

KPMG-Handbuch zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2008/09

Deutschlands 100 umsatzstärkste Unternehmen im internationalen Vergleich



KPMG-Handbuch zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2008/09

Deutschlands 100 umsatzstärkste Unternehmen
im internationalen Vergleich

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	5
<hr/>	
2 Über dieses Handbuch	7
2.1 Vorgehensweise.....	7
2.2 N 100 Deutschland.....	8
<hr/>	
3 Aktuelle Trends der Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland im internationalen Vergleich	9
3.1 Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland – Entwicklung und Status	9
3.2 Methoden und Standards für die Berichterstattung	11
Fokusthema: GRI-G3-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung	14
3.3 Formate für die Nachhaltigkeitsberichterstattung.....	15
3.4 Integration von Nachhaltigkeitsinformationen in den Lagebericht	16
Interview: BASF SE, Dr. Ulrich von Deessen, President, und Elisabeth Schick, Senior Vice President	18
3.5 Treiber und Motive für die Nachhaltigkeitsberichterstattung	20
Fokusthema: Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeitsberichterstattung im deutschen Kontext	21
3.6 Schwerpunktthemen der Berichterstattung	22
– Corporate Governance	22
– Zulieferkette.....	25
– Klimawandel	28
– Nachhaltigkeit auf dem Kapitalmarkt (Investor Relations)	32
Interview: Union Investment, Ingo Speich, Portfoliomanager	33
<hr/>	
4 Nachhaltigkeitsstrategie und -management	36
4.1 Wesentlichkeitsanalyse im Kontext der Nachhaltigkeit	36
4.2 Strategie und Ziele	41
4.3 Maßnahmenumsetzung und Monitoring	42
4.4 Kontinuierliche Verbesserung	44

5 Die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten	45
5.1 Trends in der Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten in Deutschland im internationalen Vergleich	46
5.2 Nachhaltigkeitsprüfungen – was, wie und warum?	48
Fokusthema: Prüfung von Nachhaltigkeitsinformationen im Lagebericht	53
Interview: AccountAbility, Alan Knight, Head of Standards, und Daniel Waistell, Standards Manager	58
<hr/>	
6 Fazit und Ausblick	61
<hr/>	
Anlage 1 – Glossar	63
Anlage 2 – Zusammensetzung der N 100 Deutschland	66
Anlage 3 – 22 Länder für die Auswahl N 100 International	68
Anlage 4 – Nachhaltigkeit bei KPMG	69

1 Einleitung

Wir freuen uns, Ihnen das *KPMG-Handbuch zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2008/09 – Deutschlands 100 umsatzstärkste Unternehmen im internationalen Vergleich* vorstellen zu dürfen.

Noch nie wurde so häufig über Nachhaltigkeit berichtet. Noch nie wurde so intensiv über Nachhaltigkeit diskutiert. Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat nach dem Schock des einsetzenden Klimawandels die Notwendigkeit nachhaltigen Wirtschaftens erneut auf die Agenda der Manager und Aufsichtsräte gesetzt. Nachhaltigkeit ist kein „nice to have“, sondern die notwendige Voraussetzung für eine mittel- bis langfristige krisensichere und erfolgreiche Positionierung von Unternehmen und damit ein wertvoller Beitrag für alle Stakeholder. Die Verantwortung für die Lösung der sozialen Probleme und der Umweltprobleme sieht die Mehrheit der Deutschen primär bei den Unternehmen und nicht bei der Politik. Der Trend zu „grünen“ Produkten ist heute kein Ausdruck einer politischen Einstellung mehr, sondern eine nachprüfbar veränderung der breiten Konsumenten nachfrage hin zu nachhaltig produzierten und nachhaltig wirkenden Produkten. An dieser Entwicklung partizipieren nun auch die asiatischen Länder, die noch vor Kurzem in der Kritik standen, die größten Umweltsünder zu sein. Nachhaltigkeit wird unseres Erachtens langfristig somit kein Wettbewerbsvorteil, sondern notwendige Voraussetzung zur Teilnahme am globalen unternehmerischen Geschehen sein.

Wo stehen deutsche Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit heute? Wir haben die Nachhaltigkeitsberichterstattung der 100 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands analysiert und einem internationalen Vergleich unterzogen. Unser Fazit: Die DAX 30-Unternehmen liegen hinsichtlich Umfang und Qualität der veröffentlichten Nachhaltigkeitsinformationen zumindest auf Augenhöhe mit den 250 weltweit größten Unternehmen, im Ländervergleich belegt Deutschland in den meisten Vergleichspunkten einen Platz im Mittelfeld.

Mit diesem Handbuch möchten wir Ihnen einen aktuellen Status der Nachhaltigkeitsberichterstattungspraxis in Deutschland und international geben. Wir erläutern die derzeit am häufigsten angewandten Standards zur Berichterstattung und Prüfung, stellen mögliche Berichtsformate dar und vertiefen, welche Themen im Jahr 2008 in der Berichterstattung zur Nachhaltigkeit im Fokus standen. Darüber hinaus analysieren wir die Treiber und Motive, über Nachhaltigkeitsaktivitäten zu berichten und diese gegebenenfalls auch durch unabhängige Dritte prüfen zu lassen. Wir zeigen die deutsche und internationale Praxis der Implementierung von Nachhaltigkeitsstrategien, -managementsystemen und -monitoringprozessen sowie Entwicklungspotenziale auf und erläutern alternative Prüfungsstandards für Nachhaltigkeitsinformationen. Dabei haben wir dem neuen Prüfungsstandard AA1000AS von AccountAbility besondere Aufmerksamkeit gewidmet, um Inhalt und Hintergründe des in Deutschland bisher wenig verbreiteten Prüfungsstandards darzustellen.

Darüber hinaus geben in der Nachhaltigkeitsberichterstattung führende Unternehmen interessante Einblicke in ihre Berichterstattung, Strategien und Stakeholder-Prozesse. Unser spezieller Dank gilt der BASF SE, der Union Investment und AccountAbility für deren wertvolle Einsichten und die gewidmete Zeit.

Wenn Sie an Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation für 2009 arbeiten, hoffen wir, dass wir mit den Informationen dieses Handbuchs Ihren Entscheidungsprozess unterstützen können.

Simone Fischer
Partnerin

Dr. Peter Lenz
Partner

2 Über dieses Handbuch

2.1 Vorgehensweise

Wir haben die aktuellen Trends in der Berichterstattung zur Nachhaltigkeit¹ der 100 größten Unternehmen in Deutschland (N 100 Deutschland) mit dem Ziel untersucht, die Haupttreiber für die Berichterstattung und die derzeit vorherrschende praktische Umsetzung zu erläutern und aufzuzeigen, welche neuen Entwicklungen sich in Bezug auf die Berichterstattung und auch deren Prüfung abzeichnen. Das Handbuch ist vor allem an Nachhaltigkeitsexperten in den Unternehmen gerichtet, die unsere Ergebnisse als Beitrag zur Diskussion und Weiterentwicklung der eigenen Nachhaltigkeitspraxis nutzen können.

Die von uns verwendete Methodik basiert auf der gleichen Methodik, die von dem Bereich Global Sustainability Services von KPMG für den „KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008“ zugrunde gelegt wurde, um die Ergebnisse unserer auf Deutschland fokussierten Untersuchung mit den Ergebnissen der internationalen Studie vergleichen zu können. Ergänzend haben wir zusätzlich einige speziell in Deutschland geltende Besonderheiten berücksichtigt.

Wir untersuchten die Nachhaltigkeitsberichterstattung der 100 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland (N 100 Deutschland) sowie der 30 zum 1. Juni 2009 im DAX notierten Unternehmen (DAX 30) anhand von mehr als 60 Kriterien. Anhand dieser Kriterien haben wir die aktuellen Entwicklungen hinsichtlich wesentlicher Aspekte, wie

zum Beispiel der Berichterstattung nach Branchen/Sektoren, der Verwendung von Berichtsstandards, der Bedeutung und des Umfangs von Prüfungen oder der Haupttreiber der Berichterstattung, herausgearbeitet und sie mit den Untersuchungsergebnissen der internationalen KPMG-Studie des Jahres 2008 verglichen.

Dabei analysierten wir alle Unternehmensinformationen mit Nachhaltigkeitsbezug, die zwischen dem 1. Juli 2008 und dem 30. Juni 2009 veröffentlicht worden sind. Die berücksichtigten Quellen beschränkten wir auf Nachhaltigkeitsberichte im Druck- oder HTML-Format, Inhalte auf Webseiten und Geschäftsberichte. Falls ein Unternehmen der N 100 Deutschland in dem genannten Zeitraum nicht berichtet hat, jedoch vor dem 1. Juli 2008 einen Bericht veröffentlichte, haben wir diesen, wenn er nach dem 1. Januar 2007 erschienen ist, berücksichtigt.

Für Vergleichszwecke bezogen wir folgende Gruppen in unsere Untersuchung ein: die 250 weltweit größten Unternehmen (G 250) in Anlehnung an die Fortune 500-Liste des Forbes-Magazins aus dem Jahr 2007 und die N 100 International, die für 22 Länder² weltweit in konsistenter Vorgehensweise zusammengestellt wurden. Diese Vergleichsbasis berücksichtigt alle Berichte, die im Zeitraum 2007 bis 2008 veröffentlicht wurden. Details zur Untersuchung der Vergleichsbasis können Sie im „KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008“ nachlesen (<http://www.kpmg.de/Themen/14446.htm>).

¹ Nachhaltigkeitsberichterstattung umfasst von Unternehmen gemachte Angaben über Themen und Sachverhalte mit einem ethischen, ökologischen, sozialen, gesellschaftlichen oder ökonomischen Bezug. Ähnlich gelagerte und in der Praxis verwendete Termini für diese Art der Berichterstattung lauten unter anderem Corporate (Social) Responsibility Reporting, Environmental, Health and Safety Reporting, ESG (Environmental, Social, Governance) Reporting oder Triple Bottom Line Reporting.

² Die 22 Länder sind in Anlage 3 dargestellt.

2.2 N 100 Deutschland

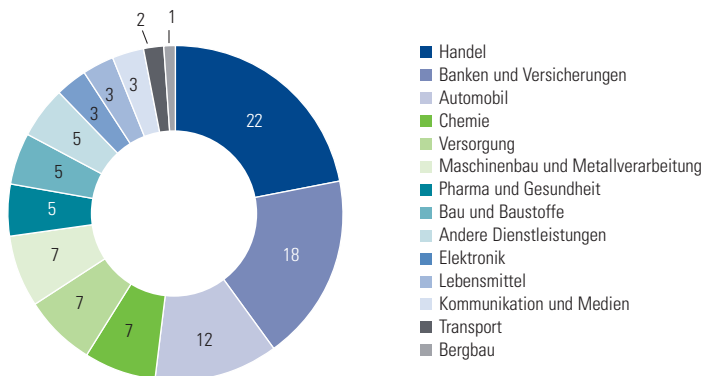
Als N 100 Deutschland haben wir die umsatzstärksten in Deutschland ansässigen Unternehmen unabhängig von den jeweiligen Eigentumsverhältnissen (börsennotiert, privat und öffentlich) bzw. deren Geschäftstätigkeit (operative bzw. Holding-Gesellschaften) definiert. Ausgeschlossen wurden Tochtergesellschaften ausländischer Konzerne, die zwar in Deutschland operativ tätig und

vom Umsatz den N 100 zugehörig wären, deren Informationen zur Nachhaltigkeit aber im Wesentlichen durch die Muttergesellschaften abgebildet werden.

Die N 100 Deutschland stammen aus insgesamt 14 Branchen. Der Großteil der Unternehmen repräsentiert den Handel, gefolgt von Banken und Versicherungen, Automobil, Chemie, Versorgung und Maschinenbau bzw. Metallverarbeitung. Alle anderen Branchen sind mit einem Anteil von fünf Prozent oder weniger vertreten. Im Gegensatz zur internationalen Studie sind keine Unternehmen vertreten, die den Branchen Mineralöl und Gas, Waldwirtschaft, Papier oder Entsorgung angehören.

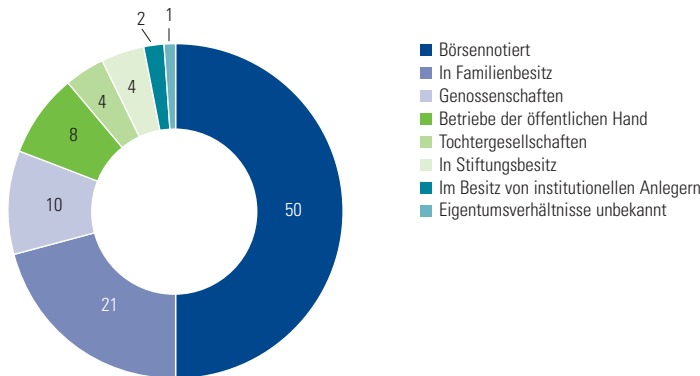
Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal der untersuchten Unternehmen stellen die jeweiligen Eigentumsverhältnisse dar. Die Hälfte der N 100 Deutschland ist börsennotiert, 21 stehen in Familienbesitz und weitere zehn Unternehmen operieren in der Rechtsform der Genossenschaft. Die verbleibenden Unternehmen sind entweder Betriebe der öffentlichen Hand, operative Tochtergesellschaften mit eigenständiger Öffentlichkeitsarbeit, Gesellschaften in Stiftungsbesitz oder Gesellschaften im Besitz institutioneller Anleger.

Abb. 1: N 100 Deutschland nach Branchenzugehörigkeit – Anzahl



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100
Quelle: KPMG

Abb. 2: Eigentumsverhältnisse der N 100 Deutschland – Anzahl



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100
Quelle: KPMG

3 Aktuelle Trends der Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland im internationalen Vergleich

Wichtigste Erkenntnisse im Überblick

- Die Information über Nachhaltigkeitsthemen zur Erfüllung der Informationsbedürfnisse aller Stakeholder ist in Deutschland etabliert: 83 Prozent der N 100 Deutschland veröffentlichen Nachhaltigkeitsinformationen.
- Etwa die Hälfte der N 100 Deutschland und der N 100 International erstellen heute separate Nachhaltigkeitsberichte, bei den G 250 sowie bei den DAX 30 sind es bereits etwa 80 Prozent.
- Eine Alternative zur separaten Berichterstattung stellen in die Finanzberichterstattung integrierte Nachhaltigkeitsberichte dar: Ein Unternehmen der N 100 Deutschland (und DAX 30) berichtet bereits völlig integriert; weitere 35 Geschäftsberichte enthalten eigene Kapitel mit Nachhaltigkeitsrelevanz.
- 94 Prozent der veröffentlichten Lageberichte der N 100 Deutschland enthalten nicht finanzielle Leistungsindikatoren mit Bezug zu Arbeitnehmerbelangen und zur Umwelt.
- Die populärsten Formate für Nachhaltigkeitsinformationen sind PDF-Berichte und Inhalte auf Unternehmenswebseiten.
- Die Motive und Treiber für die Nachhaltigkeitsberichterstattung weichen bei deutschen Unternehmen im internationalen Vergleich ab – in Deutschland dominieren wirtschaftliche Motive, während international die ethische Grundhaltung überwiegt.

3.1 Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland – Entwicklung und Status

Die traditionelle Finanzberichterstattung, bestehend aus Jahresabschluss und Lagebericht, liefert Informationen, mit denen ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens sowie deren Chancen und Risiken im Rahmen der zukünftigen Entwicklung zutreffend dargestellt werden soll. Diese Berichterstattung beruht überwiegend auf vergangenheitsorientierten Elementen, wobei zukunftsgerichtete Informationen sowie Angaben zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten der Nachhaltigkeit nur in begrenztem Umfang abgedeckt werden.

Das erste Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts ist geprägt von Unternehmensskandalen und Geschäftspraktiken, die im Widerspruch zu den global aufkommenden Nachhaltigkeitsforderungen stehen. Unternehmen stehen heute weltweit unter Beobachtung verschiedener Interessengruppen und sollen Transparenz im Hinblick auf solche Themen der Nachhaltigkeit bieten, die durch die Finanzberichterstattung im engeren Sinne nicht abgedeckt werden.

Zu den Interessengruppen oder Stakeholdern zählen die Politik, Verbraucherverbände und Nichtregierungsorganisationen, Arbeitnehmervereinigungen sowie insbesondere Endverbraucher, die nicht nur Wert auf Qualität und günstige Preise von Produkten, sondern zunehmend auch auf deren ökologische und soziale Verträglichkeit legen. Aber auch die globalen Kapitalmärkte, wo der Anteil nach ethischen oder nachhal-

tigen Kriterien zusammengesetzter Finanzanlagen stetig zunimmt, fragen transparente und offene Berichterstattung über ökonomische, ökologische und soziale Aktivitäten vermehrt nach. Das mit der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise einmal mehr infrage gestellte Streben nach kurzfristigem Profit unterstützt diesen Trend.

Auch deshalb stellen wir fest, dass die Nachfrage nach mehr Unternehmens-transparenz und -verantwortung für ein nachhaltiges und ethisch vertretbares Wirtschaften bedeutenden Auftrieb erlebt. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in einer steigenden Zahl an Unternehmen wider, die auf freiwilliger Basis Angaben zu Nachhaltigkeitsthemen machen. Öffentlichkeitsarbeit mit Nachhaltigkeitsbezug, die anfänglich vor allem von Unternehmen aus besonders umweltbelastenden Branchen (zum Beispiel Chemie, Bergbau, Energieerzeugung) aktiv betrieben wurde, ist heute bei einer Vielzahl unterschiedlichster Unternehmen, die einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft leisten wollen, üblich.

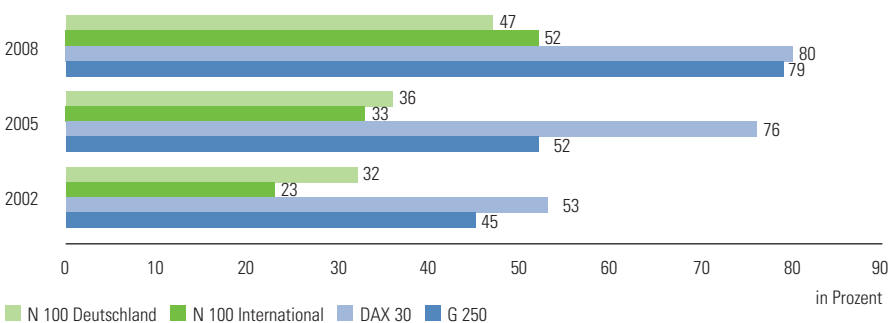
Für die Berichterstattung gibt es alternative Formen: In der Praxis überwiegt die Berichterstattung in einem separaten Nachhaltigkeitsbericht, gefolgt von der in den Geschäftsbericht integrierten Berichterstattung. Bisher selten findet sich die vollständige Integration von Nachhaltigkeitsberichten in den Lagebericht (siehe auch Kapitel 3.4).

Während in Deutschland der Anteil der Unternehmen mit einem veröffentlichten separaten Nachhaltigkeitsbericht³ zwischen 2002 und 2005 relativ moderat von 32 Prozent auf 36 Prozent anstieg, präsentierten 2008 bereits fast die Hälfte der N 100 Deutschland und 80 Prozent der DAX 30-Unternehmen einen separaten Nachhaltigkeitsbericht. Im internationalen Vergleich liegen die deutschen Unternehmen somit jeweils über dem Durchschnitt.

Weitere zwölf Unternehmen der N 100 Deutschland veröffentlichen keinen separaten Nachhaltigkeitsbericht, sondern beschreiben die relevanten Themen zur Nachhaltigkeit (ausführlich) in Kapiteln des jährlichen Geschäftsberichts. Im europäischen Vergleich zeigt sich eine ähnliche Tendenz nur noch in Frankreich und in der Schweiz: Dort beschreiben zwölf Prozent bzw. 21 Prozent der untersuchten Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsinformationen im Geschäftsbericht.

Im internationalen Ländervergleich (22 Länder) belegt Deutschland einen Platz im Mittelfeld. Wie bereits 2005 wird die Liste von Japan und Großbritannien angeführt, wo die Nachhaltigkeitsberichterstattung inzwischen vollständig etabliert ist. Ausgehend von gesetzlichen Anforderungen des Kapitalmarkts zur Berichterstattung über Um-

Abb. 3: Unternehmen mit separaten Nachhaltigkeitsberichten



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100; DAX 30 = 30
Quelle: KPMG

³ Unter einem separaten Nachhaltigkeitsbericht verstehen wir Berichte, die mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Inhalten entweder in Druckversion, druckbarer Form (etwa PDF, HTML) oder als Online-Bericht verfügbar sind.

weltthemen sind die japanischen Unternehmen inzwischen dazu übergegangen, ganzheitlich auch über soziale und ökonomische Aspekte der Nachhaltigkeit zu berichten. Anders ist die Entwicklung in Großbritannien begründet. Hier sind neben den Anforderungen des Companies Act grundsätzlich höhere Erwartungen von Verbrauchern, Medien, Investoren und Arbeitnehmern bezüglich der Rechenschaft und Transparenz zu Nachhaltigkeitsthemen zu erkennen.

Bemerkenswert sind die Entwicklungen in Spanien, Italien und den Niederlanden, wo maßgebliche Treiber für eine zunehmende Berichterstattung in der politischen und gesellschaftlichen Nachhaltigkeitsagenda dieser Länder identifiziert werden können. In den erstmals untersuchten osteuropäischen Ländern Tschechien, Ungarn und Rumänien berichten weniger als ein Viertel der Unternehmen über Nachhaltigkeit. Es gilt abzuwarten, ob Wirtschaftswachstum und zunehmende Globalisierung die Unternehmen in diesen Ländern motivieren werden,

vergleichbar transparent über Nachhaltigkeitsaspekte zu berichten.

3.2 Methoden und Standards für die Berichterstattung

Welche Methoden werden für die Auswahl der Berichtsinhalte angewendet?

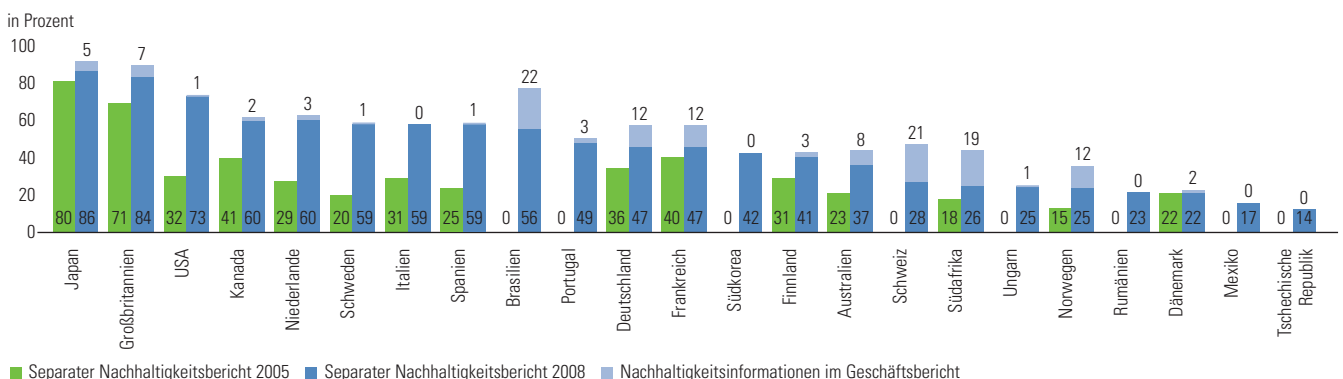
Ein einheitliches, weltweit maßgebliches Format oder Rahmenwerk für die berichtspflichtigen Nachhaltigkeitsthemen existiert bisher nicht, vielmehr wenden Unternehmen hierfür eine Reihe unterschiedlicher Standards und Prozesse an, um aussagekräftige und inhaltlich vollständige Berichte zu verfassen.

Wesentliche Bestandteile eines Nachhaltigkeitsberichts

Ein guter Nachhaltigkeitsbericht beinhaltet unseres Erachtens:

- Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie und der Nachhaltigkeitsziele
- Ausgewogene Darstellung der bereits erzielten Ergebnisse (Nachhaltigkeitsleistung) und die daraus folgende Rückkopplung zu Strategie und Zielen
- Fokussierung der Themen, die für das Unternehmen und seine Stakeholder wesentlich sind

Abb. 4: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Ländervergleich



in Prozent

Referenzbasis: jeweils die 100 umsatzstärksten Unternehmen in den einzelnen Ländern

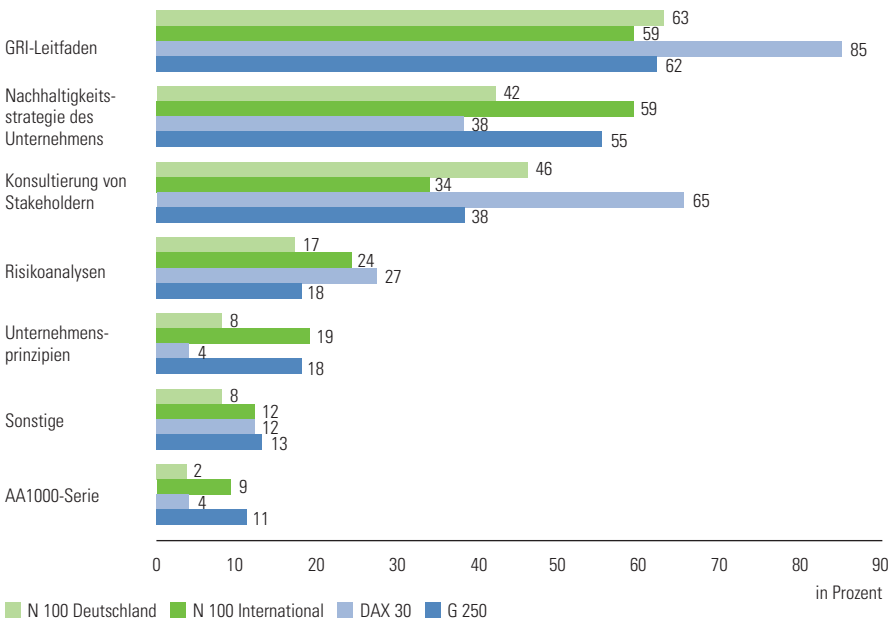
Quelle: KPMG

Abbildung 5 zeigt, dass sich 63 Prozent der N 100 Deutschland bei der Auswahl der Berichtsinhalte (N 100 International: 59 Prozent) an dem GRI-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung orientieren. Noch häufiger (85 Prozent) wendeten die DAX 30-Unternehmen den GRI-Leitfaden an. Die N 100 Deutschland

und die DAX 30 geben als Orientierung häufiger die GRI-Leistungsindikatoren (28 respektive 18 Mal) an als die Anwendung der GRI-Prinzipien (elf respektive sechsmal).

Weniger als die Hälfte (46 Prozent) der berichtenden deutschen Unternehmen konsultierten verschiedene Stakeholder, um Erkenntnisse über deren Anliegen zu erlangen und diese Themen entsprechend in ihren Nachhaltigkeitsberichten zu reflektieren. Bei den DAX 30 sind dies bereits 65 Prozent. Die eigene Nachhaltigkeitsstrategie nutzen in Deutschland nur 42 Prozent der Unternehmen (DAX 30: 38 Prozent) als Orientierung für die Berichterstellung.

Abb. 5: Orientierung für Inhalte bei Berichterstellung

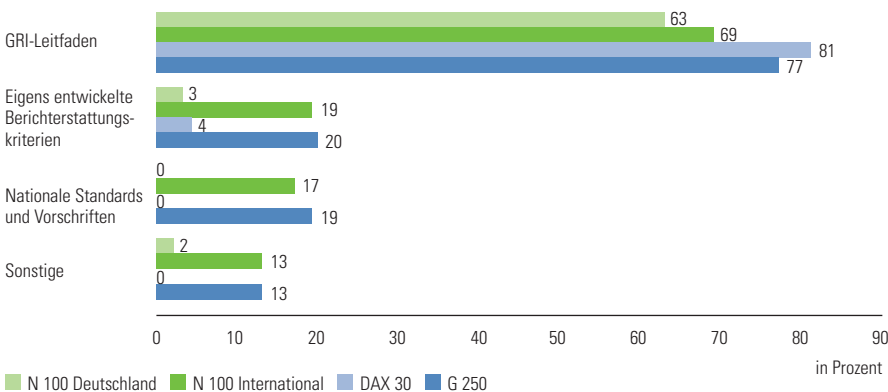


Referenzbasis: N 100 Deutschland = 59; DAX 30 = 26
Quelle: KPMG

Welche Standards kommen zur Anwendung?

Die Berichterstattung über Nachhaltigkeit erfolgt – abgesehen von einzelnen Ländern, die bereits verbindliche Regeln hierzu verabschiedet haben – weitgehend auf freiwilliger Basis. In Abwesenheit eines weltweit anerkannten und gültigen Rahmenwerks für Nachhaltigkeitsberichterstattung stellt sich die Frage, welche Standards angewendet werden sollten, um über relevante Themen zu berichten und auch die Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen zu ermöglichen.

Abb. 6: Standards für Nachhaltigkeitsberichterstattung



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 59; DAX 30 = 26
Quelle: KPMG

Wie aus Abbildung 6 hervorgeht, etabliert sich der GRI-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zusehends als weltweit geltender „De-facto“-Standard in diesem Bereich. Zu unterscheiden ist hierbei zwischen der Verwendung des Leitfadens als Orientierung zur Abwägung der Berichtsinhalte und der tatsächlichen Anwendung und Umsetzung der Prinzipien und

Leistungsindikatoren des GRI-Leitfadens. Im Betrachtungszeitraum hat der Großteil der berichtenden Unternehmen in Deutschland und international den GRI-Leitfaden für die Berichterstattung angewendet.

