



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit

NACHHALTIGKEITS- BERICHTERSTATTUNG:

EMPFEHLUNGEN FÜR EINE GUTE UNTERNEHMENSPRAXIS



IMPRESSUM

Herausgeber: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11055 Berlin
E-Mail: service@bmu.bund.de
www.bmu.de

Projektbetreuung: Peter Franz
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)

Bearbeitung: Sabine Braun
future e.V.
Ickstattstraße 26
80469 München
E-Mail: muenchen@future-ev.de
www.future-ev.de

Thomas Loew
Institute 4 Sustainability
Ystader Straße 11
10437 Berlin
E-Mail: loew@4sustainability.org
www.4sustainability.org

Dr. Jens Clausen
Borderstep - Institut für Innovation und Nachhaltigkeit
Hausmannstraße 9-10
30159 Hannover
E-Mail: clausen@borderstep.de
www.borderstep.de

Gestaltung: Artelier
Ickstattstraße 26
80469 München

Druck: Bonifatius GmbH, Paderborn

Fotos: Photocase.com

Stand: März 2007

1. Auflage: 2.000 Stück



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen hat in Deutschland eine lange Tradition. Seit den Anfängen in den 1980er Jahren haben viele große, kleine und mittelständische Unternehmen – auf freiwilliger Basis – anspruchsvolle EMAS-Umwelterklärungen und Nachhaltigkeitsberichte über die ökologischen sowie zunehmend

auch über die gesellschaftsbezogenen Auswirkungen ihrer Tätigkeit veröffentlicht. Deutschland nahm bereits damals international eine Vorreiterrolle ein, heute weisen jedoch auch andere Industrieländer beeindruckende Statistiken in dieser Berichterstattung auf. Dies zeigt, dass viele Unternehmen erkannt haben, dass eine gute und glaubwürdige sowie international anerkannte Berichterstattung über ihre vielfältigen Nachhaltigkeits- und Corporate Social Responsibility (CSR)-Aktivitäten im eigenen Interesse liegt. Sie sichern damit die für den künftigen Geschäftserfolg unabdingbare Akzeptanz ihres wirtschaftlichen Handelns.

Gerade angesichts der Internationalisierungsstrategien vieler Unternehmen und zunehmend auch von kleinen und mittelständischen Betrieben werden CSR und die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu wichtigen Instrumenten der Unternehmenspolitik und -kommunikation. In unserer vernetzten Welt wachsen die Anforderungen an die Unternehmen, Informationen über die Auswirkungen des wirtschaftlichen Handelns auf Umwelt und Gesellschaft zur Verfügung zu stellen. Eine kritische Öffentlichkeit fordert dieses zunehmend ein. Die

Erfahrung zeigt, dass eine Produktion unter sozial nicht akzeptablen Standards oder zulasten unserer Umwelt einem Unternehmen sehr schnell einen erheblichen Reputationsschaden beschern kann. Denn nicht nur Unternehmen internationalisieren sich, sondern auch die Öffentlichkeit.

Angesichts der ökologischen und klimapolitischen Herausforderungen, vor denen wir stehen, wird eine nachhaltige Unternehmenspolitik auch von immer mehr Akteuren innerhalb der Wirtschaft selbst mit wachsendem Interesse beobachtet. Die Unternehmensratings an den internationalen Finanzmärkten oder die Prämien der Rückversicherer spiegeln diese neue Aufmerksamkeit. Ein glaubwürdiges CSR und eine gute Nachhaltigkeitsberichterstattung tragen dazu bei, dass ein Unternehmen auch sich selbst und seinen Mitarbeitern gegenüber Rechenschaft ablegt über das eigene Tun. Gerade bei international agierenden Unternehmen mit mehreren Standorten ist dieses auch ein Beitrag für den richtigen „Geist“ und ein verbindendes „Wir-Gefühl“ im Unternehmen.

Ich würde mich freuen, wenn viele Unternehmen das Angebot für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung nutzen würden und damit aktiv über ihre Leistungen kommunizieren. Die vorliegende Broschüre gibt dafür nützliche Hinweise und praktische Anregungen.

Sigmar Gabriel
Bundesminister für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit

INHALTSVERZEICHNIS

▶ NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG ALS ELEMENT DER UNTERNEHMENSSTRATEGIE	05
Grundlage des Nachhaltigkeitsmanagements	
Sicherung der Akzeptanz in der Gesellschaft	
Vorgaben und Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung	
Grundsätze der Nachhaltigkeitsberichterstattung	
Hinweise für Einsteiger und Fortgeschrittene	
▶ KERNINHALTE ALS EINSTIEGS- UND ORIENTIERUNGSHILFE	07
Ein Rahmen für den unabhängigen Vergleich	
Zielgruppen und Anwendungsbereiche	
Die Rolle von Managementsystemen	
▶ KERNINHALTE VON NACHHALTIGKEITSBERICHTEN: ASPEKTE UND KENNZAHLEN	08
▶ EMPFEHLUNGEN DER GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)	10
Die Elemente der aktuellen Leitlinien	
Branchenbezogene Indikatorenkataloge	
Überblick zu den GRI-Anforderungen	
▶ EXTERNE PRÜFUNG UND GLAUBWÜRDIGKEIT	11
Transparenz in der Berichterstattung	
Funktionsfähigkeit der Managementsysteme	
System nachhaltigkeitsbezogener Prüfungen	
▶ ANFORDERUNGEN AN DIE GESCHÄFTSBERICHTE	12
Auswahl der wesentlichen Indikatoren	
Ergänzende Berichterstattung zum Lagebericht	
Für den Geschäftserfolg relevante Aspekte und Indikatoren	
▶ FAZIT	14

NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG ALS ELEMENT DER UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Nachhaltigkeitsberichterstattung trägt zur Umsetzung einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensstrategie entscheidend bei. Zum einen zeigt sie gegenüber externen Anspruchsgruppen auf, wie Unternehmen mit ökologischen, sozialen und ökonomischen Herausforderungen umgehen, und schafft damit die Basis für Vertrauen und einen zukunftsbezogenen Dialog. Zum anderen – und das ist fast noch wichtiger – fördert eine kontinuierliche Berichterstattung die im Unternehmen notwendigen Veränderungsprozesse in hohem Maße. Auf diese Weise kann die Nachhaltigkeitsberichterstattung als zentrales Element einer konsequenten Unternehmensstrategie zur Umsetzung der gesellschaftlichen Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) gelten.

Die erwünschte Wirkung werden Berichte sowohl intern als auch extern jedoch nur entfalten können, wenn sie die für das Unternehmen – aus Nachhaltigkeitsgesichtspunkten – wesentlichen Themen behandeln. Die in dieser Broschüre vorgestellten Kerninhalte und Grundsätze sollen die Unternehmen bei der Erstellung von glaubwürdigen und wirkungsvollen Berichten unterstützen, die ihnen vielfach Nutzen bieten.

