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

Das IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2009:

Ergebnisse und Trends

Mit Unterstützung durch:

Bundesministerium für Arbeit und Soziales

Rat für NACHHALTIGE Entwicklung

IÖW/future (Hrsg.):	Das IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte: Ergebnisse und Trends; Berlin, Münster, März 2010.
Autorin:	Gebauer, Jana
unter Mitarbeit von:	Bergset, Linda / Hoffmann, Esther / Merten, Thomas / Westermann, Udo / Timme, Stephan
PDF-Download:	www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

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

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis 2
Vorwort 3
1. Einleitung 5
1.1. Das IÖW/future-Ranking 5
1.2. Stichprobe 6
1.3. Bewertungsgegenstand 6
1.4. Ablauf des IÖW/future-Rankings 2009 8
2. Bewertungsmethode 10
2.1. Kriterienentwicklung 10
2.2. Kriterienstruktur 11
2.3. Überblick über die Kriterieninhalte 13
2.4. Bewertung 15
3. Ergebnisse des Rankings 2009 16
3.1. Gesamtübersicht 16
3.2. Die TOP10 des Rankings 2009 21
3.3. Nicht-Berichterstatter im Ranking 2009 23
3.4. Entwicklungen in den Kategorien 25
4. Branchenanalysen 30
4.1. Gesamtbetrachtung 30
4.2. Einzelbranchen 33
4.3. Automobil 34
4.4. Banken 38
4.5. Chemie/ Pharma/ chemienahe Konsumgüter 43
4.6. Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau 49
4.7. Energieversorger 55
4.8. Grundstoffindustrie 60
4.9. Handel / Bekleidung 66
4.10. Hoch- und Tiefbau 72
4.11. Medien / Informationsdienstleister 75
4.12. Nahrungsmittelindustrie 79
4.13. Transport / Logistik / Tourismus 81
4.14. Versicherungen 86
5. Zusammenfassung und Ausblick 91
6. Anhang 94
6.1. Gesamttabelle 94
6.2. Literatur 98
6.3. Glossar 99

Abkürzungsverzeichnis

ACCA	Association of Chartered Certified Accountants
BSCI	Business Social Compliance Initiative
CC	Corporate Citizenship
CDP	Carbon Disclosure Project
CEFIC	European Chemical Industry Council
CSR	Corporate Social Responsibility
DVFA	Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management
ESRA	European Sustainability Reporting Association
GRI	Global Reporting Initiative
HSE	Health, Safety & Environment
ICC	International Chamber of Commerce
ICCA	International Council of Chemical Associations
IFC	International Finance Corporation
INFU	Institut für Umweltkommunikation der Leuphana Universität Lüneburg
ILO	International Labour Organization
ISO	International Organization for Standardization
IT	Informationstechnik
KMU	Kleine und mittelständische Unternehmen
KWK	Kraft-Wärme-Kopplung
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
RC	Responsible Care
REACH	Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals
RNE	Rat für Nachhaltige Entwicklung
SAI	Social Accountability International
SA	Social Accountability
TI	Transparency International
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development
VCI	Verband der Chemischen Industrie e. V.
VfU	Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V.
SRI	Socially Responsible Investment

Vorwort

Täglich werden neue Krisenerscheinungen diskutiert, die uns auf existenzielle Fragen zurückwerfen – und wir reden über Nachhaltigkeitsberichte?

In der Tat denken wir, dass dies (weiterhin) ein richtiger Zeitpunkt dafür ist: Nachhaltigkeitsfragen sind existenzielle Fragen zu den Risiken und Chancen, die sich für heutige und künftige Bestände und Entwicklungen ergeben. Sie stellen sich daher prioritär in Zeiten einer Krise, wenn sich Risiken zuspitzen oder gar verwirklichen. Zudem gehen die aktuellen Krisenerscheinungen ursächlich mit Fehlhandlungen im Zusammenhang mit Nicht-, Des- und Fehlinformation einher.

Daher sind erhöhte Transparenzanforderungen an die Unternehmen zu formulieren. Diese betreffen die Strategien, Strukturen und Entscheidungsprozesse angesichts der nachhaltigkeitsrelevanten Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten und der wesentlichen Entwicklungen im Unternehmensumfeld. Beides ist verbunden mit einem hohen Grad an Unsicherheit und Nichtwissen. Eine nachvollziehbare und kritisch reflektierende Aufbereitung der einzelwirtschaftlich wie gesamtgesellschaftlich relevanten Unternehmensinformationen ist dabei unabdingbar, um den zentralen Fragen der Anspruchsgruppen an das Unternehmen offen zu begegnen und Risiken wie Chancen zu bewerten.

Mit dem Ranking richten IÖW und future diese Fragen gebündelt an die Unternehmen – und suchen die Antworten in deren Nachhaltigkeitsberichten. Hierin sollten die Unternehmen substanziell zu diesen relevanten Fragen Stellung nehmen und zwar in einer strukturierten und transparenten Form, die den Leserinnen und Lesern ermöglicht, die Aussagen für sich einzuordnen. Wie gut dies den Unternehmen gelingt, begutachten wir in einem formalisierten Prozess auf der Basis von Bewertungskriterien, die im Dialog mit VertreterInnen aus Wissenschaft und Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft entwickelt wurden.

Die Ergebnisse der aktuellen Bewertung von Berichten aus den Jahren 2007-2009 stellen wir Ihnen im Folgenden vor. Wir sind uns dabei der Grenzen einer reinen Berichtsbewertung bewusst: Zwar gehen wir davon aus, dass ein Unternehmen diese substanzielle Erfüllung der Transparenzanforderungen nicht leisten kann, ohne hierfür die materielle Basis in Form von Strukturen, Managementsystemen, Programmen und Maßnahmen geschaffen zu haben. Dennoch sind die Nachhaltigkeitsberichte faktisch eben nur eine Ergänzung der Geschäftsberichterstattung. Und so, wie man das Leben nicht aus Büchern lernt, lässt sich auch die tatsächliche Unternehmenspraxis nicht allein an den Berichten darüber ablesen.

Wir sehen unsere Arbeit daher als eine Dienstleistung für andere gesellschaftliche Akteure und somit eingebettet in einen arbeitsteiligen Prozess, der darauf zielt, das Verhalten von Unternehmen und anderen Organisationen an dem Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung auszurichten und die Übernahme von Verantwortung für das eigene Handeln einzufordern.

Diese Dienstleistung stellen wir genauso den Unternehmen selbst zur Verfügung. 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 sind wir selbstverständlich auch bei uns 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

(Projektleiterin)

1. Einleitung

1.1. Das IÖW/future-Ranking

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 15 Jahren 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.

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist für Unternehmen ein zentrales Instrument, um den gestiegenen Transparenzanforderungen und Informationsbedürfnissen eines breiten Akteursspektrums aktiv zu begegnen. Die 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. 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 weiterentwickeln. Wir gehen daher andererseits von einer positiven Wirkung auch auf die Nachhaltigkeitsleistung und einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Richtung Nachhaltigkeit aus.

Nachhaltigkeitsberichterstattung und ihre unabhängige Bewertung liefern damit eine wichtige Basis für einen konstruktiven Dialog um Nachhaltigkeitsanforderungen an Unternehmen generell und die kritische Begleitung und Weiterentwicklung des spezifischen Unternehmenshandelns, denn: Lesen bildet, aber Schreiben auch.

In diesem Zusammenhang verweisen wir auf unsere Projektwebsite www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de mit allen Informationen und Dokumenten zum Ranking: den Ergebnisberichten der letzten Durchläufe, den Kriterien und Branchenpapieren, den Befragungsauswertungen und Workshopdokumentationen.

1.2. Stichprobe

Im IÖW/future-Ranking werden die Berichte der 150 größten deutschen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen bewertet. Die Auswahl stützt sich auf die Aufstellung der Top 500 Unternehmen der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ; Stand: Juli 2009).

Berücksichtigt werden dabei die

- 100 größten Industrieunternehmen und Dienstleister, gemessen am Umsatz
- 15 größten Banken, gemessen an der Bilanzsumme
- 15 größten Versicherungen, gemessen an der Summe der Beitragseinnahmen
- 20 größten Handelsunternehmen, gemessen am Umsatz.

Zusätzlich berücksichtigten wir im aktuellen Ranking zehn Berichterstatter, die sich in der FAZ-Unternehmensliste knapp unterhalb der 150 größten Unternehmen befinden. Damit wollen wir einerseits langjährig aktive Unternehmen wie den Axel Springer Verlag und Miele weiter einbeziehen und andererseits aktuelle Entwicklungen in einzelnen Branchen abbilden, in denen bislang wenig Berichterstattung stattfindet (z. B. Handel, Elektronik/ Elektrotechnik/ Maschinenbau). Die Berichte kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU; hier: bis 5.000 Beschäftigte oder bis 500 Mio. Euro Jahresumsatz) gehen in das „KMU-Ranking“ ein und werden hier nicht betrachtet.

1.3. Bewertungsgegenstand

Bewertungsgegenstand sind die eigenständigen Umwelt-, Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte oder vergleichbare Unternehmensberichte, die sich auf das gesamte Unternehmen und einen eindeutigen Berichtszeitraum beziehen. Das heißt, jedes Unternehmen der TOP 150, das selbst einen entsprechenden Bericht veröffentlicht, wird als „Berichterstatter“ in die eigentliche Bewertung einbezogen. Die anderen Unternehmen der TOP 150 klassifizieren wir jedoch nicht zwangsläufig als Nicht-Berichterstatter. Vielmehr veröffentlichen Unternehmen in sehr unterschiedlicher Form und Intensität Informationen zu sozialen, ökologischen und ökonomischen Informationen. Als Nicht-Berichterstatter werden lediglich diejenigen Unternehmen aufgeführt, die keinerlei Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen zur Verfügung stellen oder nur geringfügig im Internet oder Geschäftsbericht informieren. Insgesamt ordnen wir die Unternehmen folgenden Kategorien zu:

Form und Intensität der Berichterstattung bzw. Informationsbereitstellung zu sozialen und ökologischen Unternehmensleistungen
Unternehmen mit eigenständigem Print- oder Online-Bericht
Unternehmen, deren Mutterkonzern einen Bericht publiziert hat
Unternehmen mit standort- bzw. themenbezogenen Broschüren
Unternehmen mit relevanten Informationen im Internet bzw. Geschäftsbericht
Unternehmen mit thematisch eingeschränkten Informationen im Internet bzw. Geschäftsbericht
Unternehmen mit nur geringfügigen Informationen im Internet bzw. Geschäftsbericht
Unternehmen ohne Informationen

Tabelle 1: Klassifizierung der Unternehmen nach der Form und Intensität der Berichterstattung

Wie in der Tabelle ersichtlich, wird als eigenständiger Bericht neben dem gedruckten auch der reine Online-Bericht gefasst.[1]

Online-Berichte sind eigenständige internet-basierte Berichtsformate zur Nachhaltigkeitskommunikation, die medienübergreifend, dynamisch, interaktiv und hypertextual ausgerichtet sind und keine gedruckte Entsprechung, sondern allenfalls eine gedruckte Zusammenfassung haben. Sie nutzen das Internet als die zentrale Plattform der stakeholderdifferenzierten, vernetzten und dialogorientierten Nachhaltigkeitskommunikation. Für Bewertungszwecke und zur genauen Berichtslegung (klar definierter Berichtszeitraum, klar definiertes Datum der Berichtslegung) sollten sie als geschlossenes Gesamtdokument (z. B. PDF-Version) druckbar sein. Von herkömmlichen PDF-Berichten sind Online-Berichte jedoch zu unterscheiden – sowie von der so genannten integrierten Berichterstattung.

Ein PDF-Bericht ist in der Regel ein konvertierter gedruckter Bericht, der auf den Unternehmensseiten zum Download angeboten wird – als alleiniges Berichtsformat oder ggf. als Ergänzung zur gedruckten (layouteten) Entsprechung; mitunter gibt es keine ergänzenden Internet-Seiten zum Thema Nachhaltigkeit. Alleinstehende PDFs werden im Ranking wie gedruckte Berichte behandelt (insbesondere bei der Bewertung der kommunikativen Qualität).

Integrierte (Print-Web- oder auch web-basierte) Berichterstattung meint die Ergänzung des gedruckten Berichts um einzelne, in der Regel statische, quasi-lineare Internetseiten. Zwischen gedrucktem Bericht und Internetseiten bestehen enge Verknüpfungen, bspw. über direkte und gezielte Verweise vom gedruckten Bericht zu einzelnen Internet-Seiten. Im Ranking wird als Basis der Bewertung das jeweilige Kerndokument herangezogen; hiervon ausgehend werden zudem die gezielt verlinkten Internet-Informationen bewertet.

Gezielte Verlinkung spielt insgesamt in der Nachhaltigkeitsberichterstattung und deren Bewertung eine große Rolle: Für gesellschaftliche Anspruchsgruppen stellt der Nachhaltigkeits-Bericht häufig das zentrale Dokument bei der Abfrage der Unternehmensleistungen dar. Er bildet daher den Ausgangspunkt in der Befassung mit dem Unternehmen. Um die unter-

[1] Die folgende Klassifizierung nach Berichtsformaten orientiert sich an Isenmann und Marx Gómez (2008).

schiedlichen Informationsbedürfnisse möglichst umfassend zu bedienen und sich im Bericht gleichzeitig auf Wesentliches zu konzentrieren, den Berichtsumfang in einem verträglichen Maß zu halten und Informationen nicht doppelt zu veröffentlichen, kann und sollte der (gedruckte) Nachhaltigkeitsbericht auf Informationen im Internet oder in anderen Print-Publikationen verweisen. Daher basiert die Bewertung der Berichte seit dem IÖW/future-Ranking von 1998 auf dem so genannten Plattformkonzept: Ausgehend vom Kerndokument werden unter bestimmten Bedingungen weitere Informationsquellen wie Umwelterklärungen, Personal- oder Geschäftsberichte, Broschüren, Internetseiten etc. einbezogen.

Hierfür ist es erforderlich, dass im Kerndokument – in der Mehrzahl der gedruckte Nachhaltigkeitsbericht – explizit und qualifiziert auf die anderen, notwendigerweise öffentlich zugänglichen Quellen verwiesen wird. Ein „qualifizierter" Verweis gibt an, welche Informationen an einer möglichst konkret bezeichneten Stelle zu finden sind. Idealerweise werden bei Print-Verweisen Seitenzahlen oder Kapitelnummern und bei Internetverweisen die konkrete URL, der Pfad zum spezifischen Menu-Unterpunkt oder eine Index-Nummer angegeben. Allgemein gehaltene Verweise wie „Weitere Informationen zu unserem Nachhaltigkeitsengagement finden sie im Internet unter www.unternehmen.de/nachhaltigkeit" werden im Ranking nicht verfolgt. Die maßgebende kritische Anforderung ist, dass die Leserin oder der Leser die zusätzlichen Informationen schnell und direkt finden kann.

Bei den allgemeinen Angaben zum Unternehmensprofil wird von diesem Plattformkonzept abgewichen. Um die weiteren Berichtsinhalte einordnen zu können, muss das Unternehmen den LeserInnen kurz vorgestellt werden. Die dazu erforderlichen Angaben, wie Umsatz- und Beschäftigtenzahlen, Anzahl und geografische Verteilung der Standorte oder die Übersicht zu den Produkten und Dienstleistungen, müssen daher im Bericht enthalten sein. Hier reicht bei gedruckten Berichten ein Querverweis z. B. auf den Geschäftsbericht nicht aus.

1.4. Ablauf des IÖW/future-Rankings 2009

Das Ranking 2009 begann bereits im Herbst 2008 mit der Neufassung der Bewertungskriterien in einem zweistufigen Entwicklungs- und Dialogprozess (s. Abschnitt 2.1). Im Ergebnis entstanden zum einen die Kriteriensets mit den allgemeinen branchenübergreifenden Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Großunternehmen und von KMU. Zum anderen erstellten wir im Großunternehmens-Ranking zwölf Branchenpapiere, in denen wir spezifische Kriterien aus den jeweils branchenrelevanten Nachhaltigkeitsherausforderungen ableiteten. Die Kriterien und Branchenpapiere wurden im Juni 2009 auf der Projekt-Website veröffentlicht.[2]

Der eigentlichen Bewertung der Berichte geht regelmäßig eine Bestandsaufnahme voraus: In den Monaten April und Mai 2009 befragten wir die Unternehmen schriftlich unter anderem zu den Formaten und Verantwortlichkeiten für die Nachhaltigkeitsberichterstattung und ermittelten die Zahl und Erscheinungsdaten der in das Ranking eingehenden Berichte. Weiterführende Fragen zur Wahrnehmung des Themas Nachhaltigkeitsberichterstattung durch die Berichtsverantwortlichen in den Unternehmen bezogen sich in 2009 auf aktuelle Trends und künftige Herausforderungen der Berichterstattung in den jeweiligen Branchen, auf den Standpunkt der Befragten zur allgemeinen Berichtspflicht sowie auf den Wert einer externen

[2] IÖW/future 2009

und vergleichenden Bewertung der Berichte für die Berichterstatter. Die Ergebnisse dieser Befragung haben wir in einem Diskussionspapier auf der Projekt-Website veröffentlicht.[3]

Alle berichtenden Unternehmen wurden bei der Befragung auch gebeten, ihre aktuellen Nachhaltigkeits-, Umwelt- oder sonstigen gesellschaftsbezogenen Berichte zu schicken; bei Online-Berichten wurde der Ausdruck erbeten. Als letztmöglichen Termin für die Einreichung der teilnehmenden Berichte bestimmten wir den 31. August 2009.

