Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und
future e.V. – verantwortung unternehmen (Hrsg.)

IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009:

Ergebnisse und Trends

Mit Unterstützung durch:

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Rat für NACHHALTIGE Entwicklung

IÖW/future (Hrsg.): IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009: Ergebnisse und Trends; Berlin, Münster, 2010.

AutorInnen: Gebauer, Jana / Westermann, Udo

unter Mitarbeit von: Hoffmann, Esther / Kaminski, Gerd / Merten, Thomas / Timme, Stephan

Informationen zum Ranking und Downloads unter: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig
Potsdamer Str. 105, D-10785 Berlin
Tel: +49 (0)30 – 884 594-0, Fax: +49 (0)30 – 882 54-39
ranking@ioew.de, http://www.ioew.de

future e.V. – verantwortung unternehmen
Am Hof Schultmann 63, D-48163 Münster
Tel: +49 (0)251 – 973 16-34, Fax: +49 (0)251 – 973 16-35
ranking@future-ev.de, http://www.future-ev.de

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung 2

1. Einleitung 4

1.1. Das IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher Unternehmen 4

1.2. Die Stichprobe im KMU-Ranking 5

1.3. Ablauf des KMU-Rankings 2009 5

2. Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU – Erste Erkenntnisse aus der Unternehmensbefragung 7

3. Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 7

3.1. Kriterienentwicklung 7

3.2. Kriterienstruktur 8

3.3. Überblick über die Kriterieninhalte 9

3.4. Bewertung 11

4. Ergebnisse des IÖW/future-Rankings der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009 12

4.1. Gesamtergebnisse 12

4.2. Die „TOP 9“ der besten KMU-Berichterstatter 17

4.3. Ergebnisse in den Kategorien 21

5. An die Nicht-Berichterstatter 26

Zusammenfassung

Das IÖW/future-Ranking bewertet und vergleicht seit 15 Jahren die gesellschaftsbezogene Berichterstattung deutscher Unternehmen. Die ersten Durchgänge des IÖW/future-Rankings in den 1990er Jahren wurden von Umweltberichten kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU) dominiert, die aus einer starken Umweltmanagementorientierung heraus den Standard für eine Berichterstattung zur ökologischen Unternehmensverantwortung setzten. Im Ergebnisbericht des Rankings 1995 hieß es dazu „Umweltberichte mittelständischer Unternehmen sind deutlicher, glaubwürdiger und – nicht ganz überraschend – klarer und nachvollziehbarer als Konzernberichte...“ (S. 20).

Mit der steigenden Zahl an Umweltberichten von Großunternehmen und auch mit der Weiterentwicklung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung konzentrierte sich das IÖW/future-Ranking ab 2000 auf die 150 größten deutschen Unternehmen. Nachhaltigkeitsberichterstattung ist seit Jüngerem jedoch auch in der Breite der KMU ein wichtiges Thema – und somit sind KMU-Berichte auch für das Ranking bedeutsam: Die Entwicklungen erforderten geradezu, einen eigenen Wettbewerb für KMU-Nachhaltigkeitsberichte ins Leben zu rufen.

Mit dem IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte wollen wir dazu beitragen, dass Transparenz und Offenlegung von gesellschaftlich relevanten Auswirkungen des Unternehmenshandelns als legitime Erwartung der Gesellschaft erkannt und von Unternehmen immer selbstverständlicher praktiziert werden. Hierbei unterstützen wir die Unternehmen, indem wir Transparenz- und Informationsanforderungen relevanter gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Anspruchsgruppen in konkrete Kriterien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung übersetzen. Diese Kriterien legen wir gleichzeitig als Bewertungsmaßstab an die Berichte der Unternehmen an, die wir dann miteinander vergleichen.

Beim KMU-Ranking stehen vor allem die Sensibilisierung der Unternehmen für die Thematik und die Vermittlung von Beispielen für gute Berichterstattung im Vordergrund: Welche gesellschaftlichen Anforderungen bestehen an ihr unternehmerisches Handeln und wie sind diese zu begründen und zu legitimieren? Wo sind die kleineren Unternehmen genauso gefordert wie Konzerne und in welcher Form wirken sich die Spezifika von KMU hinsichtlich Kapazitäten, Know-how, regionaler Verankerung usw. besonders auf die Gestaltung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung und ihrer Berichterstattung aus? Von welchen Unternehmen können die anderen lernen und wo lassen sich besonders gute Beispiele zur Orientierung und Nachahmung finden?

KMU weisen zunächst einen zentralen Unterschied zu den öffentlich stark unter Legitimationsdruck stehenden Großunternehmen auf: Sie berichten weniger aus einer Rechenschaftspflicht heraus, sondern dann, wenn sie „etwas zu sagen haben“. Leitfäden und Kriteriensets nehmen sie dabei als Orientierung wahr, sehen sich jedoch nicht in der Pflicht, sie vollständig abzuarbeiten. Die Relevanz der sozialen, ökologischen und ökonomischen Fragestellungen für ihre Produkte und Dienstleistungen sowie ihre Geschäftsprozesse und -beziehungen bestimmen sie selbst und setzen danach die Schwerpunkte ihrer Berichte. Ihre Darstellungen unternehmerischer Nachhaltigkeit sind in diesem Sinne alles andere als standardisierte Rechenschaftsberichte.

KMU-Berichte geben vielmehr ein offenes Abbild der zentralen Herausforderungen und Zielkonflikte, die die Unternehmen jeweils wahrnehmen, und zeigen die Umsetzungsprobleme, auf die sie in ihren Verbesserungsprozessen stoßen. Den Berichtsfokus legen die KMU auf ihre Werteorientierung und auf die Verantwortung, die sie daraus mit Blick auf ihre Produkte und die Verankerung in ihrem regionalen und geschäftlichen Umfeld ableiten. Der Schwerpunkt in der Umweltverantwortung liegt beim aktuellen Top-Thema Energiemanagement und Klimaschutz. Die größten Defizite weisen die KMU-Berichte im Bereich der Mitarbeiterinteressen auf; gut berichtet wird hier lediglich zu Fragen der Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung.

Im IÖW/future-Ranking der KMU 2009 haben wir 46 Berichte kleiner und mittelständischer Unternehmen auf ihre Qualität hin bewertet und verglichen. Die Unternehmen, die wir in das KMU-Ranking einbezogen, wiesen eine große Spannbreite in der Zahl der Beschäftigten und den Jahresumsätzen auf. Zudem ist die Zahl expliziter Nachhaltigkeitsberichte noch begrenzt und Umwelterklärungen, erweitert um soziale Aspekte, spielen für KMU eine große Rolle. Daher unterschieden wir bei der Auswahl der besten Berichte nach Unternehmensgröße und Berichtsart. Bemerkenswert ist, dass die besten Berichte im KMU-Ranking 2009 von Unternehmen mit weniger als 250 MitarbeiterInnen kommen.

In folgenden drei Kategorien kürten wir jeweils drei Gewinner: In der Kategorie der Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten gewann Memo vor Neumarkter Lammsbräu und der Johanssen und Kretschmer Kommunikationsberatung. Den Wettbewerb in der Kategorie 250 bis 5.000 Beschäftigte entschieden die Bremer Straßenbahn, Solarworld und die Rheinbahn für sich. In der dritten Kategorie der Umwelterklärungen mit Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit erreichten Oktoberdruck, HIPP und Wilkhahn ausgezeichnete Ergebnisse.

Die konkreten Ergebnisse der aktuellen Bewertung von Berichten aus den Jahren 2007-2009 stellen wir Ihnen im Folgenden vor. Wir sehen unsere Arbeit dabei als eine Informationsdienstleistung, die wir anderen gesellschaftlichen Akteuren, aber genauso den Unternehmen selbst durch die individuellen Bewertungsbögen zur Verfügung stellen. Wir hoffen, dass die Art und Weise, wie wir die Bewertung vornehmen und den Bewertungsmaßstab und die Ergebnisse vermitteln, die Unternehmen konstruktiv bei einer Weiterentwicklung unterstützt und gute Leistungen in der Berichterstattung sichtbar macht.

An der steten Weiterentwicklung des Rankings sind wir selbstverständlich sehr interessiert. Wir schätzen daher Ihr Feedback in jeder Form und freuen uns auf einen weiterhin regen, kritischen Austausch.

Mit einem besonderen Dank an unsere Unterstützer, das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Rat für Nachhaltige Entwicklung, verbleiben wir mit den besten Grüßen bis zum nächsten IÖW/future-Ranking.

Jana Gebauer und Udo Westermann

Berlin und Münster 2010

1. Einleitung

1.1. Das IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher Unternehmen

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte ist ein gemeinsames Projekt vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmerinitiative future e. V. – verantwortung unternehmen. Basierend auf einem umfassenden Set sozialer, ökologischer, management- und kommunikationsbezogener Kriterien bewerten wir seit 1994 die gesellschaftsbezogene Berichterstattung deutscher Großunternehmen und erstellen eine Rangfolge der besten Berichterstatter. Im Jahr 2009 fand nun das siebente IÖW/future-Ranking statt – mit einem nach 2005 erneut komplett überarbeiteten Kriterienset und begleitet von einer eigenständigen Bewertung der Berichte des deutschen Mittelstands.

Auch wenn die Zahl mittelständischer Unternehmen, die einen Nachhaltigkeitsbericht herausgeben, bislang überschaubar ist: Nachhaltigkeitsberichterstattung ist für Unternehmen ein zentrales Instrument, um den gestiegenen Transparenzanforderungen und Informationsbedürfnissen eines breiten Akteursspektrums aktiv zu begegnen. Die Vorreiter-Unternehmen nutzen sie zudem vermehrt, um ihre Lösungsansätze für drängende gesellschaftliche Probleme vorzustellen. Gute, substanzielle Nachhaltigkeitsberichterstattung ermöglicht den Unternehmen, Verantwortungsbewusstsein gepaart mit Innovations- und Managementstärke zu zeigen und sich so vom Wettbewerb abzuheben.

Mit der regelmäßigen Bewertung dieser Form der Unternehmenskommunikation möchten wir zum „sachgerechten Vergleich von Nachhaltigkeits- und CSR-Berichten“ (RNE 2006: 7) beitragen. Wir wollen damit einerseits den Wettbewerb zwischen Nachhaltigkeitsberichten und die Weiterentwicklung der Berichterstattung befördern. Wir gehen andererseits von einer positiven Wirkung auch auf die Nachhaltigkeitsleistung und einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Richtung Nachhaltigkeit aus: Da die Unternehmen mit der Veröffentlichung ihrer Nachhaltigkeitsziele eine Selbstbindung eingehen und sich der öffentlichen Bewertung von deren Ambitioniertheit, Angemessenheit und Erreichung aussetzen, müssen sie die entsprechenden Strukturen und Managementsysteme vorhalten sowie Programme und Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung weiterentwickeln.

