Damijan Prosenak

*V zadnjem času se človeštvo sooča s kompleksnimi posledicami svojih pogosto enostranskih dejanj. Med najbolj pereče probleme spadajo onesnaže(va)nje naravnega okolja, klimatske spremembe, omejenost naravnih virov ter naraščanje stresa, socialnih razlik in odtujenosti med ljudmi. Čedalje več ljudi se sprašuje, zakaj si sami žagamo vejo, na kateri sedimo. Zakaj delujemo tako, da se še globlje potapljamo v spiralo problemov? Kako delati drugače, družbi in naravi bolj prijazno? Slednje je osrednje vodilo pri obravnavi pojma »družbena odgovornost«.*

### Kdo je kriv za probleme?

Ko smo soočeni s problemi, pogosto pričnemo iskati (zunanje) krivce za nastalo situacijo. Res je, da podjetja s svojim delovanjem povzročajo veliko prej omenjenih problemov. Toda podjetja so le naše orodje za doseganje ciljev, ki pa jih postavljamo in uresničujemo ljudje, prav isti ljudje, ki se soočamo s posledicami svojih dejanj. Zato moramo vzroke iskati pri sebi. Kaj nas torej sili v (gledano na dolgi rok) destruktivno delovanje?

### Je poslovno delovanje orodje ali cilj?

Človek za svoje fizično preživetje potrebuje materialne dobrine. Nekoč jih je prideloval in ustvarjal v količinah, ki so zadostovale potrebam in na način, ki je bil okolju relativno prijazen, oziroma je v veliki meri upošteval zakone narave. Družbeno-gospodarski razvoj je olajšal človekovo preživetje in povečal kvaliteto njegovega (fizičnega) bivanja, a je po drugi strani pripeljal človeško družbo v situacijo, ko postaja gospodarsko udejstvovanje osrednji cilj delovanja človeštva. Gospodarska rast, nacionalni dohodek, dobički ipd. so postali poglavitna merila uspešnosti. Temu primerno se odzivajo tako vladne institucije, ki skušajo ustvarjati primerne pogoje za gospodarski razvoj, kot seveda tudi podjetja, ki skušajo te pogoje čim bolj izkoristiti z namenom doseganja lastnih poslovnih ciljev. Pa je to res dovolj celovito pojmovanje uspešnosti?

### Ali smo le materialna bitja?

Ali je človek res le materialno bitje, ki je hkrati tudi sposobno živeti v disharmoniji z naravo? Ali nismo pri vsem tem pozabili, da se kakovost življenja ne meri le z materialnimi merili? Lahko bi celo rekli, da gospodarstvo, kot človekovo orodje, počasi prevzema vodilno vlogo tudi pri definiranju ciljev družbe. Pa ne samo to! Gospodarska dejavnost se odvija po lastnih zakonih, ki nimajo kaj veliko skupnega z zakoni narave. Le-ta vedno teži k ravnovesju in ne k nenehni, enostranski rasti na škodo ostalih subjektov narave. Kje smo naredili napako, ki je povzročila takšen način delovanja? Najverjetneje takrat, ko smo dovolili, da naš lasten ego, ki je sicer zgolj produkt našega uma in čustev, prevzame glavno vlogo v naših življenjih. Vedno želimo doseči čim več za lastno korist, pa čeprav tudi na škodo drugih ljudi in narave. Pri tem pa pozabljamo, da smo vsi medsebojno povezani in zato soodvisni.

### Vpliv problemov na podjetja ...

Gospodarsko delovanje, ki ne upošteva soodvisnosti in omejitev okolja, v katerem deluje, je na dolgi rok obsojeno na

neuspeh. V zadnjem času nas na to opozarjajo klimatske spremembe. To pa ni edini problem, ki vpliva na delovanje podjetij. V gospodarsko najrazvitejših državah se pojavlja t.i. problem faze izobilja. V teh državah upada motiviranost ljudi za ustvarjalno delo, saj ima velik delež ljudi dovolj dobro zadovoljene materialne potrebe, hkrati pa jih delo, ki ima namen zgolj služiti denar, ne privlači več.