Die Bewertung der Berichte erfolgte im Sommer und Herbst 2009. Für jeden Bericht wurden detailliert die kriterienbezogenen Fundstellen und Bewertungen in einem Bewertungsbogen dokumentiert. Wie in den vergangenen Rankings haben wir diese Bögen den Unternehmen im Oktober für ein schriftliches Feedback zugesandt. Diese Feedbackschleife dient zum einen der Transparenz der Bewertungen und zum anderen der Qualitätssicherung. Der Großteil der Unternehmen nutzte diese Möglichkeit und wies auf gegebenenfalls übersehene Berichts- oder Webinhalte 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 TOP 50-Berichte im IÖW/future-Ranking 2009. 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. Seinen Abschluss fand das IÖW/future-Ranking 2009 auf dem Lernworkshop in Hannover am 18. März 2010, der traditionell auf die Weitergabe der Erkenntnisse aus der Berichtsbewertung zielt und zur Diskussion spezifischer Herausforderungen und Trends in der Nachhaltigkeitsberichterstattung einlädt.

Im folgenden Kapitel 2 erläutern wir die dem Ranking zugrundeliegende Bewertungsmethode. In Kapitel 3 werden anschließend die Gesamtergebnisse dargestellt und Kapitel 4 geht spezifisch auf die einzelnen Branchen ein. In Kapitel 5 geben wir eine Zusammenfassung und erläutern, was sehr gute Berichte von anderen generell unterscheidet.

[3] Gebauer/ Rotter (2010)

2. Bewertungsmethode

2.1. Kriterienentwicklung

Bereits 1994 führten IÖW und future ihr erstes 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 und wachsende Erfahrung und Routine ermöglichen es, neue Herausforderungen anzugehen. Die dem ersten Ranking zugrunde liegenden Kriterien wurden daher während der drei folgenden Durchläufe (1996, 1998, 2000) kontinuierlich weiterentwickelt und für das Ranking 2005 erstmalig zu Nachhaltigkeitskriterien erweitert.

Den Weiterentwicklungen lagen jeweils breite Diskussionen mit Unternehmen und unterschiedlichen Anspruchsgruppen zugrunde. So wurden im Jahre 2004 Anforderungen an die Ausgestaltung von Unternehmensverantwortung und an die unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt[4], anschließend in die Ranking-Bewertungsmethode überführt und in Workshops mit den Wirtschaftsverbänden und dem Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) diskutiert. Das hieraus hervorgegangene Set an Kriterien lag den Rankings von 2005 und (bereits mit Änderungen bzw. Erweiterungen) von 2007 zugrunde.[5]

Für das Ranking 2009 wurden die Kriterien grundlegend neu gefasst. Gegenüber früheren Veröffentlichungen unterscheiden sich die Ranking-Kriterien 2009 zum einen strukturell: Wir splitteten die produkt- und lieferkettenbezogenen Aspekte auf, bauten Kriterienzuordnungen um und verteilten die Gewichtungsfaktoren neu. Zum anderen überarbeiteten wir die Anforderungen inhaltlich: Wir bauten die managementbezogenen Aspekte weiter aus, entwickelten neue Kriterien (Unternehmensführung und -kontrolle, Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung) und aktualisierten, erweiterten bzw. präzisierten alle weiteren Kriterien: Bei den Kriterien zu Stakeholder-Beziehungen, Biodiversität und Lieferkettenverantwortung hoben wir den Managementansatz stärker heraus. Wir erhöhten die Transparenzanforderungen hinsichtlich der Auditierungen und der unternehmerischen Veränderungen im Berichtszeitraum. Wir erweiterten die Mitarbeiterbezogenen Kriterien um Aspekte wie die systematische Erfassung des Weiterbildungsbedarfs, die Einbeziehung von Leiharbeit und befristeten Arbeitsverhältnissen und die Anzahl und Handhabung von Beschwerden beispielsweise bezogen auf Chancengleichheit und Gleichstellung. Materialeffizienz, Materialkosten und Rohstoffverknappungen sowie der Flächenverbrauch werden im Bereich der Umweltaspekte der Produktion explizit angesprochen. Und nicht zuletzt spielen Datenschutz und die Handhabung von Reklamationen und Rückrufen im Kriterium Produktverantwortung eine größere Rolle. Neben den allgemeinen überarbeiteten wir ebenso grundlegend die branchenspezifischen Kriterien, die wir erstmals im Rahmen von Branchenpapieren auf der Projekt-Website veröffentlichten.

Die Neufassung der Kriterien bezieht selbstverständlich neben unseren eigenen auch die Arbeiten Anderer in den Themenfeldern Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeitsberichterstattung ein. Hierzu gehören vor allem die Arbeiten derjenigen Organisationen, die

---

4 Loew et al. (2004).
5 Loew/ Clausen (2005); IÖW/future (2007).

ihrerseits soziale und ökologische Standards für Unternehmenshandeln entwickeln, Leitfäden für die Nachhaltigkeitsberichterstattung erstellen oder in Rankings und Ratings die Nachhaltigkeitsleistungen bzw. die Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen bewerten.

Zentral sind hier zu nennen:

- AccountAbility
- Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)
- Branchenverbände (CEFIC, ICCA, VfU, VCI u. a.)
- Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA)
- European Sustainability Reporting Association (ESRA)
- Global Reporting Initiative (GRI)
- Institut für Umweltkommunikation (INFU) der Leuphana Universität Lüneburg
- International Finance Corporation (IFC)
- International Organization for Standardization (ISO)
- Internationale Arbeitsorganisation (ILO)
- Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)
- Rating-Organisationen (oekom research, Sustainable Asset Management (SAM) u. a.)
- Social Accountability International (SAI)
- SustainAbility
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

Die Neuschöpfung basiert zudem auf einem breiten zweistufigen Dialogprozess mit zentralen AkteurInnen aus Wirtschaft, Politik, Gewerkschaften, Zivilgesellschaft und Wissenschaft. Die erste Stufe bildete hierbei ein Online-Forum. Vom 13. Februar bis 09. März 2009 waren ca. 430 VertreterInnen der Akteursgruppen eingeladen, den Entwurf des neuen Kriteriensets online zu diskutieren. Hieraus gingen knapp 240 Kommentare hervor, die geprüft und eingearbeitet wurden. Der daraus entstandene zweite Entwurf wurde am 23. März 2009 in einem Workshop mit 30 Fachleuten aus berichterstattenden Unternehmen und Stakeholdern noch einmal zur Diskussion gestellt. Die Workshop-Diskussionen flossen schließlich in die finale Version des Kriteriensets ein, das die Grundlage für das IÖW/future-Ranking 2009 bildet.

2.2. Kriterienstruktur

Der Kriterien-Gesamtkatalog des IÖW/future-Rankings besteht zunächst aus einem umfassenden Set allgemeiner Kriterien, die an alle Berichte angelegt werden. Dieses Set besteht aus 11 Hauptkriterien sowie insgesamt 48 Einzelkriterien. Die allgemeinen Kriterien werden zudem punktuell um zentrale Branchenherausforderungen und –standards ergänzt. Die Branchenspezifikationen beziehen sich insbesondere auf die sozialen und ökologischen Anforderungen im Bereich Produktion, Produkte und Lieferkette. Sie werden in Branchenpapieren in einem Hintergrundtext aufbereitet, der schließlich in die Kriterienformulierungen mündet (s. Abbildung 1). Das gesamte Kriterienset und die Branchenpapiere stehen zum Download auf unserer Projektwebsite zur Verfügung.[6]

[6] IÖW/future (2009).

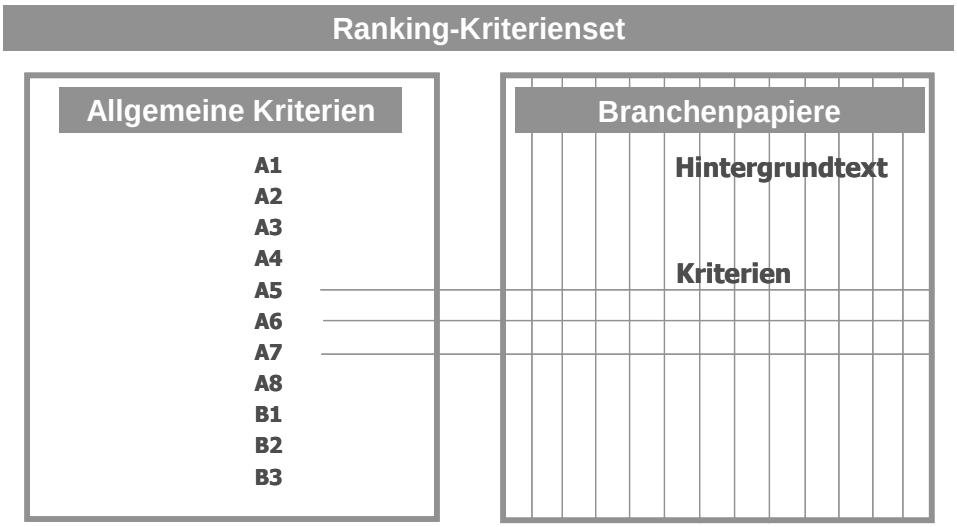

Abbildung 1: Grundstruktur des Kriteriensets im IÖW/future-Ranking

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 Glaubwürdigkeit, 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.

Ranking-Kriterien 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	20	100
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	15	75
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	5	10	50
B Allgemeine Berichtsqualität			
B.1 Glaubwürdigkeit	5	10	50
B.2 Vergleichbarkeit	5	5	25
B.3 Kommunikative Qualität	5	5	25

Tabelle 2: Kriterienset des IÖW/future-Rankings

2.3. Überblick über die Kriterieninhalte

Für die ausführlichen Kriterienformulierungen verweisen wir auf das Gesamtkriterienset. 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 etc., die es ihnen ermöglichen, die Nachhaltigkeitsinformationen einzuordnen. Gleichzeitig bilden diese Angaben den logischen Ausgangspunkt für den Berichterstatter, um die Nachhaltigkeitsherausforderungen herzuleiten und Handlungsfelder zu begründen. Gefordert sind hier Angaben zu Umsatz, Gewinn, MitarbeiterInnen, Standorten; Geschäftsbereichen, Produkt- und Kundengruppen sowie Eigentumsverhältnissen und Unternehmensbeteiligungen.

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 sowie in nachhaltigkeitsbezogene Ziele, Strategien, Strukturen und Handlungsvorgaben übersetzt. Gefragt sind hier Erläuterungen zu Werten, Vision und Strategie; Unternehmensführung und –kontrolle; Managementsystemen und –instrumenten sowie Stakeholder-Beziehungen.

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.

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 sind hier Entgeltpolitik; Arbeitszeitregelungen; Aus- und Weiterbildung; Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung; Vielfalt und Chancengleichheit; Gleichstellung von Frauen und Männern; Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung.

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; Schadstoffemissionen in die Luft und Lärmemissionen; Rohstoff- und Materialeinsatz; Abfallmanagement; Wassermanagement; Logistik und Verkehr; Produktions- und Transportunfällen, Freisetzungen von Chemikalien, Kraftstoffen und Ölen sowie Naturschutz, Flächennutzung und Artenvielfalt. Aufgrund der besonderen Relevanz des Klimaschutzes soll die explizite Darstellung zu Zielsetzungen und Zielerreichung den LeserInnen ermöglichen, die Ambitioniertheit der Unternehmensaktivitäten in diesem Bereich zu beurteilen.

Zudem gehen die Aussagen zu Energiemanagement und Klimaschutz mit doppeltem Gewicht in die Gesamtbewertung der Produktionsökologie ein.

Die Darstellungen zur Produktverantwortung zeigen, inwieweit das Unternehmen seine Produkte an Nachhaltigkeitsanforderungen ausrichtet; dabei werden Wirkungen über den gesamten Produktlebenszyklus berücksichtigt. Erwartet werden Darstellungen zu sozialen und ökologischen Aspekten der Produktentwicklung; zur ökologischen Verträglichkeit der Produkte sowie zur Verbraucherorientierung und Kundeninformation.

Unternehmen sollten weiterhin aufzeigen, inwieweit sie die Verantwortung für 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; Transparenz über finanzielle Transfers an die bzw. von der Gesellschaft in Form von Steuern und Subventionen; das politische Engagement des Unternehmens sowie der Ansatz und die Maßnahmen zur Förderung gemeinnütziger Zwecke (Corporate Citizenship-Konzepte).

Unternehmen stärken die Glaubwürdigkeit ihres Berichts, indem sie eine substanzielle Stellungnahme der Unternehmensleitung vermitteln; durchweg offen die wesentlichen Herausforderungen benennen; ungelöste Probleme und Zielkonflikte diskutieren; Auditierungen darstellen sowie externe Stellungnahmen und Bewertungen ermöglichen.

Die Angaben im Bericht sollen interne zeitliche und unternehmensübergreifende Vergleiche und damit zu den wesentlichen Aspekten eine breitere Einordnung der Nachhaltigkeitsleistung ermöglichen. Die Ermittlung der Daten soll transparent und nachvollziehbar sein. Gefordert sind daher Angaben der Bilanzierungsgrenzen; Aussagen zur Ermittlung und Interpretation der Informationen sowie zu wichtigen Entwicklungen im Berichtszeitraum.

Struktur, Text und Gestaltung des Berichts in der Print- und/oder in der Online-Version, die Verknüpfung beider Berichtsformate (sofern zutreffend) und die Verweise auf weitere interne und externe Informationsquellen sollen den LeserInnen ein klares Bild der unternehmerischen Nachhaltigkeitsherausforderungen und -leistungen in hoher textlicher und gestalterischer Qualität vermitteln und ihnen einen schnellen Zugang zu den für sie relevanten Informationen ermöglichen. Subkriterien beziehen sich dementsprechend auf die Berichtsstruktur; den Text; das Layout; die Qualität der Abbildungen; die Kontaktmöglichkeiten sowie das Angebot zusätzlicher Informationen.

2.4. 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, anders als beim „Abhaken“ von Themen in der Bewertung 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 kriterienübergreifend 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 häufig Mindestanforderungen festgeschrieben, die beispielsweise für das Erreichen von drei Punkten unabdingbar sind. Zudem ergeben sich, wie bereits erwähnt, für einen Teil der Kriterien branchenspezifische Ergänzungen oder Konkretisierungen.

Unser Gutachter-Team besteht aus sechs Bewerterinnen und Bewertern, die jeweils für einzelne Branchen zuständig sind. 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.

3. Ergebnisse des Rankings 2009

3.1. Gesamtübersicht

Im IÖW/future-Ranking der Großunternehmen 2009 bewerteten wir insgesamt 60 Berichte. 50 dieser Berichte wurden tatsächlich von den Unternehmen der TOP 150 veröffentlicht. Zehn weitere Berichte stammen von Unternehmen, deren Umsatzzahlen etwas geringer ausfallen. Den Axel Springer Verlag und Miele bezogen wir aus Tradition als langjährige und substanzielle Berichterstatter erneut ein. Bei den Handels- und Technologieunternehmen scheinen die zentralen Entwicklungen in den Berichtszahlen unterhalb der TOP 150 stattzufinden – dies wollten wir über die acht weiteren Berichte auch qualitativ abbilden können.

Abzüglich der Berichte von Springer und Miele wurden in 2007 aus der Grundgesamtheit von 150 Unternehmen 56 Berichte und damit sechs mehr als 2009 bewertet. Allerdings veröffentlichten im aktuellen Ranking vier Berichterstatter der TOP 150 ihre neuen Berichte deutlich nach dem 31.08.2009, während ihre Vorgängerberichte bereits im letzten Ranking bewertet worden waren. Diese konnten daher nicht in die Bewertung einbezogen werden. Die Anzahl der Nicht-Berichterstatter unter den 150 größten Unternehmen ist quasi unverändert: Nach 39 Unternehmen in 2007 sind es 40 Unternehmen in 2009, die der interessierten Öffentlichkeit (fast) keine Print- oder Internetinformationen zu relevanten ökologischen und sozialen Aspekten anbieten (vgl. Abschnitt 3.3).

Aufgrund der Dynamik in der Grundgesamtheit der 150 größten Unternehmen lässt allerdings weder die Zahl der Berichterstatter noch der Nicht-Berichterstatter exakte Aussagen zur quantitativen Entwicklung der Berichterstattung zu. Entwicklungen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung sind daher zuerst im Bereich der Qualität zu beurteilen.