Nachhaltigkeitsberichterstattung und ihre unabhängige Bewertung liefern damit eine wichtige Basis für einen konstruktiven Dialog zu Nachhaltigkeitsanforderungen an Unternehmen generell und zur kritischen Begleitung und Weiterentwicklung des spezifischen Unternehmenshandelns. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf unsere Projektwebsite www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de mit allen Informationen und Dokumenten zum Ranking.

1.2. Die Stichprobe im KMU-Ranking

In diesem Teilprojekt des IÖW/future-Rankings wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung der kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) untersucht. Um den typischen „deutschen Mittelstand“ abzubilden, haben wir die Größengrenze dabei abweichend von der EU-Definition für KMU gesetzt und beziehen Unternehmen ein, die bis 5.000 Personen beschäftigen oder bis 500 Mio. Euro Jahresumsatz erwirtschaften sowie nicht mehrheitlich einem Konzern angehören.

Bewertungsgegenstand sind Nachhaltigkeitsberichte, erweiterte Umwelterklärungen sowie vergleichbare gesellschaftsbezogene Berichte, die sich auf das gesamte Unternehmen und einen eindeutigen Berichtszeitraum beziehen. Abweichend von dem Vorgehen bei den Großunternehmen beruht die Einreichung der Berichte auf Freiwilligkeit. Daher ist es auch nicht möglich, Nicht-Berichterstatter explizit zu benennen.

Die Unternehmen, die Berichte zur Bewertung im KMU-Ranking einreichten, wiesen eine große Spannbreite in der Zahl der Beschäftigten und den Jahresumsätzen auf. Zudem spielten unter den Einreichungen neben expliziten Nachhaltigkeitsberichten vor allem auch Umwelterklärungen, die von den KMU um soziale Aspekte erweitert wurden, eine Rolle. Daher unterscheiden wir bei der Auswahl der besten Berichte nach Unternehmensgröße und Berichtsart:

- Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten
- Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit 250 bis 5.000 Beschäftigten
- Umwelterklärungen mit ergänzenden Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit

1.3. Ablauf des KMU-Rankings 2009

Das Ranking 2009 begann bereits im Herbst 2008 mit der Entwicklung der Bewertungskriterien (s. Abschnitt 3.1). Der Entwicklungsprozess für die KMU-Kriterien verlief parallel zur Neufassung der Kriterien für die Großunternehmen und bezog die Erkenntnisse aus dessen breitem Online-Stakeholder-Dialog ein. Das zusätzlich auf einem Workshop in Nürnberg am 17. Februar 2009 mit VertreterInnen von Wirtschaft und Politik diskutierte KMU-Kriterienset wurde im Juli 2009 auf der Projekt-Website veröffentlicht.[1]

Der eigentlichen Bewertung der Berichte ging zunächst eine Bestandsaufnahme voraus: In den Monaten Januar und Februar 2009 starteten wir eine Berichtsrecherche sowie einen Aufruf zur Einreichung von Berichten über die Industrie- und Handelskammern und Unternehmensverbände und ermittelten weitere Zahlen und Erscheinungsdaten potenziell zu bewertender Berichte in einer Unternehmensbefragung. Die Befragung zielte auch darauf, weiterführende Fragen zur Wahrnehmung und Verankerung des Themas Nachhaltigkeitsberichterstattung in den Unternehmen, zu aktuellen Themenschwerpunkten, Veröffentlichungs-

[1] IÖW/future 2009 (Hrsg.; 2009): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU: Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking; Münster, Berlin (Download www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de)

zyklen und weiteren Trends zu beantworten. Die Ergebnisse dieser Befragung haben wir in einem Diskussionspapier auf der Projekt-Website veröffentlicht (siehe auch Kapitel 2).[2]

Alle berichtenden Unternehmen wurden bei der Befragung gebeten, ihre aktuellen Nachhaltigkeits-, Umwelt- oder sonstigen gesellschaftsbezogenen Berichte zu schicken. Als letztmöglichen Termin für die Einreichung der teilnehmenden Berichte bestimmten wir den 30. Juni 2009.

Die Bewertung der Berichte erfolgte im Sommer 2009. Für jeden Bericht wurden detailliert die kriterienbezogenen Fundstellen und Bewertungen in einem Bewertungsbogen dokumentiert. Wie im Ranking der Großunternehmen üblich, haben wir diese Bögen den Unternehmen im Juli für ein schriftliches Feedback zugesandt. Diese Feedbackschleife dient zum einen der Transparenz der Bewertungen und zum anderen der Qualitätssicherung. Die Hälfte der Unternehmen nutzte diese Möglichkeit und wies auf gegebenenfalls übersehene Berichtsinhalte oder aus ihrer Sicht fehlbewertete Relevanzen einzelner Anforderungen hin. Auf Basis der eingegangenen Feedbacks wurden die Bewertungen erneut überprüft und gegebenenfalls angepasst.

Auf Basis der Einzelbewertungen erstellten wir die Gesamtliste der Berichte im IÖW/future-Ranking 2009 der KMU. Die Ergebnisse des Rankings wurden am 23. November 2009 im Rahmen der Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung in Workshops und in einer Preisverleihung präsentiert.

Im folgenden Kapitel 2 stellen wir zunächst die zusammengefassten Ergebnisse der Befragung dar, die wir zu Beginn des Ranking-Prozesses durchführten. Wir wollen hierdurch einen ersten Überblick über die Berichterstattungspraxis deutscher KMU geben. In Kapitel 3 erläutern wir die dem Ranking zugrundeliegende Bewertungsmethode und gehen insbesondere auf die Kriterienentwicklung und die Kriterieninhalte ein. In Kapitel 4 werden anschließend die Gesamtergebnisse dargestellt und jeweils für die besten Berichte sowie für die einzelnen Kategorien und ausgewählte Einzelkriterien erläutert. Kapitel 5 wendet sich an potenzielle Einsteiger in die Nachhaltigkeitsberichterstattung und erläutert Nutzen und Orientierungsmöglichkeiten für KMU.

[2] Westermann, Udo / Merten, Thomas / Grelewitz, Ingrid / Gebauer, Jana (2009): Status und Tendenzen der Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher KMU. Ergebnisse einer Befragung 2009; Münster, Berlin (Download: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de).

2. Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU – Erste Erkenntnisse aus der Unternehmensbefragung

Vom 12. Januar bis 20. Februar 2009 führten wir eine Befragung unter denjenigen KMU durch, die uns als Vorreiterunternehmen im Nachhaltigkeitsmanagement oder bereits als Nachhaltigkeitsberichterstatter bekannt sind. Wir erzielten hierbei einen Rücklauf von 30 Fragebögen, die fast ausschließlich von Unternehmen ausgefüllt wurden, die bereits Nachhaltigkeits- bzw. Umweltberichte erstellen. Die ausführlichen Ergebnisse der Befragung stehen auf der Projekt-Website zum Download zur Verfügung. Einzelne Aspekte werden im Folgenden zusammengefasst.

Bis 2004 erschienen KMU-Berichte vor allem als Umweltberichte und -erklärungen, bevor die befragten Unternehmen 2005 ihre ersten Nachhaltigkeitsberichte erstellten. Dabei sind inhabergeführte Familienunternehmen besonders aktive Berichterstatter. Ihre thematischen Schwerpunkte legen sie nach eigener Aussage auf die ökologische Produktverantwortung, die Mitarbeiterorientierung, Klimawandel und Energieeffizienz sowie Werteorientierung.

Die treibenden Motive für die Berichterstellung kommen überwiegend aus den Unternehmen selbst und sind inhaltlich orientiert: Die Unternehmen möchten Nachhaltigkeitsthemen voranbringen und zur öffentlichen Bewusstseinsbildung beitragen. Nur vereinzelt ist die Nachhaltigkeitskommunikation eine Reaktion auf externe Anfragen oder einen wahrgenommenen Erwartungsdruck. In diesem Sinne wird auch die Zuständigkeit für die Berichterstellung überwiegend bei den inhaltlich Verantwortlichen gesehen, die Themen wie Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz bearbeiten.

Als Zielgruppen werden vor allem KundInnen und Beschäftigte gesehen. Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen zielt mit ihren Berichten zusätzlich auf die Öffentlichkeit. Die Kommunikation mit diesen internen und externen Interessengruppen zielt vor allem auf Information und Austausch, weniger auf eine Verbesserung des Images oder die Verkaufsförderung. Vereinzelt wurde auch die Erwartung benannt, von außen Anregungen für Verbesserungen zu erhalten oder sich selbst eine verbesserte Datengrundlage zu schaffen.

Die Form der Berichterstattung ist vielfältig und reicht von expliziten Nachhaltigkeitsberichten über erweiterte Umwelterklärungen, Bündelungen unterschiedlicher Teilberichte und Publikationen bis hin zu integrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten. Wir haben diese unterschiedlichen Berichtsformate gleichermaßen in die Bewertung einbezogen.

3. Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU

3.1. Kriterienentwicklung

Bereits 1994 führten IÖW und future das damals erste Ranking von Umweltberichten auf der Basis eines eigenen Kriteriensets durch. Die gesellschaftlichen Anforderungen an das Unternehmenshandeln und die Erwartungen an die Berichterstattung verändern sich jedoch ständig: Neue Problemlagen entstehen, Schwerpunkte verschieben sich, wachsende Erfahrung und Routine ermöglichen es, neue Herausforderungen anzugehen. Die dem Ranking zugrunde gelegten Kriterien wurden daher während der drei folgenden Durchläufe (1996, 1998, 2000) kontinuierlich weiterentwickelt und für das Ranking 2005 erstmalig zu Nachhal-

tigkeitskriterien erweitert.[3] Diese lagen den Rankings 2005 und – bereits in modifizierter Form – 2007 zugrunde.[4]

Für das Ranking 2009 wurden die bestehenden Kriterien für die Großunternehmen grundlegend neugefasst.[5] Parallel zu diesem Prozess erfolgte die Entwicklung der KMU-Kriterien. Vor dem Hintergrund eigener Arbeits- und Projekterfahrungen mit Unternehmen des Mittelstands wurden die Kriterien an die KMU-Spezifika angepasst. Hierfür wurden inhaltliche Spezifizierungen in den managementbezogenen, ökologischen und sozialen Anforderungen vorgenommen und Gewichtungen der Kriterien beispielsweise zulasten der Lieferkettenverantwortung verändert. Dies ist dadurch begründet, dass KMU tendenziell weniger internationale Standorte und einen geringeren Einfluss auf die Lieferkette haben als Großunternehmen.

Da die Layout- und Internetorientierung von KMU in der Regel weniger stark ausgeprägt ist als bei den großen Unternehmen, wurden zudem die allgemeinen Anforderungen an die Berichtsqualität in diesen Punkten angepasst. Der Kriterienentwurf nahm bereits grundlegende Erkenntnisse aus dem Entwicklungsprozess für die Kriterien der Großunternehmen auf und wurde am 17. Februar 2009 mit 24 VertreterInnen berichterstattender KMU auf einem Workshop diskutiert. Die Erkenntnisse aus den Diskussionen führten zu einer nochmaligen Überarbeitung der KMU-Anforderungen, insbesondere zu einer Reduktion der Kriterienzahl und -umfänge.