### ... in odgovor podjetij

Podjetja, ki so že tako ali tako pod pritiski globalne konkurence in pričakovanji lastnikov po nenehni rasti, poskušajo ustvarjati potrebe, pogosto tudi po izdelkih, ki jih ljudje morda niti ne potrebujejo. Tovrstno delovanje se izvaja s takšnim vplivanjem na mišljenje in čustva ljudi, ki porodi željo po zadovoljitvi ustvarjene potrebe z nakupom/uporabo kupljenega izdelka. Ustvarjanje potreb in ponujanje izdelkov, ki naj bi te potrebe zadovoljili, po nepotrebem uničuje naravo in črpa zaloge virov, hkrati pa vpliva na kakovost življenja ljudi. Vplivanje na mišljenje in čustva ljudi namreč vpliva tudi na njihovo percepcijo objektivnega blagostanja, torej na njihovo subjektivno blagostanje, izraženo s srečnostjo in zadovoljstvom z življenjem. Če pa posameznik ni zadovoljen s svojim življenjem, mu posledično pade motiviranost za ustvarjalno delo. Odgovor podjetij je ustvarjanje novih potreb, ljudje čedalje bolj iščejo nadomestke sreče, delo vedno bolj postaja namenjeno zgolj služenju denarja in zadovoljevanju umetnih potreb ... in krog je sklenjen.

### Kako preseči past?

Kako izstopiti iz začaranega kroga praznega dela, namenjenega le zadovoljevanju umetno ustvarjenih potreb? Vsak posameznik ima možnost izbire ali bo sodeloval v tej igri ali ne. Kako pa lahko podjetja pripomorejo k družbi in naravi prijaznejšemu poslovanju in hkrati vendarle poskrbijo za svojo uspešnost? Veliko bi storili, če bi gospodarsko delovanje (ki je zgolj naše orodje) umestili tja, kamor sodi – torej za povečevanje celovite kakovosti naših življenj. Gospodarsko delovanje naj služi človeštvu in ne obratno. *Zato pa moramo doseči dobro razumevanje sveta, v katerem živimo, in naše vloge v njem ter zavedanje medsebojne povezanosti in soodvisnosti. Gospodarsko delovanje naj bo torej namenjeno iskanju in udejanjanju takšnih rešitev, ki bodo reševala dejanske probleme ljudi, ob hkratnem upoštevanju kompleksnosti vpliva na naravno in družbeno okolje (in njegovih omejitev).*

### Načela družbeno odgovornega poslovanja

Takšno delovanje temelji na ustvarjalnosti, inovativnosti in sodelovanju. Pri iskanju in udejanjanju poslovnih idej je treba upoštevati kompleksnost, medsebojno povezanost in soodvisnost subjektov v sistemu Zemlja ter na podlagi tega iskati in udejanjati takšne ideje, ki odpravljajo negativne vplive na blagostanje ljudi, ali pa jih vsaj zmanjšujejo. Prav to je po našem mnenju ključen dejavnik, ki ga je potrebno upoštevati pri vključevanju načel družbene odgovornosti v strategije poslovanja podjetij. Zavedati pa se moramo, da je za snovanje in uresničevanje te strategije potrebna ustreznost kultura v podjetju in v družbi nasploh – le-ta mora kot temeljni izhodišči vsebovati zavedanje pomena etike soodvisnosti

(dvigovanje zavesti ljudi) ter željo po aktiviranju svojega ustvarjalnega potenciala v lastno korist in korist širše družbe.

### Kaj je torej družbena odgovornost?

Prava družbena odgovornost torej izhaja iz nas samih, iz našega razumevanja sveta in naše pripravljenosti, da

omejimo vpliv tega na naše delovanje. Vsi smo povezani in soodvisni. Kar bomo storili soljudem in naravi, bomo storili tudi sebi – in ne samo sebi, temveč tudi našim otrokom. Že vsaj zaradi slednjega odločitev za drugačno, družbeno bolj odgovorno delovanje ne bi smela biti težka ...

