

Analyse zu den  
CSR-Berichten der DAX-Unternehmen

*Mai 2009*

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Berichterstattung ist beinah Standard	4
Kaum ein DAX-Wert ohne Nachhaltigkeitsbericht	4
Jede Branche ist dabei	5
Umfang der Berichte variiert deutlich	8
Spitzenreiter legen weiter zu	9
Breites Spektrum an Publikationsformen	10
Annäherung an den Geschäftsbericht	10
Print bleibt erste Wahl	11
Vielfalt bei der Namensgebung	11
Die Berichte und ihre Testierungen	13
Hintergrund der Kurzanalyse	14
Zum Verfasser	14
Kontakt	15

## Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Corporate Social Responsibility liegt im Trend. Das zeigte nicht zuletzt die große Resonanz auf unsere 2007 veröffentlichte Studie zu den CSR-Berichten der DAX-Unternehmen.

Die Erkenntnisse der ersten Analyse haben wir jetzt weiter spezifiziert. Dabei wurden Aussagen verdichtet und konkretisiert, vor allem aber zusätzliche Fragestellungen aufgegriffen.

Unser Ziel ist, Informationen zu bieten, die es Ihnen ermöglichen, die Positionierung Ihres Unternehmens besser einzuschätzen. Informationen, die Anregungen geben und in der Praxis Ihres Berufsalltags von konkretem Nutzen sind. Wenn die Studie diesen Anspruch erfüllt, freuen wir uns.

Ihnen gutes Gelingen und vielen Dank für Ihr Interesse.

Mit besten Grüßen

black●point point communications gmbh

### **Berichterstattung ist beinahe Standard**

Ob Kundengewinnung, Mitarbeiterrekrutierung oder Imagefestigung: Für Unternehmen gibt es zahlreiche Motive, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Neben der zunehmenden Erwartungshaltung wichtiger Stakeholder führen dabei vermehrt auch Faktoren des Kapitalmarktes dazu, dass sich die Firmen stärker mit diesem Thema auseinandersetzen. So sind für börsennotierte Unternehmen unter anderem die an Nachhaltigkeitsaspekten orientierten Aktienfonds und Börsenindizes wesentliche Punkte für das Vorantreiben ihrer Nachhaltigkeitsmaßnahmen.

Welche Gründe auch immer ein Unternehmen veranlassen, nachhaltig zu denken und zu handeln: Aktivitäten im Sinne der guten Sache können nur dann vollen Nutzen erbringen, wenn sie publik gemacht werden. Ein effizientes Mittel sind entsprechende Publikationen. Insbesondere im DAX, dem Börsenindex der deutschen Blue Chips, zählen Nachhaltigkeitsreports infolgedessen fast zum Standardinstrumentarium.

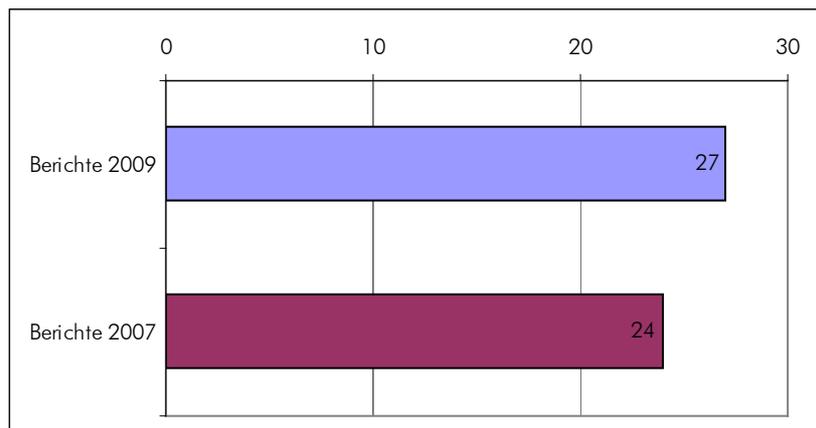
### **Kaum ein DAX-Wert ohne Nachhaltigkeitsbericht**

27 der insgesamt 30 DAX-Unternehmen veröffentlichen Berichte zur Nachhaltigkeit, nur drei verzichten auf die Vorlage entsprechender Reports. Das Fehlen eines Berichts bedeutet dabei nicht, dass keine CSR-Aktivitäten stattfinden. So legt beispielsweise ein Unternehmen keinen expliziten Nachhaltigkeitsbericht auf. Dennoch engagiert es sich in diesem Feld und belegt im ESG-Nachhaltigkeitsrating 2008 den achten Platz im DAX (ESG = Environmental, Social und Governance).