3.2. Kriterienstruktur

Das Kriterien-Set des IÖW/future-Rankings für KMU besteht aus 12 Hauptkriterien (s. Tabelle 1), von denen fünf durch Unterkriterien noch weiter spezifiziert sind. Letztlich werden somit 26 Einzelkriterien an die Berichte angelegt. Die Kriterien folgen einer Einteilung in materielle Berichtsanforderungen sowie Anforderungen an die allgemeine Berichtsqualität. Die materiellen Anforderungen umfassen ökonomische bzw. managementbezogene Aspekte sowie soziale und ökologische Aspekte der Produktion, der Produkte und Dienstleistungen sowie der Lieferkettenbeziehungen. Die Anforderungen an die allgemeine Berichtsqualität umfassen Kriterien der guten Praxis der Berichterstellung wie Wesentlichkeit, Offenheit, Vergleichbarkeit und kommunikative Qualität.

Da die hinter den einzelnen Berichtsanforderungen stehenden Themen eine unterschiedliche Relevanz besitzen, wurde eine Gewichtung vorgenommen. Die unten stehende Tabelle gibt einen Überblick über die Hauptkriterien mit ihren jeweiligen Gewichtungen und Maximalpunktzahlen. Insgesamt können maximal 700 Punkte erreicht werden.

---

[3] Loew, Thomas/Clausen, Jens: Kriterien und Bewertungsskala zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten, Berlin 2005 (Download unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de);
Loew, Thomas/Ankele, Kathrin/ Braun, Sabine/Clausen, Jens: Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für Nachhaltigkeit und die sich daraus ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus Berichterstattung, Berlin, Münster 2004 (Download unter www.ioew.de sowie www.future-ev.de).

[4] IÖW/future (Hrsg.): Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland. Ergebnisse und Trends im Ranking 2007, Berlin 2007 (Download unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de).

[5] IÖW/future (Hrsg.): Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher Großunternehmen 2009 – Kriterienset, Berlin 2009 (Download unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de).

Ranking-Kriterien (KMU) und ihre Gewichtung:	max. Bewertung	Gewichtung	max. Punkte
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung			
A.1 Unternehmensprofil	5	5	25
A.2 Vision, Strategie und Management	5	20	100
A.3 Ziele und Programm	5	15	75
A.4 Interessen der MitarbeiterInnen	5	15	75
A.5 Ökologische Aspekte der Produktion	5	15	75
A.6 Produktverantwortung	5	20	100
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	5	10	50
A.8 Gesellschaftliche Verantwortung	5	10	50
B Allgemeine Berichtsqualität			
B.1 Wesentlichkeit	5	10	50
B.2 Offenheit	5	10	50
B.3 Aussagekraft und Vergleichbarkeit	5	5	25
B.4 Kommunikative Qualität	5	5	25

Tabelle 1: Die Oberkriterien im IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU

3.3. Überblick über die Kriterieninhalte

Für die ausführlichen Kriterienformulierungen verweisen wir auf das Kriterienset, das auf der Website des KMU-Ranking zum Download zur Verfügung steht. An dieser Stelle können wir nur überblicksartig die Inhalte der Hauptkriterien zusammenfassen und einzelne Aspekte von Unterkriterien benennen.

Die Angaben zum Unternehmensprofil liefern den LeserInnen die notwendigen Hintergrundinformationen zu Unternehmensgröße, internationaler Verteilung, Geschäftszweck und -bereichen, die es ihnen ermöglichen, die Nachhaltigkeitsinformationen einzuordnen. Gleichzeitig bilden diese Angaben den logischen Ausgangspunkt für den Berichterstatter selbst, um die Nachhaltigkeitsherausforderungen herzuleiten und Handlungsfelder zu begründen. Gefordert sind hier Angaben zum Gesamtumsatz, zur Anzahl und regionalen Verteilung der Beschäftigten und der Standorte sowie zu den Geschäftsbereichen und Produktgruppen des Unternehmens.

Die Ausführungen zu Vision, Strategie und Management zeigen den LeserInnen, inwieweit das Unternehmen die sozialen und ökologischen Auswirkungen seiner Geschäftsaktivitäten, die Erwartungen der Stakeholdergruppen und die Chancen und Risiken für die Unternehmenstätigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit erfasst und bewertet. Relevant ist dabei vor allem, wie das Unternehmen diese Erkenntnisse in nachhaltigkeitsbezogene Ziele, Strategien, Strukturen und Handlungsvorgaben übersetzt. Gefragt sind daher zunächst Erläuterungen zu den Werten des Unternehmens, zu seiner Nachhaltigkeitsvision und zur nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensstrategie. Weiterhin gilt es, die Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Unternehmensführung und die Entscheidungsprozesse abzubilden, die relevanten Managementsysteme darzustellen sowie zu erläutern, wie das Unternehmen seine Beziehungen zu den internen und externen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) gestaltet.

Die Darstellung von Zielen und Programm inklusive der Berichterstattung über die im Berichtszeitraum (nicht) erfüllten Ziele verdeutlicht den LeserInnen, welche Prioritäten und konkreten Maßnahmen das Unternehmen aus seiner Nachhaltigkeitsstrategie ableitet und inwiefern das Unternehmen an einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Richtung Nachhaltigkeit arbeitet. Wichtig ist dabei zum einen eine systematische, übersichtliche und vollständige Berichterstattung über ehemals gesetzte Ziele und die Zielerreichung. Zum anderen sollen alle aktuell gültigen nachhaltigkeitsbezogenen Ziele des Unternehmens gebündelt und überprüfbar dargestellt werden.

Die Aussagen im Bereich Mitarbeiterinteressen verdeutlichen den LeserInnen, inwieweit das Unternehmen Verantwortung für seine aktuellen und zukünftigen Beschäftigten übernimmt und sich dabei an Fragen der (regional differenzierten) Interessenlagen und Schutzbedürftigkeit von Beschäftigtengruppen sowie an national und international anerkannten Normen und Standards orientiert. Gleichzeitig zeigt das Unternehmen, wie es mit seinen Aktivitäten zentralen Herausforderungen demografischer Entwicklungen begegnet. Die Subkriterien beziehen sich hier auf die Gewährleistung der Arbeitnehmerrechte, die Ausgestaltung der Entgeltpraxis und Arbeitszeitregelungen sowie auf die betriebliche Umsetzung von Aus- und Weiterbildung. Zudem werden Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit sowie zur Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung erwartet.

Die Darstellungen zu den ökologischen Aspekten der Produktion zeigen, inwieweit das Unternehmen seine Ressourcenverbräuche und Schadstoffeinträge erfasst, bewertet und systematisch optimiert. Gefordert sind hier Angaben zu Energiemanagement und Klimaschutz, zu Schadstoffemissionen in Luft und Wasser sowie Lärmemissionen, zum Verbrauch stofflicher Ressourcen, zum Abfallmanagement sowie zur Logistik und zum Verkehr. Aufgrund der besonderen Relevanz des Klimaschutzes soll den LeserInnen durch eine explizite Darstellung zu Zielsetzungen und Zielerreichung ermöglicht werden, die Ambitioniertheit der Unternehmensaktivitäten in diesem Bereich zu beurteilen. Die Aussagen zu Energiemanagement und Klimaschutz gehen mit doppelter Gewichtung in die Gesamtbewertung der Produktionsökologie ein.

Die Darstellungen zur Produktverantwortung zeigen, inwieweit das Unternehmen seine Produkte und seine Entwicklungsaktivitäten an Nachhaltigkeitsanforderungen ausrichtet und dabei Wirkungen über den gesamten Produktlebenszyklus berücksichtigt. Hierfür werden zum einen Kriterien und Instrumente benannt, die in der Produktentwicklung zum Einsatz kommen, um die Nachhaltigkeitswirkungen der Produkte und Leistungen stetig zu verbessern. Zum anderen ist bedeutsam, in welchem Umfang das aktuelle Portfolio des Unternehmens sowohl umweltverträglich ausgerichtet ist als auch Verbraucherinteressen berücksichtigt. Nicht zuletzt stehen Fragen der Kundeninformation und des Verbraucherschutzes im Fokus dieses Kriteriums.

Unternehmen sollten weiterhin aufzeigen, inwieweit sie Verantwortung für die Umsetzung und Gewährleistung von Umwelt- sowie Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette wahrnehmen. Es ist darzulegen, wie die Einhaltung der Standards für wesentliche Beschaffungen sichergestellt und der Anspruch der Lieferanten auf ein faires, praktikables Vorgehen berücksichtigt wird.

Zum gesellschaftlichen Umfeld erwarten LeserInnen einen Überblick, inwiefern das Unternehmen als „guter Bürger“ agiert und sich in seinem Umfeld für eine nachhaltige Entwicklung engagiert. Hierzu gehören Informationen über das verantwortliche Auftreten in der Region als Arbeit- und Auftraggeber sowie der Ansatz und die Maßnahmen zur Förderung gemeinnütziger Zwecke (Corporate Citizenship-Konzepte).

Unternehmen stärken die Glaubwürdigkeit ihres Berichts, indem sie offen auf die wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen eingehen. Diese stellen sie in einen Zusammenhang zur Geschäftsstrategie und fördern Transparenz und Dialog durch Offenheit gegenüber externen Stellungnahmen.

Struktur, Text und Gestaltung des Berichts vermitteln den LeserInnen ein klares Bild der unternehmerischen Nachhaltigkeitsherausforderungen und -leistungen in hoher textlicher und gestalterischer Qualität und ermöglichen ihnen einen schnellen Zugang zu den für sie relevanten Informationen. Diese Aspekte werden im IÖW/future-Ranking unter dem Stichwort „Allgemeine Berichtsqualität“ bewertet.

3.4. Bewertung

Das Kriterienset des IÖW/future-Rankings ist einerseits als Leitfaden zu sehen, der die Unternehmen dabei unterstützt, Berichtsthemen zu identifizieren und zu strukturieren. Entscheidend dafür, um in der Bewertung nicht allein ein „Abhaken“ von Themen vorzunehmen, sondern auch eine Differenzierung der Güte der Berichterstattung zu diesen Themen zu erreichen, ist unser Punktesystem: Bei der Bewertung der jeweiligen Einzelkriterien gibt es vier Bewertungsstufen, wobei 5 Punkte die höchsten Anforderungen und den jeweils erwarteten besten Stand der aktuellen Praxis wiedergeben.

Die Erfüllung der Einzelkriterien wird folgendermaßen bewertet:

5 Punkte = Die formulierten Anforderungen werden vorbildlich erfüllt.
3 Punkte = Die formulierten Anforderungen werden weitgehend erfüllt.
1 Punkte = Die formulierten Anforderungen werden nur zum geringen Teil erfüllt.
0 Punkte = Es sind keine Darstellungen und Angaben vorhanden.

Hierauf aufbauend finden sich in den konkreten Formulierungen der Einzelkriterien genauere Beschreibungen, wie die Abstufungen jeweils auszulegen sind. Dabei haben wir vereinzelt Mindestanforderungen festgeschrieben, die beispielsweise für das Erreichen von 3 Punkten unabdingbar sind.