Grundlage des Nachhaltigkeitsmanagements

Je glaubwürdiger Nachhaltigkeitsberichte sind, desto mehr werden diese die Motivation und Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Unternehmen steigern und die Einrichtung eines wirkungsvollen Nachhaltigkeits- oder CSR-Managements fördern können. Da Nachhaltigkeitsberichte auch eine interne Verständigungsbasis darstellen, erleichtern sie die Koordination der verschiedenen Abteilungen wie Umwelt, Personal, Kommunikation, Investor Relations, Recht und Einkauf. Wenn die Abteilungen intensiv in die Berichtserstellung eingebunden sind, kann diese sogar Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeits- oder CSR-Strategie sein: Da die Berichtserstellung bisher oft unverbundene Aktivitäten und Ansätze zu einem gesamthaften Bild unter dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit zusammenführt, löst sie meist einen Lernprozess aus, der weit über den Bericht hinausreicht und zu neuen Lösungen führt.

Sicherung der Akzeptanz in der Gesellschaft

Gegenüber der Öffentlichkeit, Kunden, Geschäftspartnern und Behörden stellen Nachhaltigkeitsberichte dar, was Unternehmen tun, um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden. Sie sichern damit die Akzeptanz des wirtschaftlichen Handelns („license to operate“) und tragen zur Reputation des Unternehmens bei. Für die Finanzmärkte sind Nachhaltigkeits-

berichte zum Beleg eines umfassenden Risikomanagements geworden, das auch nichtfinanzielle Risiken miteinbezieht und geeignet ist, den Unternehmenswert zu sichern.

Nicht zuletzt hat Nachhaltigkeitsberichterstattung auch einen ausgeprägten volkswirtschaftlichen Nutzen: Die Veröffentlichung zukunftsorientierter Maßnahmen und neuer Lösungen zeigt die Chancen einer nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensführung auf und kann andere Unternehmen zur Nachahmung anregen. Indem Nachhaltigkeitsberichte aber auch die Grenzen deutlich machen, die die heute bestehenden Rahmenbedingungen setzen, können sie einen gesamtgesellschaftlichen Lernprozess anstoßen mit dem Ziel, Hindernisse für nachhaltiges Handeln zu überwinden.

Vorgaben und Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die im Jahr 2000 aktualisierten Leitsätze der Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) für multinationale Unternehmen fordern die Offenlegung von Informationen sowie eine Berichterstattung über Ziele und Fortschritte hinsichtlich einer nachhaltigen Entwicklung. Sie empfehlen „bei Informationen nichtfinanzieller Art, gegebenenfalls einschließlich Umwelt- und Sozialinformationen, hohe Qualitätsstandards anzuwenden“.

Für die Darstellung von Nachhaltigkeitsaspekten in Geschäftsberichten hat das deutsche Bilanzrechtsreformgesetz im Herbst 2004 eine neue Vorgabe eingeführt: Börsennotierte Unternehmen sind künftig gehalten, in ihrem Lagebericht über nichtfinanzielle Indikatoren zu berichten, sofern diese nennenswerte Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage und den Unternehmenserfolg haben. Durch die Anpassung der Paragraphen 289 und 315 HGB wurde Ende 2003 verabschiedete Richtlinie der Europäischen Union (EU) umgesetzt. Die Vorgaben gelten seit dem Geschäftsjahr 2005.

Wie von Geschäftsberichten ist auch von Nachhaltigkeitsberichten zu erwarten, dass sie den Grundsätzen „Wahrheit“, und „Wesentlichkeit“ gerecht werden und ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Organisation vermitteln. Weitere Grundsätze einer angemessenen Berichterstattung sind Klarheit, Stetigkeit und Vergleichbarkeit. Sie werden insbesondere von den Finanzmärkten eingefordert, die die Berichte heranziehen, um die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens zu beurteilen (vgl. Kasten, Seite 6).

Als zentrale Orientierungshilfe für eine anspruchsvolle Berichterstattung gelten bei großen Unternehmen und multinationalen Konzernen inzwischen die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Im Jahr 2000 erstmals veröffentlicht, wurden sie bislang mehrmals überarbeitet und liegen seit Oktober 2006 in der dritten Fassung vor (G3). Sie decken alle nachhaltigkeitsbezogenen Themenbereiche ab und werden durch detaillierte Hinweise zur Datenerhebung sowie branchenspezifische Empfehlungen ergänzt (vgl. Seite 10).

Hinweise für Einsteiger und Fortgeschrittene

Unternehmen, die bislang noch keinen Bericht erstellt haben, aber auch manche berichterstattenden Unternehmen empfinden die bekannten GRI-Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung oft als zu komplex und fühlen sich davon überfordert. Die nachfolgende Zusammenstellung von Kerninhalten soll ihnen beim Einstieg helfen und gleichzeitig für ein gutes Berichtsniveau sorgen. Damit stellen die Kerninhalte der Nachhaltigkeitsberichterstattung (vgl. Seite 8/9) sozusagen die Pflicht und eine Art Grundgerüst dar, das die Unternehmen nach Belieben um „Küranteile“ erweitern können – beispielsweise durch die Darstellung zusätzlicher Themen, die für das Unternehmen besonders wesentlich sind, oder indem sie innovative oder interessante Berichtselemente integrieren, die die Stakeholder zum Dialog mit dem Unternehmen anregen.

Speziell für börsennotierte Unternehmen werden unter „Anforderungen an die Geschäftsberichte“ Hinweise gegeben, wie bei der Umsetzung der aus dem Bilanzrechtsreformgesetz resultierenden Anforderungen eine anspruchsvolle Darstellung der nichtfinanziellen Indikatoren im Geschäftsbericht zu realisieren ist (vgl. Seite 12). Auch wenn dies einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht nicht ersetzen kann, sollten beide Kommunikationskanäle doch genutzt und aufeinander abgestimmt werden.