## 1.3 KAM Z VSEMI POTROŠNIŠKIMI DOBRINAMI?

Tajana Hvala



**Annie Leonard, bivša sodelavka organizacij kot so Greenpeace International, GAIA, HealthCare Without Harm, Global Greengrants in Essential Information je pripravila na svoji spletni strani zelo zanimiv in predvsem poučno predstavitev o našem potrošniškem svetu. Imenitna predstavitev je dosegljiva na spletnem naslovu: [www.storyofstuff.com](http://www.storyofstuff.com) povzetek predstavitve v pisni obliki pa je dosegljiv na: [http://www.storyofstuff.com/pdfs/annie\\_leonard\\_footnoted\\_script.pdf](http://www.storyofstuff.com/pdfs/annie_leonard_footnoted_script.pdf)**

Ste se kdaj vprašali od kod prihajajo vse te potrošniške dobrine in kam gre nato vsa embalaža, ki ostane za njimi? Annie Leonard nam ponuja nekaj zelo zanimivih dejstev v razmislek:

- V zadnjih treh dekadah, je bila porabljen tretjina naravnih virov. <sup>1</sup>
- V ZDA je preostalo le še manj kot 4% originalnega naravnega gozda. <sup>2</sup>
- 40% vodnih virov v ZDA je postalo nepitnih. <sup>3</sup>
- ZDA predstavljajo 5% svetovne populacije, a porabijo 30% svetovnih virov<sup>4</sup> in ustvarijo 30% svetovnih odpadkov. <sup>5</sup>
- Če bi vsi imeli takšen nivo porabe kot ZDA, bi potrebovali 3 do 5 planetov.
- Dandanes je v uporabi več kot 100,000 sintetičnih kemikalij. <sup>6</sup>
- Samo nekaj od teh kemikalij so testirali na učinke zdravja in nobene za sinergijske učinke na zdravje. <sup>7</sup>
- Ameriška industrija priznava izpust več kot 1,8 milijonov ton strupenih izpustov na leto. <sup>8</sup>
- Povprečni potrošnik v ZDA sedaj porabi dvakrat toliko kot je porabil povprečni potrošnik pred 50 leti. <sup>9</sup>
- Mi vsi vidimo več reklamnih oglasov v enem letu, kot so jih ljudje pred 50 leti v celotnem življenju. <sup>10</sup>
- V ZDA je bilo po raziskavi največ srečnih ljudi okrog leta 1950. <sup>11</sup>
- V ZDA porabijo 3–4 krat več časa za nakupovanje kot potrošniki v Evropi. <sup>12</sup>
- Povprečna stanovanjska površina v ZDA se je podvojila od leta 1970. <sup>13</sup>

- Vsaka oseba v ZDA »ustvari« ca. 2 kilograma smeti na dan<sup>14</sup>, to je dvakrat več kot trideset let nazaj. <sup>15</sup>
- za vsako kanto smeti, ki jo postavite pred hišo za odvoz, je bilo ustvarjenih 70 kant smeti v proizvodnem sistemu, da so se ustvarili proizvodi od katerih je preostala ta kanta smeti, ki je pred vašo hišo. <sup>16</sup>

Viri:

1. Paul Hawken, Amory Lovins and L. Hunter Lovins, *Natural Capitalism*, Little Brown and Company, (1999). Excerpted from page 4: "In the past three decades, one-third of the planet's resources, its 'natural wealth,' has been consumed."
2. Lester Brown, Michael Renner, Christopher Flavin, *Vital Signs 1998*, Worldwatch Institute, Washington, D.C. "Ninety five to ninety eight percent of forests in the continental United States have been logged at least once since settlement by Europeans." Also, see: "Can't See the Forest," by Josh Sevin, in *GRIST*, 1 Marc 2000. "1 to 2 percent of original forests in the U.S. remain undisturbed."
3. *American Rivers, Americas Most Endangered Rivers of 1998 Report*, Excerpt: "Today, 40 percent of our nation's rivers are unfishable, unswimmable, or undrinkable" Available at: [http://www.americanrivers.org/site/PageServer?pagename=AMR\\_content\\_e2a7](http://www.americanrivers.org/site/PageServer?pagename=AMR_content_e2a7)
4. This figure is cited in many places. For example: John L Seitz: *Global Issues: An Introduction*, (2001).
5. "The U.S. produced approximately 33% of the world's waste with 4.6% of the world's population" (Miller 1998) quoted in *Global Environmental Issues* by Frances Harris (2004).
6. Many references, including: *Ourstolenfuture.org*; Worldwatch Institute, *State of the World 2006*; Nancy Evans (ed.), *Breast Cancer Fund, State of the Evidence 2006 Executive Summary*, available at <http://www.breastcancerfund.org/site/pp.asp?c=kwKXLdPaE&b=1370047>; Gay Daly, "Bad Chemistry" (NRDC) at <http://www.nrdc.org/onearth/06win/chem1.asp>;
7. "Of the more than 80,000 chemicals in commerce, only a small percentage of them have ever been screened for even one potential health effect, such as cancer, reproductive toxicity, developmental toxicity, or impacts on the immune system. Among the approximately 15,000 tested, few have been studied enough to correctly estimate potential risks from exposure. Even when testing is done, each chemical is tested individually rather than in the combinations that one is exposed to in the real world. In reality, no one is ever exposed to a single chemical, but to a chemical soup, the ingredients of which may interact to cause unpredictable health effects." From *Coming Clean Campaign's Body Burden* information, retrieved 11/8/07 from <http://www.chemicalbodyburden.org/>
8. "For Reporting Year 2005, 23,461 facilities reported to EPA's TRI Program. These facilities reported 4.34 billion pounds of on-site and off-site disposal or other releases of the almost 650 toxic chemicals." From: U.S. Environmental Protection Agency, *Toxics Release Inventory*, <http://www.epa.gov/tri/>