Noch vor zwei Jahren verfassten erst 24 Unternehmen des Leitindex Nachhaltigkeitspublikationen. Der Zuwachs auf 27 Berichte hat zwei

Ursachen: Einerseits entschieden sich zwischenzeitlich Emittenten für einen Report, die 2007 noch abstinent waren. So publizieren jetzt sowohl SAP als auch die Deutsche Börse einen Bericht. Andererseits wirkten sich Veränderungen im Index aus. Mit Continental, Hypo Real Estate und TUI haben drei Unternehmen den DAX verlassen, von denen 2007 nur eines eine CSR-Publikation erstellte. Von den nachgerückten Aktiengesellschaften Beiersdorf, Salzgitter sowie K + S verfügen zwei über eine Nachhaltigkeitspublikation.

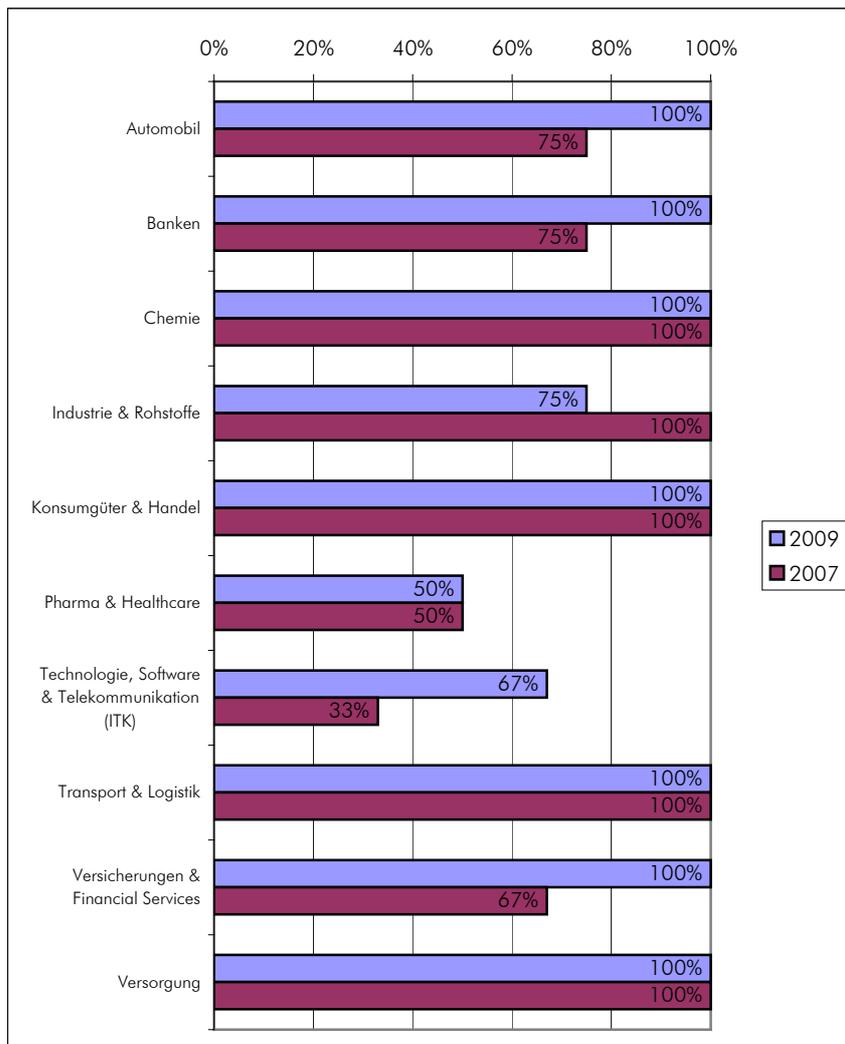
*Anzahl der DAX-Unternehmen mit CSR-Publikation*



### **Jede Branche ist dabei**

Betrachtet man die einzelnen Industriezweige, wird vor allem eines deutlich: CSR-Berichte sind in sämtlichen Wirtschaftszweigen zu finden. Den Zuordnungen der Deutschen Börse folgend, lassen sich die im DAX notierten Unternehmen in insgesamt zehn Branchen zusammenfassen. In sieben der zehn Tätigkeitsfelder liegt die Abdeckung mit Nachhaltigkeitsberichten bei 100 %. Dieser hohe Wert wurde vor zwei Jahren erst von fünf Branchen erreicht.