Weitere Informationen:

- ▶ Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) (Hrsg.): DVFA-Grundsätze für effektive Finanzkommunikation (Download): www.dvfa.de
- ▶ Bundesumweltministerium (Hrsg.): Corporate Social Responsibility. Eine Orientierung aus Umweltsicht (Download): www.bmu.de

Grundsätze der Nachhaltigkeitsberichterstattung

- ▶ *Wahrheit:* Die im Nachhaltigkeitsbericht enthaltenen Aussagen sollen den Tatsachen entsprechen. Dazu gilt es, in ausgewogenem Maß positive wie negative Sachverhalte darzustellen, sodass eine angemessene Einschätzung der Nachhaltigkeitsleistung möglich ist.
- ▶ *Wesentlichkeit:* Der Nachhaltigkeitsbericht soll die relevanten Informationen über die wichtigen Nachhaltigkeitsaspekte enthalten. Dabei sollten aufgrund wissenschaftlicher Erkenntnisse vermutete Risiken erwähnt werden. Das Fehlen branchenüblicher Daten und Informationen sollte erklärt werden.
- ▶ *Klarheit:* Der Nachhaltigkeitsbericht soll klar formuliert sein. Die einzelnen Themen sollten eindeutig und verständlich dargestellt, gegliedert und bezeichnet werden.
- ▶ *Stetigkeit und Vergleichbarkeit:* Zeitliche und räumliche Bilanzierungsgrenzen sollen dokumentiert werden. Zur Wahrung der Vergleichbarkeit soll die inhaltliche Struktur des Nachhaltigkeitsberichts einer Organisation im Regelfall beibehalten werden. Erhebungs- und Bewertungsmethoden sollen dauerhaft angewendet und im Internet veröffentlicht werden. Die Erstellung von Kennzahlen soll sich an allgemein anerkannten Definitionen orientieren. Die Quelle von Benchmarks, auf die Bezug genommen wird, soll angegeben werden.
- ▶ *Öffentlicher Zugang zu Informationen:* Der Nachhaltigkeitsbericht soll der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Jedem, der sich für die Nachhaltigkeitsleistung der Organisation interessiert, soll der Zugang zu den veröffentlichten Informationen problemlos und frei möglich sein (beispielsweise über das Internet).

Die im Folgenden vorgestellten Themenkataloge zur Nachhaltigkeitsberichterstattung weisen deutliche Überschneidungen auf. Während die hier erstmals präsentierte Kerninhalte die aus Nachhaltigkeitssicht wesentlichsten Themen zusammenstellen, sind die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) umfassender und decken dabei auch alle Kerninhalte ab. Für die Darstellung im Lagebericht kommen dagegen gemäß Bilanzrechtsreformgesetz nur Nachhaltigkeitsindikatoren in Betracht, die einen relevanten Einfluss auf den Geschäftserfolg und die wirtschaftliche Lage haben. Dies sind deutlich weniger als die in den GRI-Leitlinien oder in den Kerninhalten aufgeführten Indikatoren.

KERNINHALTE ALS EINSTIEGS- UND ORIENTIERUNGSHILFE

In der Gesellschaft und unter den Unternehmen bestehen durchaus verschiedene Auffassungen darüber, wie detailliert ein Nachhaltigkeitsbericht sein soll. Wenn gleich sich immer mehr, vor allem international tätige Unternehmen an den international anerkannten GRI-Leitlinien orientieren, empfinden viele diese umfassende Vorgabe als zu komplex und wenden sie deshalb nicht oder nur bedingt an. Dies führt zu einer gewissen Beliebigkeit in der Berichterstattung, der die hier als Hilfe vorgestellten Kerninhalte begegnen wollen. Sie sind bewusst einfach und klar gehalten und stellen einen Mindeststandard für Berichte dar, die den Titel „Nachhaltigkeitsbericht“ oder „CSR-Bericht“ tragen.

Ein Rahmen für den unabhängigen Vergleich

Mit der Definition von Kerninhalten wird nicht zuletzt die vom Rat für Nachhaltige Entwicklung im September 2006 formulierte Empfehlung aufgegriffen, „einen verbindlichen Rahmen für den sachgerechten Vergleich von Nachhaltigkeits- und CSR-Berichten von Unternehmen zu schaffen“. Denn: „Nur der unabhängige Vergleich der unternehmerischen Aktivitäten schafft für Unternehmen jene Glaubwürdigkeit und Beachtung am Markt, die sie mit Nachhaltigkeitsberichten anstreben.“ (Siehe unten genannte Quelle, Seite 7.)

Die nachfolgend dargestellte Zusammenstellung enthält keine von den GRI-Leitlinien grundsätzlich abweichenden Anforderungen, sondern stellt ein daraus destilliertes Mindestmaß dar. Sie will die Spielräume einer unternehmensspezifischen Nachhaltigkeitsberichterstattung damit nicht einschränken, sondern den Zugang dazu erleichtern und mehr Unternehmen als bisher zur Darstellung ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten anregen.

Zielgruppen und Anwendungsbereiche

Die Kerninhalte richten sich an alle Unternehmen, unabhängig davon, an welchen Leitlinien oder Normen sie sich bei der Berichterstellung orientieren. Damit gelten sie auch für Unternehmen, die sich an der GRI ausrichten. Ihnen können sie dabei helfen, die wesentlichsten Angaben zu identifizieren.

Die Kerninhalte sind folglich keine beliebige Anforderungsliste, sondern eine klare Vorgabe für berichterstattende Unternehmen, wobei auch die kleinen und mittelständischen Betriebe im Rahmen ihrer Möglichkeiten um Vollständigkeit bemüht sein sollten. Gleichzeitig schließt dies nicht aus, dass Unternehmen im Rahmen dieses Anforderungskatalogs manche Themen ausführlicher und andere wiederum knapper

behandeln – je nachdem, mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert sind. Der Verzicht auf Angaben ist für große Unternehmen indessen nur legitim, wenn der Aspekt in der jeweiligen Branche gänzlich auszuschließen ist.

Die Rolle von Managementsystemen

Als Grundlage der Nachhaltigkeitsberichterstattung spielen Managementsysteme zum Umweltschutz (z. B. EMAS, ISO 14001), zur Arbeitssicherheit und Gesundheit (OSHAS) und zur Beschaffung (SA 8000) eine wesentliche Rolle. Denn sie stellen die dauerhafte und zuverlässige Berücksichtigung der jeweiligen Anforderungen in den Geschäftsprozessen sicher. Eine Besonderheit von EMAS ist die obligatorische Veröffentlichung einer Umwelterklärung, die vom Umweltgutachter zu prüfen ist. Liegt eine solche vor, bedarf es auch keines großen Aufwands mehr, sie zu einem Nachhaltigkeitsbericht auszuweiten. Dieser enthält damit sogar einen gutachterlich geprüften Teil.

Wie kleine und mittelständische Unternehmen ihre Umwelterklärung zu einem aussagekräftigen Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickeln können, erläutert der Leitfaden „Moderne Unternehmenskommunikation! Von der EMAS-Umwelterklärung zum Nachhaltigkeitsbericht“.