9. "Why Consumption Matters" by Betsy Taylor and Dave Tilford, in The Consumer Society Reader Edited by Juliet B Schor and Douglas Holt (2000), p. 467.
10. "Each of us sees more ads alone in one year than people of 50 years ago saw in an entire lifetime." Cited in DMNews magazine, 12/22/97. Another measurement of the increasing volume of ads comes from David Shenk, who estimates that the average American saw 560 daily advertising messages in 1971 and by 1997 that number had increased to over 3,000 per day, in Data Smog: Surviving the Information Glut by David Shenk (1997).
11. Bill McKibben, Deep Economy (2007), p.35-36 and Vicky Robin, "Towards a Solution to Overconsumption" undated.
12. Gary Cross, Time and Money (1993), p. 192.
13. "Small is Beautiful: U.S. House Size, Resource Use, and the Environment" Journal of Industrial Ecology on Greener Buildings' Greenbiz. Extracted on 11/11/07 from: [http://www.greenerbuildings.com/news\\_detail.cfm?NewsID=28392](http://www.greenerbuildings.com/news_detail.cfm?NewsID=28392)
14. "In 2005, U.S. residents, businesses, and institutions produced more than 245 million tons of MSW, which is approximately 4.5 pounds of waste per person per day." Source: U.S. Environmental Protection Agency, 2007.
15. U.S. Environmental Protection Agency, Office of Solid Waste and Emergency Response, Municipal Waste in the United States: 2001 Facts and Figures (2003), pp.3 -4.
16. The Next Efficiency Revolution: Creating a Sustainable Materials Economy by John Young and Aaron Sachs, Worldwatch Institute (1994), p. 13.

## 2. NOVICE - SVET

### 2.1 ZGODILO SE JE: Österreichischen CSR-Tag 2008

 Roman H. Mesicek, Geschäftsführer

**Unternehmen am Ball**, mit sozialem und ökologischem Engagement zum Erfolg, Donnerstag, 15. Mai 2008, Palais Niederösterreich, Herrngasse 13, 1010 Wien

Der Österreichische CSR-Tag hat sich mittlerweile als Fixpunkt in Österreichs CSR-Community etabliert und bietet eine optimale Gelegenheit zum Netzwerken und zum Gedankenaustausch. Unter dem Motto "Unternehmen am Ball. Mit sozialem und ökologischem Engagement zum Erfolg." wird am Hauptpanel zum Thema "Euro 2008: Fair zur Umwelt? Fair zum Menschen?" diskutiert. Wir freuen uns auf Panels zu den Schwerpunkten Energie "Welche Ressourcen

haben Zukunft?" und Diversity "Vom Umgang mit der Vielfalt!" und auf informative Workshops über soziale und ökologische Verantwortung. Bemerkenswert ist das Engagement zahlreicher Mitwirkender, die auch heuer wieder den CSR-Tag aktiv und spannend mitgestalten werden. Mitglieder aus den Bundesländern und auch Gäste aus dem Ausland tragen zu einem spannenden Tag des Dialogs bei. Finden Sie das ganze Programm unter [www.respect.at/csrtag](http://www.respect.at/csrtag)

### 2.2 Mind the (Green) Gap

 CSRwire Weekly Alerts, Wednesday 16 April, 2008

*Consumers growing more attuned to 'greenwashing'*  
The "green" revolution, driven by rising awareness of the climate crisis, is fueling demand for eco-groovy products - which unfortunately feeds marketer temptation to paint products greener than they really are. While consumers are growing more attuned to greenwash, according to one recent survey, over-hyped green claims continue to pull the wool over many eyes.