Anteil publizierender Unternehmen innerhalb der Branchen



Seltener sind CSR-Reports in der Sparte Pharma & Healthcare, wo nur eines der insgesamt zwei Unternehmen einen Bericht auflegt. Auch das ITK-Segment liegt zurück: In diesem Sektor veröffentlichen zwei Drittel der Firmen einen Bericht. 2009 bilden somit die gleichen Sparten das Schlusslicht wie vor zwei Jahren. Allerdings hat ITK die rote Laterne an Pharma & Healthcare abgegeben.

Publizierende Unternehmen nach Branchen

Branche <sup>1</sup>	Unternehmen	CSR-Bericht 2009	CSR-Bericht 2007
Automobil	BMW	●	●
	Continental	--- <sup>2</sup>	nein
	Daimler	●	●
	Volkswagen	●	●
Banken	Commerzbank	●	●
	Deutsche Bank	●	●
	Hypo Real Estate	--- <sup>2</sup>	nein
	Deutsche Postbank	●	●
Chemie	BASF	●	●
	Bayer	●	●
	K + S	●	--- <sup>3</sup>
	Linde	●	●
Industrie & Rohstoffe	MAN	●	●
	Siemens	●	●
	Thyssen Krupp	●	●
	Salzgitter	nein	--- <sup>3</sup>
Konsumgüter & Handel	Adidas	●	●
	Beiersdorf	●	--- <sup>3</sup>
	Henkel	●	●
	Metro	●	●
Pharma & Healthcare	Fresenius Medical Care	nein	nein
	Merck	●	●
Technologie, Software & Telekommunikation (ITK)	Infineon	nein	nein
	SAP	●	nein
	Deutsche Telekom	●	●
Transport & Logistik	Deutsche Post	●	●
	Lufthansa	●	●
	TUI	--- <sup>2</sup>	●
Versicherungen & Financial Services	Allianz	●	●
	Münchener Rück	●	●
	Deutsche Börse	●	nein
Versorgung	E.ON	●	●
	RWE	●	●
<b>gesamt</b>		<b>27 mit Bericht</b>	<b>24 mit Bericht</b>

<sup>1</sup> Einteilung der Branchen entsprechend Deutsche Börse AG

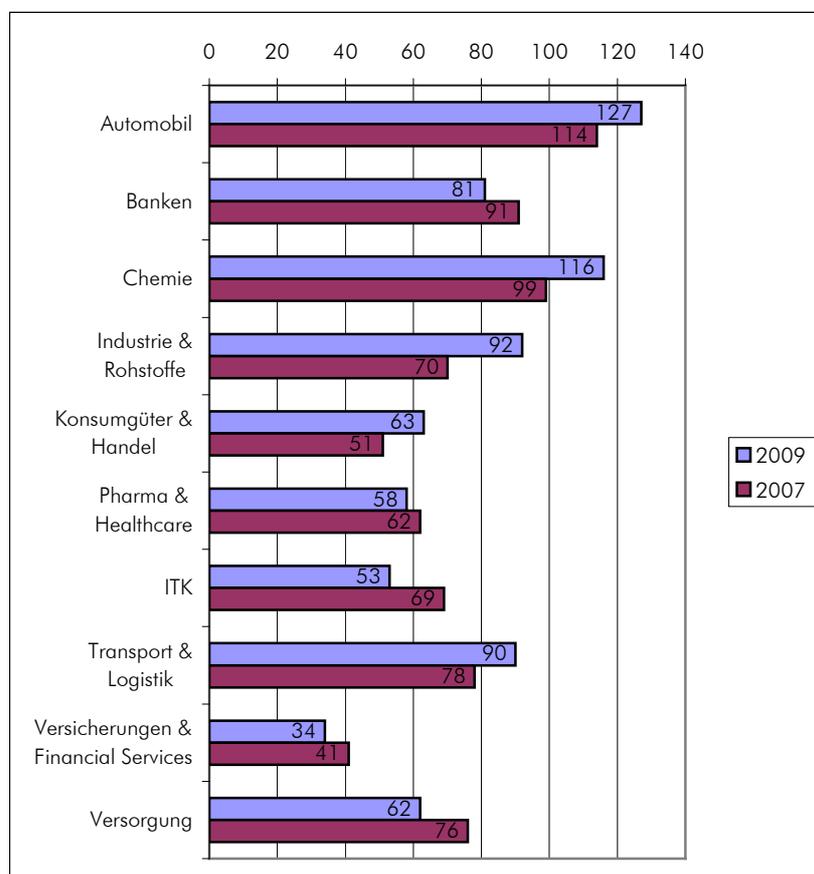
<sup>2</sup> 2009 nicht im DAX

<sup>3</sup> 2007 nicht im DAX

### Umfang der Berichte variiert deutlich

Derzeit liegt der Umfang der Reports im DAX zwischen 15 und 173 Seiten. Der durchschnittliche CSR-Bericht weist rund 82 Seiten auf.