Weitere Informationen:

- ▶ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit; Umweltbundesamt (Hrsg.): Moderne Unternehmenskommunikation! Von der EMAS-Umwelterklärung zum Nachhaltigkeitsbericht (Download): www.bmu.de
- ▶ Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hrsg.): Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility (Download): www.csr-dialog.de

KERNINHALTE VON NACHHALTIGKEITSBERICHTEN: ASPEKTE UND KENNZAHLEN

Unternehmensprofil

Das Unternehmen und seine Tätigkeiten sollen eindeutig beschrieben sein. Dazu zählt die Darstellung der Geschäftsbereiche, Produktgruppen und Dienstleistungen, wobei die wirtschaftliche und mengenmäßige Relevanz der einzelnen Geschäftsbereiche oder Produktgruppen klar ersichtlich sein soll. Weiterhin sollen die Eigentumsverhältnisse und der erzielte Umsatz genannt werden.

Bei international tätigen Unternehmen sind Angaben zur regionalen Verteilung von Beschäftigten und Standorten zu machen. Beteiligungen an anderen Unternehmen sollen genannt werden, wenn sie 50 Prozent überschreiten. Beteiligungen unter 50 Prozent sollen genannt werden, wenn sie strategisch wichtig sind oder von Stakeholdern möglicherweise als kritisch angesehen werden können.

Als Kennzahlen sollen Umsatz, Mitarbeiterzahl und Anzahl der Standorte enthalten sein.

Strategie und Management

Die grundlegenden Festlegungen des Unternehmens zur Wahrnehmung seiner Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft (Leitbilder, Politiken, Strategien, Verhaltenskodizes) sollen dargestellt oder zumindest zugänglich sein. Dabei sollten die wesentlichen sozialen und ökologischen Herausforderungen für das Unternehmen angesprochen werden. Auch sind die wesentlichen Managementsysteme und/oder -instrumente, mit denen das Unternehmen ökologische, mitarbeiterbezogene und gesellschaftliche Aspekte steuert, zu beschreiben (EMAS, ISO 14000, OSHAS). Es soll überdies klar werden, wie die Verantwortung für diese Aspekte im Unternehmen verankert ist und wahrgenommen wird.

Eine wichtige Methode, um die Strategie und das Management regelmäßig auf den Prüfstand zu stellen, ist der Dialog mit den Stakeholdern (Mitarbeiter, Kunden, Behörden, Nachbarn, Verbände etc.). Dieser Prozess sollte ebenso beschrieben werden wie die Ergebnisse des Dialogs, sofern sie Auswirkungen auf das Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens haben.

Betriebliche Aspekte des Umweltschutzes

Die betriebliche Umweltleistung soll über eine Darstellung der wesentlichen Aspekte und der zugehörigen Kennzahlen beschrieben sein. Aus den Kennzahlen soll

klar hervorgehen, wie sich die Umweltleistung des Unternehmens in den vergangenen Jahren entwickelt hat und ob die gesetzten Ziele erreicht wurden. Wichtige Entwicklungen sind zu erläutern.

Der Bericht soll mindestens folgende Kennzahlen enthalten:

- Energieverbrauch und Klimaschutz: Energieverbrauch, Anteil regenerativer Energien, Energieeffizienz, Emissionen von Treibhausgasen (u. a. CO₂)
- Emission von Luftschadstoffen: SO₂-Emissionen sowie – falls für die Branche relevant – Emissionen an NO_x, VOC und ozonabbauende Substanzen
- Abfallaufkommen: Gesamtabfallmenge differenziert nach den wichtigsten Abfallarten bzw. Behandlungsformen
- Wassermanagement: Wasserverbrauch, Abwässer aufkommen, relevante Emissionen von absorbierbaren organisch gebundenen Halogenen (AO_x) und Schwermetallen
- Verbrauch von Rohstoffen: wesentliche Stoffströme nach Art und Menge, Materialeffizienz

Produktbezogene Aspekte des Umweltschutzes

Wesentliche Umweltaspekte im Lebensweg der Produkte oder Dienstleistungen sollen dargestellt werden. Beispiele für die Umsetzung der Produktverantwortung dienen der Anschaulichkeit, verdeutlichen wesentliche Aspekte und sind für zentrale Produkte typisch. Die Darstellung kann umfassen:

- Herkunft von Rohstoffen und Materialien
- Einsatz von Materialien und Rohstoffen sowie Versorgungssicherheit
- Produktentwicklung und die dabei angewendeten umweltorientierten Instrumente (z. B. Produktbilanzen, Checklisten, Pflichtenhefte)
- Distribution und Logistik (z. B. Transportwege, Werbemaßnahmen, Verwendung von Umweltzeichen)
- Umweltbelastungen in der Nutzungsphase (z. B. Energieverbrauch)
- Entsorgung und Kreislaufwirtschaft

Mitarbeiterbezogene Aspekte

Darzustellen sind die wesentlichen Aspekte der mitarbeiterbezogenen Verantwortung des Unternehmens, wozu die unternehmensweiten Programme und Maßnahmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie zu Aus- und Weiterbildung gehören. Auch auf Grundsätze und Maßnahmen zur Gleichstellung von Mann und Frau sowie zur Integration von Beschäftig-

ten unterschiedlicher Nationalität und von Minderheiten sollte eingegangen werden. Nicht zuletzt ist die Beschäftigungspolitik zu beschreiben und durch Angaben zu Einstellungen und Entlassungen sowie der Verlagerung von Arbeitsplätzen zu ergänzen. Bei einer signifikanten Anzahl betriebsbedingter Kündigungen werden Aussagen zu Ausgleichsmaßnahmen erwartet. Ergänzend sind zentrale Kennzahlen zu nennen, aus denen die Trends der vergangenen drei Jahre (oder auch mehr) und die Zielerreichung klar hervorgehen. Wichtige Entwicklungen sind zu erläutern.

Der Bericht soll mindestens folgende Kennzahlen enthalten:

- Unfallschutz und Sicherheit: Meldepflichtige Arbeitsunfälle pro tausend Beschäftigte oder pro Million Arbeitsstunden
- Ausbildung: Ausbildungsquote in Prozent der Beschäftigten
- Weiterbildung: Weiterbildungstage pro Mitarbeiter und Jahr
- Arbeitszeitmodelle: Anteil der Mitarbeiter in Teilzeit in Prozent, Anteil von Beschäftigten mit flexiblen Arbeitszeiten in Prozent
- Integration: Anteil schwerbehinderter Beschäftigter in Prozent

Aspekte der Verantwortung für Kunden und Lieferanten

Darzustellen sind die wesentlichen Aspekte der Verantwortung des Unternehmens im Umgang mit seinen Kunden und die Mitverantwortung für Umweltschutz und Arbeitsbedingungen bei den Lieferanten. Wichtige Entwicklungen sind zu erläutern.