Unser Gutachter-Team besteht aus sechs Bewerterinnen und Bewertern. Um die höchste Güte der Bewertungen zu gewährleisten, enthält der Bewertungsprozess systematische Schritte der internen Überprüfung, bei denen die Verantwortlichen für Qualitätssicherung und Projektleitung einheitliche Standards in der Kriterienanwendung bei jeder Berichtsbewertung sicherstellen. Für die externe Qualitätssicherung werden die Berichtsbewertungen den Unternehmen gegenüber transparent gemacht und die Unternehmen ihrerseits erhalten Gelegenheit, ihr schriftliches Feedback hierzu zu geben. Dieser transparente, feedbackorientierte Bewertungsprozess ist ein immanentes Qualitätskennzeichen des IÖW/future-Rankings der Nachhaltigkeitsberichte.

4. Ergebnisse des IÖW/future-Rankings der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009

4.1. Gesamtergebnisse

Im IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009 bewerteten wir 46 Nachhaltigkeitsberichte und erweiterte Umwelterklärungen (s. Abbildung 1). Sowohl die Nachhaltigkeitsberichte als auch die Umwelterklärungen wurden teilweise durch weitere Teilberichte ergänzt, wie beispielsweise Ökobilanzen, Management Reviews, Geschäftsberichte und andere. Diese Kombinationen von Teilberichten fielen zum Teil durchaus umfangreich aus, sodass die Dicke der bewerteten Berichte von schmalen 15 Seiten bis zu schwergewichtigen 260 Seiten reichte. Im Durchschnitt sind KMU-Nachhaltigkeitsberichte damit 54 Seiten dick; ohne Einbeziehung der kombinierten Berichte ergibt sich ein Schnitt von 41 Seiten.

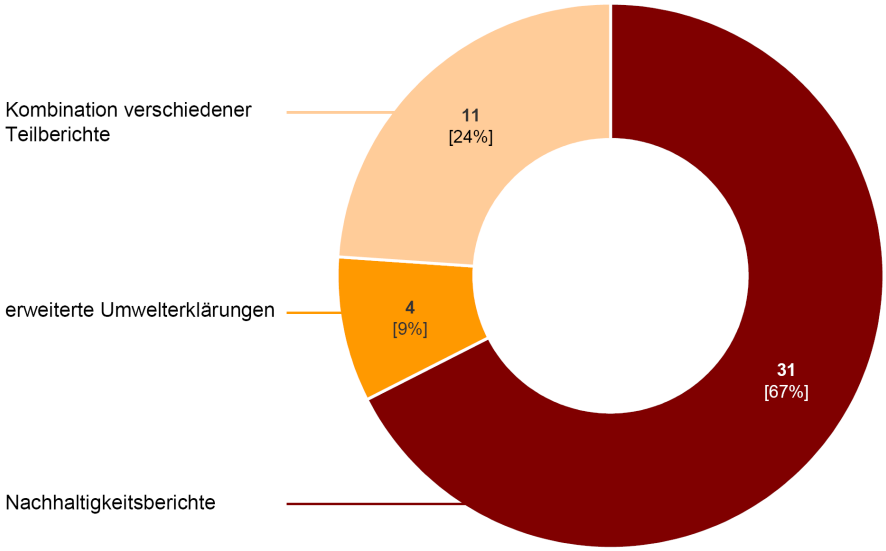

Abbildung 1: Anteil unterschiedlicher Berichtsformate im IÖW/future-KMU-Ranking

Berichte wurden eingereicht von kirchlichen Einrichtungen und Bildungsträgern, von Beratungsagenturen, Finanzdienstleistern und Sportvereinen, von Reiseveranstaltern, Druckereien und Forstunternehmen, von Unternehmen des Öffentlichen Personennahverkehrs und Stadtwerken, von Handelsunternehmen, Getränke- und Nahrungsmittelherstellern sowie weiteren produzierenden Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen.

Acht besonders gute Berichte kamen von den kirchlichen Einrichtungen und Bildungsträgern sowie von den Getränke- und Nahrungsmittelherstellern: Diese acht Berichte erzielten im Durchschnitt 463 Punkte und erfüllten damit zwei Drittel der im Kriterienset formulierten Anforderungen. Den besten Bericht veröffentlichte jedoch ein Handelsunternehmen, das 574 Punkte von den 700 möglichen erreichte. Der Durchschnitt über alle Berichte liegt bei 393 Punkten, der niedrigste Wert der Gesamtbewertung bei 216 Punkten.

Abbildung 2 zeigt den durchschnittlichen Erfüllungsgrad, den die Berichte der KMU in einzelnen thematischen Kategorien erreichten. Wir unterscheiden hierfür die Kategorien

Management	= Unternehmensprofil (A1); Vision, Strategie, Management (A2); Ziele und Programm (A3)
Soziales	= soziale Aspekte der Produktion (A4), der Produkt- (A6) und Lieferkettenverantwortung (A7)
Ökologie	= ökologische Aspekte Produktion (A5), der Produkt- (A6) und Lieferkettenverantwortung (A7)
Umfeld	= gesellschaftliche Verantwortung (A8)
Allgemein	= Allgemeine Berichtsqualität (B1, B2, B3, B4)

Am besten schneiden die Berichte bei der Darstellung ihres Engagements im breiteren gesellschaftlichen Umfeld ab: Indem die KMU ihre hohe regionale Einbettung und die daraus entstehende Verantwortung, aber auch ihren Gestaltungsanspruch bei der Stärkung nachhaltigkeitsorientierter Initiativen und Netzwerke systematisch und transparent darlegen, erfüllen sie im Durchschnitt 70 % der hierzu im IÖW/future-Ranking formulierten Anforderungen.

Die allgemeine Qualität der Berichterstattung ist mit 62 % ebenfalls bereits hoch und zeigt eine professionelle Herangehensweise der Unternehmen an ihre Berichterstattung. Dies spiegelt sich auch in dem Erfüllungsgrad der managementbezogenen Anforderungen von immerhin noch 58 % wider. Die Transparenz zu sozialen bzw. ökologischen Aspekten der Arbeits- und Produktionsbedingungen, der Produkte und Dienstleistungen sowie der Lieferkettenbeziehungen ist jedoch noch entwicklungsbedürftig. Die ebenfalls in Abbildung 2 dargestellten Leistungen des insgesamt besten Berichts im diesjährigen IÖW/future-KMU-Ranking vermitteln einen Eindruck der aktuellen Entwicklungsmöglichkeiten anderer Berichterstatter.

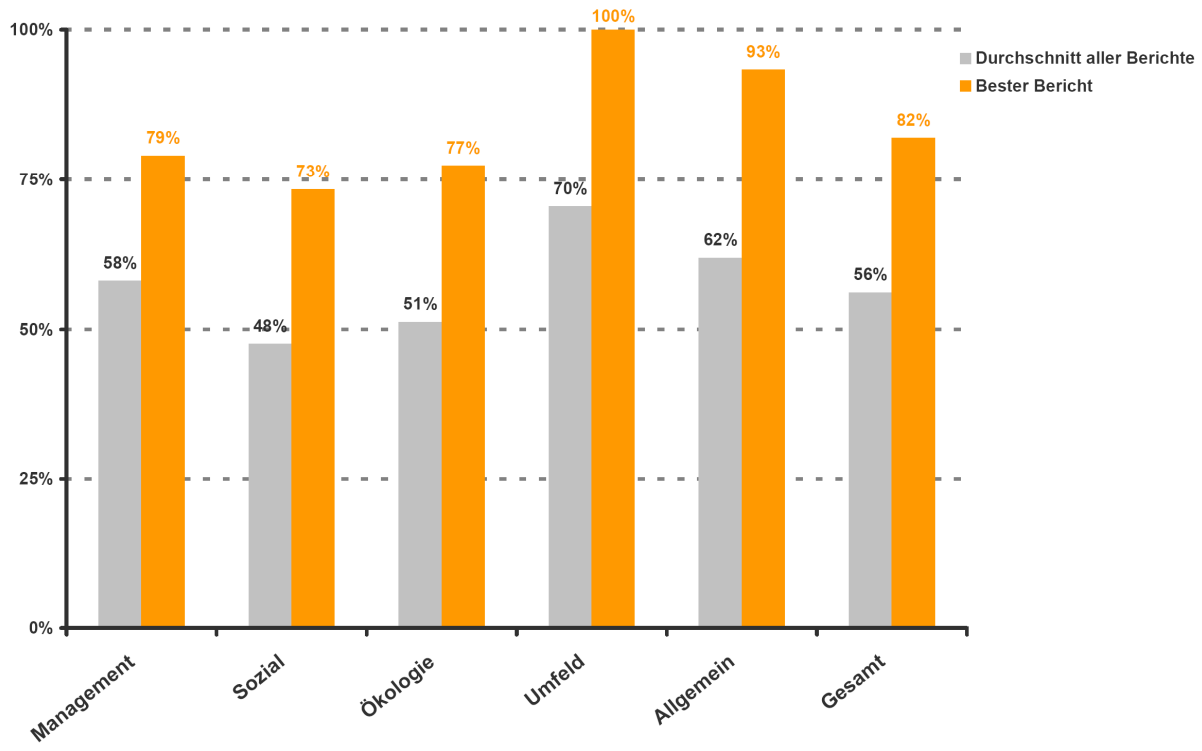

Abbildung 2: Durchschnittlicher Erfüllungsgrad der Berichtsanforderungen nach Kategorien

Bei einem Blick auf die nächste Ebene der Oberkriterien lässt sich genauer erkennen, wo die besonders starken Leistungen der Unternehmen, aber auch die Schwachpunkte in der Berichterstattung der KMU liegen. Abbildung 3 stellt hierfür die durchschnittliche Bewertung der Berichtsleistungen in den jeweiligen Kriterien dar.

Es zeigt sich beispielsweise, dass der gute Erfüllungsgrad bei den Anforderungen an die allgemeine Berichtsqualität weniger auf die sprachliche und gestalterische Qualität der Berichte im engeren Sinne zurückzuführen ist. Vielmehr werden die formalen Anstrengungen der Unternehmen sichtbar, die wesentlichen Herausforderungen und Leistungen auf eine offene und aussagekräftige Art und Weise darzustellen, die eine hohe Transparenz über Daten- und Berechnungsgrundlagen wie auch Zeitreihenvergleiche oder den Abgleich mit Branchen- und Politikzielen zulässt.

Die starken Leistungen der KMU-Berichte bei den managementbezogenen Anforderungen liegen insbesondere bei der Darstellung des Unternehmensprofils, was allerdings mehr als Einstiegsvoraussetzung in eine gute Berichterstattung anzusehen ist. Die tatsächliche Güte muss sich letztlich an den Anforderungen an die Darstellung der Strategien, Programme und Ziele im Bereich Nachhaltigkeit messen lassen. Hier erreichen die Berichte nur mittlere Bewertungen.