Ungefähr ein Fünftel der Unternehmen auf internationaler Ebene wendet – ausschließlich oder kombiniert mit dem GRI-Leitfaden – entweder eigens entwickelte Berichterstattungskriterien oder nationale Standards und Vorschriften an. Letzteres wurde bei keinem Unternehmen der N 100 Deutschland mit einem eigenständigen Bericht beobachtet, da in Deutschland weder nationale Standards noch Vorschriften für separate Nachhaltigkeitsberichterstattung existieren.

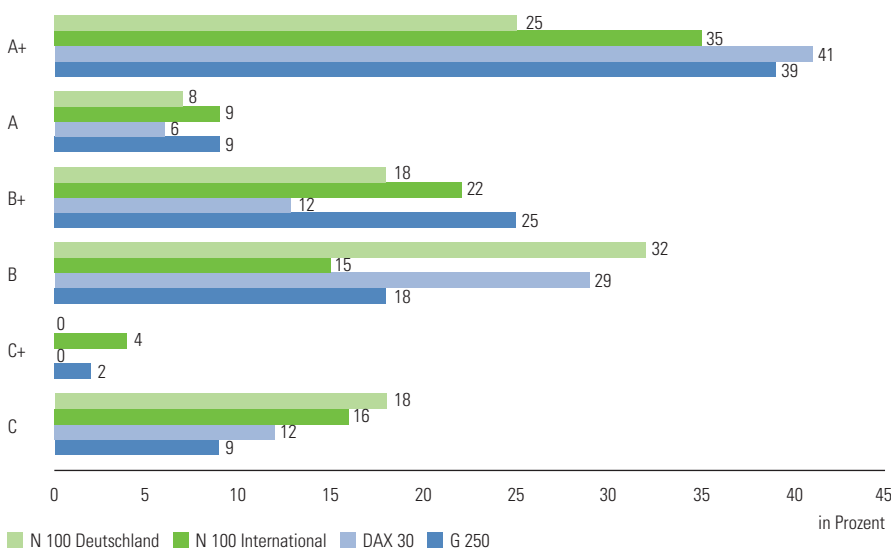
Erklärte Anwendungsebenen des GRI-Leitfadens

Die aktuelle Fassung des GRI-Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, der GRI G3, erschien im Herbst des Jahres 2006. Bemerkenswert ist, wie schnell die Unternehmen den GRI G3 angenommen und umgesetzt haben. Dies zeigt nicht nur die hohe Akzeptanz der GRI-Prinzipien in der Praxis, sondern ist auch ein Beleg dafür, dass Unternehmen bei der Erstellung ihrer Berichte mehrheitlich auf einheitliche und anerkannte Standards Wert legen, um die Vergleichbarkeit zu fördern.

Bei den G 250 haben insgesamt 77 Prozent und von den N 100 International 69 Prozent der berichtenden Unternehmen erklärt, den GRI G3 anzuwenden. Von den berichtenden Unternehmen der N 100 Deutschland haben insgesamt 37, von denen aus dem DAX 21 den GRI-Leitfaden als Standard für die Berichterstattung angegeben. Während sich neun davon lediglich auf die Entwurfsfassung beziehen, haben 28 deutsche Unternehmen den GRI G3 in verschiedenen Detaillierungsstufen, den sogenannten „Anwendungsebenen“, umgesetzt. Abbildung 7 zeigt die jeweiligen Anwendungsebenen im Vergleich:

Um Erstanwendern den Einstieg in die Berichterstattung nach dem GRI-G3-Leitfaden zu erleichtern und gleichzeitig den Erfahrenen auf diesem Gebiet ein möglichst umfassendes Rahmenwerk bereitzustellen, gibt es unterschiedliche Anwendungsebenen. C stellt die niedrigste Anwendungsebene dar, für die über mindestens zehn Leistungsindikatoren zu berichten ist, während für die mittlere Anwendungsebene B insgesamt 20 der Leistungsindikatoren in allen sechs

Abb. 7: Anwendungsebenen der GRI G3



Referenzbasis: Anwender der GRI G3 aus den N 100 Deutschland = 28; DAX 30 = 17
Quelle: KPMG

Kategorien dargestellt werden müssen. Für die höchste Anwendungsebene A sind Angaben zu allen 50 Kernindikatoren zu machen. Weiterhin umfasst der GRI-G3-Leitfaden Angaben zu Unternehmensstrategie und -profil sowie zum Managementansatz, was je nach Anwendungsebene variiert.

Es deutet sich an, dass Unternehmen mit Ambitionen zu einer möglichst umfangreichen Nachhaltigkeitsberichterstattung entsprechend der höchsten Anwendungsebene gleichzeitig überproportional oft ihren Bericht prüfen oder kommentieren lassen, was durch das „+“ angezeigt wird. Prüfungen von Nachhaltigkeitsberichten der untersten Anwendungsebene finden demgegenüber relativ selten statt.

FOKUSTHEMA: GRI-G3-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Mehrheit der Unternehmen mit Nachhaltigkeitsberichten weltweit und in Deutschland orientiert sich bei der Erstellung an dem GRI-Leitfaden und setzt dessen Prinzipien und/oder Leistungsindikatoren um. Der GRI-Leitfaden wurde in einem umfassenden Multi-Stakeholder-Prozess entwickelt und reflektiert einen Konsens zwischen Unternehmen und Nutzern/Lesern von Nachhaltigkeitsberichten wie Investoren, Nichtregierungsorganisationen und Arbeitnehmervertretern. Ziel der Berichterstattung ist, ein ausgewogenes und vollständiges Bild der Nachhaltigkeitsleistung und des Managements ökonomischer, ökologischer und sozialer Belange zu zeichnen.

Der aktuelle GRI-Leitfaden wurde bisher in 22 Sprachen übersetzt und richtet sich grundsätzlich nicht nur an privatwirtschaftliche Unternehmen, sondern kann von Organisationen jeglicher Art in verschiedenen Branchen und Regionen angewendet werden.

Im Wesentlichen besteht der GRI-G3-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung aus zwei Teilen:

- **Prinzipien für Nachhaltigkeitsberichterstattung:**
Um der naturgemäßen Verschiedenartigkeit von Unternehmen gerecht zu werden, setzt der GRI-G3-Leitfaden bei der Identifizierung von Berichtsinhalten auf Prinzipien, wonach wesentliche Themen im Kontext der Nachhaltigkeit zu verstehen und Informationsbedürfnisse von Stakeholdern bei Gewichtung und Vollständigkeit der Inhalte zu

berücksichtigen sind. Die als wesentlich identifizierten Themen sind entsprechend den GRI-G3-Prinzipien zur Qualität der Berichterstattung ausgewogen, vergleichbar, zeitnah, verlässlich und klar darzustellen. Ferner legt der Standard Prinzipien zur Abgrenzung des Berichtsobjekts vor. Das ist beispielsweise bei Nachhaltigkeitsthemen entlang der Wertschöpfungskette – zum Beispiel die Einhaltung von Arbeitsstandards durch Zulieferer – für ein ausgewogenes und vollständiges Bild von Bedeutung.

- **Leistungsindikatoren für Nachhaltigkeit:**
Die Leistungsindikatoren bilden die Basis, um quantitative oder qualitative Angaben zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen zu machen. Die Leistungsindikatoren sind in sechs verschiedene Kategorien – Ökonomisches, Ökologisches, Arbeitspraktiken, Menschenrechte, Gesellschaftliches/Soziales, Produktverantwortung – unterteilt, wobei jeweils zwischen Kernindikatoren und Zusatzindikatoren unterschieden wird. Zusätzlich sind pro Leistungsindikator Angaben zum Managementansatz zu machen.

Ergänzt wird der GRI-G3-Leitfaden um sogenannte Sector Supplements, die für spezifische Branchen zusätzliche Leistungsindikatoren enthalten, um den dort anzutreffenden Themenstellungen sowie den korrespondierenden Informationsbedürfnissen der Stakeholder gerecht zu werden. Letztlich kennzeichnen mit „+“ deklarierte Anwendungsebenen, dass der Bericht entweder eine formale Bescheinigung oder eine kritische Kommentierung enthält.

3.3 Formate für die Nachhaltigkeitsberichterstattung

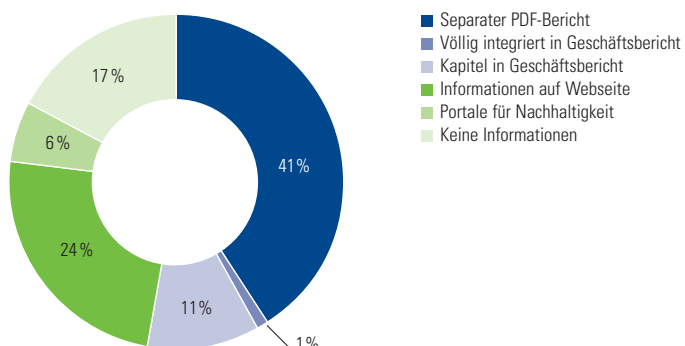
Um Nachhaltigkeitsthemen effektiv zu kommunizieren und dabei die Informationsbedürfnisse aller interessierten Stakeholder-Gruppen zu bedienen, nimmt die Entscheidung über das Format der Berichterstattung eine entscheidende Rolle ein.

Alle DAX 30-Unternehmen und über drei Viertel der N 100 Deutschland nutzen heute das Internet zur Kommunikation über ihre Nachhaltigkeitsbemühungen. Auf Webseiten publizierte Informationen bieten Lesern den Vorteil einer erleichterten Navigation. Auch zeigen sich Unterschiede in der Darstellung von Nachhaltigkeitsthemen im Internet: Die meisten Unternehmen präsentieren ihre Inhalte in entsprechenden Kapiteln zur Nachhaltigkeit, wobei der Umfang der dargestellten Inhalte stark variiert. Eine kleinere Anzahl von sechs Unternehmen hat innovative Formate in transparenter

Form gewählt, indem sie Portale für Nachhaltigkeitsthemen eingerichtet hat. Solche Portale sind in der Regel inhaltlich weit umfangreicher und erlauben darüber hinaus, Feedback von Lesern online in transparenter Form darzustellen.

Das beliebteste Format der Berichterstattung über Nachhaltigkeitsthemen bei den N 100 Deutschland ist ein separater PDF-Bericht, den insgesamt 41 Unternehmen nutzen. An zweiter Stelle folgen Internetseiten zu Nachhaltigkeitsthemen, wobei 24 Unternehmen für die Kommunikation ausschließlich auf das Medium Internet setzen. Weitere elf Unternehmen der N 100 Deutschland berichten über Nachhaltigkeit hauptsächlich in eigenen Kapiteln des jährlich veröffentlichten Geschäftsberichts und ein Unternehmen berichtet völlig integriert im Lagebericht. Wir erwarten, dass zukünftig eine zunehmende Zahl von Unternehmen innovative Internetportale einrichten wird.

Abb. 8: Formate für Nachhaltigkeitsberichterstattung



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100

Quelle: KPMG

3.4 Integration von Nachhaltigkeitsinformationen in den Lagebericht

Die Diskussion über Informationstransparenz von Unternehmen bezüglich nicht finanzieller Indikatoren mit Nachhaltigkeitsbezug findet auch auf europäischer Ebene statt und wurde durch eine Empfehlung der EU-Kommission

im Jahr 2001 forciert – insbesondere durch den Erlass der EU-Modernisierungsrichtlinie 2003/51/EG, Artikel 46 der vierten Bilanzrichtlinie 78/660/EWG. Diese Richtlinie wurde bereits von einer Reihe der Mitgliedsstaaten umgesetzt und führte zu verschiedenen Formen verpflichtender Berichterstattung über Themen der Nachhaltigkeit.

Regulierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung im internationalen Vergleich

In Europa kamen inzwischen mehrere Länder der EU-Modernisierungsrichtlinie 2003/51/EG nach und haben Regelungen zur Transparenz über Nachhaltigkeitsthemen implementiert.

In Großbritannien erfolgte die Umsetzung mit dem 2006 Companies Act, der deutschen Verhältnissen vergleichbare nicht finanzielle Angaben im narrativen Teil des Jahresabschlusses vorschreibt. Skandinavische Länder haben auf diesem Gebiet eine Vorreiterrolle. In Schweden beispielsweise ist die Berichterstattung über Umweltthemen im Rahmen des Jahresabschlusses seit 1999 geregelt. Darüber hinaus sind schwedische Staatsbetriebe seit Anfang 2009 verpflichtet, Nachhaltigkeitsberichte in Einklang mit den GRI G3 zu erstellen. Ab 2010 sind in Dänemark mehr als 1.100 Unternehmen verpflichtet, integriert im Jahresabschluss über Corporate Social Responsibility zu berichten. Die Nouvelle Régulation Economiques verpflichten bereits seit 2001 börsennotierte Unternehmen in Frankreich zur Berichterstattung über 40 Nachhaltigkeitsindikatoren, die inspiriert sind von dem GRI-Leitfaden der Arbeitnehmerangaben aus „Bilan Social“.

Auch außerhalb Europas existieren gesetzliche Vorschriften zur Berichterstattung. So haben im Stadtbezirk von Buenos Aires alle Betriebe mit mehr als 300 Mitarbeitern Nachhaltigkeitsberichte zu erstellen. In Südafrika existieren für börsennotierte Unternehmen schon seit längerem Vorschriften im Rahmen der dortigen Corporate Governance, die zur Berichterstattung über Nachhaltigkeitsthemen verpflichten. Die aktuelle Entwurfsfassung des KING III Code for Good Corporate Governance gewichtet Nachhaltigkeitsthemen deutlich schwerer und betont auch die Bedeutung der Berichterstattung sowie die formale Bescheinigung solcher Angaben. Zusätzlich beschäftigen sich derzeit Standardsetter auf internationaler Ebene mit nicht finanziellen Aspekten in der Finanzberichterstattung. In die vom IASB gegenwärtig vorliegende Entwurfsfassung eines „Management Commentary“ ist eine narrative Beschreibung nicht finanzieller Faktoren, die potenziellen Einfluss auf Finanzkennzahlen haben, aufzunehmen.

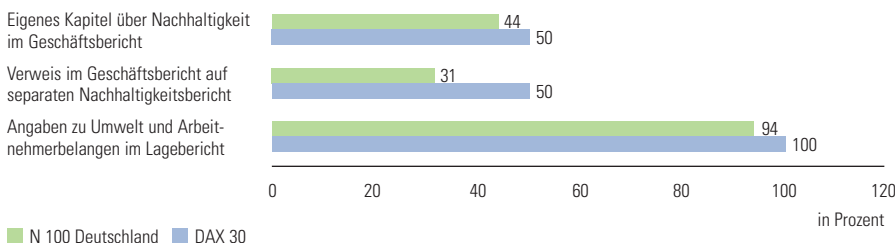
Deutschland setzte die EU-Modernisierungsrichtlinie 2004 mit dem Bilanzrechtsreformgesetz um. Seit dem Inkrafttreten des Bilanzrechtsreformgesetzes im Januar 2005 sind Unternehmen gemäß §§ 289 Abs. 3 und 315 HGB verpflichtet, nicht finanzielle Leistungsindikatoren wie zum Beispiel Umwelt- und Arbeitnehmerbelange in den Lagebericht aufzunehmen, sofern sie für das Verständnis des Geschäftsverlaufs oder der Lage von Bedeutung sind.

Alle Lageberichte der DAX 30 und 94 Prozent der 80 veröffentlichten Lageberichte der N 100 Deutschland enthalten Angaben zu Themen mit Nachhaltigkeitsbezug, davon in allen Fällen zu Arbeitnehmerbelangen und in 94 Prozent zu Umweltthemen. Andere Angaben über Nachhaltigkeit im Lagebericht betreffen beispielsweise freiwillige Bekenntnisse zu Unternehmensprinzipien, Auszeichnungen, gemeinnützige Aktivitäten oder Informationen zum Klimaschutz.

Darüber hinaus enthalten 44 Prozent der Geschäftsberichte der N 100 Deutschland eigene, allerdings bezüglich Inhalt und Ausführlichkeit deutlich unterschiedliche Kapitel zur Nachhaltigkeit. In 31 Prozent der Geschäftsberichte wurde auf separate Nachhaltigkeitsberichte verwiesen. Ein Unternehmen der N 100 Deutschland und gleichzeitig der DAX 30, welches auch den GRI-G3-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung berücksichtigt, hat Nachhaltigkeitsinformationen vollständig in den Lagebericht integriert und veröffentlicht Nachhaltigkeitsinformationen zusätzlich auf der Webseite.

Auch auf internationaler Ebene beobachteten wir eine zunehmende Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Finanzberichterstattung. Von den Unternehmen der G 250 und der N 100 International berichten drei Prozent der Unternehmen vollständig integriert. Eigene Kapitel für Nachhaltigkeitsinhalte finden sich bei acht Prozent der G 250 und bei neun Prozent der N 100 International.

Abb. 9: Integration von Nachhaltigkeitsthemen in den Geschäfts- oder Lagebericht



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 80; DAX 30 = 30

Quelle: KPMG

Interview

BASF SE, Ludwigshafen am Rhein, im Juli 2009

Dr. Ulrich von Deessen, President, Competence Center Environment, Health & Safety
Elisabeth Schick, Senior Vice President, Communications & Government Relations

Die BASF SE war 2008/09 das weltweit führende Unternehmen der chemischen Industrie im Dow Jones Sustainability Index und wurde als bestes Unternehmen der CO₂-intensiven Industrie im Carbon Disclosure Index für die transparente Berichterstattung zu CO₂ ausgezeichnet.⁴ BASF berichtet seit 1988 zu Nachhaltigkeitsthemen und hat seit 2007 die relevanten Nachhaltigkeitsthemen und -kriterien in den Konzernlagebericht integriert, der zusammen mit dem Konzernabschluss als Geschäftsbericht der BASF veröffentlicht wird. Den Bericht erarbeiten zahlreiche Facheinheiten der BASF gemeinsam. Dazu gehören die Kommunikationsabteilung (redaktionelle und konzeptionelle Verantwortung, Prozesskoordination) sowie das Competence Center Environment, Health & Safety mit dem Sustainability Center (inhaltliche Verantwortung für das Thema Nachhaltigkeit, Dialog mit externen Stakeholdern).

von Stakeholdern, zur alten Form der Berichterstattung zurückzukehren. Von Nachhaltigkeitsexperten aus dem Finanzmarkt haben wir unter anderem als Feedback bekommen, dass Mainstreamanalysten die Nachhaltigkeitsinformationen häufig nicht selbst auswerten. Stattdessen etablieren sich mittlerweile eigene Experteneinheiten zur diesem Thema in den Investmenthäusern, die eine Risiken-/Chancenbetrachtung zur Nachhaltigkeit ausarbeiten und in die Gesamtbewertung des Unternehmens einfließen lassen.



Elisabeth Schick

Dr. Ulrich von Deessen

nehmens darf es nicht zwei Gesichter geben, sprich eines für die Finanzwelt und eines für die Nachhaltigkeitscommunity. Das stünde im Widerspruch zur Realität der BASF. Wir sind ein nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen und das zeigt auch unsere integrierte Berichterstattung.

Welche Vorteile sehen Sie nach zwei Jahren integrierter Berichterstattung?

Elisabeth Schick: Es ist uns gelungen, über die integrierte Berichterstattung unsere Strategie der integrierten Nachhaltigkeit noch intensiver in der externen Wahrnehmung zu verankern. Der neue Bericht zeigt deutlich, wie BASF Nachhaltigkeit lebt.

Was waren die Hauptargumente für die Integration der Nachhaltigkeitsinformationen in den Konzernlagebericht der BASF-Gruppe?

Dr. Ulrich von Deessen: Die Integration spiegelt unsere globale Strategie wider, Nachhaltigkeit in die Geschäftstätigkeit der BASF zu integrieren. Von daher war die Weiterentwicklung unserer Berichterstattung eine logische Konsequenz. Denn Nachhaltigkeit ist bei BASF kein „add on“ – also kein Gutwetterthema –, sondern wird zunehmend in die bestehenden Managementsysteme integriert. Dieser Gedanke der Integration findet sich nun auch in unserer Berichterstattung wieder.

Elisabeth Schick: Gerade in der externen Wahrnehmung eines Chemieunter-

Wie haben die Stakeholder die Abschaffung des bisherigen Unternehmensberichts kommentiert?

Elisabeth Schick: Der neue Bericht wird in den Medien als Best Practice wahrgenommen, weil wir unsere Berichtszielgruppen genau definiert haben – der BASF-Bericht richtet sich sowohl an Finanzmarkt- als auch an Nachhaltigkeitsexperten. Andere interessierte Stakeholder wie zum Beispiel Kleinaktionäre oder Mitarbeiter erreichen wir durch unseren Kurzbericht „BASF Kompakt“.

Dr. Ulrich von Deessen: In der bisherigen Diskussion mit Stakeholdern aus dem Bereich Nachhaltigkeit hat sich gezeigt: Unser integrierter Ansatz kommt an. Bisher gab es keine Forderungen

Dr. Ulrich von Deessen: Auch intern sehen wir Vorteile. Die integrierte Berichterstattung ist wichtiger Impulsgeber und Steuerungsinstrument, um weitere notwendige Veränderungsprozesse anzustoßen. Der integrierte Bericht und vor allem unser inhaltliches Berichtskonzept, konsequent den Wert von Nachhaltigkeit für das Unternehmen und die Gesellschaft anhand konkreter Beispiele deutlich zu machen, haben das Verständnis von Nachhaltigkeit auch intern vorangebracht. Der Nutzen von Nachhaltigkeit für die Geschäftstätigkeit im Hinblick auf Risikominimierung oder Geschäftsgenerierung ist damit fassbarer geworden.

⁴ Das Good Company Ranking, Corporate Social Responsibility-Wettbewerb der 90 größten Konzerne Europas, Report-Ausgabe 2009, veröffentlicht von Kirchhoff Consult AG.

Gibt es auch Verbesserungspotenziale? Falls ja, wie könnten künftige Lösungen aussehen?

Dr. Ulrich von Deessen: Das Integrieren von Nachhaltigkeit ist auch beim Thema Berichterstattung ein lebendiger Prozess, der ständig neue Impulse erhält und nie wirklich abgeschlossen ist. Denn wir müssen uns immer neuen gesellschaftlichen Herausforderungen und den damit verbundenen Stakeholder-Anforderungen stellen. Diese haben wiederum unmittelbaren Einfluss auf unsere Berichtsinhalte. Gerade in einer integrierten Berichtsform müssen wir die wesentlichen Themen fokussieren. Das gelingt uns noch nicht immer perfekt. Wir müssen noch konsequenter als bislang die Erwartungen der Stakeholder einbeziehen und gegebenenfalls für Stakeholder nicht ganz so wesentliche Informationen über andere Medien wie das Internet kommunizieren.

Elisabeth Schick: Wir sind auf das Vertrauen unserer Stakeholder angewiesen, in guten Zeiten genauso wie in schwierigen. Eine ausgewogene Berichterstattung – sowohl über das, was gut gelaufen ist, als auch über Aspekte, bei denen wir Verbesserungsbedarf sehen – ist dafür enorm wichtig. Daher muss es unser Ziel sein, auch unbequeme Themen noch stärker anzusprechen.

Welchen Stellenwert hat die externe Prüfung und Bewertung der Nachhaltigkeitsinformationen für BASF?

Dr. Ulrich von Deessen: Durch unsere integrierte Berichterstattung wollen wir unsere Glaubwürdigkeit in der Kommunikation mit externen Stakeholdern steigern. Die externe Prüfung und

Bewertung ist dabei von zentralem Wert. Die Verifizierung von Daten und Systemen gibt unseren Aussagen zu Themen wie Umwelt, Sicherheit, Gesundheit bzw. Mitarbeiter und Gesellschaft – den sogenannten „weichen“ Themen – eine ganz andere Qualität.

Darüber hinaus erfahren wir durch den Prüfungsprozess auch ein externes Sparring, einen kritischen Blick von außen auf unsere Systeme und Prozesse. Daraus ziehen wir ebenfalls Impulse für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsmanagementsysteme.

Welche Erfahrungen haben Sie mit den Stakeholdern und Rating-Agenturen hinsichtlich des Verständnisses der externen Prüfung und Bewertung von Nachhaltigkeitsinformationen gemacht?

Dr. Ulrich von Deessen: Im Hinblick auf Glaubwürdigkeit wird immer die Frage nach externer Prüfung und Bewertung gestellt. Diese ist ein wichtiges Signal für den Leser, wie der Nachhaltigkeitsinhalt eines Berichts einzuschätzen ist. Darüber hinaus fragen diverse Rating-Agenturen explizit nach, ob die Nachhaltigkeitsinformationen von einem unabhängigen Dritten geprüft sind.

Elisabeth Schick: Für uns war es eine Herausforderung, den Adressaten des neuen Berichts zu erläutern, dass die Nachhaltigkeitsinformationen im Lagebericht ebenfalls geprüft worden sind – auch wenn der übliche Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers nicht explizit auf die Nachhaltigkeitsinforma-

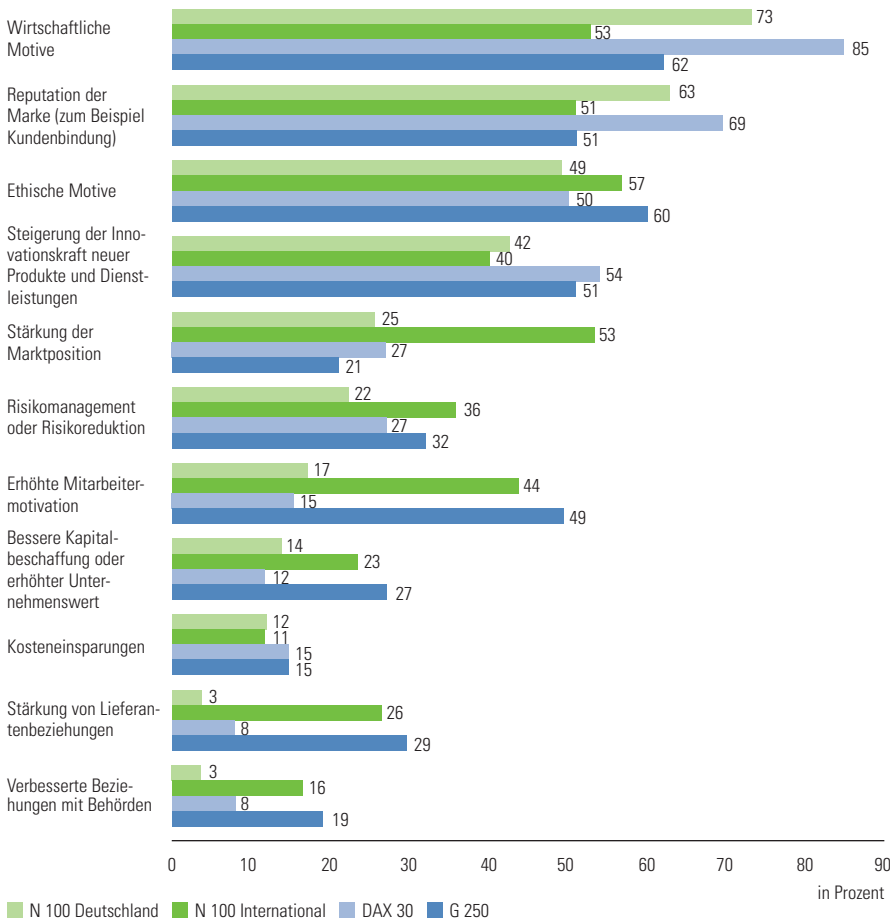
tionen im Lagebericht eingeht. Manche Stakeholder haben nachgefragt, inwieweit diese Informationen auch tatsächlich geprüft sind. Deshalb haben wir uns zusätzlich eine separate Bescheinigung von unserem Abschlussprüfer erteilen lassen, die im Internet einsehbar ist.

Für die Zukunft wünschen wir uns daher, dass Wirtschaftsprüfer die Abschlussprüfungsaussage auch in Sachen Nachhaltigkeit transparenter machen.

Welche Entwicklung sehen Sie im Hinblick auf externe Prüfung und Bewertung von Nachhaltigkeitsinformationen?

Dr. Ulrich von Deessen: Wichtig wäre es, dass auch Abschlussprüfer das Thema Nachhaltigkeit integriert angehen. Es ist für Unternehmen wichtig, mit den jeweiligen Nachhaltigkeitsexperten zur Prüfung von Nachhaltigkeitsinformationen zusammenzuarbeiten. Daneben müssen auch die „Mainstreamprüfer“ selbst ein Verständnis für die Thematik aufbauen. So gibt es zahlreiche inhaltliche Verknüpfungen zum Jahresabschluss, zum Beispiel im Risiko- und Chancenbericht. Daher glauben wir, dass die Wirtschaftsprüfungsgesellschaften hier vor einer notwendigen Weiterentwicklung stehen.

Abb. 10: Treiber und Motive für die Nachhaltigkeitsberichterstattung der N 100 Deutschland und DAX 30 im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250)



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 59; DAX 30 = 26
 Quelle: KPMG

3.5 Treiber und Motive für die Nachhaltigkeitsberichterstattung

Welchen Nutzen sehen deutsche Unternehmen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung?