- Kundeninformation: Darstellung, wie das Unternehmen Kunden über Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens informiert, ob und welche Produktkennzeichen es einsetzt.
- Kundenanforderungen: Darstellung, wie das Unternehmen Kundenanforderungen ermittelt und berücksichtigt.
- Lieferanten: Erläuterung, ob und wie Umweltschutz, angemessene Arbeitsbedingungen und Einhaltung der Menschenrechte bei den Lieferanten berücksichtigt werden.

Aspekte der Verantwortung gegenüber dem gesellschaftlichen Umfeld

Darzustellen sind die wesentlichen Aspekte der Verantwortung des Unternehmens für sein gesellschaftliches Umfeld. Wichtige Entwicklungen sind zu erläutern.

- Einhaltung von Gesetzen und Normen: Darstellung, ob das Unternehmen wegen Nichteinhaltung gesetzlicher Vorgaben Bußgelder oder Strafen gezahlt hat oder ob gerichtliche Verfahren eingeleitet wurden. Maßnahmen zur Abhilfe sollten aufgezeigt werden.
- Antikorruption: Darstellung, ob das Unternehmen besonderen Korruptionsrisiken ausgesetzt ist und wie es Korruption und Bestechung vorbeugt.
- Lobbyarbeit: Sofern das Unternehmen Lobbyarbeit betreibt, sollte es Aktivitäten und Ziele darstellen.
- Teilnahme an Nachhaltigkeitsinitiativen (z. B. Global Compact, lokale Agenda 21) und Begründung dafür sowie Hinweise zur Einhaltung der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.

Ökonomische Aspekte

Darzustellen sind Aspekte und Aktivitäten, die auf den mittel- bis langfristigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens abzielen:

- Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit: Darstellung, welche Chancen und Risiken für das Unternehmen mit Nachhaltigkeit verbunden sind, sowie Beschreibung der Maßnahmen, die das Unternehmen ergreift, um Chancen zu realisieren und Risiken zu vermeiden (z. B. Umweltinnovationen im Produktbereich). Große Unternehmen sollten darüber hinaus Angaben zu Gewinn und Gewinnverwendung machen.
- Bedeutung für die regionale Wirtschaft: Darstellung, welche Bedeutung das Unternehmen für die Region hat (z. B. Arbeitsplatzangebot, Ausbildungsplätze) und wie es an seinen Standorten beispielsweise mit Steuer-, Lohn- und Gehaltszahlungen zur regionalen Wirtschaftskraft beiträgt.

Ziele und Maßnahmen

Der Bericht soll ein Programm enthalten, das die Ziele des Unternehmens in seinen wesentlichen nachhaltigkeitsrelevanten Handlungsfeldern aufführt und Maßnahmen zu deren Erreichung nennt. Das Programm soll nachprüfbar und daher mit möglichst quantifizierten Zielen sowie mit Terminen versehen sein.

Ansprechpartner und Kontaktangaben

Angabe der Firmenadresse mit Nennung eines Ansprechpartners oder/und der zuständigen Abteilung mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse.

EMPFEHLUNGEN DER GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Die „Sustainability Reporting Guidelines“ der Global Reporting Initiative (GRI) stellen den bekanntesten Kriterienkatalog für die Nachhaltigkeitsberichterstattung dar und gelten als bislang einziges international anerkanntes und branchenübergreifendes Referenzdokument. Sie wurden in einem weltweiten Dialog erarbeitet und wenden sich mit ihrem breiten Themenspektrum vor allem an international agierende Unternehmen.

Wie das Berichtsregister auf der GRI-Website dokumentiert, haben sich seit 2001 rund 1.000 Unternehmen weltweit bei ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung an den GRI-Leitlinien orientiert. Einen Bericht, der die Anforderung der Leitlinien vollständig umsetzt („in accordance to GRI“), haben allerdings nur etwa 175 Unternehmen veröffentlicht.

Elemente der aktuellen Leitlinien

Die im Herbst 2006 erschienene dritte Fassung der GRI-Leitlinien (G3) umfasst rund 150 Seiten und unterteilt sich in

- Hauptdokument: Prinzipien der Berichterstattung und Indikatorenkatalog,
- Indicator Protocols: Indikatorenbeschreibungen mit detaillierten Erläuterungen zur Erfassung und Darstellung von 49 Kern- und 30 Zusatzindikatoren, wobei nicht wenige Indikatoren mehrere Zahlenangaben erfordern,
- Sector Supplements: branchenspezifische Berichtsanforderungen, die in Zusatzdokumenten dargelegt sind.

In den „Indicator Protocols“ erläutert die GRI die Bedeutung der geforderten Indikatoren. Gleichzeitig werden Hinweise zur Datenerfassung gegeben und mögliche Datenquellen benannt. Definitionen der Indikatoren sollen überdies dabei helfen, dass weltweit unter einem Begriff dasselbe verstanden wird und die Vergleichbarkeit der Berichte nicht an unterschiedlichen Definitionen eines Indikators scheitert. Die Anwendung dieser Definitionen sowie der Hinweise zur Datenerfassung ist grundsätzlich hilfreich und auch für Berichte anzustreben, die sich nicht an der GRI

Weitere Informationen:

- ▶ Global Reporting Initiative (Hrsg.): Sustainability Reporting Guidelines (Version 3.0) (Download): www.globalreporting.org

→ ÜBERBLICK ZU DEN GRI-ANFORDERUNGEN

Kategorie	Aspekt	Anzahl Kernindikatoren
Ökonomische Aspekte	Umsatz, Gewinne, Löhne, Steuern, Spenden, Subventionen, regionale Beschaffung und Personalgewinnung, ökonomische Bedeutung des Klimawandels, Leistungen für die regionale Infrastruktur	7
Umwelt	Materialien, Energie, Wasser, Artenvielfalt, Emissionen von Treibhausgasen, Luftemissionen, Wasseremissionen, Abfälle, unfallbedingte Emissionen, Umweltaspekte der Produkte und Dienstleistungen, umweltbezogene Strafen, Umweltkosten	17
Arbeitsbedingungen	Beschäftigung, Beziehungen zwischen Arbeitnehmern und Management, Gesundheit und Sicherheit, Aus- und Weiterbildung, Vielfalt und Gleichberechtigung	9
Menschenrechte	Investitionspolitik, Human-Rights-Audits bei Lieferanten, Diskriminierungsvorfälle, Identifizierung von Risikobereichen und Präventivmaßnahmen	6
Gesellschaft	Programme zur Verbesserung der lokalen Beziehungen, Bestechung und Korruption, Summe gezahlter Strafen	6
Produktverantwortung	Umsetzung des Life-Cycle-Ansatzes hinsichtlich Produktsicherheit und Gesundheit, Verstöße gegen produktbezogene Vorschriften, Programme für fairen Wettbewerb	4

orientieren. Die Berichterstattung bleibt damit international anschlussfähig und lässt sich bei Bedarf auf die Orientierung an den Leitlinien der GRI umstellen.