Übersetzt in Ranking-Werte ergibt sich hier zunächst: Im Vergleich zu 2007 ist der Durchschnittswert der bewerteten Berichte, trotz Verschärfung der Anforderungen, weiter und zwar von 336 auf 347 Punkte gestiegen. Zwar blieb der beste Bericht 2009 mit 533 Punkten unter der 2007er Bestmarke von 543 Punkten. Jedoch landeten alle Top 3-Berichte über der 500-Punkt-Marke und mit 492 Punkten liegt der Durchschnitt der TOP 10-Berichte von 2009 deutliche 16 Punkte höher als 2007. Die geringste Punktzahl, die einem Bericht gegeben wurde, stieg gegenüber 2007 wieder leicht an, erreichte mit 110 Punkten jedoch noch nicht den 2005er Wert von 130.

Eine Übersicht über die 50 besten der insgesamt 60 Berichte des IÖW/future-Rankings 2009 findet sich in der nachfolgenden Tabelle. Wir möchten dabei betonen, dass alle Unternehmen, die Berichte herausgeben, Engagement und die Bereitschaft zeigen, ihre nachhaltigkeitsbezogenen Leistungen zumindest in Teilen offen zu legen. Dies ist per se lobenswert und hebt sich sehr positiv von den Nicht-Berichterstattern ab, die diese Transparenz grundsätzlich verweigern (s. Abschnitt 3.3).

IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2009

Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamt-Punktzahl	Berichtstitel	Kriterien											Kategorien				
						Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der MitarbeiterInnen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität	Soziale Anforderungen	Ökologische Anforderungen	Gesellschaftliches Umfeld	Management	Allgemeine Anforderungen
						A.1	A.2	A.3	A.4	A.5	A.6	A.7	A.8	B.1	B.2	B.3					
					Gewichtung	5	20	20	15	15	20	15	10	10	5	5					
1	3	13	**BASF-Gruppe**	**533**	Wir gestalten Zukunft. Bericht 2008	4,3	3,5	3,0	3,3	3,2	4,3	5,0	4,0	3,8	4,3	4,3	137	122	40	152	82
2	–	–	**Siemens AG**	**524**	Nachhaltigkeitsbericht 2008	4,3	4,5	5,0	2,0	2,6	3,7	5,0	2,5	3,4	4,3	3,0	104	112	25	212	71
3	10	9	**BMW Group**	**518**	Sustainable Value Report 2008	3,7	4,0	5,0	2,8	3,7	3,7	3,0	2,5	4,2	4,3	3,3	100	114	25	198	81
4	2	6	**RWE AG**	**507**	Unsere Verantwortung. Bericht 2007 + Mit Verantwortung. Status 2008	5,0	5,0	3,0	3,0	2,3	3,0	3,0	4,0	5,0	4,3	5,0	98	88	40	185	97
5	12	–	**Deutsche Bahn AG**	**483**	Nachhaltigkeitsbericht 2009 (Online)	5,0	4,5	3,0	3,0	3,9	3,0	3,0	3,5	2,6	4,3	3,3	98	111	35	175	65
6	9	7	**Volkswagen**	**478**	Driving ideas. Nachhaltigkeitsbericht 2009/2010	3,7	3,5	4,0	2,8	2,1	3,7	4,0	3,0	3,0	4,3	4,3	100	106	30	168	74
7	27	14	**Daimler**	**476**	360°- Nachhaltigkeitsbericht 2009	5,0	3,5	5,0	2,8	2,1	3,7	3,0	1,5	4,2	3,7	3,0	87	105	15	195	75
8	19	10	**BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH**	**475**	Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft 2008	4,3	4,0	4,0	2,5	2,8	3,0	3,0	3,5	3,4	4,3	3,3	91	95	35	182	73
9	38	33	**Landesbank Baden-Württemberg**	**467**	Nachhaltigkeit. Made in Germany. Der Nachhaltigkeitsbericht 2007/2008.	2,3	2,5	4,0	3,8	4,3	3,0	3,0	3,0	3,4	3,0	4,0	109	118	30	142	69
10	1	3	**Otto Group**	**457**	Nachhaltigkeitsbericht 2009	3,0	4,0	2,0	2,3	2,7	3,0	5,0	4,0	3,8	3,0	4,0	102	108	40	135	73

IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2009

Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamt-Punktzahl	Berichtstitel	Kriterien											Kategorien				
						Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der MitarbeiterInnen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität	Soziale Anforderungen	Ökologische Anforderungen	Gesellschaftliches Umfeld	Management	Allgemeine Anforderungen
					Gewichtung	A.1 5	A.2 20	A.3 20	A.4 15	A.5 15	A.6 20	A.7 15	A.8 10	B.1 10	B.2 5	B.3 5					
11	14	1	**Henkel AG & Co. KGaA**	**456**	Nachhaltigkeitsbericht 2008. Corporate Social Responsibility bei Henkel	3,7	3,0	2,0	2,8	3,7	3,0	5,0	3,0	3,8	4,3	3,3	109	123	30	118	77
12	7	31	**Bayer AG**	**454**	Nachhaltigkeitsbericht 2008	4,3	4,0	3,0	2,8	2,8	3,0	3,0	3,5	3,0	4,3	3,3	107	81	35	162	69
13	12	26	**Merck KGaA**	**451**	Verantwortung. Corporate Responsibility Bericht 2009	4,3	3,5	3,0	2,8	2,8	3,7	3,0	3,0	2,6	5,0	3,3	107	95	30	152	68
14	20	–	**E.ON AG**	**431**	E.ON CR-Berichterstattung 2008 (Online)	3,0	3,0	2,0	3,3	2,0	3,0	5,0	3,5	3,2	3,7	3,3	117	98	35	115	67
	15	12	**Robert Bosch GmbH**	**431**	Unternehmerische Verantwortung Bericht 2007/2008	4,3	2,5	4,0	2,5	2,4	2,3	4,0	3,5	3,0	3,0	3,3	91	91	35	152	62
16	30	17	**Miele & Cie. KG**	**427**	Verantwortung für Generationen. Nachhaltigkeitsbe-richt 2008	5,0	3,0	3,0	2,5	2,3	3,7	3,0	2,5	2,6	4,3	3,7	97	94	25	145	66
17	35	–	**Telefónica O2 Germany GmbH & Co. oHG**	**411**	Corporate Responsibility Report 2008 (Online)	3,7	3,5	4,0	2,0	2,3	2,3	3,0	2,3	3,0	3,0	3,7	89	68	23	168	63
18	–	–	**Tchibo GmbH**	**410**	Bericht zur nachhaltigen Entwicklung 2008 (Online)	3,7	3,5	3,0	2,0	1,7	3,7	3,0	3,0	2,8	1,7	4,7	96	78	30	148	59
19	24	–	**K+S Aktiengesellschaft**	**405**	Unternehmens-/Nachhaltigkeitsbericht 2008. Kraft aus der Tiefe	5,0	3,0	2,0	3,0	2,9	2,3	3,0	3,0	3,4	3,7	3,7	98	82	30	125	70
20	22	7	**HypoVereinsbank**	**403**	Nachhaltigkeit - Unser Profil 2007/08	2,3	4,5	0,5	3,3	4,7	2,3	3,0	2,5	2,6	2,3	3,3	88	123	25	112	55
21	–	–	**REWE Group**	**394**	Nachhaltigkeitsbericht 2008. Eine Frage der Werte	3,0	3,0	3,0	1,5	3,0	3,0	3,0	3,0	2,6	2,3	3,7	76	98	30	135	56
22	5	–	**WestLB AG**	**391**	Nachhaltigkeit 2009. Integration und Effizienz	3,0	2,5	4,0	1,5	4,0	3,0	1,0	3,0	2,2	3,7	3,7	61	98	30	145	58
23	8	4	**Axel Springer AG**	**382**	Nachhaltigkeitsbericht 2007 (Online)	3,0	2,5	2,0	1,9	3,3	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	4,0	81	102	30	105	65

IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2009

Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamt-Punktzahl	Berichtstitel	Kriterien											Kategorien				
						Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der MitarbeiterInnen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität	Soziale Anforderungen	Ökologische Anforderungen	Gesellschaftliches Umfeld	Management	Allgemeine Anforderungen
						A.1	A.2	A.3	A.4	A.5	A.6	A.7	A.8	B.1	B.2	B.3					
					Gewichtung	5	20	20	15	15	20	15	10	10	5	5					
24	37	10	**Deutsche Telekom**	**372**	Wir leben Verantwortung. Corporate Responsibility Bericht 2009	2,3	2,5	4,0	2,0	1,8	2,3	2,0	3,5	2,6	3,7	3,3	76	58	35	142	61
25	16	–	**Vodafone D2 GmbH**	**366**	Zeit, die Welt zu bewegen. Corporate Responsibility Report 2008/09	3,7	2,0	3,0	2,0	3,0	2,3	2,0	3,5	2,6	3,0	4,0	83	69	35	118	61
26	46	–	**Commerzbank AG**	**363**	Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2007 **	2,3	2,5	3,0	3,3	3,3	1,0	3,0	2,3	1,8	3,7	3,7	82	83	23	122	54
27	–	–	**Puma**	**359**	PUMAVision. Sustainability Report 2007/2008	4,3	2,0	3,0	1,5	1,7	1,7	4,0	3,5	2,8	3,7	3,0	71	71	35	122	61
28	31	16	**KfW Bankengruppe**	**355**	Nachhaltigkeitsbericht 2009	3,7	1,5	2,0	1,5	4,0	3,7	2,0	2,5	2,6	3,0	3,0	67	119	25	88	56
	17	15	**Evonik Industries AG**	**355**	Verantwortung übernehmen! Corporate-Responsibility-Bericht 2008	4,3	2,5	2,0	1,8	2,8	3,0	1,0	3,5	2,6	4,3	3,3	64	80	35	112	65
30	17	5	**adidas AG**	**349**	Sport zählt. Nachhaltigkeitsbericht 2008 (Online)	2,0	2,8	4,0	1,0	1,2	1,3	4,0	2,3	3,0	3,7	2,5	63	57	23	145	61
31	43	–	**C&A Mode KG**	**339**	Verantwortlich Handeln. C&A-Report 2008	2,0	3,5	0,5	1,8	1,3	3,0	4,0	2,5	3,0	3,0	2,7	94	73	25	90	58
32	34	–	**ThyssenKrupp Steel AG**	**337**	Nachhaltigkeitsbericht 2009. Das Richtige tun. Richtig?	3,0	2,5	2,0	2,3	2,0	3,7	1,0	2,5	2,6	2,3	3,3	85	68	25	105	55
33	35	–	**Beiersdorf AG**	**336**	Unsere Verantwortung - Nachhaltigkeit bei Beiersdorf (Online)	2,3	3,5	1,0	2,0	2,1	1,7	3,0	3,5	2,6	3,7	3,0	76	65	35	102	59
34	4	2	**Arcandor AG**	**335**	Im Wandel beständig. Nachhaltigkeitsbericht 2007	3,0	1,5	3,0	1,8	0,8	3,7	2,0	3,0	3,4	2,3	2,7	92	50	30	105	59
35	41	–	**Sanofi-Aventis Deutschland GmbH**	**333**	Unternehmensverantwortung und nachhaltige Entwicklung. Ausgabe 2009 **	2,3	1,0	2,0	2,5	4,6	2,3	3,0	1,8	1,8	3,0	2,3	91	107	18	72	45

IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2009

Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamt-Punktzahl	Berichtstitel	Kriterien											Kategorien				
						Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der MitarbeiterInnen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität	Soziale Anforderungen	Ökologische Anforderungen	Gesellschaftliches Umfeld	Management	Allgemeine Anforderungen
					Gewichtung	A.1	A.2	A.3	A.4	A.5	A.6	A.7	A.8	B.1	B.2	B.3					
						5	20	20	15	15	20	15	10	10	5	5					
36	29	–	**Deutsche Bank AG**	**328**	Gesellschaftliche Verantwortung. Bericht 2008 **	2,3	2,0	2,0	1,3	2,7	3,0	3,0	2,3	2,2	2,0	3,3	72	93	23	92	49
	11	26	**Hochtief AG**	**328**	Nachhaltigkeitsbericht 2009	3,0	2,5	3,0	2,0	1,0	3,0	1,0	3,0	2,6	2,3	3,0	81	39	30	125	53
38	–	28	**Bayerische Landesbank**	**327**	Nachhaltigkeitsbericht 07	3,0	2,0	3,0	1,8	4,7	1,7	1,0	1,5	2,6	2,0	3,3	50	94	15	115	53
	–	–	**Primondo GmbH**	**327**	Nachhaltigkeitsbericht 2008 (Online)	3,0	2,5	2,0	1,5	1,3	3,0	2,0	2,5	3,4	3,0	3,0	82	51	25	105	64
40	32	22	**METRO AG**	**325**	Nachhaltigkeitsbericht 2007. Erkennen. Handeln. Gestalten. + Nachhaltigkeit. Fortschritte 2008. Kennzahle und Ziele	3,7	2,0	3,0	1,5	2,3	1,7	2,0	1,8	2,6	4,3	4,0	69	53	18	118	68
41	–	–	**Allianz SE**	**321**	Sustainable Development Report 2008/2009 (Online)	3,0	2,5	2,0	1,9	3,7	2,3	1,0	2,8	1,8	2,3	2,7	52	93	28	105	43
42	–	–	**Norddeutsche Affinerie AG (Aurubis AG)**	**317**	Nachhaltigkeitsbericht 2008. Verantwortung zeigen	2,3	2,0	1,0	2,0	2,1	3,7	1,0	3,5	3,0	2,3	3,7	81	70	35	72	60
43	–	–	**SAP AG**	**294**	SAP 2008 Sustainability Report (Online)	3,0	3,5	0,5	1,3	1,7	2,3	1,0	2,5	3,0	3,7	4,0	57	49	25	95	68
44	–	–	**DZ Bank AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank**	**282**	Gemeinsam Verantwortung übernehmen. Nachhaltigkeitsbericht 2008	3,0	1,5	3,0	2,0	1,7	1,7	0,0	3,5	2,2	3,0	3,3	47	42	35	105	54
	45	34	**Deutsche Post DHL**	**282**	Neue Wege. Nachhaltigkeitsbericht 2009	1,0	1,5	4,0	2,3	1,2	1,7	1,0	2,0	2,2	2,3	2,7	52	49	20	115	47
46	33	23	**Münchener Rück AG**	**279**	Nachhaltigkeit 2008 (Online)	3,0	1,5	2,0	1,8	3,3	2,3	0,5	2,5	1,8	1,7	2,7	43	88	25	85	39
47	23	–	**HeidelbergCement AG**	**277**	Nachhaltigkeitsbericht 2009. Fundamente	2,3	1,5	3,0	1,0	1,3	2,3	1,0	3,0	1,8	3,0	3,0	53	44	30	102	48
48	–	–	**Fraport AG**	**273**	Fairplay. Nachhaltigkeitsbericht 2008	3,7	2,0	2,0	2,3	2,3	1,0	1,0	1,0	2,6	3,7	3,3	52	53	10	98	61
49	–	–	**NRW.Bank**	**256**	Finanzbericht 2008 + Gründerland	3,7	1,5	0,5	1,8	3,3	3,0	0,0	2,5	0,6	3,7	2,7	56	80	25	58	37
50	47	–	**MAN**	**244**	Sustainability Report MAN AG 2007/2008	3,7	1,3	0,5	0,9	2,4	3,0	2,0	1,0	2,4	0,7	2,8	51	90	10	53	41

3.2. Die TOP10 des Rankings 2009

1. Platz: BASF-Gruppe

Mit 533 der 700 möglichen Punkte ist der „Bericht 2008“ der BASF-Gruppe der beste Bericht im Ranking 2009. Wie im vergangenen Ranking schon Otto verbesserte sich die BASF damit vom dritten auf den ersten Platz. Der „Bericht 2008“, Untertitel „Wir gestalten Zukunft“, ist der erste vollständig die Nachhaltigkeits- und die Geschäftsberichterstattung integrierende Bericht im Ranking. Er zielt auf die systematische Verschränkung nachhaltigkeitsrelevanter Fragen mit dem Geschäftszweck und der Unternehmensstrategie und vermittelt einen konsequent strategischen Ansatz des Nachhaltigkeitsmanagements. Dabei thematisiert er beispielsweise die Beiträge nachhaltiger Produktentwicklungen zum Unternehmenserfolg und schafft Transparenz darüber, wie das Unternehmen über den gesamten Lebenszyklus der Produkte Risiken, aber auch Emissionen und Ressourcenverbräuche analysiert und bewertet. Das Unternehmen stellt zudem dar, welche Lösungen der Konzern bietet, um zentralen globalen Herausforderungen wie beispielsweise dem Klimawandel zu begegnen. Der „Bericht 2008“ der BASF ist insgesamt ein beispielgebend ausgewogener Bericht: In allen Kategorien erfüllt er die formulierten Anforderungen zu mindestens zwei Dritteln. Dies wird in diesem Fall allerdings „nur“ mit einem prioritär an die Fachleserschaft gerichteten umfangreichen Berichtskonzept erreicht, das neben dem gedruckten Bericht extensiv mit dem Index der Global Reporting Initiative (GRI) arbeitet und das Internet gleichwertig einbezieht.