Für deutsche Unternehmen sind die Hauptmotive für die Nachhaltigkeitsberichterstattung verbunden mit wirtschaftlichen Aspekten und einer Steigerung ihrer Reputation. Ethische Motive sowie die Steigerung der Innovationskraft folgen diesen Treibern. Bisher eher zurückhaltend bewerten deutsche Unternehmen die Stärkung ihrer Marktposition, die Mitarbeitermotivation, die Möglichkeit der Kapitalbeschaffung und die Steigerung des Unternehmenswerts sowie die Verbesserung des Risikomanagements als mögliche positive Effekte ihrer Berichterstattung. Selten genannt werden die Stärkung von Lieferantenbeziehungen oder die Beziehung zu Behörden.

FOKUSTHEMA: Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeitsberichterstattung im deutschen Kontext

Bei der Umsetzung nachhaltiger Entwicklungen gilt Deutschland insbesondere in Umweltthemen international als treibende Kraft und nimmt in Bezug auf die Zielsetzung zur Reduktion von Treibhausgasen im internationalen Vergleich eine Vorreiterrolle ein. Hingegen rückte die ursprünglich aus angelsächsischen Ländern stammende Unternehmensverantwortung für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft erst in den vergangenen Jahren auch in Deutschland in den Fokus der breiten Öffentlichkeit.

Eine Ursache hierfür kann sicherlich in der viele Jahrzehnte währenden marktwirtschaftlichen Ordnung Deutschlands liegen, in der der Staat die Gesellschaft umfassend gestaltet. Klassische Handlungsfelder freiwilliger Unternehmensverantwortung in überwiegend kapitalistisch geprägten Marktordnungen wie zum Beispiel in den USA oder in Großbritannien fallen in Deutschland häufig in die staatliche Zuständigkeit. Genannt seien

- das Mitbestimmungsgesetz, durch das die Stakeholder-Gruppe der Arbeitnehmer in den Aufsichtsgremien von Unternehmen vertreten ist
- das duale Ausbildungssystem, welches betriebliche und gesellschaftliche Anforderungen an die Berufsausbildung miteinander in Einklang bringt
- die im internationalen Vergleich stringenten und bereits rechtlich verbindlichen Umweltauflagen und sozialstaatlich motivierten Gesetzgebungen, die einen gewissen Standard der Grundversorgung und Chancengleichheit gewährleisten sollen.

Wie wird Unternehmensverantwortung vor dem Hintergrund der relativ hohen Regulierungsdichte von in Deutschland ansässigen Unternehmen interpretiert? Fünf Prozent der deutschen Unternehmen sehen ihre Verantwortung allein in der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, während 14 Prozent Unternehmensverantwortung ausschließlich als freiwilliges unternehmerisches Handeln definieren. Ein Großteil der deutschen Unternehmen (81 Prozent) schätzt Unternehmensverantwortung als Einhaltung von Gesetzen und zusätzlichen freiwilligen unternehmerischen Aktivitäten ein.

Unternehmen sind heute mehrheitlich global aufgestellt und operieren über nationalstaatliche Grenzen hinweg. Nationale Gesetze wirken daher nicht unternehmensweit. Interessant ist deshalb die Frage, welche Nachhaltigkeitsstandards deutsche Unternehmen in ihren weltweiten Aktivitäten beachten. Insgesamt haben 13 Unternehmen der N 100 Deutschland in ihren Nachhaltigkeitsberichten hierzu eine Aussage getroffen.

Ein Unternehmen berücksichtigt ausschließlich die Gesetze, die in den Ländern gelten, wo es tätig ist. Weitere drei Unternehmen haben die in Deutschland geltenden Vorschriften in ihren Nachhaltigkeitsberichten dargestellt und geben an, dass sie diese hohen Standards in anderen Ländern übernehmen und dort einhalten.

Neun Unternehmen berichteten, dass sie sich weltweit verpflichtet haben, freiwillig Standards einzuhalten, die über gesetzliche Vorschriften von Nationalstaaten hinausgehen.

Wichtigste Erkenntnisse zu Schwerpunktthemen der Berichterstattung im Überblick

- 63 Prozent der N 100 Deutschland berichten, dass sie einen Verhaltenskodex implementiert haben.
- Corporate Governance wird von 41 Prozent der N 100 Deutschland in der Berichterstattung gesondert aufgegriffen.
- 37 Prozent der N 100 Deutschland berichten über die Risiken in der Zulieferkette und 40 Prozent beschreiben, wie Nachhaltigkeit und Verhaltenskodizes in das Zulieferketten-Management integriert sind. Nur bei 26 Prozent dieser Unternehmen ist die Einhaltung des Verhaltenskodexes und anderer Standards auch Bestandteil der Zulieferverträge.
- Fast die Hälfte der N 100 Deutschland (47 Prozent) berichten über Risiken und Auswirkungen des Klimawandels; knapp 30 Prozent beschreiben sich ergebende Chancen in Verbindung mit dem Klimawandel.
- In mehr als der Hälfte (51 Prozent) der Berichte der N 100 Deutschland sind keine Informationen zum Carbon Footprint des Unternehmens enthalten.

3.6 Schwerpunktthemen der Berichterstattung

In der Nachhaltigkeitsberichterstattung der N 100 Deutschland finden sich, je nach Art des Unternehmens und der Branche, unterschiedliche Prioritäten hinsichtlich der Bereiche Ökonomie, Umwelt und Soziales. Im Rahmen dieses Handbuchs wurden vier Hauptthemen näher betrachtet, die wir für die Mehrheit der Unternehmen und deren Stakeholder als relevant ansehen:

- Corporate Governance
- Zulieferkette
- Klimawandel
- Nachhaltigkeit auf dem Kapitalmarkt (Investor Relations)

Corporate Governance

Die Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex hat im Juni 2009 eine Anpassung des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) beschlossen, der nun explizit auf die Bedeutung einer nachhaltigen Wertschöpfung im Einklang mit den Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft hinweist. Der Vorstand führt danach „das Unternehmen mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung in eigener Verantwortung und im Unternehmensinteresse, also unter Berücksichtigung der Belange der Aktionäre, seiner Arbeitnehmer und der sonstigen mit dem Unternehmen verbundenen Gruppen (Stakeholder)“.

Im DCGK sind weitere Aufgaben und Zuständigkeiten festgelegt, die mit der Zielsetzung einer nachhaltigen Wertschöpfung in direktem Zusammenhang stehen:

- Der Vorstand entwickelt die strategische Ausrichtung des Unternehmens, stimmt sie mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt für ihre Umsetzung.
- Der Vorstand hat für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien zu sorgen und wirkt auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hin (Compliance).
- Der Vorstand sorgt für ein angemessenes Risikomanagement und Risikocontrolling im Unternehmen.
- Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance.

Die bewusste Ausgestaltung dieser Aufgaben unter Einbeziehung der Stakeholder ist ein wesentlicher Indikator für den Reifegrad des Nachhaltigkeitsmanagements einer Unternehmung.

„Good Corporate Governance“ und „gutes Nachhaltigkeitsmanagement“ sind in diesem Sinne beliebig austauschbare Begriffe. Dies ist einer der Gründe, weshalb oftmals gerade die praktizierte, nach außen sichtbare Corporate Governance als wesentliches Kriterium für die Beurteilung der Nachhaltigkeitsstrategie und der Nachhaltigkeitsberichte eines Unternehmens herangezogen wird.

Folgende Fragestellungen stehen unseres Erachtens im Vordergrund:

- Berücksichtigt die Strategie des Vorstands auch Aspekte der Nachhaltigkeit? Wurde in diesem Zusammenhang bestimmt, was Nachhaltigkeit für das Unternehmen bzw. den Vorstand bedeutet?
- Bestehen die organisatorischen Voraussetzungen (Aufbau- und Ablauforganisation), um die für eine nachhaltige Wertschöpfung erlassenen gesetzlichen Bestimmungen und notwendigen internen Richtlinien zu erfüllen?
- Werden die Risiken und Chancen der festgelegten Nachhaltigkeitsstrategie laufend eruiert, bewertet und gesteuert?
- Berichtet der Vorstand über die Ergebnisse und Zielerreichung der Nachhaltigkeitsstrategie regelmäßig an den Aufsichtsrat und die Stakeholder?

Hier einige Ergebnisse aus der Analyse der uns vorliegenden Nachhaltigkeitsberichte, die auf diese Fragen eine erste Antwort geben:

52 Prozent der N 100 Deutschland haben eine Nachhaltigkeitsstrategie formuliert. 16 Prozent verwenden die aus dem Stakeholder-Engagement erhaltenen Informationen, um die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens festzulegen (N 100 International: 20 Prozent). Damit ist der Anteil der Unternehmen, die Stakeholder bei der Festlegung der Schwerpunkte bezüglich Nachhaltigkeit einbeziehen, gering. Auch die Tatsache, dass nur rund die Hälfte der betrachteten Unternehmen eine Nachhaltigkeitsstrategie darlegt, zeigt, dass Nachhaltigkeit noch nicht in allen Unternehmen einen strategischen Stellenwert erreicht hat.

Wenn es um die Frage nach der Zuständigkeit für das Thema Nachhaltigkeit geht, geben die N 100 Deutschland und die DAX 30 (56 Prozent/70 Prozent) am häufigsten die Nachhaltigkeitsabteilung (Sustainability Unit) als verantwortliches Organ an (N 100 International 2008: 48 Prozent, G 250: 55 Prozent). Mit einigem Abstand folgt die Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit national wie international mit acht Prozent bis 22 Prozent. Darüber hinaus berichtet ein Viertel der N 100 Deutschland, dass Nachhaltigkeit in anderen Abteilungen angesiedelt ist (zum Beispiel Compliance-Organisation, Nachhaltigkeitsrat etc.). Bei den N 100 International und G 250 entfällt der größte Anteil der „sonstigen Abteilungen“ (elf Prozent bzw. 19 Prozent) auf das Corporate Social Responsibility Committee (CSR Committee). Während in einem solchen CSR Committee verschiedene Abteilungen, die für die

Gestaltung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie benötigt werden (etwa Beschaffung, Controlling, Governance, Finanzen, Kommunikation), integriert sind, wird über die Vernetzung der Nachhaltigkeitsabteilungen innerhalb des Unternehmens oft keine Aussage getroffen. Bei nur 23 Prozent der N 100 Deutschland zeigt sich gemäß unserer Auswertung eine Einbindung in die Organisationsstruktur der Corporate Governance oder eine Verbindung mit dem Risikomanagement (25 Prozent).

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine Integration von Nachhaltigkeitsmanagement im Rahmen praktizierter „Good Corporate Governance“ nur im kleinen Umfang stattfindet. Dabei ist dies nach unserer Auffassung eine Grundlage für effiziente und effektive Gesamtlösungen, die vorhandene Strukturen und Prozesse des internen Kontroll-, Risikomanagement-,

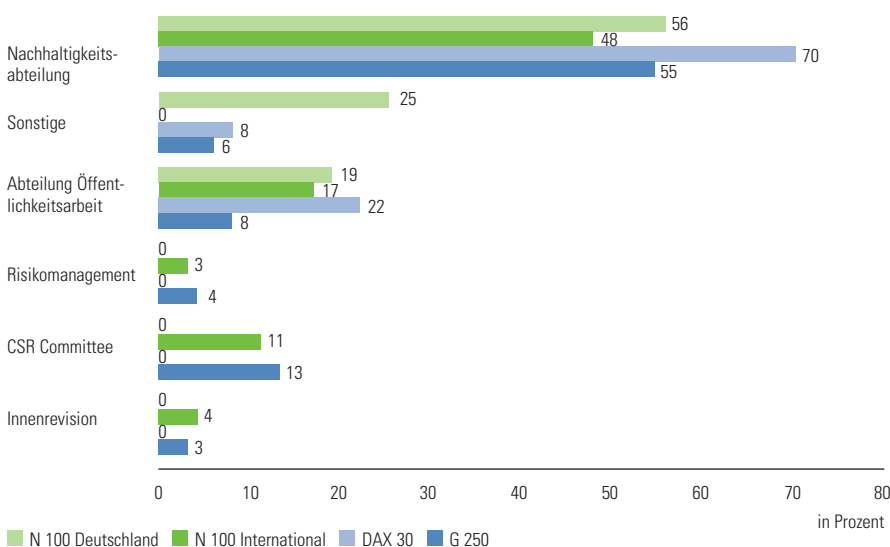
Compliance- und/oder Revisionssystems aufgreifen.

Durch eine Integration bereits bestehender Abteilungen in ein CSR Committee oder eine andere Nachhaltigkeitsorganisationsstruktur kann die Gestaltung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsthemen bedarfsgerecht in allen Bereichen des Unternehmens implementiert werden. Außerdem eröffnet ein Komitee aufgrund seiner Zusammenstellung die Möglichkeit, einen unternehmensweiten Überblick über die verschiedenen Nachhaltigkeitsprojekte zu erstellen und abteilungsübergreifende Umsetzungen einzuleiten. Gleichzeitig bietet eine solche Integration die Chance der kritischen Prüfung vorhandener oder geplanter Elemente des Nachhaltigkeitsmanagements im Hinblick auf ihren Kosten-Nutzen-Beitrag.

Ein Prozess zur kontinuierlichen Bewertung und Steuerung der Nachhaltigkeitsstrategie ist selten erkennbar, da dazu kaum Informationen in den Nachhaltigkeitsberichten zu finden sind. Auch ob, bzw. zu welchem Anteil vom Vorstand über die Ergebnisse und Zielerreichung der Nachhaltigkeitsstrategie an den Aufsichtsrat und die Stakeholder berichtet wird, kann den Berichten in der Regel nicht entnommen werden. Auffällig ist jedoch, dass nur zwei Prozent über identifizierte Verbesserungsmöglichkeiten und entsprechende Maßnahmen zur Anpassung der Nachhaltigkeitsstrategie berichten.

Detaillierte Informationen zur operativen Umsetzung des Nachhaltigkeitsmanagements werden in Kapitel 4.1 dargestellt.

Abb. 11: Für den Bereich Nachhaltigkeit verantwortliche Abteilungen der N 100 Deutschland und DAX 30 im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250)



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 55; DAX 30 = 27

Quelle: KPMG

Trend zu integrativen Lösungen

Bei der Aufbau- und Ablauforganisation geht der Trend klar zu integrativen Lösungen, in denen Nachhaltigkeit als Teil des großen Themenkomplexes Corporate Governance, Risk Management und Compliance aufgefasst wird (sogenannte GRC-Systeme¹).

Unterstützt wird diese Sichtweise zum Beispiel von der Open Compliance and Ethic Group (OCEG), die dafür das OCED Framework for Principled Performance entwickelt hat. Dieser Lösungsansatz kann unmittelbar für alle Aspekte des Nachhaltigkeitsmanagements genutzt werden.

In diesem Modell wird ein integratives System für den genannten Themenkomplex vorgestellt. Integration bedeutet hier ein gemeinsames Verständnis für Begrifflichkeiten, eine gemeinsame technologische Infrastruktur und eine Koordinierung von Aktivitäten.

Die Ziele sind, jederzeit eine einheitliche und übersichtliche Informationslage zur Verfügung stellen zu können und operative Änderungen effektiv umzusetzen.

1 System für einen integrierten Ansatz für Governance, Risk Management und Compliance

Zulieferkette

Aufgrund der zunehmenden (globalen) Vernetzung mit einer Vielzahl von Lieferanten, Vertriebspartnern, Händlern und Kunden ergeben sich für die Unternehmen steigende Risiken, zum Beispiel Nachfrage- und Versorgungsrisiken, Risiken gerichtlicher Auseinandersetzungen und Steuerungsrisiken entlang der gesamten Zulieferkette. Auch Reputationsrisiken bestehen, da potenzielle Kontroversen (etwa bezüglich der Arbeitsbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern) innerhalb der Zulieferkette in der Wahrnehmung der Kunden dem Unternehmen zugerechnet werden und dessen Reputation schaden können.

Im Sinne einer umfassenden Betrachtung reicht es nicht mehr aus, nur die internen Strukturen, Prozesse und Funktionen (zum Beispiel Beschaffung,

Produktion oder Absatz) in einem Unternehmen nach wirtschaftlichen und nachhaltigen Gesichtspunkten optimal zu gestalten. Mit Blick auf Nachhaltigkeit sollte dieser Prozess entlang der gesamten Wertschöpfungskette ausgerichtet sein.

Um diesen Risiken entlang der gesamten Zulieferkette zu begegnen, rücken sowohl die Anforderungen an die Lieferanten hinsichtlich Nachhaltigkeitsthemen (zum Beispiel Einhaltung eines Verhaltenskodexes) als auch an die Erfassung und die Kontrolle durch das Zulieferketten-Management stärker in den Fokus der Unternehmen. Von den 37 Prozent der N 100 Deutschland, die Geschäftsrisiken in der Zulieferkette (N 100 International: 38 Prozent, G 250: 63 Prozent) adressieren, erläutern über 70 Prozent sowohl in Deutschland als auch international, wie der Bereich

Nachhaltigkeit und ein Verhaltenskodex in das Zulieferketten-Management integriert sind.

Für eine nähere Betrachtung der potenziellen Risiken in der Zulieferkette haben wir drei Branchen – Chemie, Automobil und Handel – beispielhaft ausgewählt. In den Branchen Chemie und Automobil liegt der Anteil der Berichterstattung zu Risiken in der Zulieferkette auf einem vergleichbar hohen Niveau sowohl in Deutschland (N 100 und DAX 30: 67 Prozent bis 100 Prozent) als auch im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250: 39 Prozent bis 100 Prozent). Im Handel ist Nachhaltigkeit in der Zulieferkette bei den N 100 Deutschland und den N 100 International hingegen von deutlich geringerer Relevanz (23 Prozent bzw. 29 Prozent) (siehe Abbildung 12).

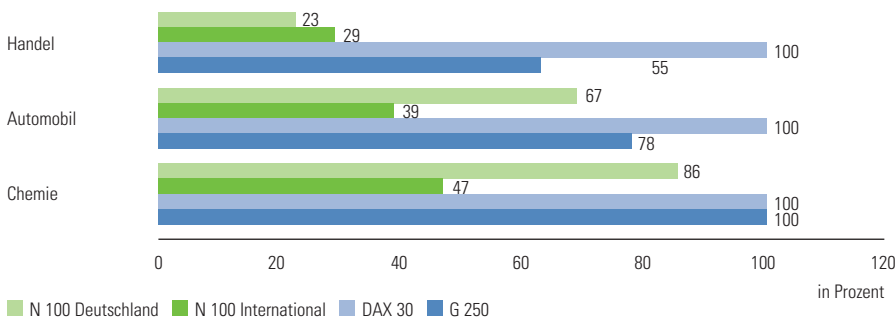
Die Chemiebranche hat in der Vergangenheit mit regulativen Maßnahmen in den Bereichen Umwelt sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz umfangreiche

Erfahrungen gesammelt, die sich in der Berichterstattung über Risiken in der Zulieferkette (86 Prozent) widerspiegeln. Neben der Einhaltung von Arbeits- und Sicherheitsstandards, insbesondere in sogenannten Risikoländern, wird die EU-Verordnung REACH als weiteres regulatives Risiko benannt. In der Chemie wird häufig über die Erfassung produkt- und länderspezifischer Risiken, die Bewertung von Risikolieferanten und Vor-Ort-Kontrollen berichtet, die unter anderem durch ein Lieferkettenmanagement gesteuert werden.

In der Automobilbranche adressieren 67 Prozent der N 100 Deutschland Risiken entlang der Zulieferkette. In der Vergangenheit wurde der Fokus auf Materialqualität, Versorgungssicherheit und Materialpreis gelegt. Daneben sind die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards, regulative Risiken durch Materialverwendung sowie eine nachhaltige Logistik wichtige Themen in der Berichterstattung. Viele der Unternehmen dieser Branche kommunizieren ihre Grundsätze zur Nachhaltigkeit innerhalb der Zulieferkette mittels Lieferantenplattformen, Online-Registrierungen und Schulungen.

Auf Basis unserer Analyse fällt auf, dass der Handel Risiken in der Zulieferkette bisher eine geringere Bedeutung beimisst, obwohl bekanntermaßen zahlreiche Produkte (etwa Textil- und Spielzeugprodukte) aus Risikoländern stammen, wo soziale und ökologische Standards im Herstellungsprozess nicht oder nur unzureichend eingehalten werden. Auch traten in der Vergangenheit medienwirksame Fälle aufgrund fehlender Qualitätsstandards auf, die zum Beispiel Rückrufaktionen für schadstoff-

Abb. 12: Nachhaltigkeitsberichte ausgewählter Branchen der N 100 Deutschland und der DAX 30, die Risiken in der Zulieferkette adressieren, im internationalen Vergleich



Referenzbasis: N 100 Deutschland: Handel = 22; DAX 30: Handel = 2
 N 100 Deutschland: Automobil = 12; DAX 30: Automobil = 4
 N 100 Deutschland: Chemie = 7; DAX 30: Chemie = 4

Quelle: KPMG

haltige Produkte zur Folge hatten, deren Gebrauch oder Konsum zuvor teilweise tödliche Konsequenzen hatte. Unseres Erachtens besteht für den Handel ein nicht unbedeutendes Reputationsrisiko durch die Zulieferkette, die Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens haben kann. Darüber hinaus ist der Vertrieb von nachhaltigen Produkten ein Differenzierungsmerkmal.

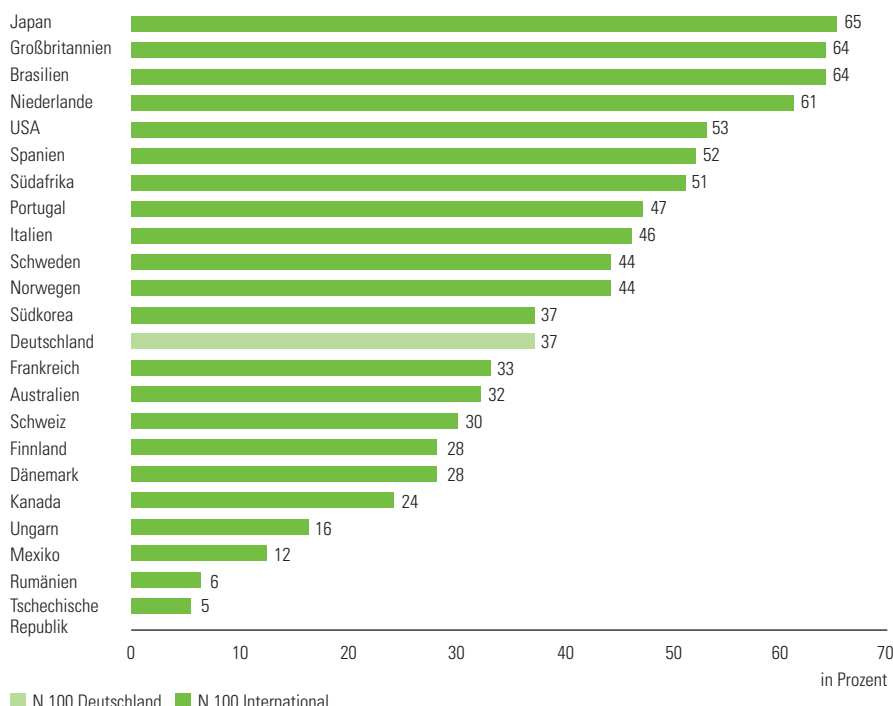
Für etwa die Hälfte der N 100 Deutschland ist Nachhaltigkeit in der Zulieferkette sowohl ein Bestandteil der Unternehmensvision (48 Prozent) als auch ein Bestandteil der Beschaffungspolitik (52 Prozent). Für 44 Prozent ist Nachhaltigkeit in die Unternehmensprozesse

integriert. Von diesen achten weniger als die Hälfte (40 Prozent) bei der Auswahl der Zulieferer auf die Einhaltung von Standards (beispielsweise Umwelt-, Sicherheits- und/oder Sozialstandards) und des Verhaltenskodexes. Dagegen sind diese Anforderungen bei 26 Prozent auch tatsächlich ein Bestandteil der Zulieferverträge. Von einer regelmäßigen Überprüfung dieser Standards, etwa durch Lieferanten-Audits, berichten 25 Prozent, wobei weniger als fünf Prozent der N 100 Deutschland quantitative Angaben über die im Rahmen der Innenrevision überprüften Unternehmen publizieren.

Abbildung 13 zeigt die Berichterstattung über Risiken in der Zulieferkette im Ländervergleich. Die ersten vier Plätze der Rangliste belegen Japan, Großbritannien, Brasilien und die Niederlande. Bei ihnen findet sich bei mehr als 60 Prozent der in diesen Ländern untersuchten Unternehmen eine Risiko-berichterstattung im Hinblick auf die Zulieferkette. Nicht weit dahinter rangieren die USA, Spanien und Südafrika, wo Risiken auf Zulieferseite von über 50 Prozent der Unternehmen angesprochen werden. Es fällt auf, dass Länder wie Deutschland, Frankreich, Schweiz (um 30 Prozent), Finnland, Dänemark und Kanada (um 20 Prozent) mit einer Vielzahl multinational agierender Unternehmen und entsprechenden Lieferketten auf einem relativ niedrigen Niveau bei der Berichterstattung über Risiken entlang der Zulieferkette liegen.

Insgesamt zeigt die Auswertung, dass bei der Mehrheit der N 100 Deutschland, die über Risiken entlang der Zulieferkette berichten, sowohl das Thema Nachhaltigkeit als auch ein Ver-

Abb. 13: Anteil der N 100 Deutschland, die über Risiken in der Zulieferkette berichten, im internationalen Vergleich (N 100 Deutschland und N 100 International)



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100

Quelle: KPMG

haltenskodex Bestandteile der Unternehmenspolitik und in das Lieferkettenmanagement integriert sind. Auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards bei der Lieferantenauswahl wird zunehmend geachtet. Jedoch zeigt sich, dass sowohl bei der Einbindung dieser Standards in die Lieferverträge als auch bei den Prüfungsmechanismen im internationalen Vergleich Steigerungspotenzial besteht.

Nachhaltigkeitsaspekte sollten sich auf die gesamte Wertschöpfungskette beziehen

Wertschöpfungsketten werden immer internationaler, der Produktionsprozess beginnt nicht selten auf der einen Seite des Globus und endet auf der anderen Seite.

Entscheidend für die operative Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategien ist eine effektive Steuerung und Überwachung der Zulieferkette sowie die Stärkung der Transparenz in den Zulieferbeziehungen. Nachhaltigkeitsaspekte sollten auf die gesamte Lieferkette bezogen werden und Beschaffung, Produktionsprozess, Produktdesign, Verpackung sowie CO₂-effiziente Logistik (Carbon Footprint) einbeziehen.

Hierdurch können einerseits Kosteneinsparungen für die Unternehmen aufgezeigt und andererseits durch nachhaltig hergestellte Produkte die Glaubwürdigkeit gegenüber dem Kunden gestärkt und Marktvorteile sowie neue Absatzmärkte geschaffen werden.

Klimawandel

Der Klimawandel stellt Unternehmen vor eine enorme Herausforderung und zwingt Unternehmen aller Größenordnungen, über die strategischen und

finanziellen Auswirkungen auf ihr Geschäft nachzudenken. Ein wichtiger Teil der Strategie ist die Ausrichtung der Nachhaltigkeitsagenda auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen und die damit verbundene Effizienzsteigerung des Energieverbrauchs.

In Zusammenhang mit dem Klimawandel unterscheiden wir zwischen vier Klimarisiken, die Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg haben können: physische, regulatorische, Reputations- und Regressrisiken.⁵ Bei den physischen Risiken handelt es sich um Auswirkungen durch extreme Wetterverhältnisse, während regulatorische Risiken (etwa Treibhausgas-Emissionshandelsgesetz, TEHG) die Verringerung des Ausstoßes von Treibhausgasen umfassen. Künftig werden weitere Branchen in den Emissionshandel einbezogen (beispielsweise Fluggesellschaften ab 2012, Schifffahrt). In England wird bereits der Einzelhandel in den Emissionshandel einbezogen.

Auch wird sich der Trend, dass Nationen über die Europäische Union hinaus Verpflichtungen zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen eingehen, verfestigen. Beim letzten G8-Gipfel haben sich nunmehr auch die USA und aufstrebende Wirtschaftsmächte wie China und Indien zu Reduktionen bereit erklärt, und weitere Länder folgen. Welche konkreten Ziele für die einzelnen Länder im Protokoll der Klimakonferenz in Kopenhagen vom Oktober 2009 künftig tatsächlich festgeschrieben werden, bleibt abzuwarten. Eindeutig ist jedoch, dass regulatorische Reduktionsmaßnahmen zunehmend global eingeleitet werden.

⁵ Climate Changes Your Business, KPMG's review of the business risks and economic impacts at sector level; 2008.

Reputationsverluste können eintreten, wenn die Produktherstellung nicht bedarfsgerecht, nicht sparsam oder nicht umweltgerecht ausgerichtet ist (zum Beispiel Automobilindustrie).

Der Klimawandel und insbesondere die damit verbundenen Risiken in der Berichterstattung der N 100 Deutschland nehmen auch im internationalen Vergleich einen hohen Stellenwert ein, der bei den DAX-Unternehmen noch deutlicher ausgeprägt ist.

Die Mehrzahl der N 100 Deutschland adressiert das Thema Klimawandel in der Berichterstattung, jedoch werden mögliche Risiken und Auswirkungen auf die Strategie und das Geschäftsmodell von weniger als der Hälfte (47 Prozent) der Unternehmen näher erläutert (N 100 International: 69 Prozent). Gleiches gilt für Chancen, die in nur 29 Prozent der Berichte der N 100 Deutschland benannt werden.