Branchenbezogene Indikatorenkataloge

Die „Sector Supplements“ ergänzen die Leitlinien um branchenbezogen relevante Indikatoren, die meist einen starken Produktbezug aufweisen. Bislang existieren Supplements für Finanzinstitute, Logistik und Transport, Bergbau und Metallverarbeitung, öffentliche Einrichtungen, Tourismus, Telekommunikationsunternehmen und die Automobilindustrie. Weitere befinden sich derzeit in Erarbeitung.

EXTERNE PRÜFUNG UND GLAUBWÜRDIGKEIT

Entscheidend für die Wirkung eines Nachhaltigkeitsberichts ist nicht allein die Darstellung der wesentlichen Themen, sondern ebenso seine Glaubwürdigkeit. Wie sich diese verbessern lässt, ist daher Gegenstand ausführlicher Diskussionen. Ein möglicher Weg, die Richtigkeit, Vollständigkeit und Angemessenheit des Berichts zu gewährleisten, ist die Prüfung der Aussagen durch Externe. Bei einer Umwelterklärung nach EMAS erfolgt dies über die Validierung durch den Umweltgutachter. Bei einem Nachhaltigkeitsbericht ist eine externe Prüfung der Aussagen dagegen freiwillig. Analog zur Testierung der Geschäftsberichte bieten die großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften auch für Nachhaltigkeitsberichte eine Prüfung an (IDW PS 821).

Transparenz in der Berichterstattung

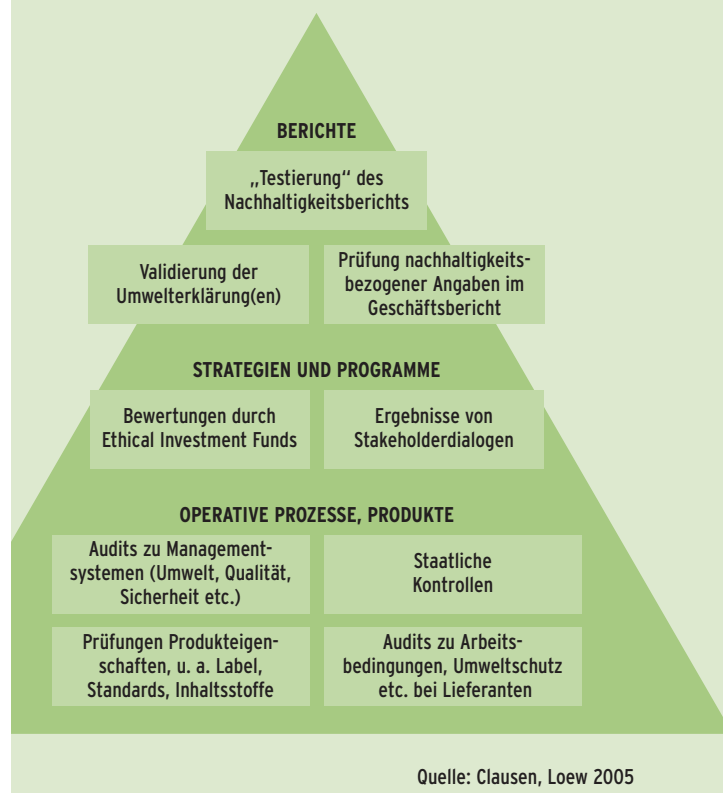
Welchen Zugewinn an Glaubwürdigkeit ein Bericht durch die externe Prüfung verzeichnen kann, ist je nach Leserschaft sehr unterschiedlich: Während Vertreter der Finanzmärkte, Behörden und Gewerkschaften eine externe Prüfung in der Regel sehr schätzen, schenken Umwelt- und Verbraucherorganisationen den von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften erstellten Testaten nur wenig Aufmerksamkeit. Sie achten vielmehr auf einen offenen Berichtsstil, die Darstellung von Zielen und Zielerreichung sowie das Ansprechen von Problemen, Misserfolgen und Dilemmasituationen – Belege der Glaubwürdigkeit, die auch von den anderen Lesern ausnahmslos geschätzt werden. Ebenfalls hilfreich sind die offene Darstellung kritischer Stakeholdermeinungen sowie die Darlegung von Rating- und Rankingergebnissen, auch wenn diese nicht positiv ausgefallen sind.

Funktionsfähigkeit der Managementsysteme

In der Regel geht es bei der Glaubwürdigkeit nicht allein um „den“ Bericht, sondern um das Unternehmen als Ganzes. So hat ein Handelskonzern, der die Ergebnisse seiner Lieferantenaudits über mehrere Jahre hinweg im Bericht detailliert und nachvollziehbar darstellt, aus einer Prüfung der Berichtsinhalte kaum Zusatznutzen. Die Zielgruppen werden ihm schon aufgrund der Informationen zu den Lieferantenaudits glauben, dass er es ernst meint mit der Verbesserung der Arbeitsbedingungen bei seinen Zulieferern.

In anderen Fällen achten Stakeholder stärker auf die Existenz geprüfter Managementsysteme, beispielsweise nach EMAS, ISO 14001 oder OSHAS. Letztendlich ergibt sich für jedes Unternehmen ein oftmals individuelles System an externen und internen Begutachtungen, das die Einhaltung von definierten Mindestansprüchen garantiert, Schwachstellen identifiziert und

→ SYSTEM NACHHALTIGKEITSBZOGENER PRÜFUNGEN



idealerweise zu kontinuierlichen Verbesserungen führt. Unternehmen stehen vor der Aufgabe, ihr System nachhaltigkeitsbezogener Prüfungen optimal zu gestalten.

Mit der Teilnahme an EMAS lassen sich zwei Bereiche gleichzeitig prüfen: Mit der Validierung wird nicht nur die Funktionsfähigkeit und Wirksamkeit des eingerichteten Managementsystems bestätigt, sondern auch die Richtigkeit der daraus bereitgestellten und in der Umwelterklärung veröffentlichten Informationen.

Weitere Informationen

- ▶ Clausen, J.; Loew, T.: Mehr Glaubwürdigkeit durch Testate? Internationale Analyse des Nutzens von Testaten in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung (Download): www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de
- ▶ IDW PS 821 Grundsätze ordnungsmäßiger Prüfung oder prüferischer Durchsicht von Berichten im Bereich der Nachhaltigkeit. Bezug: www.idw.de

ANFORDERUNGEN AN DIE GESCHÄFTSBERICHTE

Nachdem die vorherigen Kapitel Orientierung bei der Erstellung eigenständiger Nachhaltigkeitsberichte gaben, befasst sich dieser Abschnitt mit der Darstellung von Nachhaltigkeitsaspekten im Geschäftsbericht.