2. Platz: Siemens AG

Der – nach einer Reihe schmaler aufgestellter Reports – erste explizit als „Nachhaltigkeitsbericht 2008“ firmierende Bericht der Siemens AG sprang mit 524 Punkten direkt auf Platz 2. Das zentrale Thema, das sich durch den gesamten Bericht zieht, ist Transparenz und Compliance. Angesichts der öffentlich sehr stark wahrgenommenen Probleme und Verstöße in diesem Bereich geht das Unternehmen in dem Bericht offen auf Fehler und Versäumnisse ein, erläutert die Maßnahmen auf struktureller wie auch kultureller Ebene und stellt die weitere Perspektive vor allem bezogen auf Strategie und Management sowie die Lieferkette dar. Darüber hinaus enthält der Bericht eine systematische und umfassende Darstellung von Nachhaltigkeit als Bestandteil der Einkaufspolitik und als Grundlage des Lieferantenmanagements. Das Unternehmen beschreibt einen partnerschaftlichen Ansatz im Lieferantenmanagement, der die Qualifizierung der Lieferanten zur Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards sowie die Einbindung der Lieferanten in die Bewertung der eigenen Nachhaltigkeitsleistung umfasst. Der Bericht ist aufgrund seines Schwerpunkts im Bereich Management weniger ausgewogen: Während er hier fast die volle Punktzahl erzielt, erfüllte er bei den sozialen und den übergreifenden gesellschaftlichen Anforderungen nur die Hälfte bis knapp zwei Drittel der im Kriterienset formulierten Erwartungen.

3. Platz: BMW Group

Mit einer Steigerung von fast 90 Punkten und einer Gesamtpunktzahl von 518 kletterte der „Sustainable Value Report 2008“ der BMW Group von Platz 10 im 2007er auf Platz 3 im aktuellen Ranking. Als zentrales Thema spricht der Bericht die Produktverantwortung des Unternehmens an. Hierbei beschreibt das Unternehmen insbesondere die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die strategische Aufstellung und die Anstrengungen im Bereich der Produktentwicklung. BMW benennt konkrete Ansätze und Ziele zur Emissionsreduktion

und zur Entwicklung alternativer Antriebsformen und Treibstoffe. Der Bericht enthält zudem umfassende, übersichtliche und vergleichbare Informationen und Daten zu den relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Zielen im Berichtszeitraum; die Darstellungen erfolgen jeweils am Anfang eines Kapitels, im thematisch sortierten Datenteil sowie im UN Global Compact-Fortschrittsbericht. Auch der BMW-Bericht ist nicht sehr ausgewogen über die Kategorien und legt die Schwerpunkte in ähnlicher Weise wie Siemens auf die managementbezogenen Anforderungen.

4. Platz: RWE AG

Erneut in der Spitzengruppe bewegt sich der RWE-Bericht: Nach Platz 2 in 2007 erreichte das Unternehmen Platz 4 im aktuellen Ranking. In die Bewertung gingen der Bericht 2007 „Unsere Verantwortung“ und der damit verknüpfte Status-Bericht 2008 „Mit Verantwortung“ ein. Die Publikationen erzielten 507 Punkte, nur knapp 20 Punkte weniger als 2007. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Strategie und Management sowie Klimaschutz. Im Bericht finden sich umfassende Erläuterungen der relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Herausforderungen und offene Stellungnahmen zu den kritischen Themen der Branche. RWE geht insgesamt offen auf kritische Punkte ein, erläutert juristische Vorwürfe der Kartellbildung und unfairer Preise sowie seine Positionen im politischen Diskurs und räumt kritischen Stakeholdern Platz für Stellungnahmen ein. Auch der RWE-Bericht ist wenig ausgewogen: Während der Bericht im Bereich allgemeiner Anforderungen an die Berichtsqualität beispielgebend ist, erfüllt er trotz umfassender Darstellungen zur Klimaschutzstrategie des Unternehmens die ökologischen Anforderungen nur zur Hälfte.

5. Platz bis 10. Platz

Die deutsche Bahn AG verbesserte sich mit ihrem Online-Nachhaltigkeitsbericht 2009 gegenüber dem letzten Ranking (Platz 12) um sieben Plätze. Die insgesamt 483 Punkt erhielt das Unternehmen für sehr gute und ausgewogene Darstellungen im Bereich Strategie und Management, zu Fragen der Mitarbeiterinteressen und der Umweltverträglichkeit eines Transportdienstleisters.

Die Volkswagen AG setzt mit einem vergleichsweise schlanken, viel auf das Internet verweisenden und insgesamt recht ausgewogenen Bericht die Tradition der Vorjahre fort und bleibt nach 2007 und 2005 mit 478 Punkten erneut innerhalb der TOP 10. Inhaltlich liegen die Schwerpunkte im „Nachhaltigkeitsbericht 2009/2010“ auf der Produktentwicklung und der Darstellung der Lieferkettenbeziehungen.

Die Daimler AG hat sich mit ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2009 wieder deutlich nach oben bewegt: 476 Punkte bringen das Unternehmen nach einem 27. Platz in 2007 und dem 14. Platz in 2005 im aktuellen Ranking auf Rang 7. Bei Daimler liegt der Schwerpunkt auf dem Umweltschutz und den ökologischen Auswirkungen der Produkte. Soziale und übergeordnete gesellschaftliche Anforderungen werden dabei eher untergeordnet behandelt.

Wie gewohnt legt die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH einen sehr schlanken, gleichwohl gehaltvollen Bericht vor: Mit 35 Seiten „Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft 2008“ erzielt BSH immerhin 475 Punkte. Die Stärken des Berichts liegen bei den management- und kommunikationsbezogenen Anforderungen; soziale und ökologische Aspekte treten demgegenüber relativ zurück.

Die Erweiterung vom Umwelt- zum „Nachhaltigkeitsbericht 2007/2008“ brachte der Landesbank Baden-Württemberg einen Sprung von Platz 38 in 2007 auf den 9. Rang ein. 467 Punkte erzielte der insgesamt sehr ausgewogene Bericht vor allem durch umfassende und hochwertige Darstellungen zu Mitarbeiterthemen und zur Betriebsökologie. Die Finanzkrise findet allerdings kaum Erwähnung.

Die Erweiterung des Berichtsrahmens von der GmbH zur Group ließ sich im „Nachhaltigkeitsbericht 2009“ für Otto noch nicht uneingeschränkt gut umsetzen. Mit 457 Punkten reichte es für den Ranking-Gewinner von 2007 diesmal „nur“ für Platz 10. Die besonderen Stärken des recht ausgewogenen Berichts liegen wie zuvor in den Darstellungen zur Verantwortung in der Lieferkette, zur Nachhaltigkeitsstrategie, zum Umgang mit den Stakeholdern und im offenen Ansprechen von Problemen und Schwachstellen.

Die weiteren Berichte in der TOP 20 sind fast durchweg Aufsteiger, was auch bedeutet, dass sich die Absteiger aus der Spitzengruppe des 2007er Rankings häufig nur noch recht weit unten einreihen konnten. Auf diese Auf- und Abwärtsbewegungen gehen wir in den Branchenanalysen im Kapitel 4 noch genauer ein.

3.3. Nicht-Berichterstatter im Ranking 2009

Als Nicht-Berichterstatter werden, wie bereits im Abschnitt 1.3 aufgezeigt, diejenigen Unternehmen geführt, die entweder gar keine Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen zur Verfügung stellen (im Weiteren gekennzeichnet mit X) oder nur geringfügige Informationen im Internet oder Geschäftsbericht veröffentlichen (gekennzeichnet mit E).

Auch wenn es einzelne bemerkenswerte Entwicklungen bei den bislang üblichen Nicht-Berichterstattern gibt, kommen weiterhin 40 (statt 39 in 2007) der 150 größten deutschen Unternehmen den gesellschaftlichen Transparenzanforderungen in keiner Weise nach. 13 dieser Unternehmen sind neu in die TOP 150 aufgestiegen. Von den bisherigen Nicht-Berichterstattern haben immerhin 20 ½ Unternehmen ihr Kommunikationsverhalten positiv verändert, zwar nicht in Richtung Nachhaltigkeitsbericht, aber doch zumindest in Richtung eines erweiterten Web-Auftritts oder Geschäftsberichts. Sieben dieser Unternehmen sind jedoch immer noch als Nicht-Berichterstatter zu zählen: Ihre Informationen wurden als geringfügig eingestuft. Mit dem „halben“ Unternehmen ist hier Aldi Süd gemeint: Zuvor zusammen mit Aldi Nord als ewiger Nicht-Berichterstatter in unserer Liste geführt, veröffentlicht das Unternehmen mittlerweile durchaus einzelne relevante Informationen im Internet. Dies sollte ausgebaut werden und auf jeden Fall unter den weiteren Discountern Beispiel machen. Elf Unternehmen (inklusive Aldi Nord) haben ihren Status leider nicht weiter verbessert, zwei sogar von E auf X verschlechtert. Zudem müssen wir mittlerweile auch sieben der Unternehmen, die zuvor zumindest mit Broschüren, Umwelterklärungen oder Internetinformationen aufwarten konnten, als Nicht-Berichterstatter führen.

Die folgende Tabelle 3 zeigt nun die aktuellen Nicht-Berichterstatter unter den 150 größten deutschen Unternehmen. Interessant ist dabei, dass die Unternehmen neuerdings mehrheitlich zumindest einzelne Nachhaltigkeitsaspekte online oder in der Geschäftsberichterstattung ansprechen: Die Zahl der „X-Unternehmen“ nahm um 12 ab, die der „E-Unternehmen“ um 13 zu.

Besonders viele Nicht-Berichterstatter, bezogen auf die jeweilige Gesamtzahl von Unternehmen einer Branche im Ranking, sind unter den Versicherern, Technologieunternehmen und Transportdienstleistern zu finden.

lfd. Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005
1	Adam Opel GmbH	Automobil	E	B	24
2	Air Berlin plc. & Co. Luftverkehrs KG	Transport / Logistik / Tourismus	E	–	–
3	Anton Schlecker	Handel / Bekleidung	E	X	X
4	B. & C. Tönnies Gruppe	Nahrung	E	X	–
5	Basell-Polyolefine GmbH	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	E	–	–
6	Behr GmbH & Co. KG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	E	C	E
7	Benteler AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	E	E	X
8	Dachser GmbH & Co. KG	Transport / Logistik / Tourismus	E	X	–
9	Debeka Versicherungen	Versicherer	E	X	X
10	Freudenberg & Co. KG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	E	E	D
11	Gea Group AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	E	E	–
12	Georgsmarienhütte Holding GmbH	Grundstoffe	E	–	–
13	Hella KGaA Hueck & Co.	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	E	D	C
14	Helm AG	Handel / Bekleidung	E	–	–
15	Kion Group GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	E	–	–
16	Knauf-Gruppe	Grundstoffe	E	X	–
17	Kühne & Nagel Deutschland	Transport / Logistik / Tourismus	E	–	–
18	Marquard & Bahls AG	Handel / Bekleidung	E	C	C
19	R+V-Konzern	Versicherer	E	X	X
20	RAG AG	Grundstoffe	E	D	D
21	Scholz AG	Transport / Logistik / Tourismus	E	–	–
22	Signal Iduna Gruppe	Versicherer	E	X	X
23	Stadtwerke Köln GmbH	Energieversorger	E	E	X
24	Talanx	Versicherer	E	X	–
25	Versicherungskammer Bayern	Versicherer	E	E*	X
26	VNG - Verbundnetz Gas AG	Energieversorger	E	E	D
27	Würth-Gruppe	Handel / Bekleidung	E	C	D
28	Württembergische Versicherungen	Versicherer	E	–	–
29	Adolf Merckle-Gruppe	Handel / Bekleidung	X	–	–
30	Aldi Nord	Handel / Bekleidung	X	X	X
31	Alfred C. Toepfer International Group	Handel / Bekleidung	X	X	X
32	DKV Euro Service GmbH + Co. KG	Medien & Informationsdienstleister	X	–	–
33	Landesbank Berlin Holding AG	Banken	X	X	X
34	Liebherr International Deutschland GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	X	–	–
35	Rethmann AG & Co. KG	Transport / Logistik / Tourismus	X	X	–
36	Rheinmetall AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	X	E	X
37	Phoenix Pharmahandel AG & Co. KG	Handel / Bekleidung	X	X	X
38	Schmolz + Bickenbach	Grundstoffe	X	–	–
39	Schwarz-Gruppe	Handel / Bekleidung	X	X	–
40	Voith AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	X	D	C

Tabelle 3: Nicht-Berichterstatter im Ranking 2009; E = geringfügige, X = keine Informationen

Die folgende Abbildung 2 zeigt die Verteilung der 160 (150 plus 10) einbezogenen Unternehmen auf die in Abschnitt 1.3 genannten Kategorien zur Klassifizierung der Form und Intensität, mit der die Unternehmen über Nachhaltigkeitsaspekte informieren. Legt man die eigentliche TOP 150 zugrunde, ergeben sich leicht veränderte Zahlen: 26 % für den Anteil der Nicht-Berichterstatter sowie 36 % für die Unternehmen mit eigenständigen Berichten.

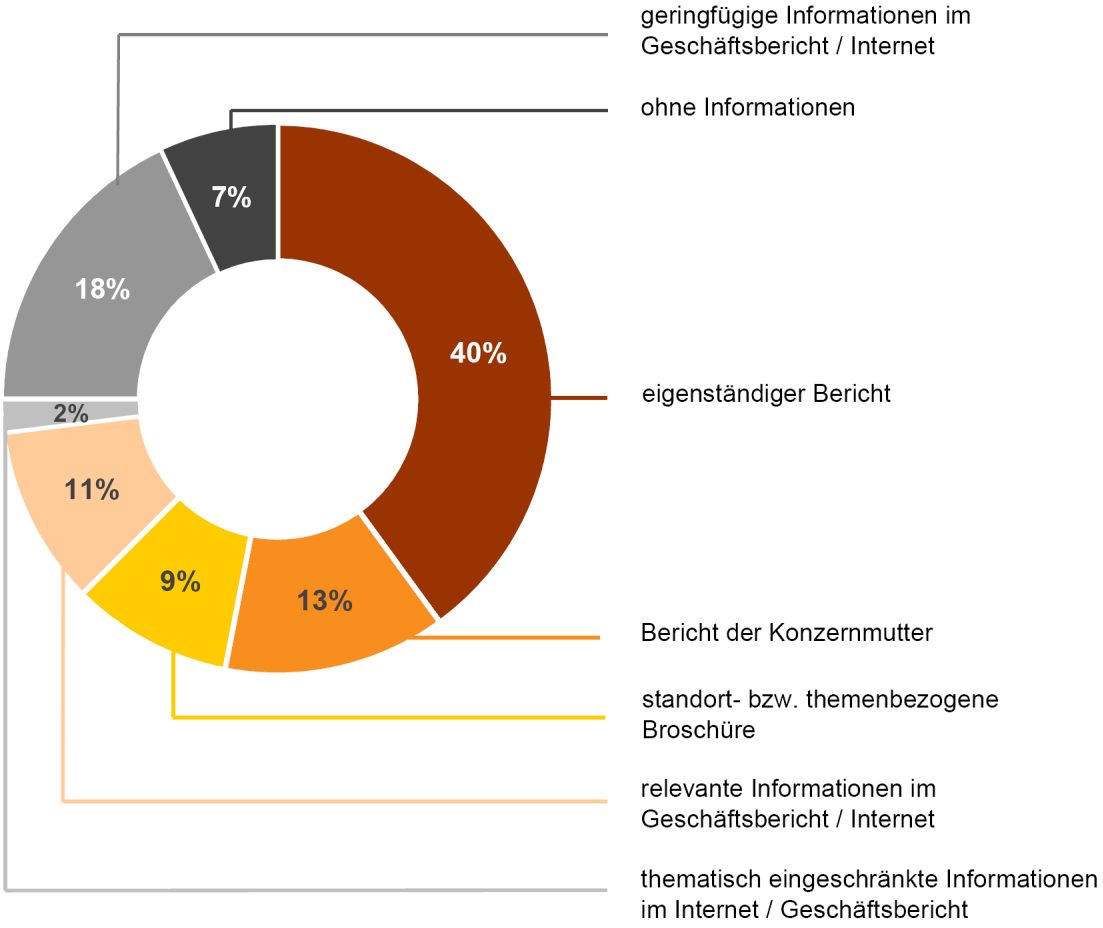

Abbildung 2: Klassifizierung der Berichterstattung der Unternehmen im Ranking (N = 160)

3.4. Entwicklungen in den Kategorien

Die unterschiedlichen Kriterien im Kriterienset lassen sich thematisch gruppieren. Im letzten Ranking fassten wir die Kriterien zu sozialen, ökologischen und integrierten Anforderungen zusammen. In diesem Ranking nehmen wir eine etwas stärkere Differenzierung vor, ziehen die Kriterien zum gesellschaftlichen Umfeld aus der Kategorie sozialer Anforderungen heraus und splitten die integrierten in die managementbezogenen und die allgemeinen Berichtsanforderungen auf.