Wie erwähnt wird den Transparenzanforderungen hinsichtlich der Arbeits- und Produktionsbedingungen, der Produktverantwortung sowie der Lieferkettenbeziehungen vergleichsweise wenig entsprochen. Hierbei sind es insbesondere die unternehmerischen Politiken und Maßnahmen im Bereich der Mitarbeiterinteressen, die unterdurchschnittlich gut offengelegt werden. Dagegen stellen die Unternehmen vergleichweise gut dar, wie sie ihre Produktverantwortung fassen und übernehmen.

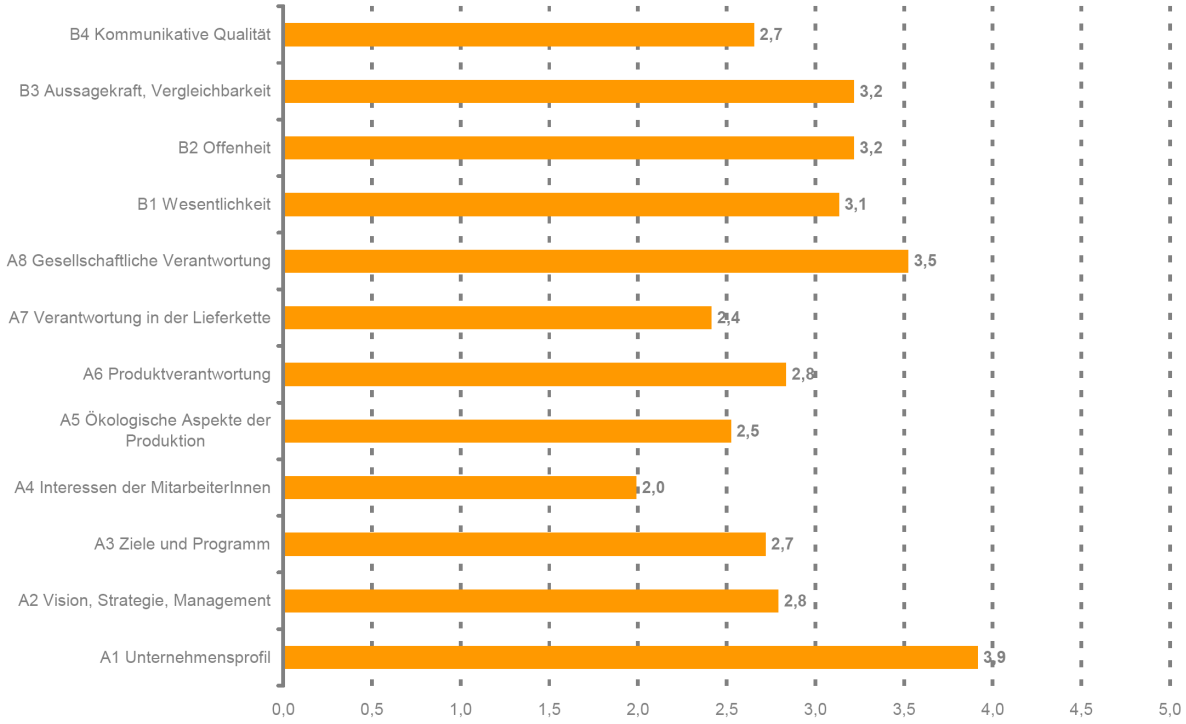

Abbildung 3: Durchschnittliche Bewertung der Berichtsleistungen in den Oberkriterien

Die nachfolgende Tabelle 2 enthält die Gesamtübersicht der Unternehmen und Berichte, die in das IÖW/future-Ranking der KMU 2009 einbezogen worden sind, und weist die drei besten Berichte je nach Unternehmensgröße und Berichtsart mitsamt der erzielten Punkte aus.

IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2009
Ergebnisse KMU

Rang	Unternehmen	Punkte	Branche	Berichte
Beste Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten				
1.	**memo AG**	**574**	Handel	Nachhaltigkeitsbericht 2009/10
2.	**Neumarkter Lammsbräu, Gebr. Ehrnsperger e.K.**	**568**	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht 2008. 17. Öko-Controlling Bericht
3.	**Johanssen+Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH**	**536**	Dienstleister	Wissen. Wirken. Werte. CSR-Bericht 2008
Beste Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten				
1.	**Bremer Straßenbahn AG**	**486**	Stadtwerke / ÖPNV	Fahrtwind. Nachhaltigkeitsbericht 2007
2.	**Solarworld AG**	**470**	Produktion	Konzernbericht 2008
3.	**Rheinbahn AG**	**451**	Stadtwerke / ÖPNV	Nachhaltigkeitsbericht 2008. Unsere Verantwortung
Beste Umwelterklärungen mit ergänzenden Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit				
1.	**Oktoberdruck AG**	**442**	Druckerei	Wie wir drucken. Umwelterklärung 2008
2.	**Hipp (Werke Pfaffenhofen, Gmunden und Hanságliget)**	**436**	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht. Umwelterklärung 2009 Werk Pfaffenhofen
3.	**Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH+Co.KG**	**432**	Produktion	Konsolidierte Umwelterklärung 2008

Unternehmen	Branche	Berichte
Weitere bewertete Nachhaltigkeitsberichte und erweiterte Umwelterklärungen		
Arkadia Yachtcharter & Segelreisen	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
August Faller KG	Produktion	Nachhaltigkeitsbericht 2008
Baufritz GmbH & Co. KG	Bau	Umwelterklärung mit integrierten Sozialzahlen 2008
Bayerische Staatsforsten AöR	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2008
Bischof + Klein GmbH & Co. KG	Produktion	Lengerich und Konzell Umwelterklärung 2008
Deutsche Börse AG	Dienstleister	Nachgefragt Corporate Responsibility 2008
Druckhaus Berlin-Mitte GmbH	Druckerei	Nachhaltigkeitsbericht 2008
Evangelische Akademie Bad Boll	Bildungsträger/Kirche	Nachhaltigkeitsbericht 2008

IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009

Unternehmen	Branche	Berichte
Evangelische Kirchengemeinde Markdorf	Bildungsträger/Kirche	Nachhaltigkeitsbericht 2008
Faber Castell AG	Produktion	Nachhaltigkeitsbericht 2008
forum anders reisen e.V.	Reise	CSR Corporate Social Responsibility (Oktober 2007)
gealan Fenster-Systeme GmbH	Produktion	Qualität durch Verantwortung. Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung 2008
Hamburger Sport Verein e.V.	Dienstleister	Grenzenlos Gut. CSR-Broschüre des Hamburger Sport-Verein e.V. (2009)
Heidelberger Versorgungs- und Verkehrsbetriebe GmbH	Stadtwerke / ÖPNV	Verantwortung im Wettbewerb 2007
Kommunale Wasserwerke Leipzig GmbH	Stadtwerke / ÖPNV	Gesellschaftliche Verantwortung Bericht 2006/2007
Leipziger Verkehrsbetriebe GmbH	Stadtwerke / ÖPNV	Ohne Bahn und Bus geht nichts. Nachhaltigkeitsbericht 2008
Märkisches Landbrot GmbH	Ernährung	Umwelterklärung 2008
Neue Wege Seminare und Reisen GmbH	Reise	Nachhaltigkeitsbericht (2009)
Nomad Reisen zu den Menschen	Reise	CSR-Bericht 2009
Nordzucker AG	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht 2008
One World - Reise mit Sinnen	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Radissimo GmbH	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Regens Wagner Zell	Bildungsträger/Kirche	Nachhaltigkeitsbericht 2008
ReNatour	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Rucksack Reisen	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Schreiner Group GmbH & Co. KG	Produktion	Bekenntnis und Beitrag 2008. Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft
Stadtreinigung Hamburg AöR	Stadtwerke / ÖPNV	Nachhaltigkeitsbericht (Februar 2007)
Stadtwerke Bonn GmbH	Stadtwerke / ÖPNV	Vertrauen! Nachhaltigkeitsbericht 2008
Stadtwerke Hannover AG	Stadtwerke / ÖPNV	enercity report 2008. Vorwärts nach weit
Stadtwerke Münster GmbH	Stadtwerke / ÖPNV	LebensWerte. Verantwortungsbericht (2008)
THS Wohnen GmbH	Dienstleister	CSR-Bericht 2007. Verantwortung für Menschen
travel to nature GmbH	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Ulrich Walter GmbH	Ernährung	Werte leben. Nachhaltigkeitsbericht 2009
Urlaub & Natur	Reise	Nachhaltigkeitsbericht 2009
VAUDE Sport GmbH & Co. KG	Handel	Umwelterklärung 2008
Vinnolit GmbH & Co. KG	Produktion	Nachhaltigkeitsbericht 2006 + Fortschreibung 2007 und 2008 + Umwelterklärung
Werner & Mertz GmbH	Produktion	Nachhaltigkeitsbericht mit integrierten Umwelterklärungen 2008
		kmu.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Tabelle 2: Ergebnistabelle für das IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU 2009

4.2. Die „TOP 9“ der besten KMU-Berichterstatter

Die besten Berichte werden im Folgenden getrennt nach drei Berichtsgruppen aufgeführt und ergeben damit eine etwas ungewöhnliche „TOP 9“ des IÖW/future-Rankings der KMU 2009. Zur Erinnerung: Wir unterscheiden

- Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten
- Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit 250 bis 5.000 Beschäftigten
- Umwelterklärungen mit ergänzenden Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit

Die drei besten Berichte in der Gruppe der Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten sind interessanterweise zugleich die Gewinner des Gesamtrankings der KMU. Sie werden daher zuerst dargestellt.

4.2.1 Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten

Platz 1 – Memo

Der „Nachhaltigkeitsbericht 2009/10“ von Memo erzielte 574 Punkte und ist damit der Gewinner nicht nur unter den kleineren der teilnehmenden Unternehmen, sondern des KMU-Rankings 2009 insgesamt.

Der Versandhändler für Büro- und Werbeartikel sowie Büromöbel berichtet jährlich über seine Nachhaltigkeitsleistungen und hat hierbei sein Berichtskonzept kontinuierlich geschärft. Der Schwerpunkt im „Nachhaltigkeitsbericht 2009/10“ liegt auf der Beschreibung der Nachhaltigkeitswirkungen des Produktsortiments sowie des Klimaschutzes am Standort wie auch in der Logistikkette.

In den Darstellungen zur Sortimentsgestaltung beschreibt das Unternehmen umfassend, welche sozialen und ökologischen Anforderungen es in seine Listungskriterien integriert. Dazu nutzt es anerkannte Labels wie FSC, den „Blauen Engel“ oder „Fairtrade“. Die Labels werden im Bericht vorgestellt und für die wichtigsten wird gezeigt, wie sich der Anteil der entsprechend zertifizierten Produkte am Sortiment über die Jahre entwickelt hat. Zugleich stellt der Bericht die Kundenorientierung im Rahmen der Sortimentsgestaltung ausführlich dar: Er erläutert deren Verankerung in der Unternehmensphilosophie und bildet als Nachweis der konsequenten Umsetzung beispielsweise die Entwicklung der Reklamationsquote ab.