The [BBMG](#) Conscious Consumer Report [finds healthy skepticism](#). Consumers prefer specific environmental attributes such as "recycled," "biodegradable," and "locally grown" over generic "green" claims, according to the more than two thousand adults surveyed.


The [Cone](#)/Boston College Center for Corporate Citizenship survey [identifies a "green gap" between consumers' naiveté over green claims and the light-green reality](#). Almost half of the more than one thousand adults surveyed assume that "environmentally friendly" means "positive" or "beneficial" to our ecosystems, with less than a quarter more astutely recognizing it usually means "less negative" than previous or competing products. Almost half of those surveyed also

believe that corporate environmental claims are honest and accurate.

Yet almost two thirds of those surveyed by Cone want government watchdogging of eco-claims. Uncle Sam is stepping to the plate, with the [Federal Trade Commission hosting an April 30 public workshop on its "Green Guides,"](#) developed in the 1990s to oversee environmental claims and now open to [public comment](#) for revamping.

On the other side of the coin, companies cloaking themselves in the green mantle are gathering for the [2008 Sustainable Brands conference](#) this June hosted by [Sustainable Life Media](#). Session titles reveal heightened corporate awareness to the shifting sands of consumer sensitivity to greenwashing: *Changing Consumer Sentiment Around 'Green Marketing'* and *The Impending Mandate for Eco-Impact Disclosure: What's Next with Eco-Labeling*. These are signposts pointing toward a more truly green landscape when it comes to environmental claims. Now companies need to follow this roadmap to ensure greener products actually leads us toward mitigating the climate crisis.

### 2.3 A Noble System of Technology for Educational Development

 (Izsek iz prispevka dr. Rogerja Haw Boon Honga o ANSTED UNIVERSITY - To promote WORLD PEACE through cultivating Corporate Social Responsibility (CSR) Practice, ki bo objavljen junija v gradivu ob konferenci »Družbena odgovornost in izzivi časa 2008«)

Our target is to achieve 20 millions Companies, Institutions, NGOs, Government agencies and individuals in the world to **cultivate and practice Corporate Social Responsibility (CSR) and Social Responsibility practice (SR)** by year 2015. By year 2015 the world population will be reaching more than **7 billion**. In view of this aspect the relevant authorities such as UN, UNESCO, European Commission and World Bank are highly encourage ANSTED to work closely with them. Of

course, you and your organisation are most welcome to join hands with us to achieve this IMPORTANT and Meaningful mission through this platform created by Ansted. Write to us at [info@ansteduniversity.org](mailto:info@ansteduniversity.org) or [bnhaw@tm.net.my](mailto:bnhaw@tm.net.my) or visit our web site at [www.ansteduniversity.org](http://www.ansteduniversity.org) for more details. More and more information will be uploading onto the web site gradually.

### 3. NOVICE - SLOVENIJA

#### 3.1 Pohod za hrano

*Stane Pejovnik, predsednik Gibanja za pravičnost in razvoj, [info@gibanje.org](mailto:info@gibanje.org)*

Društvo Gibanje je organiziralo 5-km **Pohod za hrano**, ki je potekal v **nedeljo 1.6.2008** po središču Ljubljane. Tako so se že drugo leto zapored pridružili več kot 100 državam in milijon pohodnikom po vsem svetu. Pohod je organiziran, da se opozori in osvešča javnost o še vedno **aktualnem problemu lakote**, saj vsakih 5 sekund zaradi podhranjenosti umre en otrok.

*“S tem pohodom ne bomo rešili problema svetovne revščine, bomo pa skupaj z milijoni ljudmi, ki so ta dan z enakim namenom hodili drugod po svetu, priložili svoj kamenček v mozaik boljšega sveta,“* je na lanskem pohodu poudaril **dr. Janez Drnovšek**.

Več informacij na spletnih straneh [www.gibanje.org/pohod](http://www.gibanje.org/pohod).