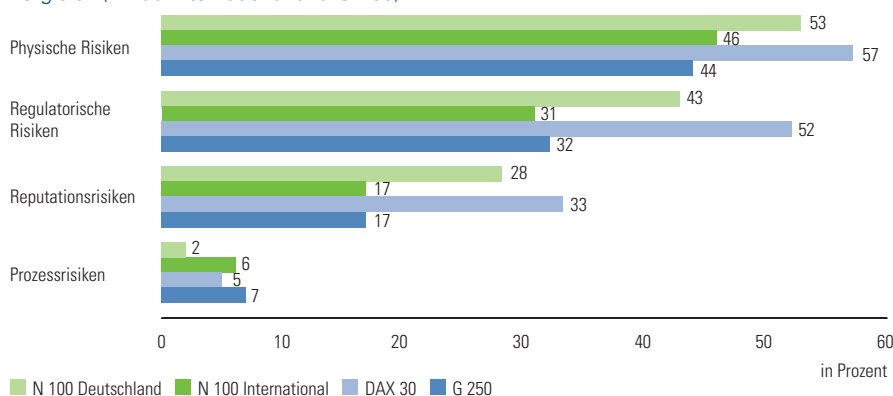
In erster Linie wird der Klimawandel in Deutschland und auch international als ein physisches Risiko wahrgenommen (N 100 Deutschland 2009: 53 Prozent, DAX 30: 57 Prozent, N 100 International 2008: 46 Prozent, G 250: 44 Prozent) (siehe Abbildung 14).

In gesetzlichen Anforderungen sehen 43–52 Prozent der deutschen Unternehmen und 31–32 Prozent der internationalen Unternehmen ein Risiko, gefolgt vom Reputationsverlust mit 28–33 Prozent (International: 17 Prozent). Mit Ausnahme des Prozessrisikos (2–5 Prozent) liegt der prozentuale Anteil der Berichterstattung in Deutschland im internationalen Vergleich höher (rund zehn Prozent).

Bei den N 100 Deutschland sowie den DAX 30 wird das Risiko eines Reputationsverlustes im internationalen Vergleich fast doppelt so hoch eingeschätzt.

Die in der Öffentlichkeit viel diskutierten Veränderungen durch den Klimawandel, die physischen Risiken und die regulatorischen Maßnahmen sind von den deutschen Unternehmen vergleichsweise häufig aufgegriffen worden. Auch die Reputationsrisiken sind häufiger, die Prozessrisiken dagegen weniger in der Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher Unternehmen vertreten. Die möglichen Folgen des Klimawandels sind in Deutschland bereits stärker im Bewusstsein der Unternehmensleitung angekommen. Wenn dieses Wissen zeitnah in nachhaltige Strategien umgesetzt wird, können deutsche Unternehmen ihre Marktposition festigen und nachhaltige Wettbewerbsvorteile sichern.

Abb. 14: Klimarisiken der N 100 Deutschland und DAX 30 nach Typ im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250)



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 47; DAX 30 = 21

Quelle: KPMG

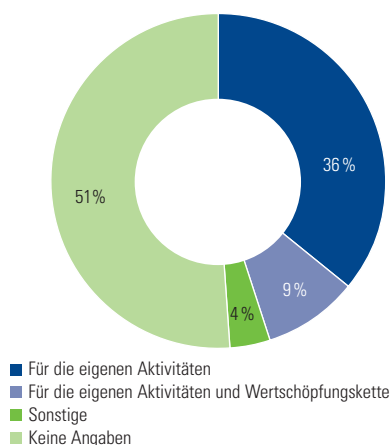
Carbon Footprint

Ein Carbon Footprint ist die Menge an Treibhausgas, die durch eine bestimmte Tätigkeit oder bei der Herstellung eines Produkts erzeugt wird. Kennt man den Carbon Footprint, kann man eine Strategie zur Reduktion entwickeln. Denn was messbar ist, kann auch gesteuert werden. Abgesehen davon, dass die Einsparung von Treibhausgasemissionen zur Eindämmung des Klimawandels notwendig ist, kann ein Unternehmen durch die Steigerung der Energieeffizienz auch deutlich Kosten sparen. Ein international anerkannter Standard für die Erhebung der Emissionsdaten in einem Unternehmen ist das Green House Gas Protocol (GHG Protocol).

Das Carbon Disclosure-Projekt (CDP) ist die weltweit größte Gemeinschaftsinitiative von 475 global tätigen institutionellen Investoren. Im Rahmen des Projekts werden jährlich über 3.000 Kapitalgesellschaften zu ihren CO₂-Daten und Strategien zur Emissionsreduzierung befragt. Die Ergebnisse sind im Internet einsehbar, soweit die Unternehmen einer Veröffentlichung zugestimmt haben. 26 Prozent der N 100 Deutschland nehmen am CDP teil.

Mehr als ein Drittel (36 Prozent) der N 100 Deutschland berichtet über den Carbon Footprint ihrer eigenen Aktivitäten; neun Prozent beziehen die Wertschöpfungskette in diese Berichterstattung ein. Mehr als die Hälfte (51 Prozent) der N 100 Deutschland liefert keine relevanten Informationen oder macht Angaben unter Sonstiges (vier Prozent) zum Carbon Footprint (siehe Abbildung 15).

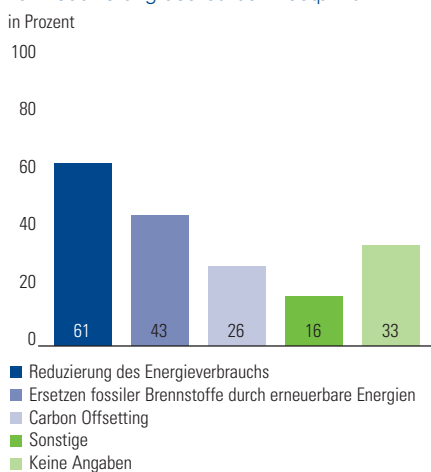
Abb. 15: Angaben zum Carbon Footprint



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100

Quelle: KPMG

Abb. 16: Maßnahmen der N 100 Deutschland zur Reduzierung des Carbon Footprint



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 45

Quelle: KPMG

Von den N 100 Deutschland, die sich zum Carbon Footprint äußern, berichtet die Mehrheit über verschiedene Maßnahmen zur Verringerung ihres Carbon Footprint (siehe Abbildung 16). Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs (61 Prozent), den Ersatz fossiler Brennstoffe durch erneuerbare Energien (43 Prozent), die Kompensation erfolgter Emissionen durch nachträgliche Reduktionsmaßnahmen – sogenanntes Carbon Offsetting (26 Prozent) – und andere Maßnahmen (16 Prozent). 33 Prozent der N 100 Deutschland nennen keine Maßnahmen.

Damit zeigt sich, dass deutsche Unternehmen bereits begonnen haben, Maßnahmen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen umzusetzen. Es wird aber auch deutlich, dass noch längst nicht alle Unternehmen diese Problematik in Angriff genommen haben.

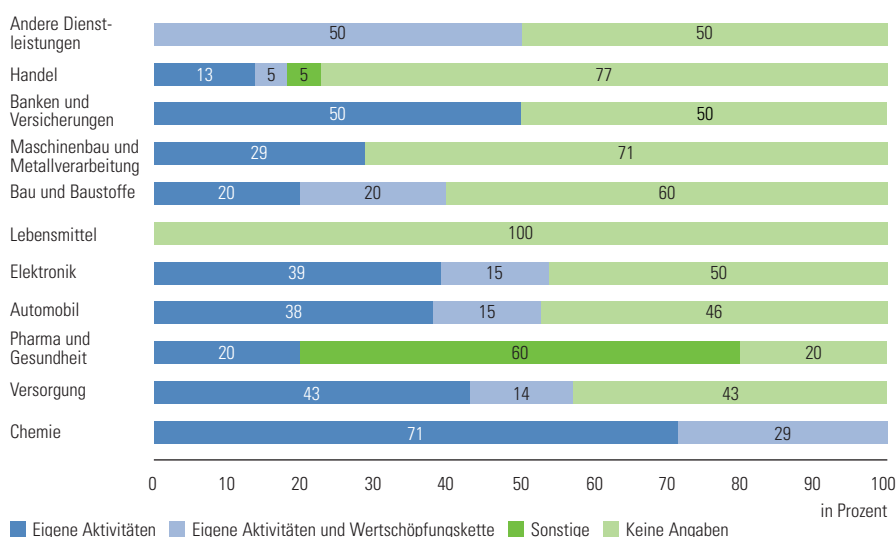
Nach dem GHG Protocol werden drei Anwendungsbereiche für den Carbon Footprint definiert:

- direkte Emissionen: Damit sind alle Emissionen gemeint, deren Quellen vom Unternehmen selbst kontrolliert werden, zum Beispiel eigene Energieerzeugung, Fuhrpark.
- Emissionen durch Elektrizitätsverbrauch.

- andere indirekte Emissionen: Hier liegen die Quellen der Emissionen nicht beim Unternehmen selbst, sondern bei Dritten, zum Beispiel in der Wertschöpfungskette außerhalb des Unternehmens.

Die Mehrheit der Branchen veröffentlicht ihren Carbon Footprint nur für ihre eigenen Aktivitäten. Einige Branchen, wie Chemie, Versorgung, Automobil und Bau und Baustoffe, geben darüber hinaus auch ihren Carbon Footprint für die Wertschöpfungskette an. Bemerkenswert ist, dass Branchen wie Lebensmittel, Handel sowie Maschinenbau und Metallverarbeitung keine bzw. zu mehr als zwei Dritteln keine Angaben machen (siehe Abbildung 17).

Abb. 17: Umfang des berichteten Carbon Footprint



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100

Quelle: KPMG

Der Klimawandel gilt als Haupttreiber der Nachhaltigkeitsbewegung

So wie Klimawandel in der öffentlichen Diskussion und heutigen Medienlandschaft allgegenwärtig ist, gilt Klimaschutz momentan als einer der Haupttreiber für die Nachhaltigkeitsbewegung. Erst kürzlich veröffentlichte das Carbon Disclosure Standards Board (CDSB) einen Entwurfsstandard für die Berichterstattung von Klimadaten in Geschäftsberichten. Parallel dazu arbeitet derzeit unter Federführung des IAASB ein Expertenteam an einem Prüfungsstandard für klimarelevante Informationen. Die erste Entwurfsfassung des „ISAE 34EM Assurance on Greenhouse Gas Statements“ ist im März 2009 erschienen. Das Inkrafttreten des Standards ist für Mitte 2011 geplant.

Nachhaltigkeit auf dem Kapitalmarkt (Investor Relations)

Nachhaltigkeit ist mittlerweile auch an den globalen Kapitalmärkten angekommen, wo das Volumen von Anlagen, bei denen ökologische, soziale und ethische Gesichtspunkte in die Investitionsentscheidung einfließen, stetig wächst. Von den zahlreichen Bezeichnungen für diese Art von Anlagen hat sich der Begriff des Socially Responsible Investment (SRI) durchgesetzt.

Zwar variieren empirische Nachweise hinsichtlich einer besseren oder schlechteren finanziellen Performance von SRI im Vergleich zu traditionell beurteilten Anlagen. Dennoch erfreuen sich diese verantwortungsbewussten Anlageformen wachsender Beliebtheit. Ein Grund hierfür sind die sogenannten „Feel Good-Investoren“ – Anleger also, die ihr Kapital in Unternehmen investieren, die mit ihren individuellen moralischen Vorstellungen vereinbar sind. Investitionsentscheidungen von Feel Good-Investoren erfolgen meist nach Ausschlusskriterien, wobei beispielsweise Titel vermieden werden, deren Geschäftsmodelle in Verbindung mit Rüstung, Tabak, Alkohol, Kernkraft oder Gentechnologie gebracht werden.

Zwei Drittel aller kapitalmarktorientierten Unternehmen der N 100 Deutschland und 73 Prozent der DAX 30 nennen in ihren Berichten Nachhaltigkeitsindizes und Fonds, in denen sie notiert sind. Solche Indizes beruhen auf Leistungsbewertung; sie messen und verfolgen die finanzielle Entwicklung von Unter-

nehmen, die bestimmte Kriterien (beispielsweise Umweltschutz, Anti-Korruptionsmechanismen, Einhaltung von Sozialstandards) unternehmerischer Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette erfüllen, und identifizieren die im Hinblick auf Nachhaltigkeit jeweils führenden Unternehmen. Zu den weltweit bekanntesten Nachhaltigkeitsindizes zählen der Dow Jones Sustainability- und der FTSE4Good-Index.

Jedes fünfte Unternehmen der N 100 Deutschland und etwas mehr als jedes dritte DAX 30-Unternehmen quantifizieren in ihren Nachhaltigkeitsberichten, wie sich ökologische und soziale Maßnahmen auf die Gesamtleistung auswirken. Gleichzeitig steigt die Nachfrage von Analysten und Investoren nach Nachhaltigkeitsaspekten bei Unternehmen. Von den 50 börsennotierten Unternehmen der N 100 Deutschland haben inzwischen 28 Prozent und von den 30 DAX-Unternehmen 37 Prozent Nachhaltigkeitsthemen in den Investor Relations-Rubriken ihrer Webseiten platziert. Darüber hinaus halten neun börsennotierte Unternehmen der N 100 Deutschland sowie sieben der DAX 30 Konferenzen mit Investoren zu Nachhaltigkeitsthemen ab.

Interview

Union Investment, Frankfurt am Main, im Juli 2009
Ingo Speich, Portfoliomanager

Die Union Investment Gruppe ist mit einem verwalteten Vermögen von über 150 Milliarden Euro das Kompetenzzentrum für Asset Management im genossenschaftlichen Finanzverbund und eine der größten deutschen Fondsgesellschaften. Über 2.200 Mitarbeiter betreuen mehr als 700 Fonds für private und institutionelle Anleger. Derzeit sind über 2,5 Milliarden Euro in nachhaltigen Publikumsfonds, Spezialfonds und Beratungsmandaten bei Union Investment angelegt.



Ingo Speich

Welchen Trend sehen Sie in Bezug auf nachhaltige Investments (SRI)? Was sind Ihres Erachtens die Hauptmotive für eine Kapitalanlage in ein nachhaltiges Unternehmen?

Die Beweggründe sind bei institutionellen Kunden größtenteils andere als bei Privatkunden. Die Motivation für ein nachhaltiges Investment liegt bei den Privatkunden stärker auf der emotionalen Ebene, es überwiegen häufig ökologische Motive. Sowohl die Praxis als auch eine von Union Investment durchgeführte Studie zeigen, dass die institutionellen Kunden eine Investitionsentscheidung stärker auf der rationalen Ebene im Rahmen der Optimierung des Risikomanagements diskutieren.

Nehmen wir das Beispiel eines Investors, der rational sogenannte „Eventrisiken“ ausschließen möchte. Dieser

Investor würde zum Beispiel keine Investitionen in Kraftwerke auf Basis von Nukleartechnologie tätigen, da auch bei nicht quantifizierbarem Eintrittschaden das Eintrittsrisiko und damit ein existenzbedrohender massiver Reputationsschaden nicht ausgeschlossen werden kann; während eine emotionale Begründung möglicherweise auf einer generellen Abneigung gegen Nukleartechnologie beruhen könnte. Oder betrachten wir eine Investorenentscheidung zur Tabakindustrie: Emotional argumentiert scheitert ein Investment an der wissenschaftlich nachgewiesenen Gesundheitsschädlichkeit des Produktes, rational am bestehenden Klagerisiko mit hohen Schadensersatzzahlungen, welches aber nicht quantifizierbar ist.

Auch bei nachhaltigen Anlagen bleibt primäres Ziel, dass sie sich rechnen müssen. Wohltätigkeit ist keine Motivation für die Investoren, sondern sie erwarten sinnvolle Renditen. Aktuell fragen insbesondere Pensionskassen mit langfristigem Anlagehorizont von 20 oder 30 Jahren nach nachhaltigen Portfoliooptimierungen aus Risikomanagementsicht.

Zusammenfassend kann ich sagen: Wir beobachten zwei Trends – bestehende Investmentprodukte werden nachhaltiger und es fließen aktiv mehr Mittel in nachhaltige Investmentprodukte. Insgesamt ist der Markt durch starke Wachstumsraten gekennzeichnet mit einer deutlichen Intensivierung in den letzten zwölf Monaten, insbesondere nach der Insolvenz von Lehman Brothers.

Welche Strategie verfolgt die Union Investment in diesem Zusammenhang?

Union Investment hat langjährige Erfahrungen aufgrund unserer Nähe zu Stiftungen und kirchennahen Institutionen. Wir verfügen mit mehr als 2,5 Milliarden Euro an nachhaltigen Assets über eine solide Vermögensbasis, um diese weiter ausbauen zu können. Unsere aktiven Nachhaltigkeitsprodukte sind gut positioniert und unser eigenes Nachhaltigkeits-Research haben wir kürzlich weiter deutlich verstärkt. Nachhaltigkeitsanalysen werden von unserem eigenen, spezialisierten Research-Team betrieben, wir nutzen aber auch externe Datenbankanbieter. So können wir auf aktuelle Veränderungen schnell reagieren und bilden uns eine eigene Meinung zum proaktiven Handeln.

Nachhaltigkeit ist aber auch ein zunehmend wichtiger Aspekt für unser gesamtes fundamentales Research. So müssen beispielsweise unsere Analysten für den Versorgersektor Kenntnisse über CO₂-Emissionszertifikate haben, um Auswirkungen der

Verteuerung von Zertifikaten auf die künftige Profitabilität der Versorgungsunternehmen einschätzen zu können. Unsere Analysten im Sektor Nahrungsmittel müssen die aktuellen Verbrauchertrends hin zu Produkten mit hohem Gesundheits- bzw. Wellnesswert kennen, um Risikopotenziale einschätzen zu können: Sind die Produkte wirklich nachhaltig und können die prognostizierten Umsatzpotenziale erreicht werden? Könnten Kundenboykotts zu Umsatzausfällen und Reputationsschäden führen?

Zudem treten wir als Interessenvertreter unserer Anleger aktiv bei Hauptversammlungen auf und adressieren dort diverse Nachhaltigkeitsaspekte. So haben wir im vergangenen Jahr insbesondere auch Themen zur Corporate Governance und Managementstrukturen, CO₂-Emissionen und deren Auswirkungen auf Produkte und Kosten oder zur Datensicherheit in unsere Redebeiträge integriert.

Hat ein nachhaltiges Investment einen „Mehrwert“? Falls ja, wo sehen Sie diesen und kann dieser bewertet werden?

Es ist schwierig zu beurteilen, ob Nachhaltigkeit einen positiven Wertbeitrag stiftet. Natürlich gibt es zu diesem Thema diverse Studien mit unterschiedlichen Aussagen über den Mehrwert nachhaltiger Unternehmensführung. Klar ist: Nachhaltigkeit per se führt zu keinem Nachteil.

Union Investment verfolgt das Ziel, Nachhaltigkeit und attraktive Rendite in Einklang zu bringen, das heißt, eine vergleichbare attraktive Rendite mit gutem Gewissen erzielen zu können. Das Ziel ist eine Benchmark (zum Beispiel MSCI-World) unter der Prämisse einer nachhaltigen Geldanlage zu schlagen, mindestens aber die gleiche Rendite zu erwirtschaften. Eine besondere Herausforderung besteht darin, aus Nachhaltigkeitsaspekten auszuschließende Werte, die stark mit dem Markt laufen, zu kompensieren und dabei ein vergleichbares Risikoprofil abzubilden. Hier stellt sich spätestens die Frage, welches Investment das Kriterium der Nachhaltigkeit erfüllt und welches nicht. Dabei verfolgen wir in unserem Auswahlprozess primär den „Best-in-class“-Ansatz, das heißt, wir wählen die nach unserer Analyse nachhaltigsten Unternehmen eines Sektors für eine Anlage aus.

Unsere Nachhaltigkeitsanalyse ist keine quantitative Analyse, sondern eine qualitative Würdigung beispielsweise der sehr wichtigen Aspekte Managementqualität und Corporate Governance. Wir führen eine multidimensionale Unternehmensbewertung unter Berücksichtigung von weiteren Aspekten wie Umwelt, Gesellschaft/Corporate Citizenship und soziale Komponenten durch. Dabei bewerten wir zum Beispiel, ob die Unternehmenssteuerung nach nachhaltigen Kriterien erfolgt, wie hoch das soziale Engagement des Unternehmens ist, nach welchen Zielen das Vergütungssystem für Aufsichtsrat und Vorstand

ausgestattet wurde, wie Umweltpolitik unternehmensintern ausgestaltet wird oder in welchem Umfang Sozialstandards vorhanden sind. Wir analysieren jeweils sektorspezifisch die wesentlichen Nachhaltigkeitsfaktoren. Bei einem Unternehmen der Chemiebranche stehen sicherlich die Aspekte Arbeitssicherheit, Transportsicherheit und Umwelt im Vordergrund, bei einem Softwarehersteller überwiegen hingegen eher Aspekte der Mitarbeitermotivation und -bindung. Innerhalb der Sektoren vergleichen wir dann, wie stark die Unternehmen jeweils diese Nachhaltigkeitsaspekte umgesetzt haben. Dabei ist auch die gesamte Wertschöpfungskette zu berücksichtigen, das heißt, wie hat das Unternehmen Nachhaltigkeit zum Beispiel in der Lieferkette implementiert?

Welche Bedeutung haben Nachhaltigkeitsberichte für Sie? Worauf achten Sie bei Ihrer Analyse der Nachhaltigkeitsberichte besonders?

Nachhaltigkeitsberichte sind eine wesentliche Quelle für unsere Analyse. Leider gibt es keine einheitlichen Berichtsstandards, die eine Vergleichbarkeit zwischen den Sektoren bzw. im jeweiligen Sektor ermöglichen. Natürlich helfen die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) oder das Carbon Disclosure Project (CDP), aber die Analyse ist nicht vergleichbar mit der Qualität der Finanzanalyse, da die Fakten schwerer greifbar sind. Es wäre wünschenswert, wenn Unternehmen

Nachhaltigkeitsberichte in vergleichbarer Qualität zu ihren Finanzberichten erstellen würden. Ideal wäre es, wenn die Unternehmen auch unterjährig über nachhaltige Aspekte berichten würden, das würde das Monitoring der Datenbasis ebenfalls verbessern.

Die Einführung einer verpflichtenden Berichterstattung fordern wir aber nicht. Investoren sollten vielmehr fordern, dass Nachhaltigkeit in die Score Card von Vorstand und Aufsichtsrat integriert wird. Das Ziel ist, den Bewusstseinswandel in den Unternehmen durch eine Verankerung in der Strategie und der Unternehmensphilosophie zu erreichen und nicht durch einen Zwang zur Berichterstattung.

Neben der Analyse der Berichte setzen wir stark auf eine Kommunikation mit dem Management, um einen vertieften Eindruck von der Intensität von Nachhaltigkeit im Unternehmen zu bekommen. Der aktive Unternehmenskontakt steht sicherlich für uns an erster Stelle.

Welche Bedeutung hat für Sie die Tatsache, dass Nachhaltigkeitsberichte geprüft sind?

Wir finden es prinzipiell gut, wenn Nachhaltigkeitsberichte von Prüfungsgesellschaften geprüft werden, denn das erhöht die Glaubwürdigkeit und sichert die Datenqualität. Besonders positiv sehen wir die Integration der Nachhaltigkeitsberichterstattung in den Lagebericht. Der Lagebericht wird vom

gesamten Management unterschrieben und das Management bezeugt hiermit eine besondere Verpflichtung zu den Aspekten der Nachhaltigkeit. Dem stehen zum Beispiel Berichte zur Nachhaltigkeit entgegen, die durch die Kommunikationsabteilung auf Basis von losen, unsystematisch zusammengestellten Informationen erstellt werden.

Wir erkennen es positiv an, wenn die Berichterstattung geprüft wurde, denn ein solches Qualitätsniveau ist sicherlich schwer umzusetzen und für viele Unternehmen derzeit unerreichbar.

4 Nachhaltigkeitsstrategie und -management

Wichtigste Erkenntnisse im Überblick

- 44 Prozent der N 100 Deutschland pflegen einen strukturierten Dialog mit ihren Stakeholdern.
- Über die Hälfte der N 100 Deutschland hat eine Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen festgelegt. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit im oberen Mittelfeld.
- 56 Prozent der N 100 Deutschland verfügen über ein Nachhaltigkeitsmanagement einschließlich entsprechender Messsysteme.
- 46 Prozent der N 100 Deutschland berichten über Geschäftschancen und wirtschaftliche Vorteile aufgrund der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten im Rahmen des unternehmerischen Handelns. Im Branchenvergleich bestehen große Unterschiede.
- Zwei Drittel der N 100 Deutschland machen keine Angaben zur Organisationsstruktur ihres Nachhaltigkeitsmanagements.
- Nur acht Prozent der N 100 Deutschland publizieren einen Nachhaltigkeitsbericht ohne relevante Informationen über die Nachhaltigkeitsstrategie und/oder das Nachhaltigkeitsmanagement.

sozialer Aspekte in die bestehenden Geschäftsprozesse gestellt werden, systematisch zu erfüllen und die sich daraus ergebenden Chancen zu nutzen und gleichzeitig Risiken zu minimieren.

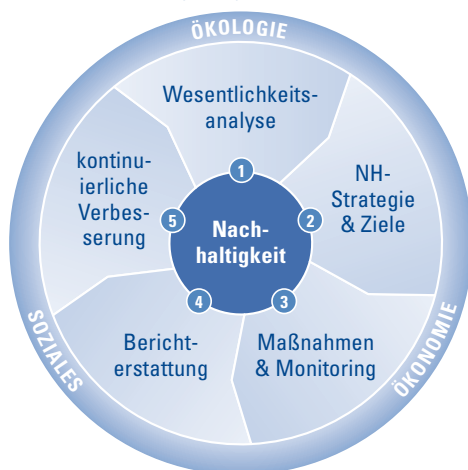
Wie haben nun die N 100 Deutschland 2008 ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem zur Sicherstellung einer nachhaltigen Wertschöpfung implementiert und operativ umgesetzt? Die Phasen in Abbildung 18 orientieren sich an unserem Verständnis des Nachhaltigkeitsprozesses.

4.1 Wesentlichkeitsanalyse im Kontext der Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit umfasst potenziell ein weites Themenspektrum. Deshalb sehen sich Unternehmen der Herausforderung gegenüber, die für eine nachhaltige Wertschöpfung relevanten Themen zu identifizieren. Diese Problemstellung greift das Konzept der Wesentlichkeit auf, wobei eine ausgewogene Analyse wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen mehrere Zwecke gleichzeitig erfüllt. Bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten ist sie elementare Voraussetzung dafür,

- Inhalte und Informationen in einem überschaubaren und glaubwürdigen Rahmen zu kommunizieren
- sich dabei auf Themen zu beschränken, die wichtig sind für den langfristigen unternehmerischen Erfolg und zugleich die Informationsbedürfnisse verschiedener Stakeholder-Gruppen befriedigen.

Abb. 18: Darstellung zum Ablauf eines Nachhaltigkeitsprozesses



Quelle: KPMG

In der Vergangenheit ist die Nachhaltigkeitsberichterstattung von vielen Unternehmen als Marketinginstrument angesehen worden. Dieser Eindruck wurde bei genauerer Betrachtung zumeist dadurch bestätigt, dass die für ein effektives Nachhaltigkeitsmanagement erforderlichen Strukturen in den Unternehmen nicht oder nur in Teilen vorhanden waren. Doch nur ein umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement ermöglicht es, die komplexen Anforderungen, die an die Integration ökologischer und

Ihren ganzen Nutzen entfaltet eine ausgewogene Wesentlichkeitsanalyse aber erst, wenn sie in Nachhaltigkeitsstrategie und -management eines Unternehmens integriert ist und so zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung beiträgt.

Ursprünglich stammt das Konzept der Wesentlichkeit aus der Finanzberichterstattung. So gelten zum Beispiel im Rahmenwerk der International Financial Reporting Standards (IFRS) die Informationen als wesentlich, deren Auslassung oder falsche Darstellung die Entscheidungsfindung von Investoren beeinflussen kann. Entsprechend werden bei der Jahresabschlussprüfung insbesondere quantitative Schwellenwerte festgelegt, um das Risiko einer fehlerhaften Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu bewerten. Wesentlichkeit im Kontext der Nachhaltigkeit hat naturgemäß einen weiteren Fokus als für vergangenheitsbezogene Finanzinformationen. Bei der

Festlegung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen sollte die Perspektive nicht nur rückblickend, sondern auch zukunftsgerichtet sein und dabei jene ökonomischen, ökologischen sowie sozialen Belange in der Wertschöpfung berücksichtigen, die von Bedeutung für ein Unternehmen und dessen Stakeholder sind.