Umsetzungsprobleme werden vom Unternehmen offen benannt. So erklärt der Bericht Rückschläge zum Beispiel in der Versandlogistik und auch kritische Rückmeldungen in den Mitarbeiterbefragungen. Insgesamt gelingt es memo zu zeigen, wo das Unternehmen auf dem Weg zu einem nachhaltigen Wirtschaften steht, welche Hürden es bereits genommen hat und welche es sich noch vornimmt. Dadurch wirkt der Bericht authentisch und bestätigt die Reputation, die sich das Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeitsmanagement erarbeitet hat.

Platz 2 – Neumarkter Lammsbräu

Die im Internetauftritt der Bio-Brauerei Neumarkter Lammsbräu veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte reichen bis 2003 zurück und enthalten jeweils die validierte Umwelterklärung. Der bewertete „Nachhaltigkeitsbericht 2008“ erzielte 568 Punkte und erreichte damit den zweiten Platz im Ranking.

Er ist gleichzeitig bereits der 17. Öko-Controlling-Bericht des Unternehmens. Dementsprechend liegen seine besonderen Stärken in der Darstellung der Umweltauswirkungen über den gesamten Produktionsprozess. Der Kern des Berichts ist eine detaillierte Input-Output-Bilanz, die unter anderem die verschiedenen Inhalts- und Verpackungsstoffe aufschlüsselt und eine Analyse der wichtigsten Umweltauswirkungen liefert. Auch die Maßnahmen zur Verbesserung der Umweltwirkungen entlang des Produktlebenswegs werden dargelegt und insbesondere über die Entwicklung eines CO_2-Footprints berichtet.

Beispielhaft ist auch die Darstellung der Unternehmensziele. Neben den ökologischen Zielsetzungen werden auch die sozialen und ökonomischen Ziele abgebildet. Das Unternehmen berichtet ausführlich über die Zielerreichung im Berichtszeitraum und benennt konkret und mit Umsetzungsmaßnahmen versehen die Ziele für den kommenden Zeitraum.

Der Bericht stellt umfassend die regionale Verankerung des Unternehmens dar und beschreibt die Gestaltung der langjährigen Beziehungen zu regionalen Vertragslieferanten ebenso wie das Engagement in einer Vielzahl von regionalen Initiativen.

Platz 3 – Johanssen + Kretschmer Kommunikationsberatung

Der Bericht „Wissen. Wirkung. Werte. CSR-Bericht 2008“ der Berliner Kommunikationsagentur Johanssen + Kretschmer ist der Erstbericht des Unternehmens. Er erzielte 536 Punkte und erreichte damit Platz 3 im Ranking der KMU. Der Bericht weist eine klare Fokussierung auf für das Geschäftsfeld zentrale Themen auf, die auf eine strukturierte Weise behandelt werden. Hierbei geht die Agentur offen mit Schwachstellen um und stellt kritische externe Bewertungen dar.

Die Agentur erläutert in einem ersten Schwerpunkt vertieft die ethischen Herausforderungen in ihrem Geschäftsfeld, präsentiert einen Code of Business für den Umgang mit diesen und illustriert beispielhaft schwierige Entscheidungssituationen. Zudem wird dargestellt, wie sich Geschäftsführung und MitarbeiterInnen auch in Branchenverbänden für ethische Belange einsetzen.

Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung ist ein weiteres wichtiges Themenfeld. Unter diesem Fokus werden die Themen Entlohnung, Entwicklungsmöglichkeiten und Qualifizierung, flexible Arbeitszeitmodelle und Work-Life-Balance behandelt. Vertieft geht der Bericht auf das Thema Qualifizierung ein, indem differenzierte Angebote für die MitarbeiterInnen auf allen Ebenen bis hin zu PraktikantInnen dargestellt werden.

Schwerpunkt der Berichterstattung im Umweltbereich sind die Themen Klimaschutz und Energieeffizienz. Die Agentur berichtet hier beispielsweise über die Ziele und (Kompensations-) Maßnahmen zur Klimaneutralstellung.

4.2.2 Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten

Platz 1 – Bremer Straßenbahn AG

Die langjährige Berichterstatterin BSAG arbeitet sich in ihrem Bericht „Fahrtwind. Nachhaltigkeitsbericht 2007“ in einer sehr komprimierten, mit Daten belegten Form durch die Breite der relevanten Themen und erzielte damit 486 Punkte. Eine Besonderheit des Nachhaltigkeitsberichts ist die integrierte EMAS-Gültigkeitserklärung. Das Unternehmen verweist zudem auf die Nachhaltigkeitscharta des Internationalen Verbands für öffentliches Verkehrswesen (UITP) sowie auf die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK). Die BSAG überzeugt mit einer hohen allgemeinen Berichtsqualität; vor allem die Gestaltung des Berichts und die Verknüpfung mit dem Internet sind gut gelungen.

Besondere Schwerpunkte legt das Unternehmen auf Fragen der Kundenorientierung, der umweltverträglichen Gestaltung von Fuhrpark und Streckennetz, des von Wirtschaftlichkeitsanforderungen ausgehenden internen Restrukturierungsdrucks sowie der Mitarbeiterorientierung. Die umfassenden Ausführungen zu Aus- und Weiterbildung, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Fragen der Mitarbeiterzufriedenheit machen das letztgenannte Themenfeld der Mitarbeiterinteressen besonders stark.

Platz 2 – Solarworld AG

Der mit 470 Punkten bewertete „Konzernbericht 2008“ von Solarworld integriert die Geschäfts- und die Nachhaltigkeitsberichterstattung des Unternehmens, wobei er sich auf die DVFA-Indikatoren bezieht und einen umfangreichen GRI-Index aufweist[6].

Der Bericht enthält ein zentrales Nachhaltigkeits-Kapitel, das sich an den Konzernabschluss anschließt und sehr datenorientiert ist. Zudem sind verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte in den Lage- und Prognose-Teil des Berichts integriert, insbesondere die für die Unternehmensstruktur relevanten Aspekte, die Darstellung der Managementsysteme und strategische Aussagen. Hierin und in der Darstellung des Umgangs mit den MitarbeiterInnen liegen die Stärken des Berichts.

Platz 3 – Rheinbahn AG

Die Rheinbahn sieht besondere Herausforderungen in der Erfassung der Stakeholder-Interessen sowie dem Umgang mit Lärm- und Erschütterungsemissionen und berichtet insgesamt umfangreich über Umweltschutzaspekte. Zusammen mit einer guten Berichterstattung zum Umgang mit den MitarbeiterInnen und den Kundenerwartungen erweist sich der „Nachhaltigkeitsbericht 2008. Unsere Verantwortung“ als sehr ausgewogen und erreicht 451 Punkte.

Die Rheinbahn stützte ihre Berichtskonzeption und Themenwahl auf eine Stakeholderbefragung sowie auf einschlägige Berichtsstandards und Branchenindikatoren: Neben den Anforderungen der GRI (Anwendungsniveau C) bezieht sie sich auf die Nachhaltigkeitscharta des Internationalen Verbands für öffentliches Verkehrswesen (UITP). Um die umfassenden Informationen abzubilden, bietet die Rheinbahn viele Webverweise an.

---

[6] Die Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) definierte im Dialog mit internationalen Investment Professionals einen Standard für die Integration von extra- und nicht-finanziellen Kernindikatoren zu den Themenbereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung in die klassische Unternehmensbewertung. Die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelte im breiten Stakeholderdialog einen internationalen Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.

4.2.3 Umwelterklärungen mit ergänzenden Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit

Platz 1 – Oktoberdruck AG

Die beste der erweiterten Umwelterklärungen erzielte 442 Punkte und kommt von Oktoberdruck. „Wir drucken. Umwelterklärung 2008“ vermittelt durch die spezifischen Schwerpunktsetzungen, aber auch den persönlichen Ton die Besonderheit des alternativen Druckunternehmens mit seinen Strukturen der Selbstverwaltung und seiner Verankerung in der Gemeinschaft sozial-ökologisch aktiver Akteure.

Oktoberdruck bricht dafür dezidiert die allgemeinen CSR- und Nachhaltigkeitsanforderungen auf die eigene Unternehmenssituation herunter. Zentral ist dabei der eigentliche Druckprozess inklusive der umweltorientierten Kundenberatung. Beispielhaft sind die Darstellungen der Umweltwirkungen sowie der Ziele, Programme und Maßnahmen, die das Unternehmen zu deren Verbesserung umsetzt.

Platz 2 – Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG

Der Lebens- und Pflegemittelhersteller HIPP legt in 2009 eine Umwelterklärung für das Stammwerk Pfaffenhofen sowie einen Nachhaltigkeitsbericht über insgesamt drei Werke (Pfaffenhofen, Gmunden und Hanságliget) vor und erreichte damit 436 Punkte.

Wie bei Oktoberdruck liegen auch bei HIPP die Stärken in der Darstellung der Ziele und Programme und der ökologischen Aspekte der Produktion. Im Mittelpunkt stehen vor allem Energie- und Klima- sowie Rohstofffragen. Der Produktbezug wird beispielsweise durch Darlegungen zur Produktsicherheit oder die Beschreibung eines CO_2-Fußabdrucks hergestellt. Die Verantwortung gegenüber den MitarbeiterInnen wird vor allem auf die Maßnahmen zur Gesundheitsprävention und gesunden Ernährung bezogen.

Platz 3 – Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH+Co.KG

Der Büro- und Objektmöberhersteller Wilkhahn präsentierte die konsolidierte Umwelterklärung von 2008 sowie die fortgeschriebene Umwelterklärung von 2009 und erreichte damit 432 Punkte.

Das Unternehmen diskutiert besonders offen kritische Fragen der Produktgestaltung mit Blick auf Sinnstiftung, Langlebigkeit und Reparaturfreundlichkeit. Es stellt Ziele und Leitlinien der Produktentwicklung und Innovationstätigkeit dar und gibt detaillierte Informationen zu den Produkten mit Blick auf Materialeinsatz, Recyclingfähigkeit und Produktrücknahme. In diesem Zusammenhang erläutert das Unternehmen auch die Zusammenarbeit mit den Zulieferern, verweist auf Lieferantenfragebögen und die Weitergabe von Umwelt- und Sozialstandards und legt Transparenzanforderungen zur Wertschöpfungskette dar.

4.3. Ergebnisse in den Kategorien

Im Folgenden erläutern wir die Ergebnisse, die die Unternehmen mit ihren Berichten in den einzelnen Kategorien erzielten. Dabei gehen wir von den in Abschnitt 4.1 bereits kurz zusammengefasst dargestellten Kategorien sozialer, ökologischer, management-, umfeld- sowie kommunikationsbezogener Anforderungen aus. Wir geben zum einen jeweils die Gesamtleistungen und die besten Berichterstatter an und illustrieren die Leistungen für je einen dieser besten Berichte. Zum anderen gehen wir auf ausgewählte Einzelkriterien je Kategorie ein und stellen auch hier jeweils ein Beispiel guter Praxis dar.