#### 3.2 Simpozij »Dobiček vrednot - Družbena odgovorno upravljanje podjetij za trajno in uspešno poslovanje - pogled krščanskega poslovneža«

*dr. Drago Rudel, predsednik ZKPS*

Združenje krščanskih poslovnežev Slovenije (ZKPS) in mednarodno združenje krščanskih poslovnežev UNIAPAC (International Union of Christian Business Executives - [www.uniapac.org](http://www.uniapac.org)), katerega član je ZKPS, je v petek, 9.5.2008, organiziralo simpozij o družbeni odgovornosti z naslovom:

**»Dobiček vrednot - Družbena odgovorno upravljanje podjetij za trajno in uspešno poslovanje - pogled**

**krščanskega poslovneža**«. Simpozij je bil v **Grand Hotelu Union (bela dvorana), Ljubljana, Miklošičeva 1**. Za program srečanja, predstavitev združenja UNIAPAC International, deklaracijo, ki jo je ob tej priložnosti podal UNIAPAC ter dokument UNIAPAC o družbeni odgovornosti v slovenskem jeziku pišite na e-naslov [info@zkps.si](mailto:info@zkps.si) ali telefon 01-256-22-43 oz. 041-685-914.

#### 3.3 KREATIVNOST MLADIH ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST – AKTIVNOSTI INŠTITUTA IRDO

*Anita Hrast, inštitut IRDO*

##### Festival Kalidays, festival oglasnih besedil mladih

V sodelovanju z društvom Kalidej – Društvo za tržno komuniciranje (<http://www.kalidej.net/>) smo novembra 2007 uspešno sodelovali na njihovem Festivalu Kalidays ter tako izpeljali prvi razpis za oglasno besedilo oz. plakat na temo družbene odgovornosti. Tema našega razpisa v letu 2007 je bil projekt DO-IT!. Projekt naj bi bil namenjen spodbujanju kreativnosti mladih (srednješolcev, študentov) v smislu

razvoja novih predlogov, idej, projektov za družbeno odgovorne aktivnosti. Na festivalu Kalidays 2007 sta bili v okviru razpisa izbrani naslednji deli (oglejte si jih na spletnem naslovu [www.kalidej.net](http://www.kalidej.net/)):

- po izboru žirije: Maja Kocjančič ([4009.pdf](#))
- po izboru sponzorja: Jure Vidmar ([4003.pdf](#))

##### S kreativnostjo mladih do večjega zaposlovanja

*Mladi Evropejci si želimo več delovnih priložnosti, več varnih zaposlitev in možnosti osebnega razvoja. Pripravljeni smo delati, prispevati k razvoju podjetij in ustanov s svojo svežino, polno navdiha, energije in kreativnih zamisli. Strokovnjaki in politiki - pomagajte nam!*

To je bilo osnovno sporočilo akcije, s katero smo pri Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve v Republiki

Sloveniji aprila 2008 mlade spodbudili k oblikovanju vizualnih sporočil za spremljevalni program konference Delo za mlade – Blaginja za vse, ki jo je ministrstvo organiziralo v času predsedovanja EU. Mladi so s plakati opozorili na svoje prednosti in potrebo po novih možnostih zaposlovanja. Delodajalce so pozvali k večjemu zaposlovanju, politike in strokovnjake pa k oblikovanju takšnih politik v državi, ki bodo spodbujale delodajalce k zaposlovanju mladih.

Na natečaju za kreativna dela so sodelovali še neveljavljeni ustvarjalci, tekstopisci, oblikovalci, študentje univerz in visokih šol v starosti do 30 let. Natečaj sta za potrebe ministrstva v kontekstu družbene odgovornosti izpeljala IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti in Kalidej – Študentsko društvo za tržno komuniciranje. Na natečaj je prispelo 36 idejnih rešitev, dvanajstih različnih avtorjev.

Izmed prispelih rešitev je strokovna komisija izbrala sedem del naslednjih avtorjev:

- Dasa Djurič (zvezde)
- Katja Kremenčič (morje in igrače),

- Luka Bajs (šibki temelji),
- Nina Kern (poklici),
- Tine Lugarič in Dejan Damiš (pilot in metulji),

Dela so bila razstavljeni v predverju konferenčne dvorane Centra Brdo in objavljena programski knjižici konference, ki jo najdete na spletnem naslovu: [http://www.mdds.gov.si/fileadmin/mdds.gov.si/pageuploads/dokumenti\\_pdf/konf\\_delo\\_mladi\\_knjizica.pdf](http://www.mdds.gov.si/fileadmin/mdds.gov.si/pageuploads/dokumenti_pdf/konf_delo_mladi_knjizica.pdf).