Bereits seit mehreren Jahren integrieren manche Unternehmen entsprechende Abschnitte zum Umweltschutz oder zur gesellschaftlichen Verantwortung in ihren Geschäftsbericht. Damit informieren sie Investoren und Analysten über grundsätzliche ökologische und soziale Zielsetzungen und verweisen für eine detaillierte Leistungsdarstellung auf den Nachhaltigkeitsbericht, falls ein solcher publiziert wird.

Seit Änderung der Paragraphen 289 und 315 HGB im Rahmen des Bilanzrechtsreformgesetzes erfordert die Darstellung von Nachhaltigkeitsaspekten im Geschäftsbericht jedoch von allen großen Kapitalgesellschaften Aufmerksamkeit: Sie sollen im Lagebericht explizit Aussagen zu nichtfinanziellen Indikatoren machen, die Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben. Dabei spielen Nachhaltigkeitsaspekte in vielen Branchen eine zunehmend wichtige Rolle für das Risikomanagement oder bei der Erschließung von Zukunftsmärkten.

Auswahl der wesentlichen Indikatoren

Betrachtet man allerdings die in der Berichtspraxis bislang verwendeten Indikatoren, wird schnell klar, dass dieser Anforderung kein für alle Unternehmen einheitlicher Indikatorenkatalog zugrunde gelegt werden kann. Gleichzeitig gilt es auch, die Forderung des Instituts der Deutschen Wirtschaftsprüfer (IDW) zu berücksichtigen, die auf Wesentlichkeit abzielt und sich gegen die Darstellung einer Vielzahl nichtfinanzieller Indikatoren im Lagebericht ausspricht.

Weitere Informationen

- ▶ Deloitte (Hrsg.): Nachhaltig mehr Wert. Der Informationsbedarf von Investoren und Analysten nach branchenspezifischen „Sustainable Development Key Performance Indicators“ (SD-KPIs) in Lageberichten (Download):
www.deloitte.de
- ▶ Umweltbundesamt (Hrsg.): Lagebericht zur Lageberichterstattung (Download):
www.bmu.de

So lassen sich bislang eher Aspekte, denn konkrete Indikatoren benennen, die für die meisten Unternehmen einen relevanten Einfluss auf den Geschäftserfolg haben. Diesen Aspekten sind freilich oft schon mehrere mögliche Indikatoren zuzuordnen. Bei manchen Indikatoren, wie beispielsweise Energieverbrauch oder Investitionen in Aus- und Weiterbildung, ist die Bedeutung für den künftigen Geschäftserfolg hingegen augenscheinlich. In der Tabelle sind die zentralen Aspekte und Indikatoren für „Produkte und Märkte“ sowie für „Produktion und Wertschöpfungsprozess“ zusammengestellt. Die heute bereits allgemein üblichen Indikatoren sind durch Unterlegung gekennzeichnet.

Hilfreich für die Auswahl der für den Geschäftserfolg wesentlichen nichtfinanziellen Indikatoren ist eine klare Nachhaltigkeitsstrategie. Unternehmen, die sich noch nicht mit den Chancen und Risiken des Klimawandels, steigender Energiepreise oder einer alternativen Belegschaft auseinandergesetzt haben, werden sich mit der Auswahl geschäftsrelevanter Nachhaltigkeitsindikatoren schwer tun. Allerdings wirkt die Darstellung eines beliebigen Indikatorensets gegenüber Investoren und Analysten, die auf dieser Grundlage die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens beurteilen sollen, nicht sehr überzeugend.

Ergänzende Berichterstattung zum Lagebericht

Während sich die Darstellung im Lagebericht auf die für den Geschäftserfolg relevanten Indikatoren beschränken soll, bietet sich weiterhin die Möglichkeit, Nachhaltigkeitsaktivitäten außerhalb dieses fest definierten Berichtsteils in einem eigenständigen Geschäftsberichts-kapitel ausführlicher darzustellen. Damit lässt sich zwar ein guter Überblick vermitteln, einen Nachhaltigkeitsbericht ersetzen kann dies freilich nicht.

Insbesondere für umweltsensible Branchen, Handelskonzerne oder Unternehmen, die einen hohen Anteil ihrer Wertschöpfung ausgelagert haben, empfiehlt sich trotz einer ausgereifteren Berichterstattung im Lagebericht oder in anderen Teilen des Geschäftsberichts weiterhin die Erstellung eines eigenen Nachhaltigkeitsberichts. Schließlich gewinnen gerade sie über die detaillierte Darstellung von Nachhaltigkeitsaspekten und dem Umgang damit ein Maß an Glaubwürdigkeit und Akzeptanz, das für die erfolgreiche Fortführung ihrer Geschäfte unerlässlich ist. Gezielte Verweise im Geschäftsbericht sollten Investoren, Analysten und Multiplikatoren deshalb beim Auffinden der vertieften Informationen helfen.