Für die Identifizierung und Bestimmung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen sowie den damit verbundenen Chancen und Risiken können sich Unternehmen verschiedener Quellen bedienen. Dazu zählen Recherchen zum Markt, zu den Wettbewerbern und dem politisch-rechtlichen Umfeld. Unerlässlich für eine ausgewogene und verlässliche Wesentlichkeitsanalyse ist die Einbindung der relevanten Stakeholder – angefangen bei den Mitarbeitern über Kunden, Lieferanten und Investoren bis zu Anwohnern, Gemeinden und Behörden. Stakeholder-Engagement in Form eines proaktiven Dialogs fördert bei

Wesentlichkeitsanalysen in Nachhaltigkeitsprüfungen

Wesentlichkeit im Kontext der Nachhaltigkeit hat einen festen Platz im internationalen KPMG-Prüfungsansatz für Nachhaltigkeitsberichte (KSAM). Wichtige Bestandteile einer Nachhaltigkeitsprüfung sind umfangreiche Recherchen und Analysen zu Markt, Wettbewerbern, dem öffentlich-rechtlichen Umfeld, Interessen und Forderungen von Stakeholdern sowie der Nachhaltigkeitsstrategie des jeweiligen Unternehmens. Die dabei identifizierten Themen werden nach Relevanz für die Stakeholder sowie für den langfristigen Erfolg des Unternehmens bewertet und priorisiert.

Basierend auf diesen Erkenntnissen erhalten die geprüften Unternehmen ein Benchmarking hinsichtlich Integration und Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen und somit ein besseres Verständnis von den heutigen Erwartungen der Stakeholder an sie und die Transformation der Märkte in Bezug auf Umwelt- und Sozialthemen. Wesentlichkeitsbestimmung im Rahmen von Nachhaltigkeitsprüfungen helfen bei der strategischen Neuausrichtung zu einer nachhaltigen Wertschöpfung und tragen letztendlich zu einer kontinuierlichen Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung bei.

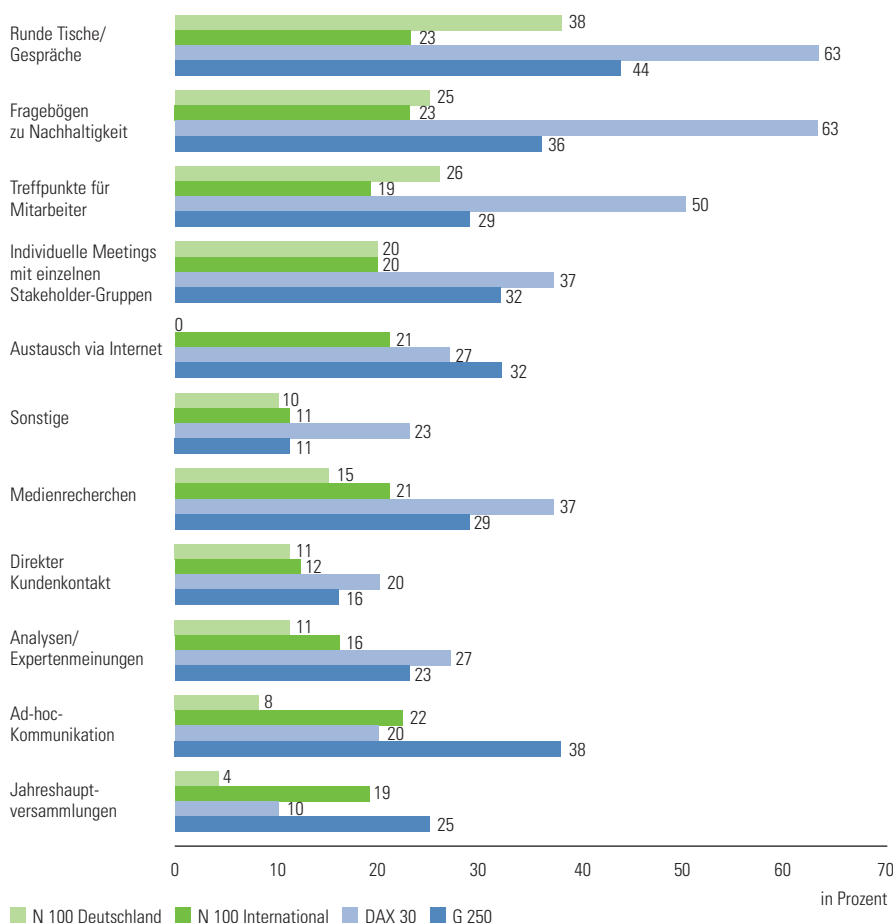
Unternehmen das Verständnis für die Anforderungen der jeweiligen Gruppen.

Das Stakeholder-Engagement zur Identifizierung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen ist von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich ausgeprägt und schwankt zwischen informellen Kommunikationswegen und strukturierten Dialogen. Als strukturiert kann ein Stakeholder-Dialog angesehen werden,

wenn kontinuierlich, unter Anwendung definierter Methoden (Runde Tische, individuelle Meetings und Befragungen etc.) Meinungen relevanter Stakeholder eingeholt und bewertet werden. Die zentralen, im Rahmen des Dialogs ermittelten Erwartungen der Stakeholder sollten bei der Festlegung der Nachhaltigkeitsstrategie und der Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts Berücksichtigung finden.

Die Identifizierung und Priorisierung der Anforderungen der relevanten Stakeholder und die Veröffentlichung der verwendeten Formen des Stakeholder-Dialogs sowie der berücksichtigten Stakeholder sind elementar für Transparenz und Glaubwürdigkeit des Nachhaltigkeitsmanagements eines Unternehmens.

Abb. 19: Formen des von den N 100 Deutschland und DAX 30 praktizierten Stakeholder-Engagements im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250)



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100; DAX 30 = 30
Quelle: KPMG

Direkte Einbindung der Stakeholder

Unternehmen der N 100 Deutschland holen sowohl über informelle Wege als auch mittels strukturierter Prozesse Informationen über die Anforderungen der Stakeholder ein. Insgesamt geben 34 Prozent der Unternehmen an, die Belange der Stakeholder informell in Erfahrung zu bringen. Weitere 44 Prozent der N 100 Deutschland pflegen ein strukturiertes Stakeholder-Engagement. Im internationalen Vergleich konnten bei 54 Prozent der betrachteten Unternehmen ein informeller und bei 62 Prozent ein strukturierter Stakeholder-Dialog festgestellt werden.

38 Prozent der N 100 und 63 Prozent der DAX 30-Unternehmen suchen für die Abfrage der Nachhaltigkeitsbelange den direkten Kontakt zu den Stakeholdern mittels Runder Tische oder Gespräche. Dieser Anteil ist im internationalen

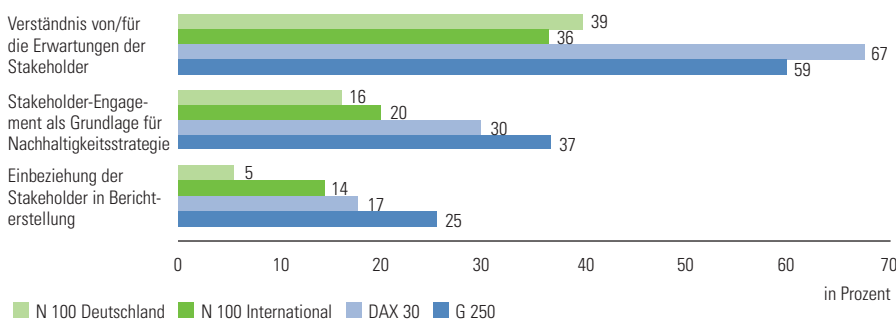
Vergleich (N 100 International: 23 Prozent bzw. G 250: 44 Prozent) deutlich überdurchschnittlich (siehe Abbildung 19). Hinsichtlich der weiteren angewandten Formen des Stakeholder-Engagements der N 100 Deutschland und DAX 30-Unternehmen folgen mit einigem Abstand die Nutzung persönlicher Kontakte der Mitarbeiter mit einem Anteil von 26 Prozent bzw. 50 Prozent (N 100 International 2008: 19 Prozent, G 250: 29 Prozent), die Verwendung spezifischer Fragebögen zu Nachhaltigkeit mit einem Anteil von 25 Prozent bzw. 63 Prozent (N 100 International 2008: 23 Prozent, G 250: 36 Prozent) sowie individuelle Meetings mit einem Anteil von 20 Prozent bzw. 37 Prozent (N 100 International 2008: 20 Prozent, G 250: 32 Prozent). Alle anderen Dialogformen der N 100 Deutschland weisen einen Anteil von 15 Prozent und weniger auf (DAX 30: zehn Prozent–37 Prozent: zum Beispiel Jahreshauptversammlung und Medienrecherchen).

Interesse an Stakeholder-Erwartungen

Wird nach dem Grund der Stakeholder-Einbindung gefragt, geben 39 Prozent der N 100 Deutschland und 67 Prozent der DAX 30-Unternehmen an, den Dialog mit den Anspruchsgruppen zu suchen, um ein klareres Verständnis von deren Erwartungen an das Unternehmen zu erhalten (siehe Abbildung 20). Dieser Anteil deckt sich annähernd mit dem Wert der internationalen Betrachtung (36 bzw. 59 Prozent). Ein Anteil von 16 Prozent der N 100 Deutschland und 30 Prozent der DAX 30 verwenden die aus dem Stakeholder-Engagement erhaltenen Informationen, um die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens festzulegen (N 100 International: 20 Prozent, G 250: 37 Prozent). Deutliche Unterschiede ergeben sich im internationalen Vergleich bei der Verwendung der aus dem Stakeholder-Engagement erhaltenen Informationen für die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts: Während das Stakeholder-Engagement in Deutschland nur für fünf bzw. 17 Prozent der Unternehmen eine Grundlage für den Nachhaltigkeitsbericht bildet, sind es bei den ausländischen Unternehmen 14 Prozent bzw. 25 Prozent.

Im Rahmen der Berichterstattung werden von mehr als der Hälfte der N 100 Deutschland (54 Prozent) in den Nachhaltigkeitsberichten die wesentlichen einbezogenen Stakeholder-Gruppen genannt.

Abb. 20: Gründe für das Stakeholder-Engagement der N 100 Deutschland und DAX 30 im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250)



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100; DAX 30 = 30

Quelle: KPMG

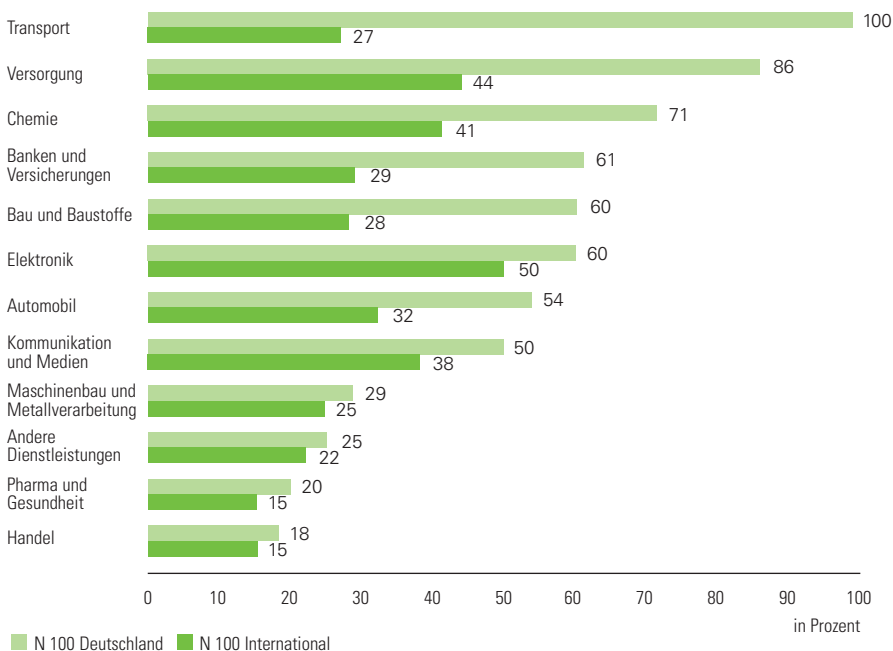
Geschäftsrisiken und -chancen durch Nachhaltigkeit

Die zunehmende Sensibilität der Verbraucher für Nachhaltigkeit erfordert einen Prozess ständiger Anpassung an die Marktbedürfnisse. Daraus entstehen Geschäftsrisiken für Unternehmen, die sich in besonders stark regulierten Märkten betätigen – etwa im Umweltbereich. Aber auch Reputationsrisiken sind in diesem Zusammenhang zu erwähnen. Auf der anderen Seite bieten diese Risiken auch Chancen – eine Perspektive, die viele Unternehmen einnehmen: Insgesamt versprechen sich 46 Prozent der N 100 Deutschland Geschäftschancen oder finanzielle

Vorteile von ihrem Nachhaltigkeitsmanagement.

Nach Branchen sehen insbesondere Transport- und Energieunternehmen (100 Prozent bzw. 86 Prozent) sowie Unternehmen der chemischen Industrie (71 Prozent) in einer nachhaltigen Unternehmensführung wirtschaftliche Vorteile (siehe Abbildung 21). Da diese Branchen besonders häufig für Boden- und Wasserverunreinigungen oder Treibhausgasemissionen mit Kosten belastet werden, erscheint es folgerichtig, dass gleichzeitig auch Chancen aufgrund von Maßnahmen (etwa durch innovative Technologien oder Produkte) erkannt werden (siehe hierzu auch Kapitel 4.3).

Abb. 21: Anteil der N 100 Deutschland und N 100 International nach Branchen, die sich Geschäftschancen oder finanzielle Vorteile von Nachhaltigkeit versprechen



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 100

Quelle: KPMG

Mit einigem Abstand folgen mit circa 60 Prozent Banken und Versicherungen, Bau und Baustoffe sowie Elektronik. Hingegen erkennen in der Nachhaltigkeit derzeit nur rund die Hälfte der Unternehmen der Automobil- und der Kommunikationsindustrie wirtschaftliche Vorteile.

Geschäftschancen und wirtschaftliche Vorteile durch Nachhaltigkeit schwanken stark zwischen den verschiedenen Branchen und stehen offenbar in einem direkten Zusammenhang mit der Einschätzung der Betroffenheit der Unternehmen von nachhaltigkeitsrelevanten Themen und den gegebenen Einflussmöglichkeiten.

Betrachtet man die N 100 International nach Branchen, fällt auf, dass diese das Potenzial für Geschäftschancen und wirtschaftliche Vorteile im Vergleich zu Deutschland geringer einschätzen als vermutet.

4.2 Strategie und Ziele

Ist eine Informationsbasis über die bestehenden Nachhaltigkeitsanforderungen geschaffen worden, lassen sich die identifizierten Risiken und Chancen bewerten und daraus eine auf das Unternehmen zugeschnittene Strategie unter Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte ableiten. Hierbei sollten sich die übergeordneten Nachhaltigkeitsanforderungen in der Vision und den Zielen des Unternehmens widerspiegeln und konsequenterweise in die bestehende Unternehmenskultur integriert werden. GleichermäÙen sollte Nachhaltigkeit

einen integrativen Bestandteil der Unternehmenspolitik und des Unternehmensleitbilds darstellen.

Um die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens zu erhöhen, empfiehlt sich darüber hinaus eine nachhaltige Unternehmensführung.

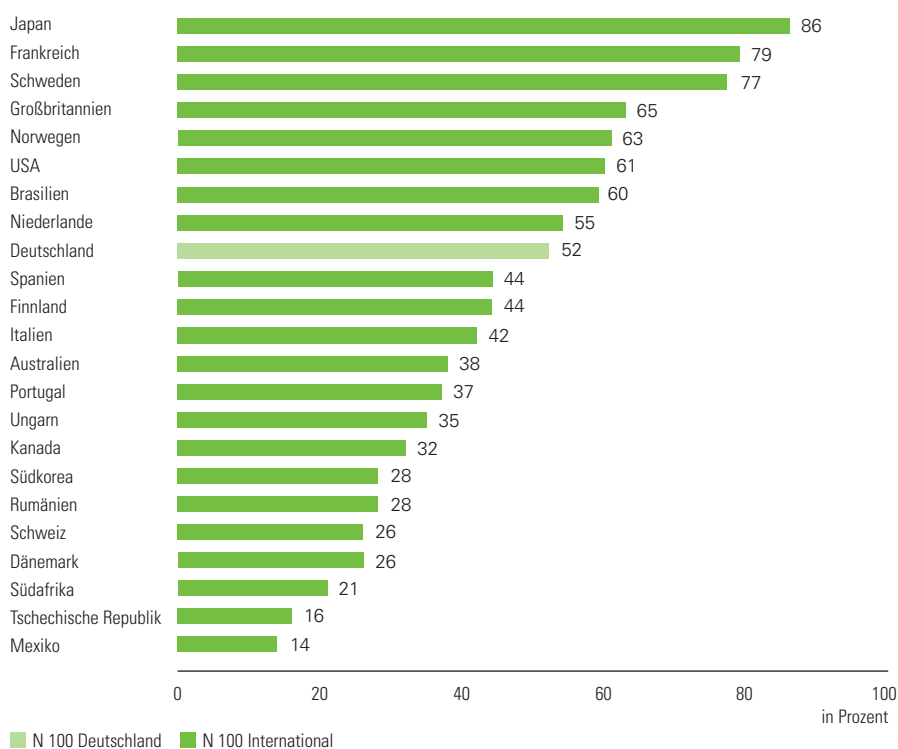
Über die Hälfte der N 100 Deutschland (52 Prozent) verfügt über eine Nachhaltigkeitsstrategie (DAX 30: 77 Prozent) und über entsprechend festgelegte Ziele. 40 Prozent der N 100 Deutschland haben darüber hinaus Leistungsindikatoren benannt, die in direkter Verbindung zu den definierten Zielen stehen. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland auf dem neunten Rang.

Die führenden Positionen Japans und Frankreichs im Ländervergleich verdeutlichen, dass nationale regulatorische Maßnahmen die Einbindung von Nachhaltigkeitsthemen in die Unternehmensstrategie deutlich fördern (siehe Abbildung 22).

51 Prozent der N 100 Deutschland heben in ihrem Nachhaltigkeitsbericht die hohe Bedeutung des Aspekts Nachhaltigkeit für die Geschäftsleitung hervor.

Acht Prozent der Unternehmen in den N 100 Deutschland veröffentlichen einen Nachhaltigkeitsbericht ohne Beschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele. 14 Prozent der deutschen Unternehmen veröffentlichen eine Strategie und Ziele ohne korrespondierende Mission, Vision oder Nachhaltigkeitspolitik.

Abb. 22: Unternehmen der N 100 Deutschland mit veröffentlichter Nachhaltigkeitsstrategie einschließlich Zielen im internationalen Vergleich (N 100 Deutschland und N 100 International)



Quelle: KPMG

4.3 Maßnahmenumsetzung und Monitoring

Zur Umsetzung einer festgelegten Nachhaltigkeitsstrategie muss eine geeignete Organisationsstruktur aufgebaut werden. Dadurch, dass Nachhaltigkeit eine klassische Querschnittsfunktion darstellt – verschiedene Abteilungen und Bereiche (Umwelt, Arbeits- und Gesundheitsschutz etc.) sind in dieses Thema eingebunden – ergibt sich die Notwendigkeit einer zentralen Koordination. Zu diesem Zweck werden von den Unternehmen zumeist Stabsabteilungen und andere übergeordnete Gremien geschaffen, denen weitere Organisationseinheiten unterstellt sind. Ein effizientes Management der Nachhaltigkeitsaspekte erfordert dabei eine klare Zuweisung der Verantwortlichkeiten bei gleichzeitig synergetischer Integration der Funktionen in die bestehende Organisationsstruktur.

Darüber hinaus muss das Nachhaltigkeitsmanagement festgelegt werden – einschließlich der Ziele und Maßnahmen, um die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie greifbar und messbar zu machen. Bei der Umsetzung der Maß-

nahmen orientieren sich die Unternehmen in der Regel an internen und externen Leitlinien und Standards.

Den organisatorischen Aufbau ihres Nachhaltigkeitsmanagements beschreiben 33 Prozent der N 100 Deutschland.

Die Messung der Zielerreichung erfordert effektive und effiziente Kontroll- und Steuerungssysteme. Auf Basis unserer Auswertungen zeigt sich, dass annähernd alle Unternehmen national wie international, die Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele definiert haben, auch ein entsprechendes Managementsystem implementiert und einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht haben (siehe Abbildung 23).

Normative Rahmenwerke für Unternehmensverantwortung

In der Vergangenheit haben unterschiedliche Organisationen weltweit Leitlinien und Prinzipien im Sinne normativer Rahmenwerke mit Nachhaltigkeitsbezug entwickelt. Darunter sind Verhaltensregeln zu verstehen, die Unternehmen substanzielle Anleitungen und Orientierung geben, was verantwortungsbewusste und nachhaltige Geschäftspraktiken bedeuten.

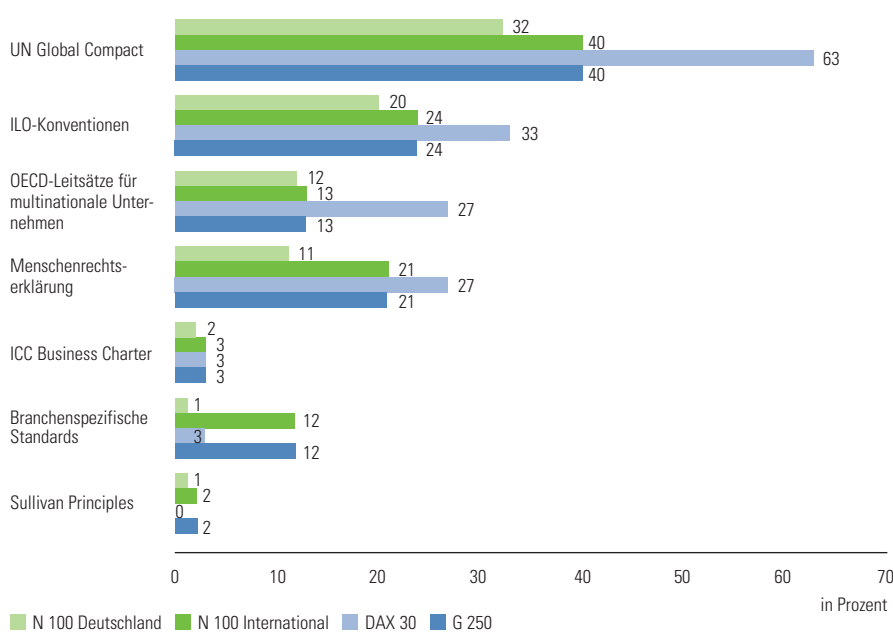
Verglichen mit den Werten auf internationaler Ebene zeigt sich, dass in Deutschland ansässige Unternehmen ungefähr in gleichem Maß normative Rahmenwerke in ihren Geschäftstätigkeiten berücksichtigen wie Unternehmen im Ausland. Allerdings hat sich mit 63 Prozent der DAX 30-Unternehmen ein überproportional hoher Anteil den zehn Prinzipien des UN Global Compact verschrieben. Ungefähr jedes fünfte deutsche Unternehmen und ein Drittel

Abb. 23: Grad der Implementierung des Nachhaltigkeitsmanagements bei den N 100 Deutschland und DAX 30 im internationalen Vergleich (N 100 International und G 250), Angaben in Prozent

Unternehmen	Nachhaltigkeitsberichterstattung	Strategie mit festgelegten Zielen	Management und Messsystem
N 100 Deutschland	59	52	56
N 100 International	45	43	41
DAX 30	87	77	77
G 250	79	73	64

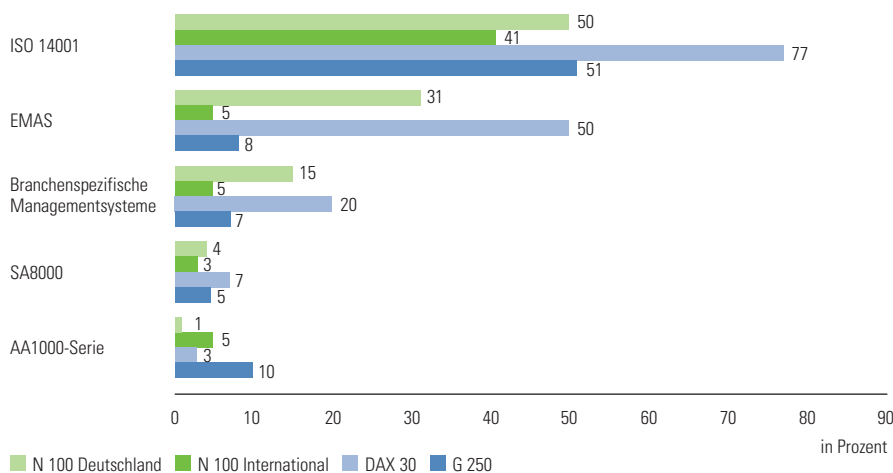
Quelle: KPMG

Abb. 24: Bezugnahme auf normative Rahmenwerke im Bereich der Nachhaltigkeit



Quelle: KPMG

Abb. 25: Bezugnahme auf implementierte Managementsysteme



Quelle: KPMG

der DAX 30 erwähnen in ihrer Berichterstattung, dass sie sich bezüglich Arbeitnehmerbelangen an den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (International Labour Organisation – ILO) orientieren und diese umsetzen. Weiterhin beziehen sich in ihren Berichten zwölf Prozent der N 100 Deutschland bzw. 27 Prozent der DAX 30 auf die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sowie elf Prozent bzw. 27 Prozent auf die Menschenrechts-erklärung (siehe Abbildung 24). Wie auch auf internationaler Ebene gibt nur ein geringer Anteil (zwei Prozent) der N 100 Deutschland an, sich an den 16 Prinzipien der Business Charter for Sustainable Development der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce – ICC) zu orientieren.

Managementsysteme

Im Gegensatz zu normativen Rahmenwerken liegt der Fokus von Managementsystemen auf der Integration und operativen Umsetzung von Nachhaltigkeitssachverhalten. Managementsysteme sind in der Regel stark prozessorientiert und teilweise mit Zertifizierungsschemata verknüpft.

Unsere Erhebungen belegen, dass gerade in deutschen Unternehmen Managementsysteme überproportional implementiert sind. Insbesondere gilt dies für umweltorientierte Managementsysteme wie ISO 14001 oder EMAS (siehe Abbildung 25). Wenn auch nicht so deutlich, kann der gleiche Trend bezüglich branchenspezifischer Managementsysteme, beispielsweise für die Umsetzung der EU-Verordnung REACH, für in Deutschland ansässige Unternehmen beobachtet werden. Hinweise auf Implementierung des SA8000,

hauptsächlich eingesetzt für Zertifizierungen von Zulieferbetrieben in weltweiten Wertschöpfungsketten, konnten bei den N 100 Deutschland in sieben Fällen gefunden werden, was im internationalen Durchschnitt liegt.

Information über Kennzahlen und Datenerfassung

Auch der Erfolg von Managementsystemen für eine Nachhaltigkeitsstrategie muss messbar sein. Dazu werden Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators, KPI) genutzt, die sich auf die entsprechenden Themen der Wesentlichkeitsanalyse beziehen. Beispiele sind der Flottenverbrauch bei Transportunternehmen, der Ausstoß an Treibhausgasemissionen bei Energieerzeugern und die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der Lieferkette im Einzelhandel. Diese KPI stellen den jeweiligen Aspekt messbar dar und machen dadurch Entwicklungen sichtbar und überprüfbar.

Zum Monitoring der Zielerreichung müssen für die wesentlichen Nachhaltigkeitsanforderungen solche KPI definiert und die entsprechenden Daten erfasst werden. Bislang haben allerdings nur 40 Prozent der Unternehmen nachhaltigkeitsbezogene KPI festgelegt. Weiterhin veröffentlicht nur knapp ein Drittel der N 100 Deutschland Informationen über die eingesetzten Datenerfassungssysteme. 14 Prozent der Unternehmen äußern sich dabei über den Grad der Implementierung bzw. die Reife der Datenerfassung. Vier Prozent haben darüber hinaus die explizite Äußerung eines unabhängigen Dritten zum Datenerfassungssystem veröffentlicht.

Es zeichnet sich eine wachsende Bedeutung der nachhaltigkeitsbezogenen KPI ab – im Rahmen eines Standardisierungsprozesses, in dem diese KPI quantitativ messbar werden und die Vergleichbarkeit einzelner Nachhaltigkeitsaspekte innerhalb einer Branche möglich ist.

4.4 Kontinuierliche Verbesserung

Eine wesentliche Anforderung an ein Managementsystem ist die Sicherstellung kontinuierlicher Verbesserung. Zu diesem Zweck sollte das Managementsystem regelmäßig kritisch überprüft und bewertet werden. In der Regel finden hierzu freiwillige Selbstüberwachungen mittels interner Audits sowie Prüfungen durch das Management statt. Identifizierte Verbesserungspotenziale sollten bei Bedarf in die Nachhaltigkeitsstrategie, die Organisationsstruktur und in die Prozesse einfließen. Im Rahmen unserer Analyse haben wir festgestellt, dass nur zwei Prozent der deutschen Unternehmen identifizierte Verbesserungsmöglichkeiten und entsprechende Maßnahmen zur Anpassung der Nachhaltigkeitsstrategie publizieren.

Oftmals werden von den Unternehmen auch unabhängige Dritte mit der Prüfung des Nachhaltigkeitsmanagements bzw. des Nachhaltigkeitsberichts beauftragt.

5 Die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten

In der Praxis gibt es unterschiedliche Ansätze und Vorgehensweisen, wie und in welchem Umfang Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsberichte prüfen lassen. Wir haben einige Kernaspekte der Nachhaltigkeitsprüfung untersucht, um Erkenntnisse über Nachhaltigkeitsprüfungen in einzelnen Branchen und Ländern zu erlangen – zum Beispiel zur Wahl des Prüfers, Art und Umfang der Prüfungsaussage und den angewandten Prüfungsstandards.