Daneben haben wir mit der Struktur des Kriteriensets auch die Zuordnung der Einzelkriterien zu diesen Kategorien verändert. Um dennoch eine Vergleichbarkeit der Entwicklungen in der Berichterstattung herzustellen, haben wir die Durchschnittspunkte aus den Rankings 2005 und 2007 entsprechend den Veränderungen im Kriterienset und der Gruppierung von 2009 neu berechnet. Die inhaltlichen Änderungen lassen sich hierüber allerdings nicht abbilden,

daher müssen wir bei der Entwicklung der Bewertungen immer im Blick behalten, dass unsere Anforderungen an die Berichterstattung insgesamt gestiegen sind.

Der von 336 auf 347 Punkte leicht gestiegene Durchschnittswert aller Berichte machte es bereits deutlich: Insgesamt werden die im Kriterienset formulierten Anforderungen zu einem höheren Grad, nämlich zu knapp 50 %, durch die Aussagen in den Berichten abgedeckt (s. Abbildung 3). Es zeigt sich, dass insbesondere die Verantwortungsübernahme der Unternehmen in ihrem gesellschaftlichen Umfeld heute deutlich systematischer, strukturierter und damit besser dargestellt wird als in den vergangenen Jahren.

Auch Umfang und Güte der Angaben zur sozialen Verantwortung gegenüber Beschäftigten, Lieferanten und KundInnen haben, gleichwohl noch immer schlechteste Kategorie, weiter zugenommen. Der Erfüllungsgrad der sozialen Kriterien liegt nur leicht unter dem der ökologischen Kriterien, der ebenfalls etwas anstieg. Weiter zugenommen haben auch die Bewertungen der allgemeinen Anforderungen an die Berichtsqualität, was für eine Professionalisierung des Berichtswesens spricht; gleichwohl dürfte der Abstand zu den Standards der Geschäftsberichterstattung noch groß sein. Die Managementkriterien werden, bei erhöhten Anforderungen, vergleichbar gut behandelt wie 2007.

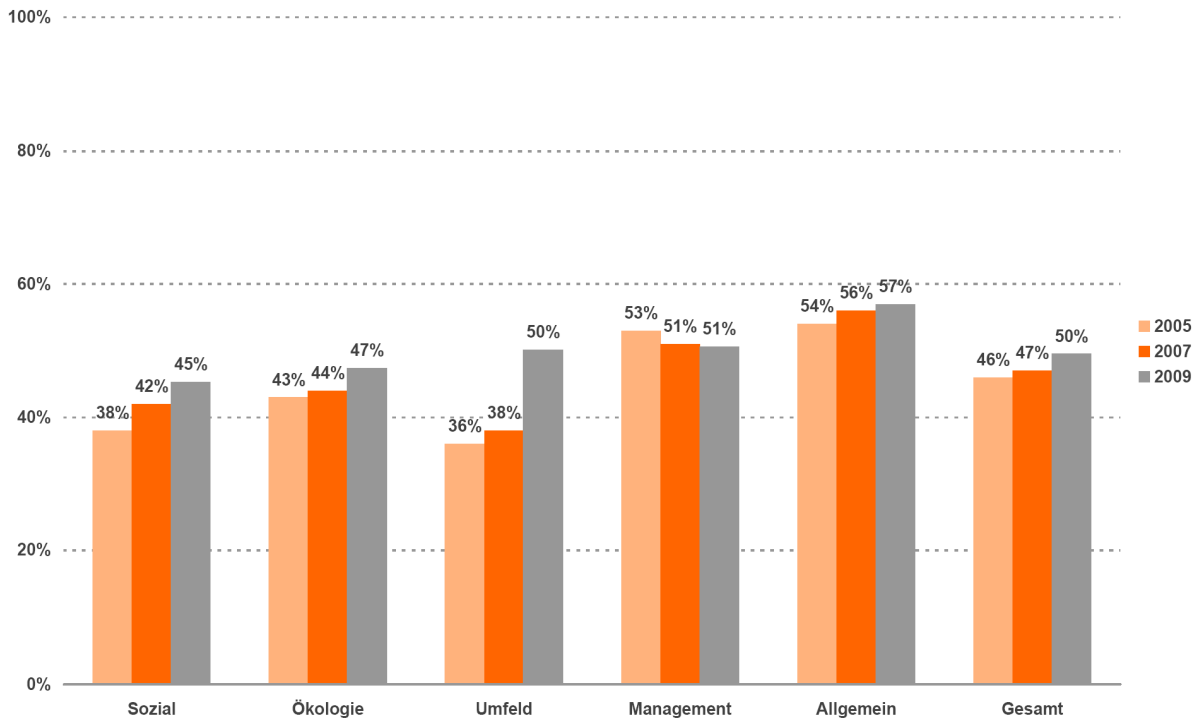

Abbildung 3: Durchschnittlicher Erfüllungsgrad nach Kategorien von 2005 bis 2009

Ein durchschnittlicher Erfüllungsgrad der Kriterienanforderungen des Rankings von 50 % wirft die Frage auf, ob wir zu viele, zu detaillierte Informationen von den Unternehmen erwarten. Der Vergleich mit dem besten Bericht im Ranking (s. Abbildung 4) zeigt jedoch, dass die Anforderungen bei allem aus Stakeholdersicht berechtigten Anspruch auch gut abbilden, was derzeit in der Berichterstattung möglich ist und umgesetzt wird: Der BASF-Bericht erfüllt die Anforderungen insgesamt zu drei Vierteln, in vier der fünf Kategorien mit Werten um 80 %.

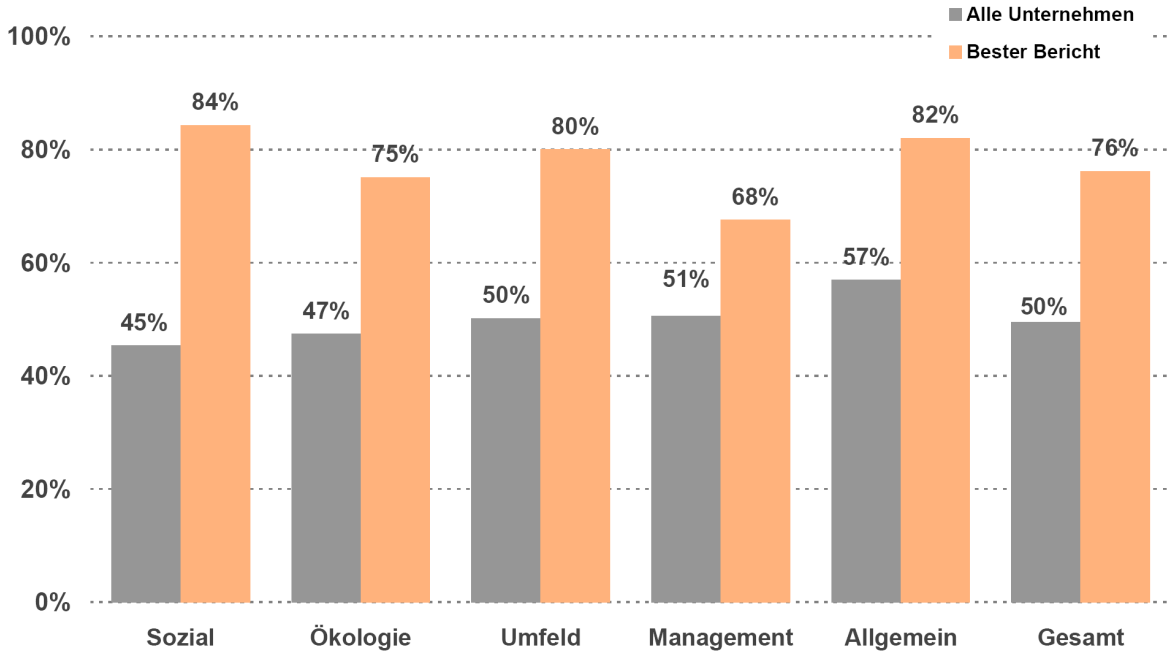

Abbildung 4: Durchschnittlicher Erfüllungsgrad nach Kategorien 2009, insgesamt und bester Bericht

Brechen wir die Entwicklungen in den Kategorien auf die Ebene der Oberkriterien herunter, zeigt sich folgendes Bild (s. Abbildung 5): Starke positive Entwicklungen sind bei den Darstellungen zur Verantwortung der Unternehmen gegenüber ihren Lieferanten und in ihrem gesellschaftlichen Umfeld festzustellen; leichte Verbesserungen ergaben sich bei der Darstellung von Zielen und Programmen, ökologischen Aspekten der Produktion oder in der kommunikativen Qualität. Verschlechterungen sind vor allem bei den Aussagen zu den Kriterien Vision, Strategie und Management sowie Produktverantwortung zu verzeichnen.

Beispiel „Gesellschaftliches Umfeld“:

Das Kriterium „Gesellschaftliches Umfeld“ enthält vier Unterkriterien und fragt nach der regionalen Verantwortung des Unternehmens als Investor, Arbeitgeber, Auftraggeber und Lieferant, nach Angaben zum Steueraufkommen und zu erhaltenen Subventionen, nach dem Beitrag zur Politik und zum Ordnungsrahmen durch die Beteiligung an Nachhaltigkeitsinitiativen und Lobbying sowie nach den Corporate Citizenship-Konzepten.

Die Darstellungen zur Umfeldverantwortung werden zwar noch immer von den Ausführungen dominiert, die das breitere gesellschaftliche Engagement der Unternehmen über Spenden, Sponsoring usw. in den Mittelpunkt rücken. Diese Angaben sind jedoch zumindest stärker als bislang in einen Zusammenhang mit dem Kerngeschäft gestellt und etwas systematischer aus den unternehmerisch wie gesellschaftlich relevanten Handlungsfeldern abgeleitet worden. Teilweise werden Standards und Auswahlkriterien für die Unterstützung von Projekten und Initiativen vorgestellt und der zeitliche oder finanzielle Umfang des Engagements ausgewiesen (vgl. Deutsche Bank, Merck oder Siemens).

Die weiteren Auswirkungen auf das lokale bzw. regionale Umfeld an den Standorten werden kaum dargestellt (Ausnahmen: E.ON und RWE); lediglich für die regionale Beschaffung (die Verantwortung als Auftraggeber) werden vereinzelt Grundsätze und Kriterien erläutert. Aussagen zum Steueraufkommen sind in aggregierter Form über die Gesamtunternehmen in der Mehrzahl der Berichte enthalten; Puma liefert beispielsweise länderbezogene Angaben.

Bosch weist jährlich im aktuellen Datenteil Subventionen aus; insgesamt werden erhaltene öffentliche Zuwendungen jedoch selten angesprochen und vor allem kaum quantifiziert.

In beinah allen Berichten wird recht breit auf die unternehmerische Beteiligung an nachhaltigkeitsorientierten Initiativen eingegangen. In der Regel erschöpft sich dies jedoch in einer wenig strukturierten Aufzählung, ohne dass das inhaltliche Interesse daran und der eigene Beitrag näher erläutert werden. Auch Politik und Praxis im Bereich Lobbying werden wenig konkret dargestellt. Zumeist wird auf allgemeine Verbandsaktivitäten verwiesen oder angegeben, dass keine Spenden an politische Parteien erfolgen. Der grundsätzliche Ansatz zum Umgang mit VertreterInnen von Ämtern und Behörden, mit PolitikerInnen und anderen Meinungsträgern wird nur selten deutlich. Beispiele, Transparenz herzustellen und die unternehmensweiten Normen und prinzipiellen Verfahrensweisen darzulegen, stellen unter anderen die Berichte von BASF und Bayer dar.

Beispiel „Vision, Strategie und Management“:

Auch im Kriterium Vision, Strategie und Management sind vier Unterkriterien enthalten, die sich auf die Werte und Strategien der Unternehmen, auf Fragen der guten und transparenten Unternehmensführung und -kontrolle, auf die bestehenden Managementsysteme in den relevanten Bereichen und ihre Integration im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensführung sowie auf die Gestaltung der Stakeholder-Beziehungen beziehen.

Nachhaltigem Handeln wird in den Berichten ein sehr hoher Stellenwert zugewiesen, wobei dies zwar beispielsweise mit Unternehmensleitbildern oder -werten hinterlegt, selten jedoch in langfristige Unternehmensziele überführt wird. Klare strategische Festlegungen hinsichtlich zentraler Nachhaltigkeitsherausforderungen, die sich von den wesentlichen sozialen und ökologischen Auswirkungen des Unternehmenshandelns ableiten, erfolgen nur selten (positiv: LBBW). Häufig jedoch wird der Anspruch angemeldet, branchenweit „führend in Sachen Nachhaltigkeit“ zu sein oder zu werden – wir sind nun gespannt auf einen Wettbewerb um die höchsten Nachhaltigkeitsleistungen in den Branchen.

Dieser Anspruch setzt voraus, sowohl personell als auch strukturell die konsequente Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Entscheidungsgremien und Leistungsbewertungen sowie Managementprozesse und –instrumente zu vollziehen. In diesem Zusammenhang werden häufig strategische Lenkungskreise und operative Steuerungseinheiten oder Projektgruppen benannt und beispielsweise in die Zuständigkeitsbereiche von Mitgliedern des Vorstands einsortiert. Inwieweit die Nachhaltigkeitsleistung der Unternehmen tatsächlich ein relevantes Kriterium für die Bewertung deren Gesamtleistung ist, wird in der Regel nicht thematisiert.

Managementsysteme, zumeist in den Bereichen Qualitätssicherung und Umweltschutz, zum Teil für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, werden häufig nur erwähnt; die zugrundeliegenden, gegebenenfalls zertifizierungsfähigen Standards werden nicht immer benannt. Auch ihre konzernweite Implementierung und die Zusammenführung für ein übergeordnetes Monitoring der Nachhaltigkeitsleistung sind häufig nicht ersichtlich. Insgesamt wird ein integrativer Ansatz eher behauptet als erläutert. Ein gutes Beispiel für eine nachvollziehbare Darstellung eines integrierten unternehmerischen Managementsystems findet sich bei Beiersdorf.

Transparenz-Regeln und Vorgaben zum Umgang mit Interessenkonflikten und Korruption finden sich sehr häufig in online verfügbaren Verhaltenskodizes; in den Berichten selbst wird hierauf verwiesen, häufig ohne dass dort tiefer auf das Thema eingegangen wird. Vor allem die wesentlichen Korruptionsrisiken, die sich branchen- oder regionalspezifisch ergeben,

werden kaum konkretisiert; Ausnahmen stellen die Berichte von RWE und HochTief dar, die sich explizit auf den länderbezogenen Korruptionsindex von Transparency International beziehen. Auch auf externe Normen und Standards zur Korruptionsbekämpfung wird wenig eingegangen; Otto, die LBBW und die Allianz beispielsweise beziehen sich hierbei auf die Kodizes und Empfehlungen der Internationalen Handelskammer (ICC), von Transparency International (TI) oder der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD). Tatsächliche Fälle von Korruption und Rechtsverstößen werden selten benannt; in Einzelfällen erfolgt zumindest eine Fehlanzeige. Aus starker Betroffenheit heraus geht Siemens auf den Bereich Transparenz und Compliance sehr umfassend ein und legt hier einen Schwerpunkt im Bericht.