Seitenumfang der Berichte innerhalb der Branchen (Mittelwert)



Die mit einem Mittelwert von 127 Seiten stärksten Nachhaltigkeitspublikationen kommen – wie bereits 2007 – aus der Automobilindustrie. Doch ist deren Vorsprung zu der mit 116 Seiten auf Platz zwei liegenden Chemie deutlich geschrumpft. Auf Position

drei folgt die Sparte Industrie & Rohstoffe vor Transport & Logistik. Besonders schlank präsentieren sich die Berichte im Segment Versicherungen & Financial Services, die im Mittel nur etwa ein Viertel des typischen Automobilberichts ausmachen.

Zwischen der CSR-Bericht-Durchdringung einer Branche und den Seitenzahlen der publizierten Nachhaltigkeitsreports besteht kein Zusammenhang. So haben nur in den beiden Zweigen Chemie und Automobil nahezu alle Nachhaltigkeitsberichte mehr als 100 Seiten. In den übrigen Wirtschaftszweigen sind derart umfangreiche Werke selten: Lediglich die Berichte von Thyssen Krupp und Lufthansa zählen ebenfalls mehr als 100 Seiten.

#### **Spitzenreiter legen weiter zu**

Im Mittel haben die CSR-Reports seit 2007 um vier Seiten zugelegt. Der Zuwachs des Durchschnittswerts ist kein Beleg für eine durchgängig umfangreichere Berichterstattung. Vielmehr entwickelte sich das Seitenvolumen äußerst unterschiedlich: Exakt die Hälfte der Sparten baute den Umfang aus, während die Seitenzahl in den anderen fünf Branchen zurückging.

Den mit einem Plus von 22 Seiten markantesten Anstieg verzeichnete der Zweig Industrie & Rohstoffe. Dies ist ausschließlich darauf zurückzuführen, dass hier der erheblich erweiterte Siemens-Bericht zu Buche schlägt. In der Chemiebranche vergrößerte sich der durchschnittliche Umfang von 99 auf 116 Seiten. Dabei wirkte sich vorrangig das starke Anwachsen der Berichterstattung von BASF und Bayer aus. Zusätzlich brachte der neu hinzugekommene Report der K + S den Wert weiter voran. Auch die Automobilindustrie berichtet ausführlicher. Hier wurden vor zwei Jahren im

Schnitt noch 114 Seiten aufgelegt. Nun beläuft sich der Umfang im Mittel auf 127 Seiten.

### **Breites Spektrum an Publikationsformen**

Berichte zur Nachhaltigkeit bzw. Corporate Social Responsibility (CSR) gibt es seit den neunziger Jahren. In der Unternehmenskommunikation sind sie also noch ein junges Medium. Dementsprechend zeigen die Firmen in Bezug auf die Formate Experimentierfreude: Von Magazinen über Fact-Books bis hin zu klassischen Reportingberichten sind unterschiedlichste Formate zu finden. Zum Teil werden auch verschiedene Varianten kombiniert. So veröffentlicht zum Beispiel Daimler sowohl ein Magazin als auch ein dazugehöriges Booklet mit Zahlen und Fakten. Einen besonderen Weg geht auch die BASF. Der Chemiekonzern kombiniert seinen Nachhaltigkeitsbericht mit dem Geschäftsbericht und fasst beides in einer Publikation zusammen.

### **Annäherung an den Geschäftsbericht**

Die BASF ist nicht das einzige DAX-Unternehmen, das die Veröffentlichungen zur Nachhaltigkeit an die Finanzberichterstattung annähert. RWE beispielsweise bringt beide Berichte optisch auf eine Linie und unterstreicht deren Zusammengehörigkeit mit Titelslogans, die nahezu gleich klingen. So heißt der Nachhaltigkeitsbericht „Wann, wenn nicht jetzt.“ und der Geschäftsbericht „Wer, wenn nicht wir.“