Wichtigste Erkenntnisse im Überblick

- 25 Prozent der Nachhaltigkeitsberichte der N 100 Deutschland enthalten bereits eine formale Aussage über das Prüfungsergebnis eines unabhängigen Dritten; hier liegt Deutschland im internationalen Vergleich (39 Prozent) zurück. Die Prüfungen werden mehrheitlich durch Wirtschaftsprüfungsgesellschaften durchgeführt.
- Das Verhältnis von 15 formalen Prüfungsaussagen zu vier kritischen Kommentierungen bestätigt die Tendenz zu höherer Qualitätssicherung durch standardisierte Prüfungen.
- Ein Großteil der Prüfungen berücksichtigt auftragsgemäß nur Berichtsteile.
- Die Mehrheit der Prüfungsaussagen basiert auf Prüfungshandlungen, die nur eine begrenzte Sicherheit geben (prüferische Durchsicht bzw. „limited assurance“).
- Motive und Treiber für Nachhaltigkeitsprüfungen werden von deutschen Unternehmen vor allem in der Verbesserung von Systemen und Prozessen für die Berichtserstellung sowie in der erhöhten Glaubwürdigkeit von Berichtsangaben gesehen.

Unterscheidung zwischen formalen Prüfungen, Zertifizierungen und kritischen Kommentierungen:

Formale Prüfungsbescheinigungen

Wesentliches Merkmal einer formalen Prüfung ist eine systematische Vorgehensweise, bei der Prüfungsnachweise eingeholt werden müssen, um ein Prüfungsurteil über die Richtigkeit und Vollständigkeit von Informationen (etwa in einem Nachhaltigkeitsbericht) zu fällen. Eine Prüfungsaussage kann sich nur auf Informationen beziehen, die nach bestimmten Kriterien (zum Beispiel GRI G3) ermittelt worden sind (Vergleich Istobjekt mit Sollobjekt). Das Ergebnis einer formalen Prüfung mündet in eine an die Gesellschaft oder die Stakeholder adressierte Bescheinigung, die die angewandten Prüfungsstandards und Berichts-

kriterien, den Auftragsgegenstand, die Vorgehensweise sowie das Prüfungsergebnis enthält. Formale Prüfungen werden hauptsächlich von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, teilweise aber auch von technischen Experten oder auf Nachhaltigkeitsprüfungen spezialisierten Beratern erteilt. Gängige Standards für formale Prüfungen im Bereich der Nachhaltigkeit sind ISAE 3000, IDW PS 821 oder AA1000AS.

Zertifizierungen

Als Zertifizierung bezeichnet man ein Verfahren, mit dem die Einhaltung bestimmter Standards für Produkte/Dienstleistungen und ihre jeweiligen Herstellungsverfahren einschließlich der Handelsbeziehungen nachgewiesen werden kann. Die Zertifizierung besteht im Allgemeinen in der Ausstellung eines Zertifikats durch einen akkreditierten Zertifizierer.





Wichtige Arten der Zertifizierung sind:

- Zertifizierung als Fundament des Qualitätsmanagements in der Industrie, zur Garantie der Qualität (zum Beispiel ISO 9000) oder der Herkunftsregion eines Produktes (DOC).
- Zertifizierung zum Nachweis der Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards, beispielsweise bei der Zertifizierung nachhaltig erzeugten Holzes oder von Produkten aus Entwicklungsländern, die auf Basis der Fair Trade-Kriterien bessere Konditionen für die dortigen Produzenten garantieren.
- Zertifizierung zum Nachweis der Einhaltung von Anforderungen an den Arbeits- und Umweltschutz gemäß OHSAS bzw. ISO 14001 oder EMAS-Verordnung, beispielsweise SCC oder OHRIS.
- In der Lebensmittelindustrie gibt es heute verschiedene Standards, angelehnt an die weltweit bekannte ISO 9001, zum Beispiel der International Food Standard IFS, die Anforderungen des British Retail

Consortium, GMP, HACCP und die ISO 22000. Zunehmender Akzeptanz erfreut sich auch der MSC-Standard des Marine Stewardship Council.

Kritische Kommentierungen

Kritische Kommentierungen enthalten etwa die Sichtweise Dritter zu Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltigkeitsentwicklung und -fortschritt, um die Glaubwürdigkeit eigener Aussagen durch die Äußerung des Dritten zu erhöhen. Eine kritische Kommentierung beruht gegenüber einer formalen Prüfungsaussage nicht auf international vergleichbaren und standardisierten Methoden. Es werden keine expliziten Aussagen zur Qualität der berichteten Informationen gemacht. Kritische Kommentierungen stammen zum Beispiel von Nachhaltigkeitsexperten, Bürgerrechtsgruppen und anderen Nichtregierungsorganisationen oder Stakeholder-Panels, die keinem prüfenden Berufsstand angehören oder in sonstiger Weise akkreditiert sind.

5.1 Trends in der Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten in Deutschland im internationalen Vergleich

Überblick

In Deutschland und international zeigt sich ein zunehmender Trend, Prüfungsbescheinigungen und/oder andere Kommentare unabhängiger Dritter in den Nachhaltigkeitsberichten zu veröffentlichen. Bei den G 250 enthalten inzwischen 56 Prozent der veröffentlichten Berichte und bei den N 100 International knapp die Hälfte (49 Prozent) entsprechende Aussagen.

Von den 59 Unternehmen der N 100 Deutschland, die einen separaten Nachhaltigkeitsbericht herausgeben, ein eigenes Portal im Internet betreiben oder vollständig integriert berichten bzw. ein Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht publizieren, veröffentlichen insgesamt 19 bzw. 32 Prozent eine formale Bescheinigung und/oder kritische Kommentierungen. Der korrespondierende Wert für die DAX 30 liegt bei 46 Prozent.

Von den 59 berichtenden Unternehmen der N 100 Deutschland veröffentlichen 15 (25 Prozent) eine formale Prüfungsbescheinigung (siehe Abbildung 26). Im internationalen Vergleich befindet sich Deutschland im unteren Mittelfeld, obwohl deutsche Unternehmen zum Beispiel überproportional häufig Zertifizierungen ihrer Umwelt-Management-systeme beauftragen und über das Ergebnis entsprechend berichten.

Abb. 26: Prozentualer Anteil von Berichten mit Meinungen unabhängiger Dritter

Unternehmen	Berichte mit Meinungen unabhängiger Dritter	davon formale Bescheinigung	davon kritische Kommentierungen ohne Bescheinigung
N 100 Deutschland	32	25	7
N 100 International	49	39	18
DAX 30	46	42	4
G 250	56	40	27

Referenzbasis: N 100 Deutschland = 59; DAX 30 = 26

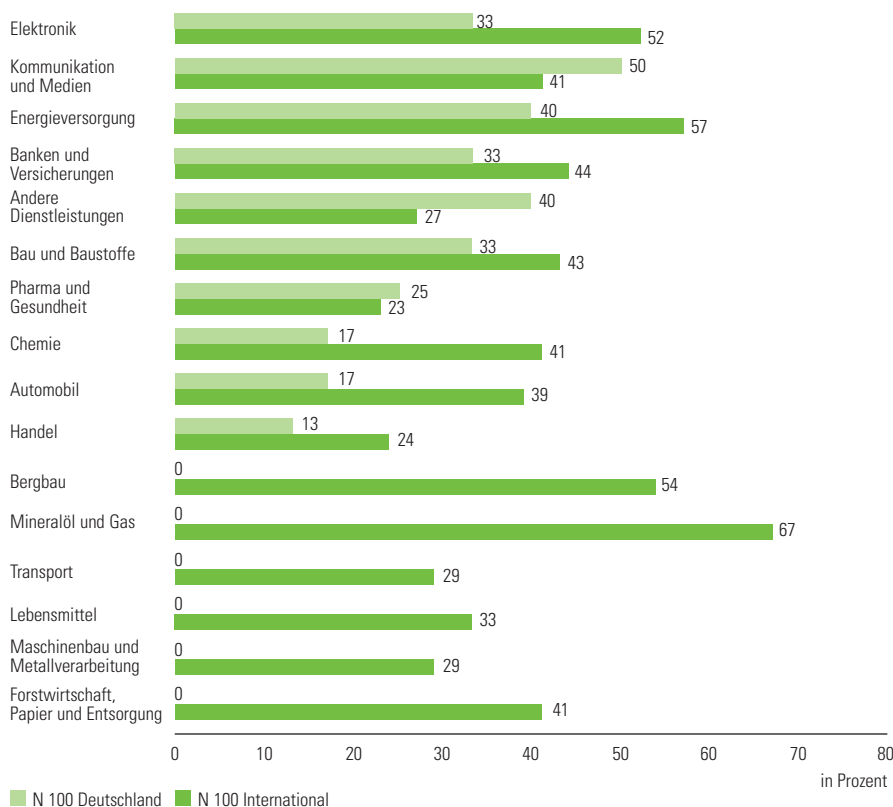
Quelle: KPMG

Nachhaltigkeitsprüfungen werden häufiger von Unternehmen aus Branchen nachgefragt, die überdurchschnittlich starken Risiken in den Bereichen Umwelt, Arbeitsplatzsicherheit oder Gesundheit ausgesetzt sind. So enthalten alle Berichte der G 250 der Branche Bergbau formale Bescheinigungen. Auf globaler Ebene finden wir weiterhin überdurchschnittlich häufig formale Bescheinigungen in den Branchen Energieversorgung (75 Prozent), Mineralöl und Gas (59 Prozent), Chemie und Pharma (beide 50 Prozent).

Bei den N 100 Deutschland folgt die formale Prüfung nicht dem globalen Trend. In der Branche Energieversorgung enthielten die Berichte nur in zwei von sieben Fällen formale Prüfungsbescheinigungen. In der Chemie- bzw. Pharmabranche waren es eins von sieben respektive eins von fünf Unternehmen. Auch in den Branchen Automobil, Banken und Versicherungen sowie Elektronik beauftragten die deutschen Unternehmen deutlich seltener Nachhaltigkeitsprüfungen.

Unter Berücksichtigung der Merkmale „Kapitalmarktorientierung“ bzw. „Größe“ stellt sich folgendes Bild der N 100 Deutschland dar:

Abb. 27: Berichte mit formalen Bescheinigungen nach Branchen



■ N 100 Deutschland ■ N 100 International

Referenzbasis: N 100 Deutschland = 59 (15); N 100 International = 975 (409)

Quelle: KPMG

- 14 von 15 Bescheinigungen entfallen auf die Nachhaltigkeitsberichte kapitalmarktorientierter Unternehmen, allein zwölf auf Unternehmen aus dem DAX 30.
- 13 von 15 formalen Bescheinigungen entfallen auf die 25 umsatzstärksten Unternehmen der N 100 Deutschland.

Bei den deutschen N 100 findet man insgesamt vier kritische Kommentierungen und keine Kombination beider Ansätze; entsprechend beträgt der Anteil dieser Art von Prüferurteil sieben Prozent. Erstellt wurden die kritischen Kommentierungen von einem Stakeholder-Ausschuss respektive einzelnen Experten sowie in zwei Fällen von Nichtregierungsorganisationen. Von einer in anderen Ländern (zum Beispiel Japan) üblichen Kommentierung durch Vertreter der Wissenschaft machten die deutschen N 100 keinen Gebrauch.

Abb. 28: Kritische Kommentierungen (N 100 Deutschland)

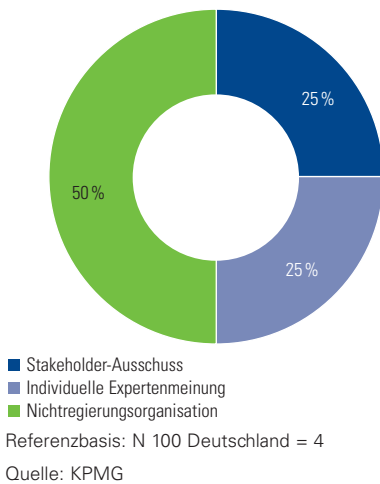
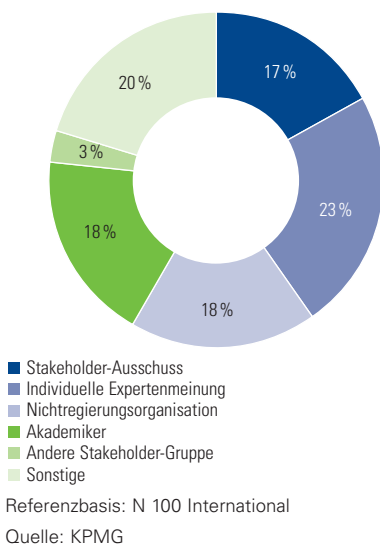


Abb. 29: Kritische Kommentierungen (N 100 International)



Das Verhältnis formaler Bescheinigungen (15) zu kritischen Kommentierungen (4) zeigt, dass auch in Deutschland der Prüfungsaussage nach standardisierten und nachprüfbar Methoden der Vorzug gegeben wird. Ähnlich dem internationalen Trend fiel dabei die Wahl des Prüfers bei 56 Prozent der N 100 Deutschland und 73 Prozent der DAX 30 auf Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (innerhalb der N 100 Deutschland ausschließlich die Big 4). Annähernd vergleichbar zu den Beobachtungen auf internationaler Ebene teilt sich der verbleibende Markt auch in Deutschland auf die übrigen Organisationen mit solchen Dienstleistungen auf: Beratungsgesellschaften mit technischer Expertise (25 Prozent) und Zertifizierungsgesellschaften (13 Prozent). Während auf Nachhaltigkeitsprüfungen spezialisierte Berater in Ländern wie Großbritannien und Australien hohe Marktanteile verzeichnen, wurden diese von keinem Unternehmen der N 100 Deutschland beauftragt und scheinen auch in den

restlichen Ländern von untergeordneter Bedeutung zu sein.

Die internationalen Prüfungsgesellschaften haben in den letzten Jahren zunehmend Experten aus den verschiedenen Fachdisziplinen der Nachhaltigkeit eingestellt und ausgebildet und die Prüfungsstandards und Prüfungsmethoden durch aktive Teilnahme in den Gremien der Standardsetter mitgestaltet.

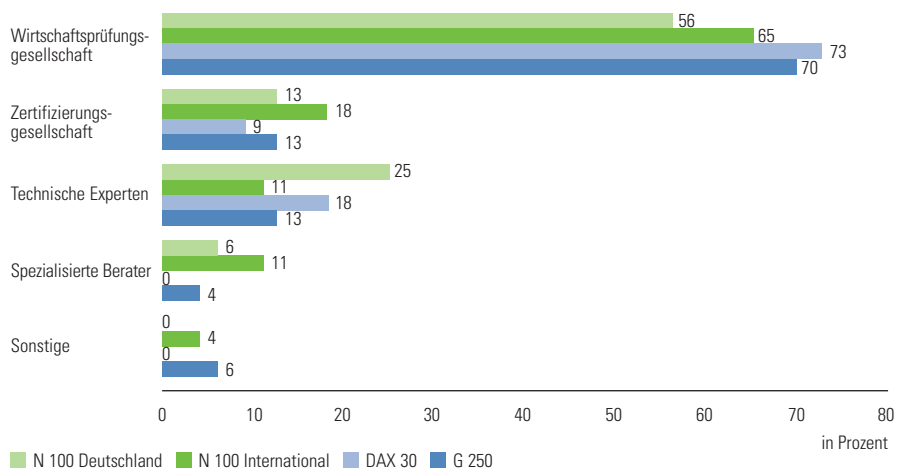
5.2 Nachhaltigkeitsprüfungen – was, wie und warum?

Sehr heterogen ist das Gebiet der Nachhaltigkeitsprüfungen bei Betrachtung des Prüfungsumfanges (scope), der angewendeten Prüfungsstandards und der getroffenen Prüfungsaussage.

Was wird geprüft?

Sowohl bei den G 250 als auch bei den N 100 International wurde rund die Hälfte der Berichte in vollem Umfang geprüft. Bei den N 100 Deutschland

Abb. 30: Wahl des Prüfers für formale Bescheinigungen



deckt der Prüfungsumfang nur in drei von 15 Fällen den gesamten Bericht ab; die verbleibenden zwölf Prüfungsbescheinigungen bezogen sich jeweils nur auf ausgewählte Teile („limited scope“) der Nachhaltigkeitsberichte.

Bei den zwölf Prüfungen mit beschränktem Umfang sind in fünf Fällen spezifizierte Leistungsindikatoren (quantitative Aussagen) Betrachtungsgegenstand, während in den verbleibenden sieben Fällen einzelne Kapitel des Nachhaltigkeitsberichts (quantitative und qualitative Aussagen) im Prüfungsumfang enthalten sind.

Angewandte Standards und Prüfungsaussagen

Einzelne nationale berufsständische Vereinigungen der Wirtschaftsprüfer haben eigens für Nachhaltigkeitsprüfungen geeignete Standards verabschiedet. Neben Deutschland zählen hierzu Australien, Italien, Frankreich, Japan, die Niederlande und Schweden. Diese nationalen Standards beziehen zwar länderspezifische Besonderheiten ein, sind aber auch wegen internationaler Konvergenzbestrebungen in Rechnungslegung und Prüfung grundsätzlich im Einklang mit dem International Standard for Assurance Engagements (ISAE) 3000, veröffentlicht vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB).

Abb. 31: Angewandte Prüfungsstandards im Jahr 2008

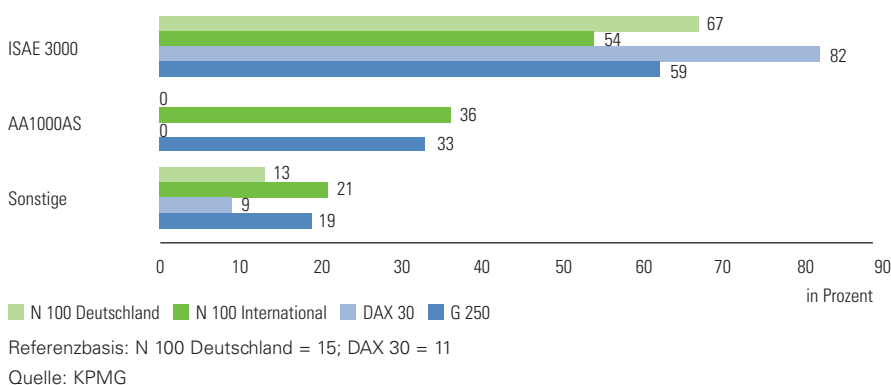
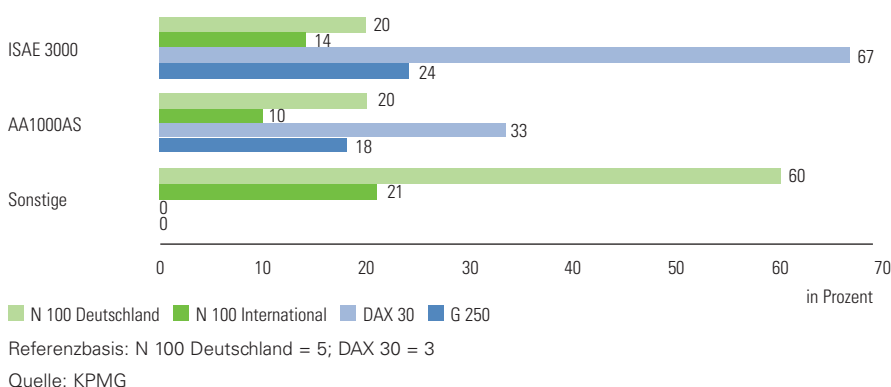


Abb. 32: Angewandte Prüfungsstandards im Jahr 2005



Bei den G 250 sowie den internationalen und deutschen N 100 ist der ISAE 3000 gegenwärtig der mit Abstand am häufigsten angewandte Standard in Nachhaltigkeitsprüfungen. Während sich die Nennung „Andere Prüfungsstandards“ auf internationaler Ebene in den meisten Fällen auf Regelungen nationaler Vereinigungen von Wirtschaftsprüfern bezieht, findet man in den Prüfungen bei den deutschen N 100 im aktuellen Betrachtungszeitraum keinen Verweis auf den hierzulande gültigen, vom Institut der Wirtschaftsprüfer verabschiedeten IDW PS 821 „zur ordnungsgemäßen Prüfung oder prüferischen Durchsicht von Berichten im Bereich der Nachhaltigkeit“. Ein Grund für die deutliche Präferenz zugunsten des ISAE 3000 mag darin liegen, dass Unternehmen zwar in Deutschland ansässig sind, aber global operieren und ihre Nachhaltigkeitsberichte an Stakeholder weltweit richten. Eine Bescheinigung auf Grundlage eines

nationalen Prüfungsstandards könnte die internationale Akzeptanz beeinträchtigen.

Neben den Standards berufsständischer Vereinigungen von Wirtschaftsprüfern wird in der Praxis häufig der AA1000

Assurance Standard (AA1000AS) von der Nichtregierungsorganisation AccountAbility angewandt. Die erste Fassung des AA1000AS erschien 2003 und war der erste eigens für Nachhaltigkeitsprüfungen konzipierte Standard. Während der AA1000AS bei den G 250

Kompatibilität und Unterschiede von Prüfungsstandards

Um der stetig wachsenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsprüfungen gerecht zu werden und die Professionalisierung auf diesem Gebiet voranzutreiben, haben in den vergangenen fünf Jahren verschiedene Akteure weltweit Standards zur Prüfung von Nachhaltigkeitsinformationen entwickelt. Zwar sind die entwickelten Standards grundsätzlich miteinander kompatibel, im Detail weisen sie aber wichtige Unterschiede auf.

Der Anwendungsbereich des ISAE 3000 erstreckt sich nicht nur auf die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten, sondern umfasst alle möglichen Betrachtungsgegenstände, die keine historischen Finanzdaten sind. Demgegenüber fokussiert der IDW PS 821 auf Nachhaltigkeitsberichte als Ganzes und definiert auch geeignete, etablierte Kriterien zur Berichterstattung wie beispielsweise den GRI-Leitfaden.

Ein weiterer Unterschied zwischen den Standards besteht in der Betrachtung des Vollständigkeitskriteriums. Der ISAE 3000 definiert Vollständigkeit allein im Kontext der Eignungsbeurteilung zugrunde liegender Berichterstattungskriterien in Bezug auf die im Prüfungsauftrag festgelegten Betrachtungsgegenstände. Der IDW PS 821 verpflichtet den Wirtschaftsprüfer darüber hinaus, unter dem Gesichtspunkt der Wesentlichkeit zu gewährleisten, dass ein Bericht alle Angaben enthält, die erforderlich sind, um Auswirkungen des unternehmerischen Handelns auf Nachhaltigkeit angemessen darzustellen.

Unter Anwendung der neuesten Fassung des AA1000AS ist die Prüfung der Qualität von Berichtsangaben freiwillig unter Typ 2. Im Unterschied zu allen anderen Prüfungsstandards weltweit beruht der AA1000AS auf einem prinzipienbasierten Ansatz. Dabei ist der Prüfer verpflichtet, Art und Weise der Einhaltung der Prinzipien „Inklusivität“, „Wesentlichkeit“ und „Reaktivität“ zu beurteilen, um Stakeholdern durch das Prüfungsurteil Aufschluss über Nachhaltigkeitsmanagement und -leistung eines Unternehmens zu geben.

Die Prüfungsstandards im Bereich der Nachhaltigkeit entwickeln sich weiter. Im Rahmen des Clarity Project des IAASB befindet sich derzeit eine Reihe von Standards in Revision, darunter auch der ISAE 3000. Ziel des Projekts ist die Verbesserung der Struktur des Prüfungsstandards, wobei Minimalanforderungen an eine Prüfung konkretisiert und deutlich von Anleitungselementen getrennt werden sollen. Diese Tendenz ist in erst kürzlich erschienenen Prüfungsstandards, wie der neuesten Fassung des AA1000AS oder den COS3410 in den Niederlanden, bereits erkennbar.

sowie den N 100 International in jedem dritten Fall zur Anwendung kam, enthält kein Nachhaltigkeitsbericht der N 100 Deutschland eine Prüfungsbescheinigung unter Anwendung dieses Standards. 2005 erhielt nur ein DAX-Unternehmen eine Bescheinigung auf Basis des Standards. Es bleibt abzuwarten, inwieweit die im Herbst 2008 neuerschienene Fassung des AA1000AS international in Deutschland zur Anwendung kommen wird (siehe Interview mit AccountAbility, Seite 58 ff.).

Wie lautet die Prüfungsaussage?

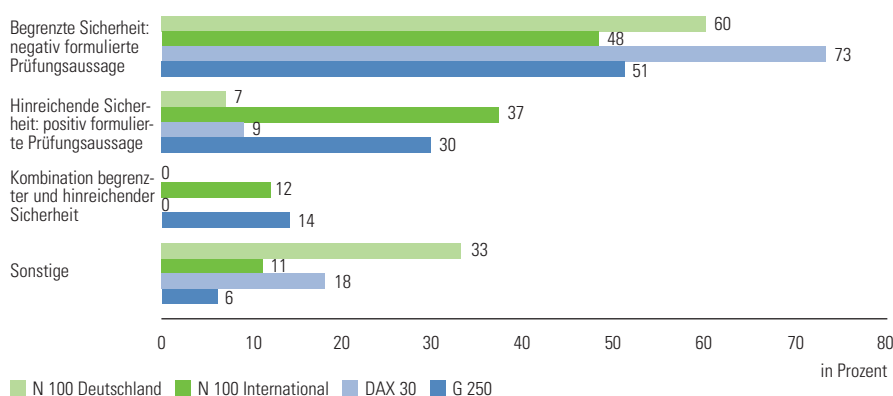
Die gesetzliche Pflichtprüfung des Jahresabschlusses ist dafür ausgelegt, dass der Prüfer die Prüfung so zu planen und durchzuführen hat, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss (unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung) und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Das Prüfungsurteil mündet in eine positiv formulierte Prüfungsaussage:

„Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Die Standards für Nachhaltigkeitsprüfungen sehen alternative Prüfungsaussagen in unterschiedlicher Tiefe vor: Neben der Formulierung der Positiv-aussage analog der handelsrechtlichen Jahresabschlussprüfung „Nach unserer Beurteilung basierend auf den während der Prüfung erlangten Erkenntnissen stehen die geprüften Aussagen in allen wesentlichen Belangen in Einklang mit den zugrunde gelegten Kriterien“ ist es möglich, den Prüfungsumfang und die durchzuführenden Prüfungshandlungen so auszugestalten, dass nur ein begrenztes Maß an Prüfungssicherheit erlangt wird. Dies führt zu einer negativ formulierten Prüfungsaussage, „dass keine Erkenntnisse erlangt wurden, die annehmen lassen, dass Berichtsangaben in allen wesentlichen Belangen nicht mit den zugrunde liegenden Kriterien in Einklang stehen.“

Weiterhin ist für verschiedene Betrachtungsgegenstände auch eine Kombination beider Umfänge zulässig, beispielsweise mit einer Erweiterung der Prüfungssicherheit für ausgewählte qualitative Informationen.

Abb. 33: Prüfungsaussagen in formalen Bescheinigungen



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 15; DAX 30 = 11

Quelle: KPMG

Prüfungen, ausgelegt auf ein begrenztes Maß an Prüfungssicherheit, erfordern grundsätzlich weniger umfangreiche Prüfungshandlungen, als sie für eine hinreichende Prüfungssicherheit notwendig wären und verursachen deshalb auch geringere Kosten. Da die Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland und auch in den meisten Ländern weltweit auf freiwilliger Basis erfolgt, ist es kaum verwunderlich, dass die ebenfalls freiwillige Prüfung dieser Berichterstattung deutlich häufiger als

Prüfung mit begrenzter Prüfungssicherheit beauftragt wird.

Für den betrachteten Zeitraum zeigt sich, dass deutsche Unternehmen im internationalen Vergleich deutlich seltener zu einer Prüfung mit hinreichender Sicherheit optieren. Nur eine Bescheinigung wurde unter Anwendung des ISAE 3000 explizit positiv formuliert. Von einer Kombination wurde in Deutschland kein Gebrauch gemacht.

Abb. 34: Beispielhafte Prüfungshandlungen bei einem ISAE 3000-Engagement bei unterschiedlicher Prüfungsaussage

Prüfungsaussage	...in Bezug auf Textteile (qualitative Informationen)	...in Bezug auf Daten (quantitative Informationen)
Negativ formulierte Aussage	<ul style="list-style-type: none"> • Risikoanalyse (Vollständigkeit der Nachhaltigkeitsthemen) • Interviews mit Verantwortlichen für bestimmte Nachhaltigkeitssachverhalte • Analytische Prüfungshandlungen zu Textteilen einschließlich Einsichtnahme in Nachweise zu bestimmten Aussagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Risikoanalyse (Vollständigkeit der Nachhaltigkeitsthemen) • Interviews mit den Verantwortlichen für bestimmte Nachhaltigkeitsdaten/KPI • Analytische Prüfungshandlungen der Datensammlung auf Gruppenebene • Abstimmung der reviewten Daten mit dem Bericht • Standortbezogene Prüfungshandlungen (Analytisch und Befragung) (bestimmte Anzahl ausgewählter Standorte)
Positiv formulierte Aussage	<p>Zusätzlich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beurteilung der Zuverlässigkeit der Prozesse zur Informationsermittlung (Vollständigkeit und Ausgewogenheit der Informationen) • Prüfung des Nachweises, dass dem Prozess zur Bestimmung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen gefolgt wurde • Interviews mit wichtigen Stakeholdern • Beurteilung und Test der Prozesse und Kontrollen zur Sammlung aller relevanten Informationen (Genauigkeit, Vollständigkeit, Ausgewogenheit) für den Bericht – zusätzliche Interviews mit den fachlich Verantwortlichen 	<p>Zusätzlich</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erweiterung der Prüfungshandlungen zu den Daten auf Gruppenebene um zusätzliche Kontrolltests und aussagebezogene Prüfungshandlungen • Zusätzliche Standortprüfungen mit Kontrolltests, analytischen und aussagebezogenen Prüfungshandlungen (um eine Mindestabdeckung der Stichproben für bestimmte Aussagen zu erhalten)

FOKUSTHEMA: Prüfung von Nachhaltigkeitsinformationen im Lagebericht

Die BASF SE hat als erstes deutsches Unternehmen die vollständige Integration der Informationen des Nachhaltigkeitsberichts in den Finanzbericht vorgenommen und veröffentlicht seit 2007 einen Gesamtunternehmensbericht (siehe Interview auf den Seiten 18 und 19). Dieser Trend zeichnet sich ebenfalls international ab. Im Folgenden stellen wir dar, wie der Abschlussprüfer die Prüfung integrierter Nachhaltigkeitsinformationen in die Beurteilung der Lage und des Geschäftsverlaufs gestaltet.