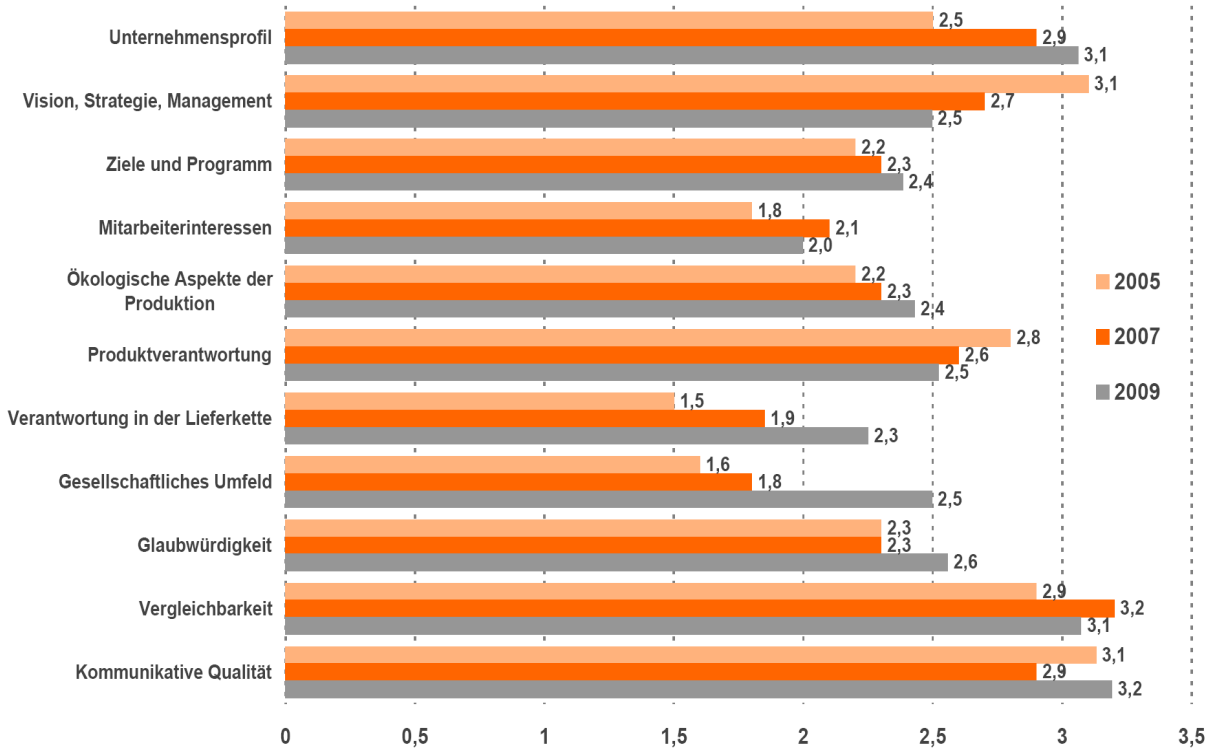

Abbildung 5: Punktedurchschnitt nach Hauptkriterien

Nach diesen kurzen Erläuterungen der allgemeinen Entwicklungen der deutschen Nachhaltigkeitsberichterstattung gehen wir nun über zu dem zentralen Bereich der Branchenanalysen.

4. Branchenanalysen

4.1. Gesamtbetrachtung

In diesem Kapitel betrachten wir die Berichterstattungsleistungen der einzelnen Branchen. Die Leistung einer Branche ergibt sich dabei einerseits aus dem Durchschnittswert der Einzelleistungen der jeweils bewerteten Berichte. Zum anderen bestimmt sich die Branchenleistung daraus, wie viele Unternehmen der Branche im Ranking mit einem eigenständigen gesellschaftsbezogenen Bericht aufwarten.

Im Ranking 2009 sind Unternehmen aus 12 Branchen bzw. Branchenclustern vertreten. Gegenüber 2007 haben wir den Zuschnitt der Ranking-Branchen etwas verändert und beispielsweise die Technologieunternehmen aus Elektronik/ Elektrotechnik und Maschinenbau sowie die Medien- mit den Software- und Telekommunikationsunternehmen zusammengefasst. Mischkonzerne haben wir den jeweiligen Branchen ihrer umsatzstärksten Sparten zugeordnet. Abbildung 6 zeigt die Anzahl der Unternehmen je Branche sowie der Berichte, die daraus hervorgingen.

Die meisten Berichte bringen die Banken, die Chemieunternehmen und die Händler in die Bewertung ein. Gemessen an der Größe der Branchen in der TOP 150 findet sich der höchste Anteil eigenständiger Berichte bei den Banken und den Autoherstellern, während die Technologieunternehmen nur einen sehr geringen Anteil aufweisen (s. Abbildung 7). Die Nahrungsmittelindustrie glänzt durch die vollständige Abwesenheit aktuell bewertbarer Berichte (Südzucker verfügt nur über den bereits in 2007 bewerteten alten Bericht).

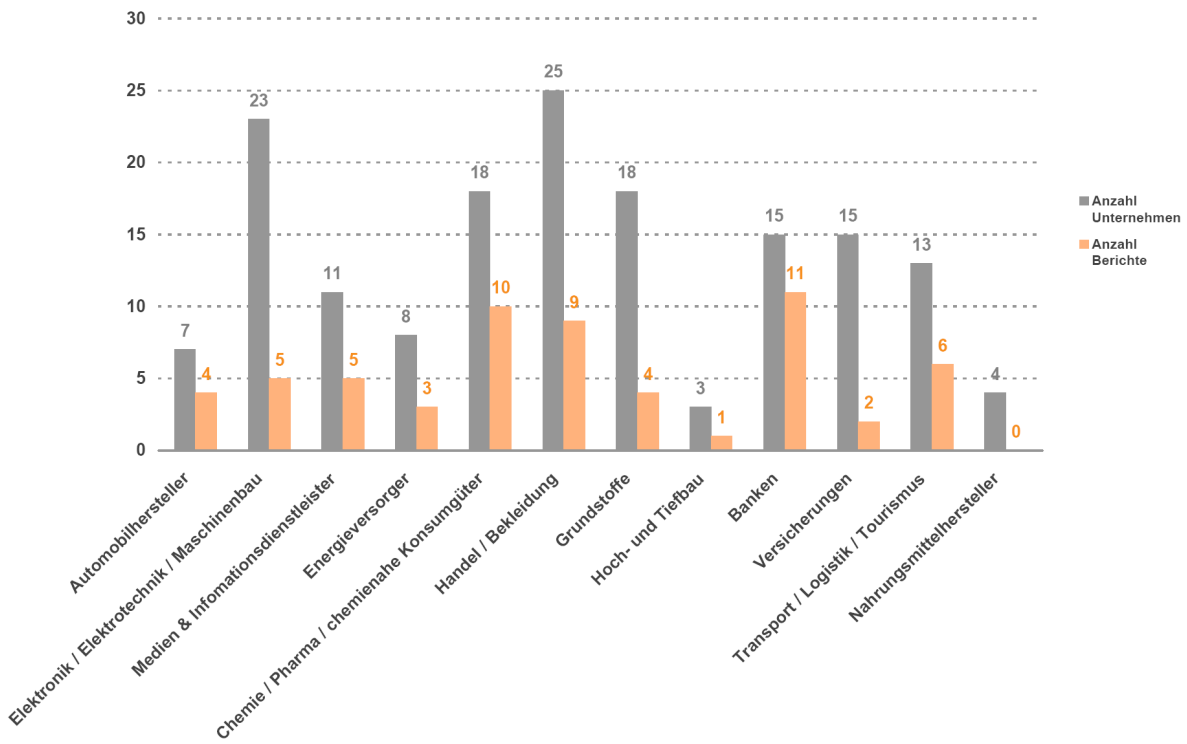

Abbildung 6: Anzahl der Unternehmen und Berichte je Branche (N = 160)

Die folgende Abbildung 7 stellt für die einzelnen Branchen den Anteil von Berichten deren durchschnittlicher Bewertung gegenüber. Die höchsten Punktwerte erzielten danach die Autohersteller, die Technologieunternehmen sowie die Medienunternehmen und Informationsdienstleister. Deutlich schlechter schneiden im Durchschnitt die Finanz- und die Transportdienstleister ab – ohne Bericht bringen die Nahrungsmittelhersteller auch keine Punkte in die Wertung ein.

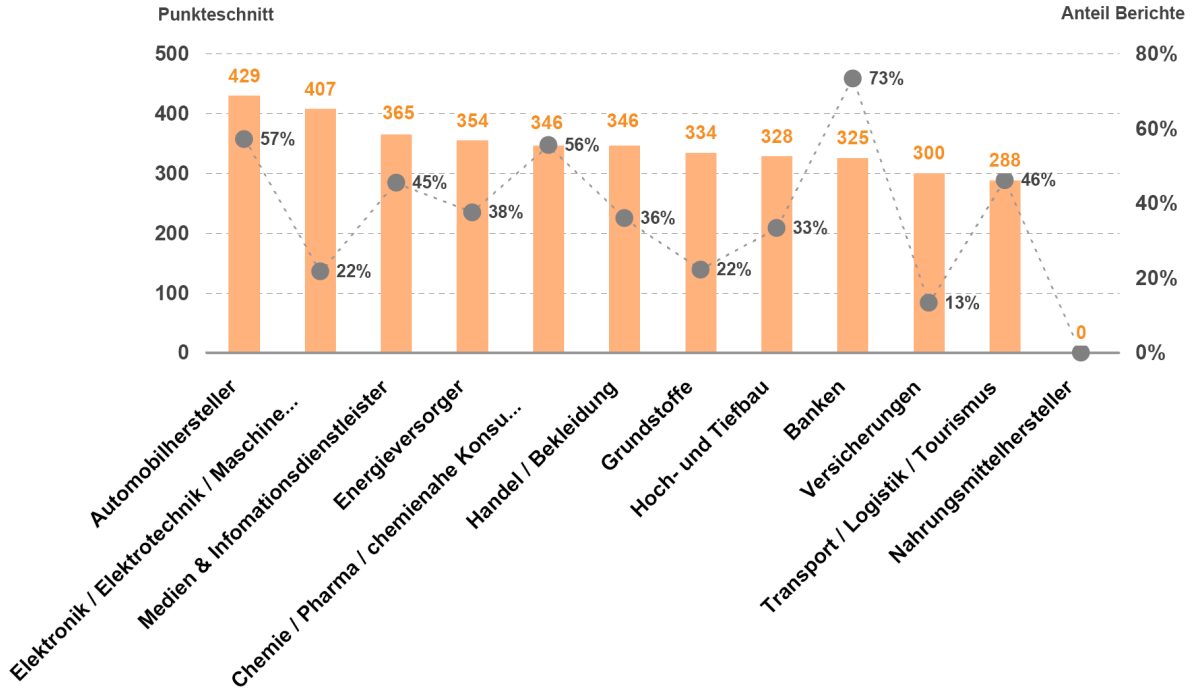

Abbildung 7: Anteil eigenständiger Berichte je Branche und deren durchschnittliche Bewertung (N = 160)

Für eine aggregierte Darstellung zeigt Abbildung 8 das Produkt aus Durchschnittspunktwert und Anteil der Berichte je Branche. Danach liegen die Automobilhersteller auf Platz 1, dicht gefolgt von den Banken und, etwas weiter dahinter, den Chemieunternehmen. Abgeschlagen auf den letzten Rängen der Branchenliste landen die Technologieunternehmen, die Grundstoffproduzenten und die Versicherer – sowie natürlich die Nahrungsmittelhersteller.

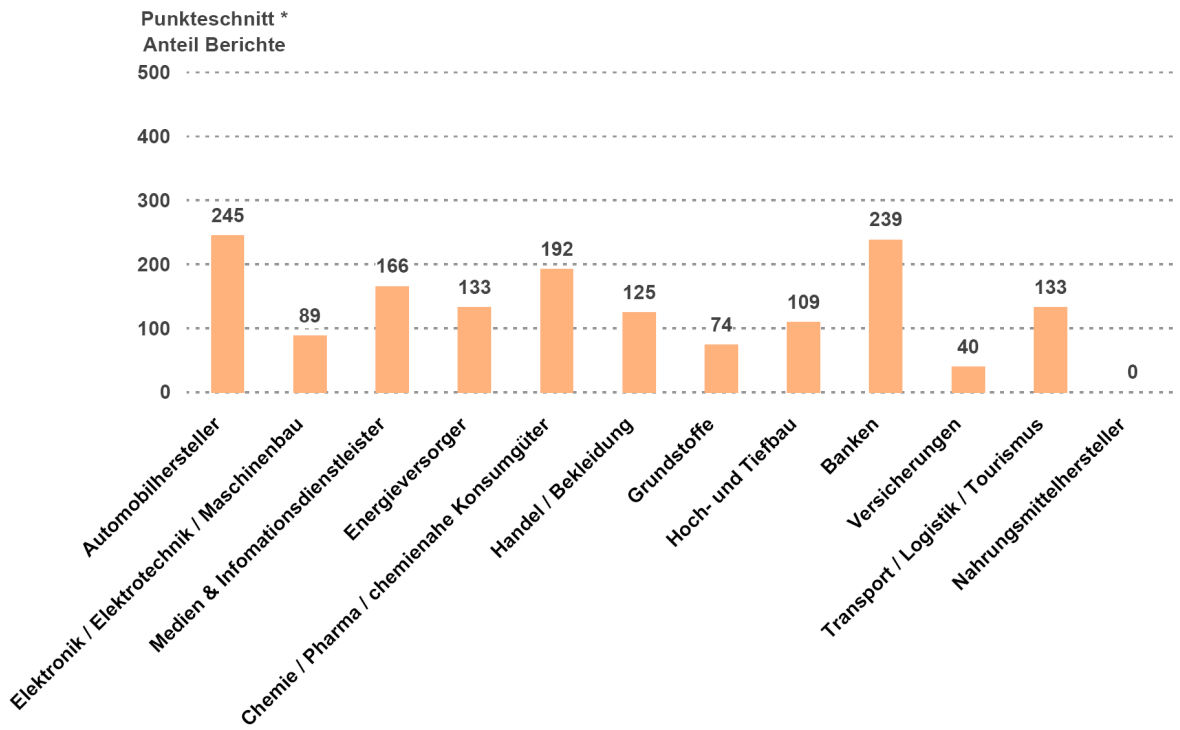

Abbildung 8: Branchenleistungen als Produkt aus dem Anteil der Berichte je Branche und deren durchschnittlicher Bewertung (N = 160)

Bevor wir die Einzelanalysen der Branchen vornehmen, seien hier zusammengefasst die jeweils besten Berichte der Branchen wiedergegeben (Tabelle 4):

Branche	Unternehmen	Bericht
Automobilhersteller	BMW Group	Sustainable Value Report 2008
Banken	Landesbank Baden-Württemberg	Nachhaltigkeit. Made in Germany. Der Nachhaltigkeitsbericht 2007/2008.
Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	BASF-Gruppe	Wir gestalten Zukunft. Bericht 2008
Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	Siemens AG	Nachhaltigkeitsbericht 2008
Energieversorger	RWE AG	Unsere Verantwortung. Bericht 2007 + Mit Verantwortung. Status 2008
Grundstoffindustrie	K+S Aktiengesellschaft	Unternehmens-/Nachhaltigkeitsbericht 2008. Kraft aus der Tiefe
Handel / Bekleidung	Otto Group	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Hoch- und Tiefbau	HOCHTIEF AG	Nachhaltigkeitsbericht 2009
Medien und Informationsdienstleister	Telefónica O2 Germany GmbH & Co. oHG	Corporate Responsibility Report 2008 (Online)
Transport / Logistik / Tourismus	Deutsche Bahn AG	Nachhaltigkeitsbericht 2009 (Online)
Versicherer	Allianz SE	Sustainable Development Report 2008/2009 (Online)

Tabelle 4: Branchensieger im Ranking 2009

4.2. Einzelbranchen

In den folgenden 12 Branchenanalysen führen wir zunächst jeweils kurz in die Branche ein, indem wir die aufgrund ihrer Größe im Ranking vertretenen Unternehmen benennen und die zentralen Nachhaltigkeitsherausforderungen aufzeigen. Deren ausführliche Beschreibung finden Sie in den jeweiligen Branchenpapieren, die auf der Projekt-Website zum kostenlosen Download zur Verfügung stehen.

Zur Darstellung der Branchenleistung im Ranking geben wir zunächst einen Überblick über Art und Umfang der Berichterstattungspraxis aller Unternehmen und schließen daran die eigentliche Analyse der vorliegenden Berichte an. Da die Zahl der Berichte je Branche stark schwankt, kann die Erörterung mal tiefer in die einzelnen Bereiche gehen, an anderer Stelle muss sie kursorisch bleiben. Die Branchenanalyse schließt jeweils mit einem Ausblick auf die Herausforderungen an die weitere Berichterstattung der Branche.

Die Ergebnisse der Analysen werden jeweils in Tabellen und Abbildungen zusammengefasst, die für jedes Unternehmen der Branche den Rang der letzten drei Rankings, die aktuelle Punktzahl bzw. die Berichtskategorie sowie für die Branchen die Anteile der Berichtskategorien und die Durchschnittspunktzahlen in den einzelnen Anforderungskategorien ausweisen.

An dieser Stelle sei noch einmal auf die Klassifizierung der Informationsbereitstellung verwiesen, die dem Ranking unterliegt (s. Tabelle 5):

Form und Intensität der Berichterstattung bzw. Informationsbereitstellung zu sozialen und ökologischen Unternehmensleistungen	Kategorie
Unternehmen mit eigenständigem Print- oder Online-Bericht	A
Unternehmen, deren Mutterkonzern einen Bericht publiziert hat	B
Unternehmen mit standort- bzw. themenbezogenen Broschüren	C
Unternehmen mit relevanten Informationen im Internet bzw. Geschäftsbericht	D
Unternehmen mit thematisch eingeschränkten Informationen im Internet bzw. Geschäftsbericht	E*
Unternehmen mit nur geringfügigen Informationen im Internet bzw. Geschäftsbericht	E
Unternehmen ohne Informationen	X

Tabelle 5: Kategorien zur Klassifizierung der Berichterstattung nach Form und Intensität

Zu beachten ist, dass die Kategorie E* nur für Finanzdienstleister gilt und wir die Unternehmen dieser Kategorie nicht als Non-Reporter ausweisen. Diese Regelung haben wir vom 2007er Ranking übernommen, als Banken und Versicherungen nicht unbedingt geringfügige, aber thematisch sehr eingeschränkte Informationen veröffentlichten, die sich hauptsächlich auf das Engagement der Unternehmen in den Bereichen Kunst, Kultur und Sport bezogen. Aufgrund der starken Berichterstattungsentwicklungen bei zumindest den Banken gehen wir davon aus, dass das nächste Ranking ohne diese Sonderkategorie auskommen kann.