4.2.4 Managementbezogene Anforderungen

Die managementbezogenen Anforderungen beziehen sich auf die Beschreibung des Unternehmensprofils sowie der Unternehmenswerte, der Nachhaltigkeitsvision und der Nachhaltigkeitsstrategie. Zudem sollten Strukturen und Verantwortlichkeiten der Unternehmensführung, die nachhaltigkeitsrelevanten Managementsysteme, der Umgang mit den Anspruchsgruppen sowie künftige Ziele, geplante Maßnahmen und die bisherige Zielerreichung dargestellt werden. Die Berichterstattung zu den managementbezogenen Anforderungen ist mit einem Gesamtdurchschnitt von 116 von möglichen 200 Punkten gut. Besonders hervorzuheben sind hier die Berichte von Solarworld, Neumarkter Lammsbräu, der Evangelischen Kirchgemeinde Markdorf sowie von memo, die jeweils mehr als drei Viertel der Kriterienanforderungen erfüllen.

Solarworld beispielsweise geht ausführlich auf strategische Aspekte ein. Das Unternehmen beschreibt die Chancen, die aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen (vor allem Klimawandel und Ressourcenverfügbarkeit) für das Unternehmen entstehen, und diskutiert die Notwendigkeit der Sicherung von Finanzierungsfähigkeit, Strategie und Tempo des Wachstums. Es stellt weiterhin den Ethics Council zum Umgang mit Interessenkonflikten, Maßnahmen zur Korruptionsvorbeugung im Rahmen des Risk Managements und den Verhaltenskodex vor und verweist auf relevante Audits und Zertifizierungen.

Ausgewählte Unterkriterien

Unternehmensprofil

Die Unternehmen machen in der Regel umfassende und detaillierte Angaben zur ökonomischen Leistungskennzahlen, bilden ihre geografische Aufstellung ab und erläutern ihre Geschäftsbereiche und Produkte sowie deren ökonomische Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Die Hälfte der Unternehmen erzielt hier die volle Punktzahl und schafft damit sehr gute Voraussetzungen für die LeserInnen, um die spezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen erkennen und die weiteren Ausführungen der Unternehmen dazu einordnen zu können.

Stakeholder-Beziehungen

Bei diesem Kriterium, beim Thema Stakeholder-Orientierung insgesamt, besteht für die KMU Nachholbedarf: 65% der Berichte erzielen hier keinen oder maximal einen Punkt. Lediglich zwei Unternehmen, die Rheinbahn und Solarworld, erreichen hier die volle Punktzahl. Beide erläutern, wie sie die wesentlichen Stakeholder und ihre Interessen identifizieren (zum Teil durch Befragung) und den Dialog mit ihnen gestalten. Sie gehen jeweils besonders auf die Bedürfnisse spezifischer Anspruchsgruppen ein.

Häufig thematisieren die weiteren Unternehmen Stakeholder lediglich als Adressaten der Berichte, zeigen jedoch keine Auseinandersetzung damit, wer die wesentlichen Stakeholder sind und für welche Aspekte des Unternehmenshandelns sie sich besonders interessieren.

Ziele und Programm

Die volle Punktzahl sowohl für den Abgleich mit den bisherigen Zielen als auch für die Darstellung des künftigen Programms erreicht allein Neumarkter Lammsbräu. Die beiden Erstberichterstatter Evangelische Kirchgemeinde Markdorf und nomad können keinen Zielabgleich vornehmen und erhalten hierfür keine Bewertung; sie erzielen jedoch jeweils 5 Punkte für die Darstellungen ihres künftigen Programms und erhalten damit als die einzigen weiteren Unternehmen auch 5 Punkte im Gesamtkriterium. Ansonsten zeichnen sich vor allem die eingereichten Umwelterklärungen durch eine solide Darstellung von Zielen und Programmen aus, sodass der Durchschnitt aller Berichte bei immerhin 2.7 Punkten liegt.

Neumarkter Lammsbräu führt alle Ziele des letzten Berichts auf, erläutert den Grad der Zielerreichung und erklärt auch, warum Ziele nicht oder nur teilweise erreicht wurden. Neue Ziele werden mit klaren Terminen und konkreten Umsetzungsmaßnahmen hinterlegt und so überprüfbar dargestellt. In der Breite der Berichte fehlt häufig dieser systematische Zielabgleich: Altziele werden selten aufgeführt, deren Erfüllungsgrad und die Konsequenzen, wie beispielsweise Korrekturmaßnahmen, häufig nicht ausgewiesen. Auch die neuen Ziele für den kommenden Berichtszeitraum sind zum Teil lediglich verstreut im Bericht angegeben und lassen oft die notwendige Operationalisierung vermissen, um die Zielerreichung im Weiteren nachvollziehen zu können.

4.2.5 Soziale Anforderungen

Die sozialen Anforderungen umfassen die Interessen der MitarbeiterInnen und soziale Aspekte der Produkt- wie Lieferkettenverantwortung. Wie bei den Großunternehmen erhalten auch die KMU-Berichte die niedrigsten Bewertungen im Bereich der sozialen Kriterien: Im Durchschnitt erreichen die Unternehmen 71 von möglichen 150 Punkten. Sehr gut sind in dieser Kategorie Johanssen + Kretschmer und die Bayerischen Staatsforsten mit einem Punkteschnitt von jeweils 4.3 Punkten sowie, mit etwas Abstand, memo, Märkisches Landbrot und Ulrich Walter. Sie erfüllen die Anforderungen jeweils zu knapp drei Vierteln.

Die Kommunikationsagentur Johanssen + Kretschmer geht umfassend und detailliert auf die Interessen der MitarbeiterInnen ein. Im Bericht wird die Entgeltpraxis auch mit Blick auf Bonuszahlungen und Altersversorgung, Entgeltgleichheit sowie Leistungen für VolontärInnen und PraktikantInnen erläutert und mit durchschnittlichen Branchenleistungen abgeglichen. Strukturen, Inhalte und Verbesserungsbedarfe des Aus- und Weiterbildungssystems, die Gewährleistung von Chancengleichheit und die kritische Kommentierung aus Mitarbeiterinnensicht sowie Fragen der Mitarbeiterzufriedenheit, -bindung und -gewinnung stehen ebenfalls im Fokus des Berichts. Das Unternehmen diskutiert zudem umfassend seine Verantwortung gegenüber den Kunden und diskutiert hier Fragen der Vertraulichkeit im Beratungsprozess, der Erfassung von Kundenbedürfnissen und des Datenschutzes.

Ausgewählte Unterkriterien

Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung, insbesondere Entgeltpraxis

Einige grundlegende Fragen zum Umgang mit den Beschäftigten werden von den KMU-Berichten kaum behandelt. Hierzu gehören die Beschäftigungsentwicklung, die Einrichtung von Interessenvertretungen oder die Gestaltung der Entgeltpolitik. Zwei Drittel der Berichte erzielen hier keinen oder nur einen Punkt; lediglich drei KMU haben die volle Punktzahl erreicht. Der Durchschnitt liegt somit bei 1.7 von 5 möglichen Punkten.

Zu den sehr guten Berichterstattern zählt neben Johanssen + Kretschmer und den Bayerischen Staatsforsten auch die Evangelische Akademie Bad Boll. Sie stellt die Einbindung der MitarbeiterInnen in die Entscheidungsprozesse über die Mitarbeitervertretung dar, gibt die Gesamtpersonalkosten an, weist differenziert die unterschiedlichen Beschäftigtengruppen aus und erläutert die Umsetzung von Stellenkürzungen sowie den Umgang mit befristeten Arbeitsverhältnissen. Vergleichbare Aussagen zur Beschäftigungsqualität stehen in der Breite der Berichte noch nicht im Fokus.

Arbeitszeitmodelle

Die Flexibilisierung von Arbeitszeiten und die Ausgestaltung von unterschiedlichen Arbeitszeitmodellen sind noch seltener ein Thema der KMU-Berichte. Der Durchschnitt hier liegt bei 1.2 Punkten; nur ein einziger Bericht erzielt hier die volle Punktzahl:

Die Evangelische Kirchgemeinde Markdorf erläutert die Möglichkeiten flexibler Arbeitszeitregelungen und stellt Modelle der Umsetzung dar, beispielsweise das Job-Sharing für Pfarrer und die Freistellung der MitarbeiterInnen zur Betreuung von Angehörigen.

Vielfalt und Chancengleichheit

Mit einem Durchschnitt von 1.5 Punkten schneiden die KMU auch beim Kriterium Vielfalt und Chancengleichheit schlecht ab. Lediglich Johanssen + Kretschmer sowie die Bayerischen Staatsforsten, die auch insgesamt bei den Darstellungen der Mitarbeiterinteressen vorn liegen, erzielen hier die volle Punktzahl.

Die Bayrischen Staatsforsten erläutern ihren Ansatz der Gleichstellung und Antidiskriminierung, bilden ihr Gleichstellungskonzept ab und liefern die erforderlichen Daten und Fakten: Sie geben die Frauenquote auch für Führungspositionen an und weisen den Anteil ausländischer sowie schwerbehinderter Beschäftigter aus. In der Breite der Berichte finden sich lediglich die formalen Angaben zum allgemeinen Frauenanteil sowie zur Schwerbehindertenquote. Die weitergehenden Aussagen zum Ansatz des Unternehmens, Chancengleichheit unter den unterschiedlichen Beschäftigtengruppen herzustellen, fehlen häufig.

4.2.6 Ökologische Anforderungen

Mit durchschnittlich 77 von möglichen 150 Punkten für die Berichterstattung zu den ökologischen Aspekten der Produktion, der Produkte und der Lieferbeziehungen schneiden die Unternehmen in dieser Kategorie etwas besser ab als bei den sozialen Anforderungen. Dabei gibt es sehr gute Berichte der Evangelischen Kirchgemeinde Markdorf, von HIPP, Märkisches Landbrot, Neumarkter Lammsbräu sowie Oktoberdruck, die die Anforderungen jeweils zu mehr als drei Vierteln erfüllen.

Neumarkter Lammsbräu beispielsweise macht umfangreiche Angaben zum Energieverbrauch und erläutert Maßnahmen zur Senkung des Energiebedarfs. Das Unternehmen weist die Emissionen von Treibhausgasen, speziell die CO_2-Emissionen, aus und berücksichtigt hierbei auch die CO_2-Emissionen des Verkehrsaufkommens und der Vorstufen. CO_2 ist auch ein Thema in der Produktbetrachtung: Im Bericht werden die Bemühungen des Unternehmens dargelegt, für einzelne Produkte den CO_2-Fußabdruck zu bestimmen. Auch die weiteren Daten zur Betriebsökologie können dem Bericht entnommen werden – beispielsweise über die genaue Aufschlüsselung der Stoffströme durch eine Input-Output-Bilanz oder die sehr detaillierte Abfallbilanz. Die Informationen aus dem Controllingsystem fließen auch in die Produktentwicklung ein, wenn es beispielsweise um die Verringerung der indirekten Umweltauswirkungen geht.