Gegenstand und Umfang der Prüfung des Lageberichts ergeben sich im Einzelnen nicht abschließend aus § 317 HGB. Vielmehr sind aus den §§ 321 und 322 HGB zusätzliche Prüfungspflichten abzuleiten. Der Lagebericht ist mit der gleichen Sorgfalt zu prüfen wie der Jahres- und Konzernabschluss.

Der Abschlussprüfer hat gemäß § 317 Abs. 2 Satz 1 HGB zu prüfen, ob der Lagebericht

- mit dem Jahres- und Konzernabschluss in Einklang steht,
- mit den bei der Prüfung (des Jahres- und Konzernabschlusses und des Lageberichts) gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht und
- insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Unternehmens vermittelt.

Gemäß § 321 Abs. 2 Satz 1 HGB hat der Abschlussprüfer auch zu prüfen, ob der Lagebericht den gesetzlichen Vorschriften und den gegebenenfalls ergänzenden gesellschaftsrechtlichen bzw. satzungsmäßigen Bestimmungen entspricht.

Die Angaben des Lageberichts sind daraufhin zu prüfen, ob sie den Grundsätzen der Lageberichterstattung entsprechen: Die gesetzlichen Anforderungen an den Konzernlagebericht werden durch den DRS 15 „Lageberichterstattung“ sowie durch den DRS 5 „Risikoberichterstattung“ konkretisiert. Der DRS 15 formuliert folgende fünf Grundsätze der Lageberichterstattung: Vollständigkeit, Verlässlichkeit, Klarheit und Übersichtlichkeit, Vermittlung der Sicht der Unternehmensleitung und Konzentration auf die nachhaltige Wertschaffung.

Stellt ein Unternehmen im Lagebericht fest, dass es bei der Berichterstattung zum Beispiel auch die GRI G3 vollständig angewandt hat, bezieht sich die Prüfung des Lageberichts auch auf die Einhaltung dieser Kriterien. Die in den §§ 317, 321 und 322 HGB aufgestellten Anforderungen bewirken, dass sämtliche Angaben im Lagebericht in die Prüfung einzubeziehen sind. Dies gilt auch für freiwillige Angaben im Lagebericht.

Bei der Prüfung von Unternehmen, die einen Lagebericht erstellen, ist im Rahmen der durchzuführenden Prüfungshandlungen zur Risikobeurteilung („Risikoanalyse“) auch zu beurteilen, ob und in welchem Umfang Risiken für wesentliche Fehlaussagen im Lagebericht bestehen und es sind entsprechende Prüfungshandlungen zu planen und durchzuführen.

Die Wesentlichkeit von Lageberichtsangaben bestimmt sich nach den allgemeinen Wesentlichkeitsgrundsätzen des IDW PS 250. Die Wesentlichkeit kann sich bei der Prüfung des Lageberichts sowohl quantitativ in einem Grenzwert als auch qualitativ in einer Eigenschaft ausdrücken, der/die geeignet ist/sind, das Entscheidungsverhalten der Abschlussadressaten zu beeinflussen. Bei der Beurteilung der Wesentlichkeit steht daher die Entscheidungsrelevanz für die Lageberichtsadressaten (DRS 15.10) im Vordergrund.

Auf Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen zur Beurteilung der Risiken wesentlicher Fehlaussagen im Lagebericht wird entschieden, ob einzelne Lageberichtsangaben ein „significant disclosure“ darstellen. Dabei sind besonders zu berücksichtigen:

- die Bedeutung des zu beurteilenden Sachverhalts für das Gesamturteil des Abschlussprüfers
- das von Art und Komplexität des zu beurteilenden Sachverhalts abhängige Risiko einer unrichtigen Lageberichtangabe
- der Umfang und die Qualität verfügbarer alternativer Prüfungsnachweise.





In die Angaben zur Lage und zum Geschäftsverlauf einer großen Kapitalgesellschaft oder eines Konzerns sind gemäß § 289 Abs. 3 HGB oder § 315 Abs. 1 Satz 4 HGB auch nicht finanzielle Leistungsindikatoren einzu beziehen, soweit sie für das Verständnis des Geschäftsverlaufs oder der Lage der Gesellschaft von Bedeutung sind. Unter dem Begriff „nicht finanzielle Leistungsindikatoren“ sind für das Verständnis der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens notwendige Einflussfaktoren zu verstehen, die nicht primär unter dem Gesichtspunkt der Messbarkeit auszuwählen sind.

Die in § 289 Absatz 3 HGB explizit genannten Leistungsindikatoren („Informationen über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange“) stellen keine abschließende Aufzählung dar. Vielmehr ist im Einzelfall zu entscheiden, welche zusätzlichen Angaben für die Adressaten des Lageberichts von Bedeutung sind. Diese können sich durch die freiwillige Orientierung an den GRI G3 beispielsweise aus diesem Kriterienkatalog ergeben.

Soweit einzelne Angaben zu den nicht finanziellen Leistungsindikatoren Niederschlag im Jahres- und Konzernabschluss finden, ist festzustellen, ob diese Angaben in Einklang mit dem Jahres- und Konzernabschluss

und den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen stehen. Beispiele hierfür sind Angaben zur Zusammensetzung des Kundenkreises oder die Vergütungsstruktur der Arbeitnehmer. Soweit nicht finanzielle Leistungsindikatoren keinen Niederschlag im Jahres- und Konzernabschluss finden, kann nur festgestellt werden, ob diese mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang stehen. Soweit diese Erkenntnisse aus internen Informationsquellen stammen, die nicht unmittelbar Gegenstand der Abschlussprüfung sind, muss sich der Abschlussprüfer versichern, dass diese Quellen glaubwürdig sind. Bei Angaben aus externen Informationsquellen muss sich der Abschlussprüfer die Quellen nachweisen lassen.

Mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk wird in Zusammenfassung der aus den §§ 317, 321 und 322 HGB zu treffenden Prüfungsfeststellungen zum Ausdruck gebracht, dass der Lagebericht nach der Beurteilung des Abschlussprüfers in Einklang mit dem Jahres- und Konzernabschluss steht und insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Unternehmens vermittelt und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt.

Unterliegen im Geschäftsbericht dargestellte Nachhaltigkeitsinformationen ebenfalls einer Prüfung?

Sofern der Lagebericht mit dem Jahres- und Konzernabschluss und ergänzenden Informationen (zum Beispiel Angaben zur Nachhaltigkeit) unter gesonderter Kennzeichnung in einem Geschäftsbericht zusammengefasst wird, unterliegen die sonstigen Informationen, die erkennbar losgelöst vom Lagebericht und vom Jahres- und Konzernabschluss gegeben werden, nicht der Prüfung.

Der Abschlussprüfer hat lediglich die zusätzlichen Informationen kritisch zu lesen, denn Unstimmigkeiten zwischen diesen Informationen und dem geprüften Jahres- und Konzernabschluss oder Lagebericht können die Glaubhaftigkeit von Jahres- und Konzernabschluss und Lagebericht infrage stellen.

Wie unterscheidet sich die „Einklangsprüfung“ des Lageberichts von einer Prüfung von Informationen eines separaten Nachhaltigkeitsberichts?

Beispiel:

Ein Unternehmen erstellt einen separaten Nachhaltigkeitsbericht und lässt einzelne quantitative Angaben des Nachhaltigkeitsberichts einer prüferischen Durchsicht mit begrenzter Sicherheit unterziehen. Die Prüfungsaussage bezieht sich also direkt auf einzelne definierte quantitative Nachhaltigkeitsangaben.

Die Prüfungsaussage lautet: „Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht der in den genannten Berichtsteilen dargelegten quantitativen Daten sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme

veranlassen, dass die relevanten Angaben nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den zugrunde gelegten Kriterien aufgestellt worden sind.“

Unterscheiden sich Prüfungsumfang, -tiefe und Prüfungsaussage des Abschlussprüfers, wenn sich das Unternehmen entscheidet, die Informationen des Nachhaltigkeitsberichts nun in den Lagebericht zu integrieren?

Prüfungsumfang und -tiefe:

Soweit einzelne Nachhaltigkeitsinformationen Niederschlag im Jahresabschluss finden, muss der Abschlussprüfer feststellen, ob diese Angaben in Einklang mit dem Jahresabschluss und den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen stehen (zum Beispiel Angaben im Lagebericht zu Arbeitnehmerzahlen, Spendaufwand der Periode). Soweit Nachhaltigkeitsinformationen keinen Niederschlag im Jahresabschluss finden, sondern nur im Lagebericht erläutert werden, kann der Abschlussprüfer nur feststellen, ob diese mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang stehen. Soweit diese Erkenntnisse aus unternehmensinternen Informationsquellen stammen, die nicht unmittelbar Gegenstand der Abschlussprüfung sind (etwa Personalstatistik, Datenmanagementsystem für Nachhaltigkeitsinformationen), muss sich der Abschlussprüfer einen Eindruck verschaffen, ob diese Quellen glaubwürdig sind.

Fazit:

Umfang und Tiefe der Lageberichtsprüfung sind vergleichbar mit einer Prüfung mit beschränkter Sicherheit.

Es werden gegenüber der prüferischen Durchsicht mit begrenztem Prüfungsumfang (im Beispiel beschränkt auf quantitative Aussagen) alle Aussagen im Lagebericht einer Prüfung unterzogen (quantitativ und qualitativ). Je nach Einschätzung der Wesentlichkeit bestimmt der Abschlussprüfer die Prüfungstiefe. Das Prüfungsziel bei einer Abschlussprüfung unterscheidet sich von dem einer prüferischen Durchsicht einzelner Angaben eines Berichts: Einerseits ist die Prüfungsintensität bei der Abschlussprüfung sicherlich tiefer, andererseits ist das Ziel der Prüfung des Lageberichts beschränkt auf eine „Einklangsprüfung“. Nicht finanzielle Leistungsindikatoren werden dabei einer Prüfung unterzogen, die gegenüber der Prüfung finanzieller Leistungsindikatoren häufig eine geringere Prüfungsintensität aufweist; so werden gegebenenfalls einzelne quantitative Angaben weiterhin auf Basis von Befragungen geprüft, wenn sie für die Vermittlung eines zutreffenden Bildes von der Lage des Konzerns aus Sicht des Prüfers nicht wesentlich sind.

Fazit:

Der Umfang gegenüber einer prüferischen Durchsicht mit beschränkter Sicherheit, die auf quantitative Informationen beschränkt ist, ist bei der Einklangsprüfung größer: Sie erfasst auch die qualitativen Informationen.

Prüfungsaussage:

Der Abschlussprüfer kann im Rahmen der Abschlussprüfung keine Prüfungsaussage zu Einzelangaben machen; er macht eine Gesamtaussage zum Jahresabschluss und Lagebericht im Bestätigungsvermerk.

Die Prüfungsaussage richtet sich auf Jahresabschluss und Lagebericht als Ganzes; hieraus kann keine explizite Prüfungsaussage auf die Nachhaltigkeitsinformationen im Lagebericht abgeleitet werden.

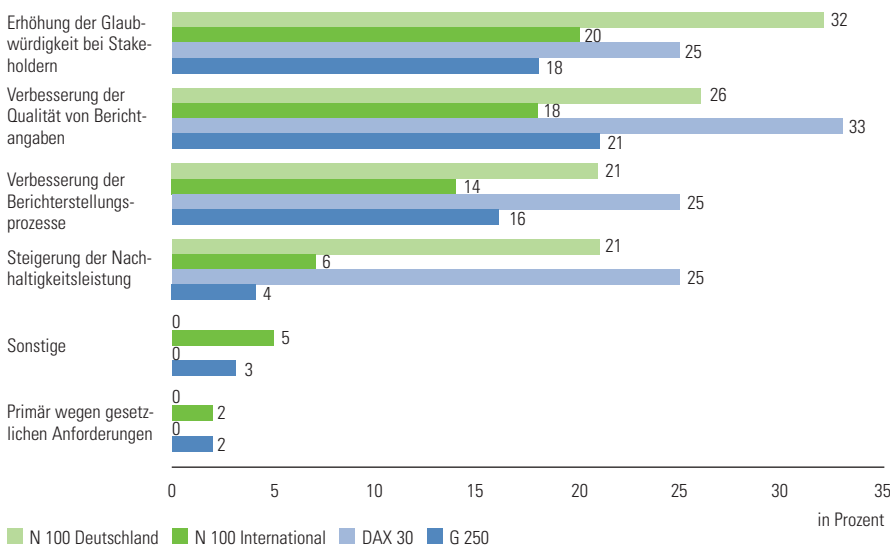
Fazit:

Trotz größerem Prüfungsumfang bei vergleichbarer Prüfungstiefe kann der Leser des Bestätigungsvermerks zum Jahresabschluss und Lagebericht keine direkte Aussage zur Prüfung der im Lagebericht enthaltenen Nachhaltigkeitsinformationen im Bestätigungsvermerk nachlesen. Hieraus ergibt sich für die Stakeholder eine Erklärungslücke, die der Abschlussprüfer nicht schließen kann, weil der Bestätigungsvermerk ein „Formeltestat“ ist, dessen Wortlaut vom Gesetzgeber vorgegeben worden ist.

Allgemein wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit

Das allgemein wachsende Bewusstsein für Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit, das steigende Interesse an Nachhaltigkeitsthemen seitens der Investoren und anderer Stakeholder-Gruppen sowie die zunehmende Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Unternehmensstrategie könnten zukünftig deren Anforderungen an die Verlässlichkeit der Informationen erhöhen und weitaus mehr Unternehmen zur Beauftragung einer Prüfung mit hinreichender Sicherheit veranlassen. Dies gilt insbesondere für die Prüfung der wesentlichen Nachhaltigkeitsindikatoren, was sich mit einem begrenzten Maß an Prüfungssicherheit für die restlichen Berichtsangaben kombinieren ließe.

Abb. 35: Treiber und Motive für Nachhaltigkeitsprüfungen



Referenzbasis: N 100 Deutschland = 14; DAX 30 = 8

Quelle: KPMG

Treiber und Motive für Nachhaltigkeitsprüfungen

Wie zuvor dargelegt, stehen Unternehmen bei der Auswahl eines geeigneten Prüfungsansatzes verschiedene Optionen offen, um das Management von und die Berichterstattung über Nachhaltigkeit zu verbessern. Ein Verständnis darüber, was sich Unternehmen aus einer freiwilligen Prüfung ihrer Nachhaltigkeitsberichte versprechen, hilft dabei, diese Entscheidungen besser zu verstehen.

14 der geprüften Berichte der N 100 Deutschland und acht der DAX 30 enthielten eine Stellungnahme zu dem Nutzen, der aus der Prüfung gewonnen werden kann. Am häufigsten nannten die N 100 Deutschland die Erhöhung der Glaubwürdigkeit bei Stakeholdern als Motiv für Nachhaltigkeitsprüfungen. Von den DAX 30 wurde dies am zweithäufigsten und ebenso häufig wie die Steigerung der Nachhaltigkeitsleistung genannt. Insbesondere letzteres Motiv

ist bei deutschen Unternehmen im internationalen Vergleich sehr ausgeprägt. Einen Nutzen aus Nachhaltigkeitsprüfungen sehen deutsche Unternehmen ebenfalls deutlich öfter als auf internationaler Ebene in der Verbesserung der Qualität der dargelegten Informationen sowie den Systemen und Prozessen für die Berichterstellung.

Während Nachhaltigkeitsprüfungen in Deutschland ausschließlich auf freiwilliger Basis erfolgten, haben Unternehmen aus Spanien und Italien auch gesetzliche Anforderungen als Motiv für Nachhaltigkeitsprüfungen genannt.

Nachhaltigkeitsprüfungen sind nach außen und unternehmensintern von Nutzen

Eine freiwillige Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten hat Vorteile für die Unternehmenskommunikation, denn sie

- kann sich positiv auf die Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsberichten auswirken
- erhöht grundsätzlich die Verlässlichkeit der Berichtsangaben
- verbessert die Kommunikation der Gesellschaft mit externen Stakeholdern
- erlaubt eine unabhängige und dokumentierte Verifizierung der Nachhaltigkeitsleistung
- ermöglicht dem Unternehmen ein Benchmarking hinsichtlich Vollständigkeit und Relevanz der Berichtsinhalte

Darüber hinaus zeigen unsere bisherigen Erfahrungen, dass sich die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten auch unternehmensintern positiv auswirken kann:

- Sie verschafft Aufmerksamkeit innerhalb des Unternehmens für die Bedeutung von Nachhaltigkeit sowie für das Management von Nachhaltigkeitsthemen und erhöht die unternehmensinterne Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsstrategie.
- Sie führt zu einer besseren Integration sozialer und umweltrelevanter Belange in die internen Abläufe, die Entscheidungsfindung und Geschäftspolitik basierend auf Erkenntnissen und Empfehlungen im Rahmen der Prüfung.
- Sie erhöht die Qualität, Effizienz und Effektivität von Berichts- und Überwachungssystemen für Nachhaltigkeitsinformationen, die häufig noch nicht so ausgereift sind wie entsprechende Systeme und Prozesse der Finanzberichterstattung.
- Sie beinhaltet ein Benchmarking hinsichtlich der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen.

Interview

AccountAbility, London, im Juni 2009
 Alan Knight, Head of Standards
 Daniel Waistell, Standards Manager

AccountAbility wurde 1995 als globales und gemeinnütziges Netzwerk ins Leben gerufen, um Verantwortlichkeitsinnovationen im Bereich nachhaltiger Entwicklung voranzutreiben und verfügt heute über Vertretungen in London, Washington, Peking, Genf, São Paulo und San Francisco. AccountAbility kooperiert mit Unternehmen, Regierungen und Gruppen der Zivilgesellschaft, um verantwortungsvolle Geschäftspraktiken sowie die Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Institutionen zu fördern.



Alan Knight



Daniel Waistell

Erklären Sie bitte die wesentlichen Eigenschaften des AA1000AS (2008) sowie die Auswirkungen, die der Standard Ihrer Ansicht nach auf die Praxis der Nachhaltigkeitsprüfung haben wird.

Die Vision von AccountAbility liegt darin, dass Nachhaltigkeit den Fokus und die Linse dafür bietet, Zielsetzungen, Aktivitäten und Leistungen von Unternehmen zu bewerten, zu kommunizieren und zu managen.

Die überarbeitete Fassung des AA1000 Prüfungsstandards (AA1000AS (2008)) ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Umsetzung unserer Vision. Auf Basis der AccountAbility-Prinzipien (Inklusivität, Wesentlichkeit und Reaktivität) liegt der Fokus hier auf der Auswahl, Entwicklung und Verwendung von Informationen zu kritischen Aspekten der

Unternehmensleistung. Hierbei werden die traditionelle Finanzberichterstattung und Abschlussprüfung in einen weiteren Kontext gebracht und deren Nutzen weiter gesteigert. Um dies zu ermöglichen, beruht der AA1000AS (2008) auf einem umfassenderen Ansatz zur Bestimmung der Wesentlichkeit, wobei die langfristigen Treiber der Unternehmensleistung im Mittelpunkt stehen. Dies ermöglicht eine umfassendere, noch stärker zukunftsorientierte Analyse der Unternehmensperspektiven, die für die Schlüssel-Stakeholder, einschließlich den Anteilseignern, von Bedeutung sind.

Der neue Standard hilft beim Aufbau eines strategischeren und stärker auf die Stakeholder ausgerichteten Ansatzes zur Nachhaltigkeitsprüfung. Dies ist ein Werttreiber für Unternehmen, die eine solche Prüfung erhalten, und gibt den Lesern der entsprechenden Prüfungsergebnisse verständlichere und gehaltvollere Schlussfolgerungen an die Hand.

In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach extern geprüften Nachhaltigkeitsberichten international (aber auch in Deutschland) stark gestiegen.

Auf welche Hauptursachen ist diese Entwicklung Ihrer Meinung nach zurückzuführen?

Nachhaltigkeitsberichterstattung wird heute weltweit nicht mehr nur als hübsches Beiwerk angesehen – sie ist unabdingbar geworden. Die Wirtschaftsleistung in den Wachstumsmärkten steigt enorm. Die damit verbundene globale Zunahme im Bereich der Berichterstattung lässt auch den Bedarf an Prüfungsleistungen steigen. Nachhaltigkeitsprüfung gilt heute bei den führenden und erfahrenen Unternehmen auf diesem Gebiet als Kernelement einer glaubwürdigen Berichterstattung.

In dem Maß, wie die Berichterstattungspraxis an Reife gewinnt, wächst auch das Verständnis dafür, wie die Berichterstattung das Management von Themen und Problemen im Bereich der Nachhaltigkeit unterstützen kann. In diesem Zusammenhang gewinnt der interne Wert einer Prüfung weiter an Bedeutung, was von den Unternehmen zunehmend erkannt wird.

Worin bestehen für Unternehmen die Hauptvorteile einer externen Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten und worin liegt Ihrer Meinung nach der Mehrwert einer Prüfung nach dem AA1000AS (2008)?

AccountAbility hat eine unabhängige Prüfung immer als eine Art „Königsweg“ angesehen, mit dem Unternehmen Vertrauen in das eigene Management von Nachhaltigkeitsthemen und die damit verbundene Nachhaltigkeitsberichterstattung aufbauen können.

Wenn Anteilseigner und andere Stakeholder auf Basis von Nachhaltigkeitsberichten verlässliche und informierte Entscheidungen treffen sollen, kommt der Qualität einer solchen unabhängigen Prüfung zentrale Bedeutung zu.

Ähnlich überzeugend sind die internen Vorteile einer Nachhaltigkeitsprüfung. Dies gilt besonders für Unternehmen, deren Nachhaltigkeitsmanagement und Berichtssysteme noch nicht sehr ausgereift sind. Wenn im Rahmen von Nachhaltigkeitsprüfungen erfahrene Spezialisten Prozesse überprüfen, die Angemessenheit des Engagements mit Stakeholdern beurteilen und deren Antworten auf wesentliche Themen bewerten, werden wertvolle Lernerfahrungen gemacht, die sich positiv auf Nachhaltigkeitsmanagement und Leistung auswirken.

Der Prüfungsstandard AA1000AS (2008) ist einzigartig, da er von dem Prüfer nicht nur eine Stellungnahme zur Verlässlichkeit von Angaben verlangt, sondern auch eine Beurteilung zum Grad der Einhaltung verschiedener Prinzipien. Unter Anwendung des AA1000AS (2008) muss sich der Prüfer auch eingehend mit den Managementansätzen, Systemen und Prozessen sowie dem Stakeholder-Engagement auseinandersetzen. Berichtende Unternehmen, die sich für eine Prüfung nach dem AA1000AS (2008) entscheiden, werden sich ihrer Verantwortlichkeit für die Auswirkungen ihrer Handlungen, Produkte, Entscheidungen sowie Grundsätze

besser bewusst und übernehmen die Verantwortung dafür. Im Gegenzug bietet eine Prüfung nach dem AA1000AS (2008) auch einen strenger strukturierten Prozess, der sowohl für das Unternehmen als auch für externe Stakeholder einen Mehrwert generiert.

Die AA1000-Serie spielt bei deutschen Unternehmen bisher kaum eine Rolle – woran liegt das und wodurch ließe sich Ihrer Meinung nach die Zahl deutscher Unternehmen und Prüfungsgesellschaften, die die AA1000-Serie anwenden, weiter steigern?

Die erste Version des AA1000-Prüfungsstandards war in bestimmten Märkten – zum Beispiel Großbritannien und Australien – in der Tat viel gängiger als in anderen Ländern. Wir glauben, dass dies auf eine ganze Reihe von Gründen zurückgeführt werden kann. Zunächst einmal wurde der AA1000AS ja in Großbritannien entwickelt, ausschließlich in englischer Sprache veröffentlicht und von britischen Unternehmen wie zum Beispiel British Telecom unterstützt. Ohne eine deutschsprachige Übersetzung, ohne Veranstaltungen, auf denen dieser Standard erläutert wird, und ohne deutsche Prüfungsgesellschaften – die ihn so unterstützen, wie dies zuvor die Prüfer in Großbritannien oder in Australien getan haben – war eine intensive Anwendung dieses Standards unwahrscheinlich. Die einzigen deutschen Unternehmen, die ihre Berichte bisher unter Anwendung des AA1000AS haben prüfen lassen,

sind BAT (British American Tobacco), BP und O2 – alles Tochterunternehmen britischer Muttergesellschaften.

Seit der Veröffentlichung des neuen Standards ist in Ländern, in denen der AA1000 zuvor nur wenig eingesetzt wurde, das Interesse daran deutlich gestiegen. Unterstützt wurde dies durch internationales Engagement im und nach dem Revisionsprozess, durch rasche Erstellung hochwertiger Übersetzungen, Ausarbeitung erklärender Unterlagen und der immer stärkeren Unterstützung einer wachsenden Anzahl von Prüfungsgesellschaften. Unserer Meinung nach ist dies auch Ausdruck einer Reifung des Marktes. Es dokumentiert ein verbessertes Verständnis für den Wert von Prüfungen sowie für die Anerkennung des Mehrwerts, den eben nur der AA1000 leisten kann.

Welche Auswirkungen hat der neu eingeführte AA1000AS (2008) idealerweise auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung?

Unserer Meinung nach wird sich der AA1000AS (2008) nicht nur auf die Berichterstattung auswirken. In den Prinzipien von AccountAbility geht es um das Fördern von Verbesserungen im Nachhaltigkeitsmanagement und letzten Endes auch um eine bessere Performance. Es geht darum, wie Unternehmen nachhaltiger und verantwortlicher werden können und nicht nur um eine Verbesserung des Berichts. Die Anwendung des neuen AA1000AS

(2008) sollte es allerdings einfacher machen, die Stärken und Schwächen eines Nachhaltigkeitsberichts und die dahinter stehenden Prozesse klar zu verstehen. Die Fernziele von AccountAbility in diesem Bereich liegen in der Neubewertung der gesamten externen Unternehmenskommunikation, damit wesentliche, nicht finanzielle Themen das Forum erhalten, das sie brauchen. Fortschritte in der Berichterstattung sind lediglich ein Aspekt davon. Letzten Endes sind wir daran interessiert, die Leistung zu verbessern und Unternehmen nachhaltiger und verantwortlicher werden zu lassen.

Der Aspekt von Nachhaltigkeitsleistung rückt für Investoren verstärkt ins Blickfeld. Wie ließe sich die AA1000-Serie mit Blick auf diesen Trend nutzen?

Nach unserer Erfahrung wissen Investoren noch nicht sehr viel über die AA1000-Serie. Diejenigen, die dies tun, schätzen die Effekte einer Prüfung anhand der zugrunde liegenden Prinzipien – insbesondere Inklusivität und Wesentlichkeit – und kommunizieren dies auch. Hier stellen sich zum Beispiel Fragen wie: Ist sich das Unternehmen des Kontextes, in dem es operiert, wirklich voll bewusst? Kann es adäquat mit Stakeholder-Risiken umgehen? Kennt es die Mehrzahl der wesentlichen, nicht finanziellen Themen? Versteht es sie auch umfassend? Reagiert es angemessen darauf?

Investoren wollen natürlich auch wissen, ob Informationen verlässlich sind. Sogenannte „Typ 2“-Prüfungen mit dem AA1000AS (2008) berücksichtigen diese Prüfungsaussagen ebenfalls. Investoren wissen aber auch die qualitativen Einblicke zu schätzen, die sich aus der Beurteilung über die Einhaltung der Prinzipien gewinnen lassen.

Wie sehen Sie die Bedeutung der AA1000-Serie in Verbindung mit der Finanzkrise?

Vertrauen in die Wirtschaft und die von Unternehmen veröffentlichten Informationen sind zwei Themen, die durch die jüngste Finanzkrise aktuell wurden. Jetzt haben wir die große Chance, die Regeln dafür, was Unternehmen an die Öffentlichkeit weitergeben – und die Art und Weise, wie sie das tun – neu zu schreiben. Und wir können wesentliche Nachhaltigkeitsthemen näher in den Mittelpunkt geschäftlicher Informationspolitik rücken. Die AA1000-Serie kann ein nützlicher Bezugspunkt dafür sein, wie man finanzielle und nicht finanzielle Themen aus einer neuen, langfristiger, nachhaltiger und verantwortungsvoller angelegten Perspektive betrachten kann.