4.3. Automobil

Die Ranking-Branche „Automobilhersteller“ umfasst diejenigen Unternehmen, die Kraftfahrzeuge, speziell Personenkraftwagen (Pkw) und Lastkraftwagen (Lkw), herstellen. Die deutsche Automobilbranche baut Pkw jeder Größenklasse, wobei tendenziell die Oberklasse- und Luxuswagen dominieren, sowie (zum Teil) Lkw.

Die Automobilbranche ist erneut mit sieben Unternehmen im Ranking vertreten: BMW, Daimler, die Ford-Werke, die MAN, Opel, Porsche und, als umsatzstärkstes deutsches Industrieunternehmen, Volkswagen.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Wesentliche Nachhaltigkeitsherausforderungen der Branche liegen im Bereich der Produktverantwortung. Zentral zu nennen sind hier Verbrauchsdaten und die umweltrelevanten Emissionen wie CO_2, Rußpartikel oder auch Lärm in der Nutzungsphase. In den Berichten sollten daher die systematischen Entwicklungsanstrengungen und die zugrunde liegenden Kriterien zur Verbesserung bestehender und zur Entwicklung alternativer Antriebsformen und Treibstoffe beschrieben werden. Materialseitig spielen hier die Gewichtsreduktion durch Nutzung alternativer Materialien sowie die Verwendung von Recyclingmaterialien oder Rohstoffen mit höherer Verfügbarkeit und vergleichsweise geringeren Vorketten eine Rolle.

Relevante Aspekte mit Blick auf die KundInnen sind die Wahrung und Vermittlung höchster Sicherheitsstandards, der Stellenwert schadstoff- und verbrauchsarmer Fahrzeuge in der Markenpolitik, die Kostentransparenz über den Lebenszyklus, Rücknahmekonzepte für Altfahrzeuge oder die Entwicklung von Besitz ersetzenden Mobilitätsdienstleistungen.

Wesentliche soziale Herausforderungen liegen in der sozialverträglichen Gestaltung von Restrukturierung und Personalabbau, in der systematischen Personalentwicklung und der Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Branche wird hierzu ebenso Stellung zu nehmen haben wie zu den unternehmerischen Ansätzen verantwortlichen Lieferantenmanagements.

Die Berichterstattung der Branche

Von den sieben Unternehmen veröffentlichen vier einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht: BMW, Daimler, MAN und Volkswagen. Alle Unternehmen sind langjährige Berichterstatter und begleiten ihre Printberichterstattung mit umfassenden Darstellungen im Internet.

Die Ford-Werke können auf einen Bericht der Mutter verweisen und veröffentlichen selbst umfangreiche Darstellungen zu Mitarbeiter- und Umweltthemen sowie zu Corporate Citizenship-Aktivitäten im Internet. Verfügbar sind beispielsweise Umwelterklärungen verschiedener Standorte aus den vergangenen Jahren sowie eine Broschüre zur Diversity bei Ford.

Porsche veröffentlicht eine Umwelterklärung und informiert zu Umweltthemen im Internet wie auch im Geschäftsbericht.

Opel veröffentlicht geringfügige Informationen zu Produkten und Technologien sowie zur Produktentwicklung im Internet. Zum Zeitpunkt der Recherche waren nur wenige Online-Informationen und -Dokumente der Mutter GM erhältlich, auch das Facts&Figures-Dokument von GM Europe enthält kaum nachhaltigkeitsbezogene Informationen.

Die Bewertungsergebnisse

Während sich die Branche bei der Zahl der Berichte gegenüber 2007 nicht weiter entwickelte, stieg die Bewertung der Berichtsqualität jedoch deutlich auf einen herausragenden Branchendurchschnitt von 429 Punkten. Dabei kletterte BMW mit 518 Punkten um 7 Ränge auf den 3. Platz im Gesamtranking, Volkswagen verbesserte sich um drei Ränge auf Platz 6 und Daimler erreichte mit einem Plus von 100 Punkten gegenüber 2007 als dritter Autohersteller sicher die TOP 10. Auch die MAN übertraf, wenn auch nur um genau einen Punkt, die eigene 2007er Bewertung, erreichte mit 244 Punkten jedoch nur Platz 50.

Die managementbezogenen Anforderungen werden von den Autoherstellern überdurchschnittlich gut erfüllt: Die Unternehmen stellen die zentralen Herausforderungen für das Unternehmenshandeln dar, leiten die prioritären Handlungsfelder ab, erläutern ihre Nachhaltigkeitsziele und zeigen deren Integration in die unternehmerischen gesamtstrategischen Zielsysteme. Vor allem BMW und VW können hier ein strukturiert aufbereitetes Zielsystem vorweisen. Die Darstellung der Strukturen und Leitlinien für die Bereiche Compliance und Antikorruption nimmt in den Berichten einen großen Raum ein, ist jedoch, ohne Bezug auf spezifische Risiken oder tatsächliche Fälle, wenig angewandt.

Die Berichterstattung zu den Mitarbeiterinteressen hat sich gegenüber 2007 etwas verbessert und liegt mit einem Branchenschnitt von 2.3 Punkten leicht über dem Gesamtdurchschnitt in diesem Bereich. Die Schwachstellen, die im letzten Ranking konstatiert wurden, bestehen jedoch weiterhin: Entgelt, Arbeitszeit, Personalbestandsbewegungen oder auch die Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner werden nur oberflächlich dargestellt. Allerdings wird die Mitarbeiterzufriedenheit vergleichsweise stark thematisiert und Instrumente zur Erfassung der Bewertungen der Beschäftigungsbedingungen und -perspektiven durch die MitarbeiterInnen (Befragungen, „Stimmungsbarometer“, Scorecard) werden erläutert. Leider werden deren Ergebnisse jenseits der Rücklaufquoten kaum diskutiert. Die Umsetzungspraxis lässt sich beispielsweise am BMW-Bericht ablesen: Das Unternehmen orientiert stark darauf, konkrete Maßnahmen im Bereich der Mitarbeiterbeteiligung und -bindung vorzustellen.

Die spezifischen Herausforderungen für die Produktionsökologie gehen die Autohersteller in ihren Berichten durchschnittlich gut an. Allerdings streifen sie dabei relevante Aspekte nur am Rande: Die Ideen und Aussagen zum Rohstoff- und Materialeinsatz halten zumindest kaum mit den formulierten strategischen Zielsetzungen zur Steigerung der Ressourceneffizienz oder zur Materialsubstitution mit. Zwar werden einzelne Quantifizierungen zum Ressourceneinsatz vorgenommen und Daimler beispielsweise weist ihn modellspezifisch aus, insgesamt gehen die Unternehmen hier jedoch noch wenig auf die Schwerpunkte ein, die wir als Branchenspezifika im Kriterienset formulierten.

Sehr gute Darstellungen finden sich jedoch zum Klimaschutz: Der Branchenerste zum Beispiel beschreibt seine Klimaschutzstrategie, die er auf die politischen Zielsetzungen und Rahmensetzungen bezieht, und stellt ein entsprechendes Programm vor. Den formulierten Zielen stellt BMW den Stand der Zielerreichung gegenüber. Die quantitativen Angaben sind umfassend und differenziert ausgewiesen; dabei wird auch die Effizienz bei der Energieeigenerzeugung thematisiert. Den ansonsten auch recht umfassenden Angaben der anderen Unternehmen fehlen beispielsweise die Aufschlüsselung der (erneuerbaren) Energieträger oder auch die Offenlegung der den einzelnen Quantifizierungen zugrunde liegenden Berechnungsstandards. Anders als in den anderen Branchen weisen die Automobilhersteller auch

die weiteren Schadstoffemissionen aus und Daimler beispielsweise geht zudem umfassend auf Maßnahmen zur Verringerung der Lärmemissionen ein.

Insgesamt liegt der Schwerpunkt der Berichterstattung der Autohersteller auf der Produktbetrachtung – die Automobilbranche erzielt hier mit 3.5 Punkten den höchsten Durchschnittswert im Gesamtvergleich. Die Unternehmen schildern in der Regel umfassend, wie sie versuchen, vor allem Umweltschutzanforderungen systematisch in die Produktentwicklung zu integrieren. Schwerpunkte bilden hierbei die Verbrauchsminderung, die Reduktion der Schadstoff- und Lärmemissionen bestehender und die Entwicklung alternativer Antriebsformen. Die Entwicklung von Mobilitätsdienstleistungen spielt allerdings kaum eine Rolle – allein BMW geht hier explizit, Daimler zumindest am Rande darauf ein.

Neben diesen Entwicklungsanstrengungen werden vor allem auch die aktuellen Umwelteigenschaften der (vornehmlich) Pkw, in der Regel fokussiert auf Flottenverbrauch und Emissionswerte, aufgeschlüsselt. Aktivitäten der Unternehmen, beispielsweise in der Werbung den Stellenwert der Umwelteigenschaften der Produkte herauszuheben, werden kaum angesprochen – mit Blick auf die Verbraucherorientierung und Kundeninformation dominieren Sicherheitsfragen der Fahrzeuge und des Fahrverhaltens.

Die Übernahme der Lieferkettenverantwortung wird deutlich besser geschildert als in den Vorgängerberichten. Während Daimler und die MAN zumindest – entweder sozial oder ökologisch orientierte – Richtlinien und Vorschriften für Lieferanten vorweisen, beschreiben VW und mit Einschränkungen BMW auch deren Umsetzung im Rahmen ihres Lieferantenmanagements. Insgesamt erfolgen jedoch nur wenige Nachweise des Umsetzungsstands.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Autohersteller stellen sich weit besser als bisher den Branchenherausforderungen im Produktbereich, indem sie zumindest die Verbrauchs- und Emissionswerte der Fahrzeuge ausweisen und die Entwicklungsperspektiven erläutern. Allerdings müssen die Unternehmen im Weiteren zeigen, dass die Umweltinformationen auch den Weg aus den Datenteilen der Berichte in die breite Kundeninformation finden.

Nicht zuletzt sollten in den Berichten wesentliche Verantwortungsbereiche wie die faire Gestaltung der Arbeitsbedingungen oder Effizienz- und Konsistenzansätze im Rohstoff- und Materialeinsatz von der Bekenntnisebene auf die Umsetzungsebene gehoben werden.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
BMW-Group	518	1	3	10	9
Volkswagen AG	478	2	6	9	7
Daimler AG	476	3	7	27	14
MAN SE	244	4	50	47	A
Ford-Werke GmbH	-	-	B	B	B
Porsche Automobil Holding SE	-	-	C	C	A
Adam Opel GmbH	-	-	E	B	24

Tabelle 6: Ergebnisse der Berichterstattung – Automobilhersteller

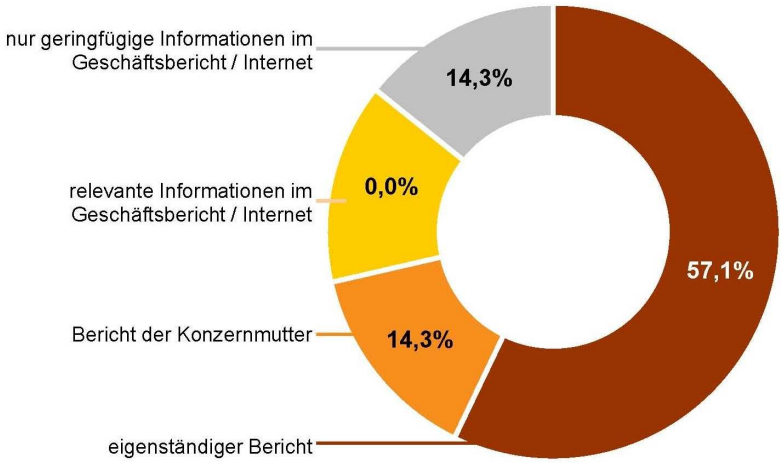

Abbildung 9: Klassifizierung der Berichterstattung – Automobilhersteller

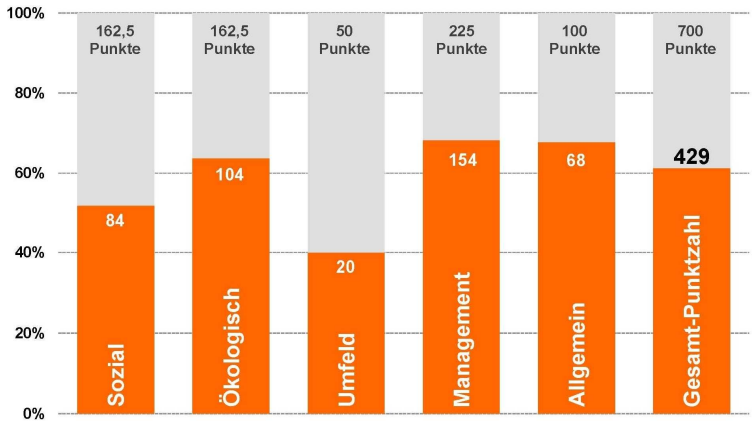

Abbildung 10: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Automobilhersteller

4.4. Banken

Banken (Sparkassen und Landesbanken, Genossenschafts- oder Privatbanken) bieten Spar- und Girokonten an, gewähren Kredite, betreiben Zahlungsverkehrs-, Depot- und Geldwechsel- sowie Investmentgeschäfte und verwalten Vermögen. In das Ranking wird regelmäßig eine feste Anzahl von 15 Banken einbezogen. Neben den großen Privatbanken sind dies insbesondere auch die Landesbanken. Die untenstehende Tabelle benennt alle im aktuellen Ranking vertretenen Banken.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Banken tragen in starkem Maße die Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung. Vor allem ermöglichen sie im globalen Rahmen Wertschöpfungsprozesse (Investitions-, Produktions- und Konsumaktivitäten), indem sie die dafür notwendigen Finanzmittel und Finanzdienstleistungen bereitstellen. Hierbei entscheidet die Gestaltung des Zugangs zu und der Konditionen von Bankdienstleistungen über die ökonomische Teilhabe Vieler. Durch die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten beispielsweise in die Kreditvergabe oder die Vermögensverwaltung können Banken dabei eine Lenkungswirkung zugunsten sozial und ökologisch verträglicher Aktivitäten ausüben. Für die Banken haben wir daher die allgemeinen Ranking-Kriterien vor allem für die Berichterstattung im Bereich Produktverantwortung spezifiziert, was auch Fragen der Kundeninformation und des Verbraucherschutzes einbezieht.

Gleichzeitig kann mangelhaftes Risikomanagement auch einzelner Institute zu enormen gesamtwirtschaftlichen Problemen führen. In diesem Sinne ist die Reflexion der Ursachen und Konsequenzen der Finanzmarktkrise mit Blick auf die eigene Geschäftstätigkeit unabdingbar. Von den Berichten erwarteten wir daher, je nach Erscheinungsdatum, Aussagen zur Betroffenheit von den Entwicklungen und der eigenen Rolle dabei, zu bestehenden Anreizstrukturen und Kontrollmechanismen sowie ihrer künftigen Ausgestaltung, zu empfangenen Unterstützungsleistungen sowie zu den allgemeinen strategischen und strukturellen Konsequenzen zur Gewährleistung einer „good corporate governance“.

Spezifikationen der allgemeinen Ranking-Kriterien ergeben sich im Bereich der Betriebsökologie. Hier geht es wie bei anderen Dienstleistern in erster Linie um Fragen des Energie- und Gebäudemanagements sowie des Materialverbrauchs. Mit Blick auf die eigenen MitarbeiterInnen stehen vor allem Fragen wie Arbeitsplatzsicherheit, Entlohnung bzw. Lohngerechtigkeit, Arbeitszeitmodelle oder der Gesundheitsschutz der FilialmitarbeiterInnen (z. B. zur Stressbewältigung in Ausnahmesituationen) im Vordergrund. Bei der Darstellung der Verantwortung in der Lieferkette sollten Banken insbesondere auf die von ihnen eingesetzten Dienstleister (z. B. externe Call Center, Wachschutz, Reinigungsunternehmen) und auf die Beschaffung und Entsorgung von Computer-Hardware eingehen.

Die Berichterstattung der Branche

Insgesamt elf der 15 Banken und damit vier mehr als 2007 legen einen eigenständigen Bericht zur Bewertung vor: die Commerzbank, die Deutsche Bank, die Deutsche Postbank, die DZ Bank, die HVB, die KfW sowie Landesbanken wie die BayernLB, die LBBW, die NORD/LB, die NRW.Bank und die WestLB. Gleich fünf der Unternehmen sind erstmals mit

einem Bericht im Ranking vertreten. Die DZ Bank baute dafür ihre bisherige Sozialberichterstattung aus, die BayernLB erweiterte und bündelte ihre bislang nur im Geschäftsbericht und im Internet vorhandenen Informationen. Die NORD/LB und die neu unter den größten Banken vertretene NRW.Bank legten jeweils eine Unternehmensberichterstattung mit deutlich ausgebautem Nachhaltigkeitsbereich vor. Die Deutsche Postbank, ebenfalls erstmals im Ranking, veröffentlichte einen Online-Bericht. Alle Berichterstatter informieren umfassend im Internet und bieten diverse zusätzliche Dokumente an.