Ausgewählte Unterkriterien

Verbrauch stofflicher Ressourcen

Für die Darstellungen der wesentlichen Stoffströme, der Umweltwirkungen der eingesetzten Materialien und der Materialeffizienz, des Einsatzes von Recyclingmaterialien, nachwachsenden oder ökologisch verträglich angebauten Rohstoffen sowie des Wasser- und Flächenverbrauchs erreichen die KMU im Durchschnitt 2.4 der möglichen 5 Punkte. Die volle Punktzahl erhalten hier Baufritz, die Evangelische Akademie Bad Boll, HIPP, Märkisches Landbrot, Neumarkter Lammsbräu und Oktoberdruck.

Die Umwelterklärung von Oktoberdruck liefert die erforderlichen Daten für die wesentlichen Inputfaktoren wie Farben, Lacke und Papier sowie für Büromaterialien. Das Unternehmen stellt insbesondere auch dar, auf welche Einsatzstoffe es aufgrund von Prozess- und Verfahrensumstellungen verzichten kann, und erläutert Kreislaufführungen und den Einsatz von Recyclingmaterialien. In den weiteren Berichten finden sich häufig allein die Angaben zum Wasserverbrauch und gegebenenfalls zum Einsatz von Papier und Verpackungsmaterialien.

Produktverantwortung

Die Produktverantwortung umfasst sowohl soziale als auch ökologische Aspekte der Entwicklungstätigkeiten eines Unternehmens sowie der Ausgestaltung des Produktportfolios. Im Rahmen der ökologischen Produktverantwortung werden zum einen Darstellungen dazu erwartet, welche Leitlinien, Analyse- und Bewertungsinstrumente im Unternehmen eingesetzt werden, um systematisch die Umweltwirkungen der Produkte und Leistungen zu verbessern. Zum anderen ist bedeutsam, in welchem Umfang das aktuelle Portfolio des Unternehmens bereits umweltverträglich ausgerichtet und auf welche Produktkennzeichnungen das Unternehmen hierfür verweisen kann. Die volle Punktzahl in diesem Kriterium erhalten memo und Märkisches Landbrot; mit etwas Abstand folgen Neumarkter Lammsbräu, Wilkhahn, Werner + Mertz sowie THS Wohnen.

Memo stellt eine Vielzahl an Initiativen und Ansätzen zur Analyse und Verbesserung der Umweltwirkungen der angebotenen Produkte dar, die in der Regel in Zusammenarbeit mit den Lieferanten umgesetzt werden. Das Unternehmen weist für die unterschiedlichen Produktgruppen aus, welche Umweltstandards die angebotenen Produkte erfüllen müssen und in welchem Umfang Produkte gemäß diesen Standards bislang angeboten werden. Gerade die quantitativen Angaben sind ein häufiges Manko in der Breite der Berichte.

Verantwortung in der Lieferkette

Dieses Kriterium bezieht sich auf die Umsetzung und Gewährleistung von Umwelt- sowie Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette. Aus ökologischer Perspektive ist darzulegen, welche Umweltstandards für wesentliche Beschaffungen formuliert werden und wie die Zusammenarbeit mit den Lieferanten gestaltet wird, um die Einhaltung der Standards sicherzustellen. Im Durchschnitt erzielen die bewerteten Berichte hier 2.4 von möglichen 5 Punkten; die volle Punktzahl erhalten Neumarkter Lammsbräu, nomad, vaude, Ulrich Walter sowie Wilkhahn.

Der Reiseveranstalter nomad erläutert umfassend die Zusammenarbeit mit den Partnern in den Zielländern und die zugrunde liegenden Standards. Das Unternehmen zeigt, wie die Geschäftspartner aktiv in die Gestaltung der Reisen eingebunden werden, und stellt das Kontroll- und Bewertungssystem vor, in das über Feedbackprozesse auch die KundInnen eingebunden werden. Im Allgemeinen ist die Gestaltung der Lieferkettenbeziehungen ein nachrangiges Thema der KMU, oft auch aufgrund ihrer mangelnden Marktmacht. Häufig wird jedoch zumindest die Verantwortung des Unternehmens als Abnehmer von Vorleistungen in Form eines Verhaltenskodex' festgehalten. Die Strukturen zu dessen Um- und Durchsetzung werden jedoch in der Regel nicht deutlich.

4.2.7 Umfeldbezogene Anforderungen

Die Verantwortung für das gesellschaftliche Umfeld ist ein wichtiges Thema für die lokal und regional verankerten KMU. Hier erreichen die Unternehmen mit 35 von möglichen 50 Punkten (70 %) die höchste Durchschnittsbewertung. Ganze 16 der 46 Unternehmen erzielen hier die volle Punktzahl, die anderen in der Regel 3 Punkte.

Die KMU beschreiben, wie sie ihre regionale Verantwortung verstehen und begründen und welche Notwendigkeiten wie auch Möglichkeiten für ein eigenes Engagement sie hieraus ableiten. Sie gehen dabei insbesondere auf partnerschaftliche Initiativen innerhalb ihrer Branchenverbände oder lokaler Agenda 21-Prozesse ein, mit denen sie Nachhaltige Entwicklung über die konkrete Entwicklung von Standards und Instrumenten voranbringen wollen. Eine weniger umfassende und systematische Darstellung erfährt in den Berichten das Engagement der KMU in Form von Spenden, Sponsoring oder freiwilligen Arbeitsleistungen; hier werden häufig allein Einzelaktivitäten aufgezählt.

4.2.8 Kommunikationsbezogene Anforderungen

Die allgemeine Berichtsqualität, die sich in der offenen Herangehensweise an die Berichterstattung, in der Fokussierung auf die jeweils wesentlichen Nachhaltigkeitsanforderungen und -leistungen, aber auch in der textlichen wie bildlichen Gestaltung der Berichte niederschlägt, ist insgesamt gut. Die Unternehmen erreichen hier im Durchschnitt 93 von möglichen 150 Punkten.

Die volle Punktzahl in allen Einzelkriterien erzielt Johanssen + Kretschmer: Das Unternehmen leitet die wesentlichen Themen nachvollziehbar her, stellt neben dem hierbei Erreichten vor allem auch Schwachstellen, ungeklärte Fragen und kritische Punkte offen dar und zeigt auf, welche Konsequenzen beispielsweise aus kritischen externen Bewertungen folgen. Die hohen Durchschnittswerte bei einzelnen „B-Kriterien" wie Wesentlichkeit (3.1), Offenheit (3.2) sowie Aussagekraft und Vergleichbarkeit (3.2) zeigen, dass die KMU bereits in der Breite den grundlegenden kommunikativen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung gewachsen sind und einen Zugang zu diesem Instrument der Unternehmenskommunikation gefunden haben, der auf Authentizität und Glaubwürdigkeit setzt.

5. An die Nicht-Berichterstatter

Ein Nachhaltigkeitsbericht stellt Transparenz über die sozialen, ökologischen und ökonomischen Bedingungen und Auswirkungen des Unternehmenshandelns her. Er öffnet den Beteiligten einen Reflexionsraum und trägt zur Selbstvergewisserung bei. Vorreiter-Unternehmen stellen darin ihre Lösungsansätze für drängende gesellschaftliche Probleme vor und zeigen sowohl Verantwortungsbewusstsein als auch Innovations- und Managementstärke. Ohne Transparenz und Nachvollziehbarkeit ihres Handelns sind sie jedoch zu solchen Leistungen nicht fähig. Der Prozess der Berichterstellung hat damit auch einen internen Nutzen: Die Erfassung, Systematisierung und Operationalisierung aller Informationen hilft, die Entscheidungs- und Handlungsgrundlagen für eine gute Unternehmensführung zu verbessern. Für viele Unternehmen übertrifft daher der Nutzen bereits den Aufwand der Berichterstattung. Dies zeigt sich bei unseren Analysen zur Berichterstattung großer deutscher Unternehmen, aber auch an der Einreichung von immerhin 46 Berichten zum ersten IÖW/future-Ranking für KMU. Mittelständische Unternehmen, die Nachhaltigkeitsberichte erstellen, verfolgen häufig mehrere Ziele gleichzeitig: Zum einen wollen sie sich und ihre Leistungen im oben beschriebenen Sinne nach außen darstellen. Zum anderen wollen sie darüber Nachhaltigkeitsthemen in der Öffentlichkeit weiter voranbringen. Über den Weg des Nachhaltigkeitsberichts suchen sie hierfür den Dialog vor allem mit ihren KundInnen und Beschäftigten, aber auch mit der breiteren Öffentlichkeit.

Unternehmen, die einen Einstieg in die Nachhaltigkeitsberichterstattung suchen, sollten sich aktuelle Beispiele guter Praxis und andere Einsteigerberichte aus vergleichbaren Branchen oder Größenklassen ansehen. Die in diesem Ergebnisbericht vorgestellten Berichte deutscher KMU liefern hierfür gute Ansatzpunkte. Es gibt zudem viele Leitfäden und Kriteriensets, die teilweise auf den spezifischen Bedarf von KMU zugeschnitten sind. Neben der international orientierten und breit anerkannten Global Reporting Initiative (GRI) wartet nun auch das IÖW/future-Ranking mit einem eigenen KMU-Kriterienset auf. Solche Leitfäden sind wichtig, da sie zeigen, welche gesellschaftlichen Erwartungen und welche Standards bereits bestehen. Gerade für KMU gilt jedoch: Nachhaltigkeitsberichterstattung ist eine Folge vieler kleiner Schritte. Die Unternehmen sollten daher zum Einstieg nicht darauf abzielen, die Kriteriensets vollständig umzusetzen. Sie sollten vielmehr von ihren bisherigen Leistungen, ihren Werten und Kulturen sowie den Charakteristika ihrer Produkte und Geschäftsprozesse ausgehen und hiernach zunächst die Schwerpunkte ihrer Berichte setzen. Ein sinnvoller Weg ist auch, eine bestehende Umwelterklärung Punkt für Punkt um soziale Informationen zu erweitern. Die erweiterten Umwelterklärungen, die in das Ranking einbezogen wurden, zeigen die gute Eignung und Anschlussfähigkeit dieses Berichtslegungsinstruments aus dem Umweltmanagement. Unterstützung können KMU von ökologisch orientierten Netzwerken und Verbänden erhalten, die Lernworkshops zur Nachhaltigkeitsberichterstattung anbieten. Mit dem Ranking setzen auch wir auf Dialog und Austausch mit und unter den KMU und streben breite Lernprozesse an. Die Unternehmen sollten zudem Kontakt zu ihren Branchenverbänden aufnehmen: Einzelne Initiativen starteten als Konvoi mehrerer Unternehmen – wie die im Ranking 2009 vertretenen Reiseveranstalter, die über das forum anders reisen an die Berichterstattung herangeführt wurden.

www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig
Potsdamer Str. 105, D-10785 Berlin
Tel: +49 (0)30 – 884 594-0, Fax: +49 (0)30 – 882 54-39
ranking@ioew.de
http://www.ioew.de

future e.V. – verantwortung unternehmen
Am Hof Schultmann 63, D-48163 Münster
Tel: +49 (0)251 – 973 16-34, Fax: +49 (0)251 – 973 16-35
ranking@future-ev.de
http://www.future-ev.de