6 Fazit und Ausblick

Nachhaltigkeit ist der Weg und das Ziel

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist ein wichtiger Unternehmensbaustein geworden. Sie ermöglicht Unternehmen, komplexe ökologische und soziökonomische Auswirkungen ihres Handelns zu kommunizieren und dabei die Zukunftsfähigkeit ihrer Geschäftsmodelle darzustellen. Unsere Untersuchung zeigt, dass sich die Berichterstattung über Nachhaltigkeit bei den 100 umsatzstärksten Unternehmen (N 100 Deutschland) zunehmend etabliert. Sie wird als eine Möglichkeit betrachtet, die Leistung des Unternehmens ganzheitlich abzubilden, finanzielle Vorteile zu identifizieren, die Innovationskraft zu steigern sowie das Informationsbedürfnis der Stakeholder zu erfüllen. Erklärtes Ziel der Unternehmen ist ein wirtschaftliches Wachstum, das künftigen Generationen die gleichen ökologischen und sozialen Chancen und Möglichkeiten bietet, wie wir sie heute vorfinden.

Ein einheitliches, weltweit maßgebliches Format oder Rahmenwerk für die berichtspflichtigen Nachhaltigkeitsthemen existiert bisher nicht. Unternehmen wenden eine Reihe unterschiedlicher Standards und Prozesse an. Bei der Mehrheit der Unternehmen lässt sich in der Berichterstattung jedoch ein systematischer, integrativer Ansatz erkennen, der sowohl die Strategie, die Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung als auch ein strukturiertes Stakeholder-Engagement beinhaltet. Der GRI-Leitfaden scheint sich als führender Berichtsstandard zu behaupten. Die Themen Corporate Governance, Verantwortung innerhalb der Zulieferkette, Auswirkungen des Klimawandels und

Nachhaltigkeit auf dem Kapitalmarkt (Investor Relations) sind für Unternehmen und Stakeholder hierbei von besonderer Relevanz.

Informationen über das strategische Nachhaltigkeitsmanagement eines Unternehmens werden zukünftig noch stärkeren Einfluss auf die Reputation und die Beurteilung der Managementleistung haben. Gerade in der Entscheidungsfindung von Akteuren wie Endverbrauchern, Geschäftspartnern, Investoren oder Mitarbeitern erhalten sie einen höheren Stellenwert. Diese Entwicklung lässt sich insbesondere auf den globalen Kapitalmärkten beobachten, wo private und institutionelle Anleger zunehmend Interesse an Investmentprodukten zeigen, deren Zusammensetzung auch auf Basis von Nachhaltigkeitskriterien beruht. Investoren präferieren heute die integrierte Finanzanalyse auf Basis vergleichbarer, verlässlicher Informationen.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise rückt den Nachhaltigkeitsgedanken zudem weiter in das Bewusstsein und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Etwa drei Viertel der 2009 veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte deutscher Unternehmen thematisieren Nachhaltigkeit im Kontext der globalen Krise. Während nur ein kleiner Teil negative Auswirkungen auf das eigene Nachhaltigkeitsengagement erwartet, finden sich in einem Großteil der Berichte Hinweise auf eine Intensivierung der Nachhaltigkeitsaktivitäten gerade wegen der Krise. Das Nachhaltigkeitsmanagement etabliert sich als unabdingbarer Bestandteil des Risikomanagementsystems.

Wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeitsprüfung

Mit der zunehmenden Entscheidungsrelevanz von Nachhaltigkeitsinformationen drängt sich die Frage nach deren Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit auf. Die Prüfung von Finanzdaten ist heute systemimmanent und weltweit reguliert. Die Nachfrage nach Informationen über Nachhaltigkeitsleistungen wächst, wie auch die Zahl der Unternehmen, die Nachhaltigkeitsberichte vorlegt. Diese Entwicklung hat in Deutschland und international in den vergangenen Jahren zu einer Zunahme von Nachhaltigkeitsprüfungen geführt. Wie die Berichterstattung selbst ist auch diese Disziplin relativ jung. Nachhaltigkeitsprüfungen sind für Unternehmen und deren Stakeholder von nicht zu unterschätzendem Wert:

Eine freiwillige Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten hat Vorteile für die Unternehmenskommunikation, denn sie

- kann sich positiv auf die Glaubwürdigkeit der Berichte auswirken
- erhöht grundsätzlich die Verlässlichkeit der Berichtsangaben
- verbessert die Kommunikation der Gesellschaft mit externen Stakeholdern
- erlaubt eine unabhängige und dokumentierte Verifizierung der Nachhaltigkeitsleistung
- ermöglicht zum Beispiel ein Benchmarking hinsichtlich Vollständigkeit.

Darüber hinaus zeigen unsere bisherigen Erfahrungen, dass sich die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten auch unternehmensintern positiv auswirken kann:

- Sie verschafft Aufmerksamkeit im Unternehmen für die Bedeutung von Nachhaltigkeit sowie für das Management von Nachhaltigkeitsthemen und erhöht die unternehmensinterne Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsstrategie.
- Sie führt zu einer besseren Integration sozialer und umweltrelevanter Belange in die internen Abläufe, die Entscheidungsfindung und Geschäftspolitik basierend auf Erkenntnissen und Empfehlungen im Rahmen der Prüfung.
- Sie erhöht die Qualität, Effizienz und Effektivität von Berichts- und Überwachungssystemen für Nachhaltigkeitsinformationen, die häufig noch nicht so ausgereift sind wie entsprechende Systeme und Prozesse der Finanzberichterstattung.
- Sie beinhaltet ein Benchmarking hinsichtlich der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen.

Anlage 1 – Glossar

AA1000-Serie

Die AA1000-Serie von AccountAbility umfasst prozess- und leistungsorientierte Standards im Bereich der Nachhaltigkeit. Aktuell umfasst die AA1000-Serie einen Prinzipienstandard (AA1000APS), einen Prüfungsstandard (AA1000AS) und einen Standard für Stakeholder-Engagement (AA1000SES).

Ad-hoc-Kommunikation

Ad-hoc-Kommunikation ist gesetzliche Verpflichtung eines Emittenten von Wertpapieren: Tatsachen, die seinen Börsenkurs erheblich beeinflussen können, müssen unverzüglich veröffentlicht werden. Die Veröffentlichungspflicht regelt das Wertpapierhandelsgesetz (WpHG).

Carbon Footprint

Carbon Footprint (zu Deutsch: CO₂-Fußabdruck) beschreibt die quantifizierte Menge an Kohlendioxid-Emissionen oder Äquivalenten. Carbon Footprints werden erhoben für einzelne Produkte sowie die Aktivitäten eines Unternehmens.

CDP

Das Carbon Disclosure Project ist eine Gemeinschaftsinitiative mit dem Ziel, den Dialog zwischen Investoren und Unternehmen in Sachen Klimaschutz voranzutreiben. Sie setzt sich mit Klimastrategien und der Ermittlung von Treibhausgasemissionen auseinander.

Corporate Governance

Im Allgemeinen mit „Grundsätze verantwortungsvoller Unternehmensführung“ übersetzt, dient Corporate Governance der Gewährleistung einer unabhängigen, wert- und erfolgsorientierten Unternehmensführung und damit der Sicherung und Steigerung des Unternehmenswertes.

CSR

Corporate Social Responsibility bezeichnet die freiwillige Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen, Organisationen und Institutionen, die über die rechtlichen Pflichten hinausgeht.

DCGK

Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) gibt Werte und Normen für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung vor, mit dem Ziel, die Transparenz der Unternehmensführung und Überwachungssysteme zu erhöhen.

EMAS

Das „Eco-Management and Audit Scheme“ ist ein von den Europäischen Gemeinschaften 1993 entwickeltes freiwilliges Umweltmanagement sowie eine Umweltbetriebsprüfung für Unternehmen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen. Rechtsgrundlage ist die Verordnung (EG) Nr. 761/2001.

Equator Principles

Die Äquator-Prinzipien enthalten ein Regelwerk über zehn freiwillig einzuhaltende Prinzipien speziell für den Bankensektor und formulieren Umwelt- und Sozialstandards für die Finanzierung von Projekten. Initiator der Äquator-Prinzipien ist die International Finance Corporation (IFC), die der Weltbank zugehörig ist.

ICC Business Charter

Die internationale Handelskammer (International Chamber of Commerce) hat 1991 den Business Charter für nachhaltige Entwicklung eingeführt, der 16 Grundsätze des Umweltmanagements beinhaltet.

ILO

Die International Labour Organization von 1919 ist seit 1946 Sonderorganisation der Vereinten Nationen (UN) und umfasst 182 Mitgliedstaaten. Ziel der Organisation ist die Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen aller Menschen mit Hilfe der Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialnormen.

ISO 14001

Die internationale Norm ISO 14001 ist ein weltweit anerkanntes Umweltmanagementsystem der „International Organization for Standardization“, das im Gegensatz zu EMAS nicht auf einer EG-Verordnung, sondern auf privatwirtschaftlicher Normung basiert.

KPI

Unter Key Performance Indicators (zu Deutsch: Schlüsselindikatoren) versteht man zentrale, quantifizierbare Unternehmenskennzahlen. KPI zeigen die Entwicklung bei der Erreichung vorher festgelegter finanzieller und nicht finanzieller Unternehmensziele auf.

Nachhaltige Entwicklung

Der Begriff Nachhaltigkeit ist seit einigen Jahren Leitbild für eine zukunftsfähige Entwicklung der Menschheit. Nachhaltig ist eine Entwicklung, „die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“ (Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (1987): Unsere gemeinsame Zukunft).

OECD-Leitsätze für Multinationale Unternehmen

Die von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) veröffentlichten Leitsätze stellen für ihre Mitgliedsländer die Grundlage für ein verantwortungsvolles und dem geltenden Recht entsprechendes unternehmerisches Verhalten dar.

REACH

REACH ist die Abkürzung für die Verordnung (EG) Nr. 1907/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals = REACH).

SA8000

Der SA8000 von Social Accountability International ist ein weltweit anerkanntes Zertifizierungsschema für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in Produktionsstätten. Es basiert unter anderem auf der Menschenrechtskonvention der Vereinten Nationen und den Arbeitsnormen der ILO.

Stakeholder

Der Stakeholder-Begriff ist eine Anspielung auf den Term „Stockholder“ (dt. Aktionär) und verkörpert damit sinngemäß den Kerngedanken des Stakeholder-Begriffs. Die Vorsilbe „Stake“ betont, dass ein Unternehmen und sein Management nicht nur Verantwortung gegenüber seinen Aktionären haben, sondern auch die Interessen und Anliegen anderer Gruppen zu berücksichtigen haben. Stakeholder können definiert werden als Individuen oder Organisationen, die die Aktivitäten, Produkte oder Leistungen und die dazugehörige Leistung eines Unternehmens beeinflussen und/oder durch diese beeinflusst werden können.

GHG Protocol

Das Green House Gas (GHG) Protocol wurde auf Initiative des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) und des World Resources Institute (WRI) entwickelt. Das GHG Protocol ist heute ein weltweit anerkannter und genutzter Standard zur Erhebung und Berichterstattung über Treibhausgasemissionen.

UN Global Compact

Der UN Global Compact ist ein auf Initiative der Vereinten Nationen institutionalisierter Pakt für Unternehmen, die sich freiwillig zur Einhaltung der im Pakt formulierten zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung verpflichtet haben und im Rahmen des Communications on Progress regelmäßig darüber Rechenschaft ablegen.

Anlage 2 – Zusammensetzung der N 100 Deutschland

Unternehmen	Branche	Primäres Format der Kommunikation über Nachhaltigkeitsthemen
Adidas AG	Handel	Separater PDF-Bericht
Adolf Würth GmbH & Co. KG	Bau & Baustoffe	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
AGRAVIS Raiffeisen AG	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Aldi GmbH & Co. KG	Handel	Informationen auf Webseite
Alfred C. Toepfer International GmbH	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Allianz SE	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
Arcandor AG	Handel	Separater PDF-Bericht
Aurubis AG	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Separater PDF-Bericht
BASF SE	Chemie	Vollständig integriert in Jahresabschluss
Bayer AG	Pharma & Gesundheit	Separater PDF-Bericht
Bayerische Landesbank Anstalt des öffentlichen Rechts	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
BayWa AG	Handel	Informationen auf der Webseite
Beiersdorf AG	Chemie	Portal im Internet
Benteler AG	Automobil	Informationen auf der Webseite
Bertelsmann AG	Kommunikation & Medien	Portal im Internet
Bilfinger Berger AG	Bau & Baustoffe	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
BMW AG	Automobil	Separater PDF-Bericht
Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	Pharma & Gesundheit	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Brenntag Management GmbH	Handel	Informationen auf der Webseite
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	Elektronik	Separater PDF-Bericht
C&A Mode KG	Handel	Separater PDF-Bericht
Commerzbank AG	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
Continental AG	Automobil	Informationen auf der Webseite
Daimler AG	Automobil	Separater PDF-Bericht
Debeka-Gruppe	Banken & Versicherungen	Informationen auf der Webseite
Deutsche Bahn AG	Transport	Separater PDF-Bericht
Deutsche Bank AG	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
Deutsche Börse AG	Andere Dienstleistungen	Separater PDF-Bericht
Deutsche Lufthansa AG	Transport	Separater PDF-Bericht
Deutsche Post AG	Andere Dienstleistungen	Separater PDF-Bericht
Deutsche Telekom AG	Kommunikation & Medien	Separater PDF-Bericht
dm-drogerie markt GmbH & Co. KG	Handel	Informationen auf der Webseite
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG	Lebensmittel	Informationen auf der Webseite
Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG	Automobil	Separater PDF-Bericht
Dresdner Bank AG	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
DZ Bank AG	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
E.ON AG	Versorgung	Separater PDF-Bericht
Edeka Zentrale AG & Co. KG	Handel	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
EnBW Energie Baden-Württemberg AG	Versorgung	Separater PDF-Bericht
Evonik Industries AG	Chemie	Separater PDF-Bericht
EWE AG	Versorgung	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Fa. Anton Schlecker	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Franz Haniel & Cie. GmbH	Handel	Informationen auf der Webseite
Fresenius Medical Care AG & Co. KGaA	Pharma & Gesundheit	Informationen auf der Webseite
Fresenius SE	Pharma & Gesundheit	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Freudenberg & Co. KG	Andere Dienstleistungen	Informationen auf der Webseite
GEA Group AG	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Gothaer Versicherungsbank VVaG	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
Hannover Rückversicherung AG	Banken & Versicherungen	Informationen auf der Webseite
HeidelbergCement AG	Bau & Baustoffe	Separater PDF-Bericht

Unternehmen	Branche	Primäres Format der Kommunikation über Nachhaltigkeitsthemen
HELM AG	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Henkel AG & Co. KGaA	Chemie	Separater PDF-Bericht
Heraeus Holding GmbH	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Informationen auf der Webseite
Hochtief AG	Bau & Baustoffe	Separater PDF-Bericht
HUK-Coburg Holding AG	Banken & Versicherungen	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Hypo Real Estate Holding AG	Banken & Versicherungen	Informationen auf der Webseite
Infineon Technologies AG	Elektronik	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
K+S AG	Bergbau	Portal im Internet
KfW Bankengruppe	Banken & Versicherungen	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
KION Group GmbH	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Klöckner & Co SE	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Knauf Gips KG	Bau & Baustoffe	Informationen auf Webseite
Landesbank Baden-Württemberg	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
Lanxess AG	Chemie	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Lekkerland AG & Co. KG	Lebensmittel	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Linde AG	Chemie	Separater PDF-Bericht
Mahle GmbH	Automobil	Informationen auf Webseite
MAN SE	Automobil	Separater PDF-Bericht
Marquard & Bahls AG	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Merck KGaA	Pharma & Gesundheit	Separater PDF-Bericht
Metro AG	Handel	Separater PDF-Bericht
Münchener Rückversicherungsgesellschaft AG	Banken & Versicherungen	Portal im Internet
Otto GmbH & Co. KG	Handel	Separater PDF-Bericht
PHOENIX Pharmahandel AG & Co. KG	Handel	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Rethmann AG & Co. KG	Versorgung	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Rewe-Zentral-AG	Handel	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Rheinmetall AG	Automobil	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Robert Bosch GmbH	Automobil	Separater PDF-Bericht
RWE AG	Versorgung	Separater PDF-Bericht
Salzgitter AG	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Informationen auf der Webseite
SAP AG	Andere Dienstleistungen	Portal im Internet
Schaeffler KG	Automobil	Informationen auf der Webseite
Schwarz Beteiligungs GmbH	Handel	Berichtet über Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG auf Webseite
Siemens AG	Elektronik	Portal im Internet
SIGNAL IDUNA Gruppe	Banken & Versicherungen	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Stadtwerke Köln GmbH	Versorgung	Informationen auf der Webseite
Stadtwerke München GmbH	Versorgung	Separater PDF-Bericht
Südzucker AG	Lebensmittel	Informationen auf der Webseite
Tengelmann Warenhandels-gesellschaft KG	Handel	Separater PDF-Bericht
Thyssen Krupp AG	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Informationen auf der Webseite
TUI AG	Andere Dienstleistungen	Separater PDF-Bericht
Versicherungskammer Bayern		
Versicherungsanstalt des öffentlichen Rechts	Banken & Versicherungen	Kapitel über Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht
Vodafone D2 GmbH	Kommunikation & Medien	Separater PDF-Bericht
Voith AG	Maschinenbau & Metallverarbeitung	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
Volkswagen AG	Automobil	Separater PDF-Bericht
Wacker Chemie AG	Chemie	Informationen auf der Webseite
WestLB AG	Banken & Versicherungen	Separater PDF-Bericht
Wüstenrot & Württembergische AG	Banken & Versicherungen	Keine Kommunikation über Nachhaltigkeit
ZF Friedrichshafen AG	Automobil	Informationen auf der Webseite

Anlage 3 – 22 Länder für die Auswahl N 100 International

Australien	Norwegen
Brasilien	Portugal
Dänemark	Rumänien
Finnland	Südafrika
Frankreich	Südkorea
Großbritannien	Spanien
Italien	Schweden
Japan	Schweiz
Kanada	Tschechien
Mexiko	Ungarn
Niederlande	USA

Anlage 4 – Nachhaltigkeit bei KPMG

Verantwortliches unternehmerisches Handeln im Sinne von Corporate Responsibility (CR) hat für KPMG mehrere Dimensionen. Als Unternehmen verstehen wir uns nicht nur als wirtschaftlicher, sondern auch als sozialer Akteur. Daraus entsteht für uns die gesellschaftliche Verantwortung, wirtschaftlichen Erfolg mit sozialen und ökologischen Ansprüchen in Einklang zu bringen und damit einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Hohe Sozialstandards sind daher ebenso selbstverständlich wesentliche Elemente unserer Unternehmenskultur wie ein vielfältiges Engagement für das Gemeinwesen und Initiativen zum Umwelt- und Klimaschutz.

Diese Grundhaltung ist fest verankert in unseren Unternehmenswerten und wird umgesetzt durch Governance-Strukturen, Managementsysteme, Programme und Maßnahmen. Zwei Werte sind dabei für uns von besonderer Bedeutung für CR:

- 1) Wir handeln integer.
- 2) Wir fühlen uns der Gemeinschaft gegenüber verpflichtet.

Durch die Mitgliedschaft von KPMG International im Global Compact richten wir zudem unsere Aktivitäten an dessen zehn Prinzipien aus. Ferner orientieren wir uns bei unserer (internen) Berichterstattung an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Im Folgenden stellen wir zentrale CR-Strukturen, -Programme und -Maßnahmen vor:

Verantwortliches Unternehmenshandeln betrifft alle

Wir sind überzeugt davon, dass unsere Verantwortung auf Führungsebene vorgelebt werden muss. Deshalb haben

wir das Thema Corporate Responsibility auf höchster Ebene im Vorstand verankert. Das CR-Team, das direkt an den zuständigen Vorstand berichtet, verantwortet unmittelbar die betrieblichen Freiwilligenprogramme sowie den betrieblichen Umweltschutz und koordiniert die (interne) Berichterstattung zu Themen wie Diversity oder Risiko- und Qualitätsmanagement zwischen den unterschiedlichen Abteilungen. An allen Standorten werden zudem seit Anfang 2009 CR-Foren aufgebaut, in denen Mitarbeiter aus allen Hierarchien und Funktionsbereichen die lokale Verankerung von CR unterstützen. Eine CR-Intranetseite dient als Informations- und Kommunikationsplattform – auch über Leitlinien und Programme für ehrenamtliches Engagement. Unsere Mandanten und die interessierte Öffentlichkeit können sich auf unserer CR-Internetseite informieren.

Freiwilligenprogramme

KPMG unterhält in Deutschland zahlreiche Corporate Responsibility-Programme, die auf die drei Schwerpunktbereiche Bildung, soziale Integration und Umwelt ausgerichtet sind. Ziel ist es, alle Mitarbeiter einzubinden und für ehrenamtliches Engagement zu gewinnen. Jedem Mitarbeiter steht daher monatlich ein halber Tag für ehrenamtliches Engagement zur Verfügung. Dieses Zeitkontingent kann für eigeninitiiertes Engagement oder aber für die KPMG-Programme verwendet werden, beispielsweise für

- den Make a Difference Day: Ein Freiwilligentag, an dem alle KPMG-Mitarbeiter die Gelegenheit haben, sich an ihrem Standort in ein konkretes Projekt einzubringen. Dieses

Programm ist bereits fest etabliert und verzeichnet eine von Jahr zu Jahr wachsende Beteiligung. Allein 2008 engagierten sich mehr als 850 Mitarbeiter aus 20 Niederlassungen deutschlandweit in mehr als 80 Projekten.

- das Programm Partners in Leadership: Ansatz dieses Programms ist es, Schulleitern auf Augenhöhe Führungskräfte aus der Wirtschaft als Sparringspartner an die Seite zu stellen. KPMG ist Mitinitiator dieses Programms, das inzwischen in Berlin, Brandenburg, Frankfurt und Hamburg gemeinsam mit anderen Unternehmen und Bildungspartnern läuft.
- die Sozialen Marktplätze: KPMG engagiert sich seit 2006 finanziell wie personell für die Einführung Sozialer Marktplätze in Deutschland. Auf diesen Marktplätzen kommen Vertreter von Wirtschaftsunternehmen und gemeinnützigen Organisationen in einer börsenähnlichen Atmosphäre zusammen, um schriftliche Vereinbarungen über geldfreie „Gute Geschäfte“ auszuhandeln. Ziel des Austausches ist es, den direkten Kontakt zwischen Wirtschaft und Gesellschaft zu fördern. So kann ein Impuls für einen strukturellen Wandel in unserer sozialen Landschaft geschaffen werden. Bis heute fanden über 50 Soziale Marktplätze, darunter rund 15 mit KPMG-Beteiligung statt. Insgesamt wurden bereits über 1.500 Vereinbarungen getroffen und umgesetzt.

Risiko- und Qualitätsmanagement

Unsere Arbeit ist mit hoher Verantwortung gegenüber unseren Mandanten verbunden. Unser Risk Management sowie unser nach ISO 9001 zertifiziertes Qualitätssicherungssystem zielen deshalb darauf, einen durchgängigen, höchstmöglichen Qualitätsstandard zu erreichen und einzuhalten – etwa im Hinblick auf die berufsrechtlichen Vorschriften und Standards, die Mandantenerwartungen (§ 55b WPO), den Datenschutz und die Haftungsrisiken. Die große Bedeutung, die wir der Sicherheit unseres IT-Systems beimessen, zeigt sich in der Zertifizierung nach ISO 27001. KPMG engagiert sich zudem im Kampf gegen Bestechung und Korruption. So gehört KPMG International zu den Unterzeichnern der PACI Principles im Rahmen der Partnerschaft gegen Korruption des Weltwirtschaftsforums und hat an den Beratungen der OECD-Arbeitsgruppe zur Überarbeitung des Anti-Bestechungsinstrumentariums teilgenommen. Natürlich setzen wir Corporate Governance auch intern um – etwa mit einem eigenen „Code of Conduct“, einer Whistle-Blowing-Hotline, mit deren Hilfe Fehlverhalten auch anonym gemeldet werden kann, sowie einem umfangreichen Trainingsangebot gegen Bestechung und für die strikte Einhaltung von Gesetzen und Vorgaben.

Aus- und Weiterbildung

Um den Anforderungen unserer Mandanten weiterhin optimal vorbereitet begegnen zu können, haben wir unser eigenes Aus- und Fortbildungsprogramm deutlich ausgeweitet. So haben wir deutschlandweit im letzten Geschäftsjahr rund 20 Millionen Euro in Schulungsmaßnahmen investiert. Dazu gehören Präsenztrainings ebenso wie eine breite Auswahl an E-Learning-Angeboten. Darüber hinaus fördern wir akademische Abschlüsse – etwa Promotionen, einschlägige Master-Programme (Master of Finance and Accounting) und das Berufsexamen für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer. Insgesamt entfielen damit durchschnittlich 10,3 Tage pro Mitarbeiter und Jahr auf Aus- und Fortbildungsmaßnahmen.

Betrieblicher Umweltschutz

Auch als Dienstleistungsunternehmen nutzen wir natürliche Ressourcen und haben damit Einfluss auf die Umwelt: ob zum Beispiel durch unseren Wasserverbrauch, unseren Energie-, Strom- und Papierverbrauch oder die Fahrten zum Mandanten, zum Arbeitsplatz und wieder zurück nach Hause. Wir sehen es als unsere Pflicht an, auch unsere Material- und Energieproduktivität zu optimieren und richten in allen Geschäftsbereichen ein Programm zur kontinuierlichen Verbesserung ein. Im laufenden Geschäftsjahr haben wir an drei Pilotstandorten die Stromversorgung auf erneuerbare Energie umgestellt, ein nachhaltiges Mobilitätsmanagement entwickelt und Umwelanforderungen in die Einkaufspolitik integriert. Wir

streben die Zertifizierung unseres Umweltmanagementsystems nach der internationalen Norm ISO 14001 an. Bis 2010 wollen wir unseren CO₂-Ausstoß um 25 Prozent senken. Unsere Umweltleitlinien und Aktivitäten kommunizieren wir über unsere Webseite an die interessierte Öffentlichkeit.

Diversity

„Wir achten den Einzelnen“ lautet der erste unserer Unternehmenswerte – und zwar unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, ethnischer oder kultureller Herkunft, Religion und sexueller Orientierung. Mit der Einführung der Unternehmensleitlinien „Würde am Arbeitsplatz“ und „Gleichberechtigung, Vielfalt und Einbeziehung“ verpflichten wir uns, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich jeder voll entfalten kann. Auch dulden wir keinerlei Diskriminierung am Arbeitsplatz und haben entsprechende Strukturen geschaffen, damit Chancengleichheit keine Worthülse ist. Seit 2007 unterstützen wir die Initiative der Bundesregierung zur Förderung von Toleranz, Pluralismus und Vielfalt und sind der Charta der Vielfalt beigetreten. Auch unterstützen wir Mitarbeiternetzwerke. Dazu gehört zum Beispiel die Gründung des Netzwerkes für Frauen, KNOW, sowie für homosexuelle Mitarbeitende, pride@kpmg. Ein anderes Netzwerk mit mittlerweile rund 70 Mitgliedern wendet sich an türkischstämmige Mitarbeiter und setzt seinen Fokus nicht nur auf die interne Vernetzung, sondern auch auf die Vernetzung mit Unternehmen aus der Community.

Zudem haben wir 400 unserer People Management Leader (PML) einfühend zu Diversity geschult. Das audit berufundfamilie® der Hertie-Stiftung 2006 sahen wir als Verpflichtung, unsere Angebote zur Familienfreundlichkeit weiter auszubauen. Selbstverständlich arbeiten wir hart daran, das Zertifikat auch künftig wieder zu erhalten. Verschiedene Arbeitszeitmodelle bieten unseren Mitarbeitern schließlich zahlreiche Möglichkeiten, Beruf und Familie miteinander zu vereinbaren.

Unsere Dienstleistungen zum Themenkomplex Nachhaltigkeit

Neben unseren etablierten Dienstleistungen beraten wir unsere Mandanten insbesondere bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen. Spezialisten mit internationaler Erfahrung aus Audit, Tax und Advisory unterstützen sie bei der Prüfung oder Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten oder integrierten Geschäftsberichten, bei internen Audits – zum Beispiel im Wertschöpfungskettenmanagement, bei steuerrechtlichen Fragen zum Emissionshandel oder dem „Erneuerbare-Energien-Gesetz“, bei der Ermittlung des Carbon Footprint sowie bei der Entwicklung und Optimierung von Nachhaltigkeitsstrategien, Monitoring- und Reportingprozessen.

Wirtschaftlicher Erfolg geht bei KPMG Hand in Hand mit sozialer und ökologischer Verantwortung. Und so, wie wir kontinuierlich daran arbeiten, unser Prüfungs- und Beratungsgeschäft immer professioneller zu machen, werden wir auch unsere soziale und ökologische Leistung weiter verbessern.

Ansprechpartner

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Simone Fischer

Partnerin
Marie-Curie-Straße 30
60439 Frankfurt
T +49 69 9587-3342
simonefischer@kpmg.com

Dr. Peter Lenz

Partner
Marie-Curie-Straße 30
60439 Frankfurt
T +49 69 9587-1796
plenz@kpmg.com

Das Handbuch entstand unter Mitwirkung von:
Jürgen Engelbach, KPMG
Christian Hell, KPMG
Pieter van der Veen, KPMG

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation.

© 2009 KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, eine Konzerngesellschaft der KPMG Europe LLP und Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International, einer Genossenschaft schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Germany. KPMG und das KPMG-Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.