→ FÜR DEN GESCHÄFTSERFOLG RELEVANTE ASPEKTE UND INDIKATOREN

Aspekte	Einfluss auf die wirtschaftliche Situation	Indikatoren
Produkte und Märkte		
Kundenstruktur	Marktausschöpfung	- Regionale, soziale oder branchenbezogene Struktur der Kunden
Kundenzufriedenheit	Absatzchancen und -risiken	- Produktsicherheit - Reklamationsrate - Ergebnisse von Umfragen - Mechanismen zur Orientierung auf den Kundennutzen in der Produktentwicklung - Produkte mit wesentlich gesteigertem Kundennutzen - Produkte für besondere Nutzergruppen
Produkteigenschaften	Marktchancen Vermeidung von Risiken durch - zunehmende Kosten für den Kunden bei der Nutzung und Entsorgung oder - langfristige Fehlentwicklungen im Sortiment	- Innovative Produkte mit ökologischem oder sozialem Nutzen - Energieverbrauch der Produkte in der Nutzung - Produkte, die zu niedrigem Energieverbrauch beitragen
Arbeitsbedingungen und Umweltschutz bei den Lieferanten	Risiko Reputationsverlust Qualitätssicherung Versorgungsrisiko Vorteile dauerhafter Lieferantenbeziehungen	- Informationen zu Art und Umfang der Risiken - Informationen zu Anforderungen, die an Lieferanten gestellt werden, und den Maßnahmen, die zur Umsetzung getroffen werden
Verbraucherschutz	Akzeptanz in bestehenden Märkten	- Umgang mit Kundendaten - Umgang mit Minderjährigen als Zielgruppe - Umgang mit Kundenbeschwerden
Produktion und Wertschöpfung		
Energieverbrauch und CO ₂ -Emissionen	Steigende Preise für Energie und Emissionszertifikate	- Entwicklung Energieverbrauch und -kosten - Entwicklung CO ₂ -Emissionen - Kosten Emissionszertifikate
Verbrauch von knappen Rohstoffen	Knappheitsbedingte Kosteneffekte und Versorgungsrisiken bestimmter Rohstoffe	- Verbrauchsentwicklung - Vermeidungs- und Einsparmaßnahmen
Personalaufwand	Personalkosten und -einsparungen	- Entwicklung Beschäftigtenzahl - Entwicklung Personalkosten - Projekte zum Personalauf- und -abbau
Humankapital Führungskräfte	Geschäftschancen, die durch gut ausgebildete und erfahrene Führungskräfte erschließbar werden	- Maßnahmen der Führungskräfteentwicklung - Bindung von Führungskräften - Gewinnung von qualifizierten Nachwuchskräften - Nachfolgeplanung
Humankapital allgemein	Geschäftschancen, die durch qualifizierte und motivierte Mitarbeiter erschließbar werden Hohe Anpassungsfähigkeit an neue Anforderungen Flexibilität bei Kürzung von Stellen Effekte des demografischen Wandels	- Zahl der Auszubildenden - Ausbildung über Bedarf - Weiterbildung
Motivation der Beschäftigten	Besseres Kosten-Nutzen-Verhältnis Innovationspotenzial	- Umfrageergebnisse - Beteiligung am Unternehmenserfolg - Verbesserungsvorschlagswesen - Flexible Arbeitszeitenregelungen
Managementsysteme	Förderung von Qualität, Compliance und Effizienz. Reduktion von Risiken bezüglich Betriebsunterbrechungen, Störfällen, Arbeitsunfällen, Arbeitskrankheiten.	- Art und Zahl der Zertifizierungen (ISO 14000, EMAS, SA 8000, OSHAS) - Bedeutende Weiterentwicklungsprojekte zu Managementsystemen
Beobachtung und Beeinflussung des regulativen Rahmens	Verbesserung von Chancen (Produktentwicklung, Märkte) Vermeidung von Nachteilen (Absatzeinbußen, Kosten)	- Lobbying - Stakeholderintegration - Networking - Bedeutende Aktivitäten der Umfeldveränderung und Politikbeeinflussung
Geschäftsethik, Antikorruption	Absicherung bestehender Märkte	- Fälle von Korruption oder Preisabsprachen - Bedeutende Aktivitäten zur Förderung ethischen Verhaltens
Spenden und Sponsoring	Reputationssicherung	- Bedeutende Spenden oder Sponsoring

Hinweis: Heute bereits allgemein übliche Indikatoren sind hinterlegt.

FAZIT

Mit der Globalisierung haben die großen international tätigen Konzerne an wirtschaftlichem Gewicht und gesellschaftlichen Einflussmöglichkeiten gewonnen. Die Gesellschaft erwartet daher vom einzelnen Unternehmen zunehmend Transparenz des wirtschaftlichen Handelns durch eine aussagekräftige Berichterstattung über seine ökologischen, sozialen und volkswirtschaftlichen Auswirkungen.

Der häufige Hinweis von Unternehmen, dass sie nicht nur Teil des Problems, sondern vor allem auch Teil der Lösung sind, ist grundsätzlich richtig. Denn mit Regulierung allein lassen sich die ökologischen und sozialen Herausforderungen nicht bewältigen. Vielmehr bedarf es der Innovationskraft von Unternehmen, um mehr Energie- und Ressourceneffizienz und eine geringere Umweltbelastung zu erreichen. Auch sind es in erster Linie die Maßnahmen von Unternehmen, die zur Sicherheit und Gesundheit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern oder zu besseren Arbeitsbedingungen in der Lieferkette beitragen können.

Der Kommunikation über Ziele, Probleme und Lösungen kommt daher ein hoher Stellenwert zu. Schließlich gilt es, Führungskräfte und Mitarbeiter für neue Anforderungen zu sensibilisieren und den Dialog mit den Stakeholdern aufzunehmen. Die Erfahrung zeigt, dass eine systematische und kontinuierliche Berichterstattung besonders geeignet ist, Schwachstellen aufzuzeigen, Lernprozesse voranzutreiben und neue Denkweisen anzustoßen.

Hieraus lassen sich folgende grundsätzliche Anregungen ableiten:

- Alle großen Unternehmen sollten eigenständige Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen. Die Integration von wenigen Seiten Nachhaltigkeitsberichterstattung in den Geschäftsbericht reicht nicht aus, um eine angemessene Darstellung gegenüber Dritten zu bieten und die Berichterstattung im eigenen Unternehmen als Treiber zu nutzen.
- Jedes Unternehmen sollte sich um eine transparente, glaubwürdige und vergleichbare Darstellung seines wirtschaftlichen Handelns und seiner ökologischen und sozialen Auswirkungen bemühen. Die Berichte sollten einen vollständigen Überblick über die wesentlichen Aspekte vermitteln und Probleme, Dilemmata oder aktuelle Kritik am Unternehmen offen ansprechen.
- Die im Lagebericht eines Unternehmens geforderten Aussagen zu den nichtfinanziellen Indikatoren sollten eine klare Sprache sprechen und auf die Nachhaltigkeitschancen und -risiken eingehen. Nur dann können sie Analysten, Investoren und Wirtschaftspresse eine tatsächliche Hilfe bei der Beurteilung der Zukunftsaussichten des Unternehmens sein.
- Größere mittelständische Betriebe sollten ebenfalls einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht erstellen. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie in umweltsensiblen Branchen tätig sind, einen beträchtlichen Anteil ihrer Wertschöpfung ausgelagert haben oder über Standorte außerhalb Deutschlands verfügen.

Natürlich lassen sich mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung allein keine ökologischen oder sozialen Missstände beheben. Aber sie kann das Bewusstsein für Probleme und neue Herausforderungen schärfen und damit einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess unterstützen.

Unternehmen, die transparent, glaubwürdig und vergleichbar berichten, tragen entscheidend dazu bei, dass CSR in der Gesellschaft ernstgenommen und nicht als Marketingmaßnahme der Wirtschaft missverstanden wird. Damit sichern sie nicht zuletzt auch ihren eigenen Handlungsspielraum.



„Der Staat schützt auch in Verantwortung für die künftigen Generationen die natürlichen Lebensgrundlagen ...“

Grundgesetz, Artikel 20 A

BESTELLUNG VON PUBLIKATIONEN:
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)
Postfach 30 03 61
53183 Bonn
Tel.: 0228 99 305 - 33 55
Fax: 0228 99 305 - 33 56
E-Mail: bmu@broschuerenversand.de
Internet: www.bmu.de

Diese Publikation ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Gedruckt auf Recyclingpapier aus 100 % Altpapier.