Die Technik Nachhaltigkeitsbericht und Geschäftsbericht miteinander zu verknüpfen macht Sinn. Schließlich gibt es zwischen beiden Reports auch inhaltlich zahlreiche Überschneidungen und Verquickungen. So sollen Nachhaltigkeitsberichte im Idealfall neben

der ökologischen und sozialen Dimension auch ökonomische Aspekte abdecken. Umgekehrt sind die Geschäftsberichte gefordert, nichtfinanzielle Leistungsindikatoren mit anzuführen. Dazu gehören laut Bilanzrechtsreformgesetz (BilReG) Informationen „über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange, soweit sie für das Verständnis des Geschäftsverlaufs oder der Lage von Bedeutung sind.“

### **Print bleibt erste Wahl**

Ob PDF- oder Printversion – in den meisten Fällen kann sich der Leser entscheiden, in welcher Form er die Informationen zur Nachhaltigkeit erhalten möchte. Alle Unternehmen, die den Bericht auf Wunsch als Printversion zusenden, stellen ihn auch auf der Unternehmenswebsite zum Download bereit. Nur zwei der insgesamt 27 DAX-Werte mit CSR-Bericht bieten lediglich ein PDF-Dokument an. Print bleibt damit auch in diesem Bereich der Berichtserstattung das bevorzugte Medium. Ein Trend zur ausschließlich digitalen Version ist nicht erkennbar.

### **Vielfalt bei der Namensgebung**

Vom weiten Interpretationsrahmen der Corporate Social Responsibility machen die DAX-Unternehmen Gebrauch: Sie geben ihren CSR-Berichten die verschiedensten Titel-Bezeichnungen. 2009 gibt es zwölf unterschiedliche Begriffe, 2007 waren es sogar 13. Dennoch ist eine Präferenz zu erkennen – die mit Abstand beliebteste Bezeichnung lautet „Nachhaltigkeitsbericht“. Immerhin elf der insgesamt 27 Reports tragen diesen Namen. An zweiter Stelle stehen „Corporate Responsibility Report“ und der Begriff „Verantwortung“ mit jeweils drei Nennungen.

*Titel-Bezeichnungen der Publikationen zur CSR-Berichterstattung*

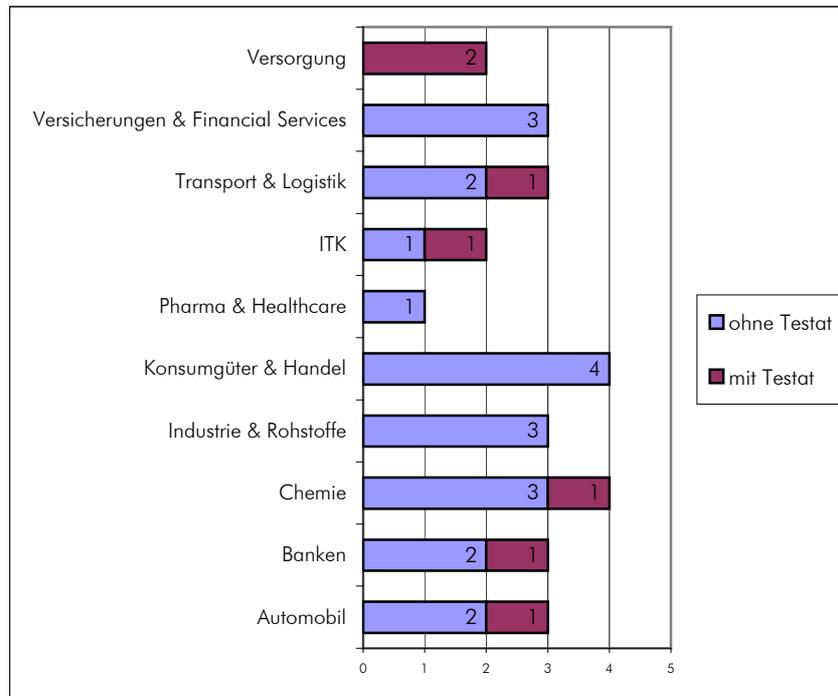
Bezeichnung	2009	2007
Bericht	1	---
Bericht zur unternehmerischen Verantwortung	1	1
Community Commitment	1	---
Corporate Responsibility	---	1
Corporate Responsibility Report	3	1
Gesellschaftliche Verantwortung	2	2
Nachhaltigkeit	1	3
Nachhaltigkeitsbericht	11	7
Personal- und Nachhaltigkeitsbericht	---	1
Sozial- und Umweltbericht	1	1
Sustainability	---	1
Sustainability Report	1	---
Sustainable Value Report	1	---
Umweltmagazin	1	1
Umweltberichterstattung	---	1
Unternehmensbericht	---	1
Verantwortung	3	3