## 10. FESTIVAL MAGDALENA, Okrogla miza o družbeni odgovornosti v oglaševanju in nagrada za najbolj družbeno odgovorno delo na festivalu

Na 10. Festivalu Magdalena, festivalu kreativnih komunikacij, ki je letos potekal v Mariboru od 15. do 17. maja 2008 je inštitut IRDO prvič podelil posebno nagrado za najbolj družbeno odgovorno delo na festivalu. IRDO Award (award by the Institute for Development of Social Responsibility for the most socially responsible entry) je prejelo delo:

**Svi u Štrajk** (author of the idea: Mirza Čeho, designer: Vedran Mujagić, TV/ film director: Mirza Čeho, director of photography: Aziz Čeho, category: 4. motion)

Kot nagrado so avtorji prejeli priznanje in zlato ribico v odlitku, avtorjev Jurija Loziča in Mihe Artnaka iz društva ZEKCREW, ki so bili med drugim tudi sami nagrajenci festivala

Magdalena v letu 2005. Več informacij o nagrajencih festivala najdete na naslovu:

<http://www.magdalena.org/en/press/releases/43419/details.html>.

Po dogovoru s predsednikom festivala Srđanom Trifunovičem in programsko vodjo festivala Katjo Goričan, je na tem festivalu inštitut IRDO ob podelitvi nagrade so-organiziral okroglo mizo na temo Družbena odgovornost v oglaševanju. Okroglo mizo je moderirala mag. Nastja Mulej iz agencije New Moment, na njej pa so kot gostje sodelovali še Vanja Hamzić, Jonathan Bambrook, Zdravko Papič. Več informacij:

<http://www.magdalena.org/en/event/program/42640/event.html>

## 3.4 Konferenca »DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2008« DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2008« z naslovom »Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu«

Anita Hrast



3. mednarodna konferenca  
**DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2008**  
 Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu  
 Maribor, 5. in 6. junij 2008  
 Konferenčna dvorana Štajerske gospodarske zbornice

Zavedamo se, da je za uspešnost slehernega posameznika, organizacije, ustanove in podjetja nujno vključevanje družbene odgovornosti. Vabimo vas, da s svojo prisotnostjo tudi vi prispevate k razvoju družbene odgovornosti v Sloveniji.

Sodelujte z nami pri izvedbi strokovnega srečanja - 3. konference »DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2008« z naslovom »Prispevki družbene

odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu«,

ki bo v četrtek, 5. in v petek, 6. junija 2008 v Mariboru, v prostorih Štajerske gospodarske zbornice.

Več informacij najdete na [www.irdo.si](http://www.irdo.si), lahko pa vam jih posredujemo tudi po e-pošti – pišite na: [info@irdo.si](mailto:info@irdo.si). Prijavite se na konferenco čimprej in nanjo povabite tudi druge!

## 3.5 Članstvo v inštitutu IRDO – POVABITE K SODELOVANJU ŠE DRUGE!

Anita Hrast

Letos aprila smo pričeli z uvajanjem članstva v inštitutu IRDO. Lahko se pohvalimo, da imamo ob članih v različnih organih inštituta (Strokovni svet, Znanstveno-raziskovalni svet, Svet zavoda) sedaj še 16 novih članov, od tega 8 kolektivnih (podjetij in ustanov) ter 8 individualnih (posameznikov). Naš inštitut poskuša povezati različne strokovnjake, znanstvenike, raziskovalce in praktike z namenom izmenjave znanja, izkušenj in sodelovanja.

Vabimo vas, da k članstvu v inštitutu povabite še druge. Več informacij vam lahko pošljemo po e-pošti. Pišite nam na naslov: [info@irdo.si](mailto:info@irdo.si) in poslali vam bomo gradivo.

Hkrati vas vabimo, da te e-novice posredujete tudi drugim, ki bi jih tovrstne teme zanimala. Nekaj prvih števil bo na ogled brezplačno vsem, kasnejše pa v večjem obsegu le članom inštituta, s povzetki pa vsem zainteresiranim. Hvala.