Im Vergleich zu 2007 geht die Tendenz eindeutig in Richtung Anglizismen. Trugen vor zwei Jahren noch drei Berichte englische Namen, so sind es jetzt bereits sechs. Diese Tendenz wird durch die zwei Unternehmen bestätigt, die jetzt mit der Berichterstattung begonnen haben. Beide wählten einen englischen Begriff. Branchenspezifische Rückschlüsse bei der Titelvergabe lassen sich nur für den Bereich Konsumgüter & Handel ziehen, wo sich alle vier Unternehmen für deutsche Bezeichnungen entschieden, darunter dreimal für den Begriff „Nachhaltigkeitsbericht“.

## Die Berichte und ihre Testierungen

Die Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsberichten lässt sich über mehrere Elemente erhöhen. Zu den Wesentlichen zählt die Testierung durch Wirtschaftsprüfungsgesellschaften. Sieben der insgesamt 27 Berichte, also gut ein Viertel, sind testiert.

Anteil der testierten Berichte nach Branchen



Auf die Bestätigung legt vor allem die Versorgung Wert: Hier tragen beide Berichte entsprechende Bestätigungen. In den Branchen ITK sowie Transport & Logistik lässt jeweils die Hälfte der DAX-Unternehmen die Nachhaltigkeitspublikation testieren, bei Automobil sowie Banken ein Drittel und in der Chemiebranche ein Viertel. Bei Industrie & Rohstoffe, Konsumgüter & Handel, Pharma &

Healthcare sowie im Bereich Versicherungen & Financial Services finden sich keine Testate. Fast alle Unternehmen, die 2009 ein Testat vorlegen, ließen ihre Berichte auch schon 2007 überprüfen. Neu hinzugekommen ist lediglich die Deutsche Telekom.

### **Hintergrund der Kurzanalyse**

black•point untersucht regelmäßig die Maßnahmen der DAX-Konzerne zur Bekanntmachung ihrer Nachhaltigkeitsbestrebungen. Im Mittelpunkt stehen die zu diesem Themenkomplex veröffentlichten Berichte. Diese Studie berücksichtigt die am 01. März 2009 im Leitindex notierten Unternehmen und deren zu diesem Stichtag vorliegende Reports. Einbezogen wurden Berichte, die auf der Homepage bestellt oder heruntergeladen werden konnten. Die Deutsche Post und die Postbank veröffentlichen eine gemeinsamen Nachhaltigkeitspublikation. Diese wurde so gewertet als hätten beide Konzerne einen eigenen Report aufgelegt. Für BASF ging der Bericht 2008 in die Untersuchung ein, da der Chemiekonzern seinen Geschäftsbericht und Nachhaltigkeitsbericht in einem Exemplar zusammenfasst. Bei der Bewertung wurde vorausgesetzt, dass der Bericht zu gleichen Teilen dem Financial Reporting und dem Themenfeld CSR zuzurechnen ist.

### **Zum Verfasser**

black•point ist Spezialist für Unternehmenskommunikation. Das Leistungsspektrum reicht von strategischer Beratung über Konzeption, Planung und Steuerung bis zur professionellen Umsetzung. Unsere Kunden profitieren von versierten Fachkenntnissen, guten Kontakten sowie einer breiten Erfahrungsbasis aus Mandaten verschiedenster Aufgabenstellungen und Größenordnungen.

## Kontakt

Sie möchten mehr erfahren? Gerne! Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen. Bei Fragen oder Anregungen erreichen Sie uns unter:

black●point communications gmbh

Lennestraße 75

58093 Hagen

Telefon: 02331 / 803 97 – 0

Telefax: 02331 / 803 97 – 10

E-Mail: [info@black-point.de](mailto:info@black-point.de)

Internet: [www.black-point.de](http://www.black-point.de)

© Diese Ausarbeitungen wurden von black●point entwickelt und sind ausschließlich für den Interessenten bestimmt. Die enthaltenen Ideenleistungen oder Ausführungsentwürfe unterliegen dem Copyright der oben genannten Autoren. Ihre Verwendung, Umsetzung, Weiterbearbeitung, Produktion und Veröffentlichung - in Teilen oder gesamt, für den genannten Zweck oder darüber hinaus - sind allein black●point vorbehalten und dürfen ausschließlich gemeinsam mit den Autoren oder mit deren schriftlicher Zustimmung als Urheberinnen realisiert werden.