Die Helaba informiert im Internet unter dem Menupunkt „Gesellschaftliches Engagement“ zu ihren Aktivitäten in den Bereichen Mitarbeiter, Umwelt sowie Kultur, Kunst und Sport; der Geschäftsbericht enthält neben einem essayistischen Beitrag zum Thema „Vertrauen“ im Finanzsystem jeweils kurze Abschnitte zu Personal- und Sozialfragen sowie zu ökologisch orientierten Objekten, die finanziert wurden. Die HSH Nordbank bietet in diesem Jahr neben den bisherigen Internetdarstellungen zum Thema Sponsoring auch im Geschäftsbericht breitere Informationen zum Thema Gesellschaftliche Verantwortung. Der Geschäftsbericht der Hypo Real Estate Bank enthält geringfügige Informationen vor allem zu Stiftungsaktivitäten und Mitarbeiterinteressen; etwas ausführlicher informiert die Bank im Internet neben ihren Stiftungsaktivitäten über ihre Unternehmenswerte sowie Umweltaspekte. Wie in 2007 veröffentlichte die Landesbank Berlin auch in 2009 keinerlei Informationen. Ein Berichterstatter des letzten Rankings, die Dresdner Bank, verfügt nicht mehr über einen eigenständigen Bericht, wird aber aufgrund der Berichterstattung der (neuen) Mutter nicht als Non-Reporter gewertet.

Die Bewertungsergebnisse

Herausragend ist demnach die Entwicklung im Umfang der Berichterstattung, insbesondere in der Zahl der Berichte. Die inhaltliche Bewertung gestaltet sich etwas differenzierter. Zwar konnten die Banken ihre Einzelwertungen gegenüber 2007 fast durchweg erhöhen, dennoch liegt die durchschnittliche Branchenleistung mit 325 Punkten wie im letzten Ranking unter dem Gesamtdurchschnitt von 347 Punkten. Branchensiegerin ist in diesem Jahr die LBBW, die mit 467 Punkten für ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht in der Gesamtwertung auf Platz 9 landete. Weitere vier Banken liegen mit ihren Berichten leicht über dem Gesamtdurchschnitt und ordnen sich auf den Plätzen 20 bis 28 ein: die HVB, die WestLB, die Commerzbank und die KfW. Eine zweite Gruppe von vier Banken, bestehend aus der Deutschen Bank, der BayernLB, der DZ Bank und der NRW.Bank, findet sich im letzten Viertel der TOP 50 wieder. Zwei Erstberichte konnten sich noch nicht unter den 50 besten Berichten platzieren.

Die Finanzmarktkrise ist die zentrale Herausforderung der Branche – auch und gerade unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten. Sie bleibt jedoch in den Berichten insgesamt ein eher externes Phänomen. Zwar wird in der Regel die Notwendigkeit einer neuen Regulierung des Finanzmarkts, an der man sich gern aktiv unterstützend beteiligen will, gesehen. Anhand der Berichte ist jedoch selten erkennbar, ob eine selbstkritische Ursachenanalyse auf Unternehmensebene erfolgt. Auch die Ableitung von Konsequenzen beispielsweise für die Gestaltung von Anreizsystemen (s. Boni) und des Risikomanagements bleibt häufig allgemein und unverbindlich. In den managementbezogenen Kriterien sowie bei den Anforderungen an eine glaubwürdige Berichterstattung erzielten die Banken daher unterdurchschnittliche 2 Punkte.

Die vergleichsweise umfassenden Anforderungen an die Berichterstattung zur Produktverantwortung erfüllen die Banken etwas besser. Mit einem Branchendurchschnitt von 2.3 Punkten (wie schon 2007) liegen sie aber noch leicht unter dem Gesamtdurchschnitt von 2.5 Punkten. Zwar legen Banken ihren Schwerpunkt auf Darstellungen zu den sozialen und ökologischen Wirkungen ihrer Dienstleistungen und zu entsprechenden Entwicklungsaktivitäten. Allerdings bilden sie dafür eher Einzelbeispiele ab, zeigen kaum die systematische Anwendung auf alle Bereiche und lassen insbesondere relevante Quantifizierungen vermissen, die die den Anteil nachhaltiger Produkte und Leistungen am Gesamtportfolio sichtbar machten.

Das im Bereich Produktverantwortung beste Banken-Ergebnis von 3.67 Punkten erreichte die KfW. Wenngleich auch hier nicht alle erforderlichen Quantifizierungen vorgenommen werden, so zeigt sie doch beispielsweise durch Umwelt- und Sozialleitsätze, konkretisierende Richtlinien und Prüfungsvorgaben sowie Monitoringverfahren, wie Nachhaltigkeitsaspekte bei der Entwicklung neuer Projekte, bei Finanzierungsaktivitäten oder bei der Eigenanlage systematisch integriert werden. Durchweg mager sind die Darlegungen der Banken zu Kundeninformation und Verbraucherschutz: Der Umgang mit Überschuldung und Schufa-Daten oder die Transparenz zu strukturierten Finanzprodukten, Steuerspar-Modellen und Aktivitäten in so genannten Offshore-Finanzzentren beispielsweise spielen nur eine untergeordnete Rolle in den Berichten.

Die Berichterstattung zu Mitarbeiterinteressen zeigt wie allgemein im Ranking wenig Entwicklung gegenüber 2007. Dennoch gehören gleich drei Bankenberichte zu den bestbewerteten (LBBW, HVB, Commerzbank). Gesamtspitzenreiterin ist die LBBW mit 3.75 Punkten. Sie berichtet umfassend über Themen wie Aus- und Weiterbildung, Gleichstellung (auch bezüglich Gehaltsfragen) oder Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung. Wie auch die Commerzbank geht sie dezidiert auf branchenspezifische Herausforderungen im Bereich Gesundheitsschutz ein und berichtet unter anderem über den Umgang mit Suchterkrankungen, Krisensituationen, Burnout oder die psychologische Betreuung nach Banküberfällen. Sozialverträglicher Arbeitsplatzabbau oder Arbeitnehmerrechte sind allerdings in den Bankenberichten kaum ein Thema, selbst angesichts großer Integrationsherausforderungen bei der Übernahme anderer Banken. Positiv fallen hier die Commerzbank und die WestLB heraus, die in ihren Berichten ausführlich auf Maßnahmen zur Abfederung der Umstrukturierungsprozesse in Deutschland und auf die Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretungen bei Betriebsänderungen eingehen. Allerdings fehlen wie im Allgemeinen quantitative Angaben zu Personalbewegungen, sodass ein etwaiger Stellenabbau und dessen Ausmaß im Dunkeln bleiben.

Im Vergleich zum produzierenden Gewerbe ist die Betriebsökologie für Dienstleister von geringerer Relevanz. Daher werden hier geringere bzw. angepasste Anforderungen formuliert. Auf diese gehen Banken jedoch umfassend ein. Sie orientierten sich dabei häufig an den Vorgaben und Indikatoren des Vereins für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen (VfU). Der Branchendurchschnitt liegt hier bei rund 3.4 Punkten und damit 1 Punkt über dem Gesamtdurchschnitt und der eigenen 2007er Bewertung. Die höchsten Durchschnittsbewertungen erhielten die BayernLB und die HVB mit jeweils 4.76 Punkten. Die BayernLB stellt beispielsweise die Klimaschutzstrategie des Unternehmens dar, berichtet

umfassend und differenziert zu Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen, erläutert Maßnahmen zur Senkung des Heizenergie- und Stromverbrauchs und zur standortbezogenen Umsetzung von „Klimaneutralität“. Wie die BayernLB legt auch die HVB ihren Schwerpunkt hierauf, verweist dabei auf die Teilnahme am Carbon Disclosure Project und erläutert beispielsweise das Mobilitätsmanagement hinsichtlich mitarbeiterinduzierten Verkehrs oder die energieeffiziente Gestaltung der IT-Infrastruktur. Insgesamt sind der Einsatz von Green IT und die Entsorgung von Elektronikmüll jedoch eher vernachlässigte Themen in der Berichterstattung der Branche.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die neuen Berichte der Branche sind in einzelnen Bereichen bereits sehr ordentlich – mit dem weiteren Auf- und Ausbau von Strukturen und Maßnahmen ist hier fast zwangsläufig mit einer Weiterentwicklung bei Schwachstellen wie dem Zielabgleich und dem Ausweis von Daten und Fakten zu rechnen.

Insgesamt haben die Banken den Schleier über ihren Aktivitäten und deren Auswirkungen mittlerweile etwas gelüftet. Dennoch: Transparenz und Verantwortung gehen anders. Wir erwarten eine selbstkritische und glaubwürdige Positionierung hinsichtlich der Finanzmarktkrise und der Konsequenzen, weniger „Spot-Light-Ansatz“ und mehr systematische und quantitative Einordnungen beim Produktfolio sowie eine deutliche Reduzierung von Aussagen wie „Aus Wettbewerbsgründen geben wir hierzu keine Auskunft“.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Landesbank Baden-Württemberg (LBBW)	467	1	9	38	33
HypoVereinsbank (HVB)	403	2	20	22	7
WestLB	391	3	22	5	A
Commerzbank	363	4	25	46	D
KfW-Bankengruppe	355	5	28	31	16
Deutsche Bank	328	6	36	29	A
Bayerische Landesbank (BayernLB)	327	7	38	C	28
DZ Bank AG	282	8	44	D	X
NRW.BANK	256	9	49	neu 2009	neu 2009
Norddeutsche Landesbank (NordLB)	-	-	A	E*	D
Deutsche Postbank AG	-	-	A	neu 2009	neu 2009
HSH Nordbank	-	-	D	E*	X
Hypo Real Estate Holding AG	-	-	D	E*	neu 2007
Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale (Helaba)	-	-	D	E*	X
Landesbank Berlin Holding AG	-	-	X	X	X

Tabelle 7: Ergebnisse der Berichterstattung – Banken

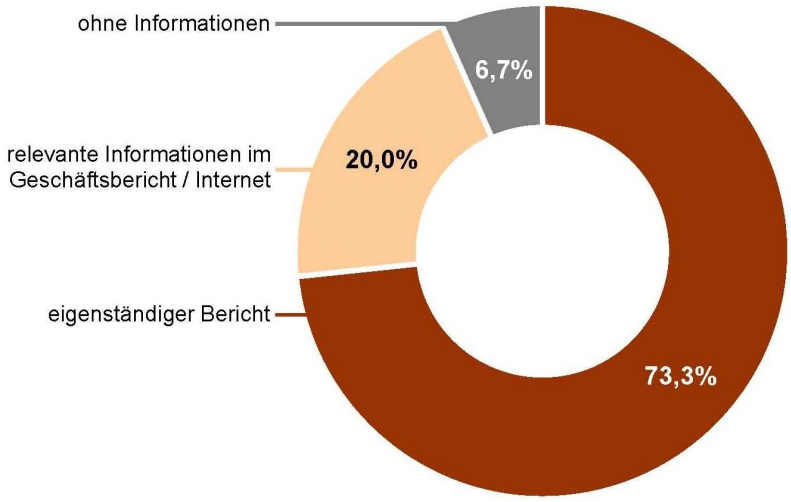

Abbildung 11: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken

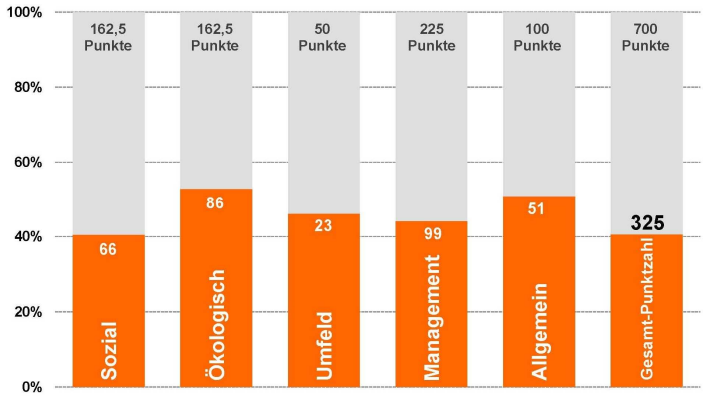

Abbildung 12: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Banken

4.5. Chemie/ Pharma/ chemienahe Konsumgüter

Unternehmen der Branche „Chemie/ Pharma/ chemienahe Konsumgüter“ stellen durch den Einsatz chemischer Umwandlungsprozesse Produkte für das verarbeitende Gewerbe und die Industrie sowie den Konsumgüterbereich her. Als wichtigste Produkte entstehen anorganische und organische Grundstoffe und Chemikalien, Dünge- und Pflanzenschutzmittel, Pharmazeutika, Fein- und Spezialchemikalien sowie sonstige chemische Erzeugnisse wie Klebstoffe, Papier oder Körperpflege- und Reinigungsmittel. Wie die untenstehende Tabelle zeigt, sind derzeit 18 Unternehmen dieser Branche in der TOP 150 vertreten.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Die sozialen und ökologischen Herausforderungen der Branche liegen vor allem in der Risiko- und Gefahrenabwehr und damit in der Umsetzung des Vorsorgeprinzips in allen Phasen des Produktlebenszyklus:

In der Produktion stehen Fragen der Prozesssicherheit und insbesondere der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes im Vordergrund. Dies betrifft beispielsweise die Vermeidung von Unfällen bzw. Schwer- und Langzeiterkrankungen sowie die Verhinderung des unkontrollierten Austritts von Chemikalien. Die Berichte sollten daher die entsprechenden Managementsysteme abbilden und auf die besonderen Gefährdungslagen für die Beschäftigten eingehen. Die Häufigkeit von Arbeitsunfällen und die Zahl krankheitsbedingter Ausfalltage sollten ebenso ausgewiesen werden wie die Produktionsunfälle mit Leckagen, ihr Schadensmaß und ihre Handhabung.

Erhöhte Sicherheitsanforderungen bestehen auch bei dem Transport und der Lagerung der Chemikalien, um das Risiko eines unkontrollierten Austritts von Schadstoffen in die Umwelt zu reduzieren. In den Berichten sind daher die Transportunfälle mit Freisetzungen sowie die entsprechenden Richtlinien und Maßnahmen zu ihrer Vorbeugung und Handhabung abzubilden. Zur Vermeidung von Produktions- und Transportunfällen sind vor allem ein hohes allgemeines Ausbildungsniveau der Beschäftigten sowie kontinuierliche und umfassende Sicherheits- und Arbeitsschutz-Schulungen notwendig. Die Umsetzung von Mindest-Sicherheits- und Umweltstandards ist auch bei den Zulieferern einzufordern und zu unterstützen. Die unternehmerischen Ansätze hierzu und der Stand der Umsetzung sind daher systematisch zu berichten.

Im Bereich der Produktverantwortung gilt es mit Blick auf die gewerblichen wie nichtgewerblichen AnwenderInnen, die Anwendungssicherheit der Produkte zu gewährleisten sowie die Maßnahmen im Bereich Verbraucherschutz und Kundeninformation abzubilden. Bei der Produktentwicklung und -zusammensetzung sollte zudem auf den Einsatz von Alternativen zu Tierversuchen für Stoff- und Produkttests, die Bewertung und den Einsatz neuer Technologien, Arzneimittelrückstände in der Umwelt bzw. Nebenwirkungen von Medikamenten eingegangen werden. Gefragt sind also Darstellungen zur frühzeitigen und systematischen Berücksichtigung von Risikoaspekten in der Produktentwicklung.

Weitere gesellschaftliche Themen, die in den Berichten aufgegriffen werden sollten, sind die Marketing- und Vertriebspraxis insbesondere der Pharmaunternehmen, der Zugang zu Medikamenten in ökonomisch schwächeren Regionen, die Debatten um die so genannte Biopiraterie und den Patentschutz für Medikamente.

Wesentliche darzulegende Handlungsfelder für die Gestaltung der Produktionsprozesse ergeben sich weiterhin hinsichtlich der Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz, der Reduktion von Schadstoff-Emissionen, des Ausbaus des Einsatzes nachwachsender Rohstoffe oder der Verringerung der Schadstofffrachten der Produktionsabwässer.

Die Berichterstattung der Branche

Aus der Branche gehen zehn Unternehmen mit einem eigenständigen Bericht in die Bewertung ein: BASF, Bayer, Beiersdorf, Cognis, Dow, Evonik, Henkel, Linde, Merck sowie Sanofi-Aventis. Auch Wacker veröffentlichte erneut einen Nachhaltigkeitsbericht, der jedoch zum Zeitpunkt der Bewertung noch nicht vorlag.

Procter & Gamble kann auf den Bericht der Mutter verweisen, veröffentlicht zudem eine Nachhaltigkeitsbroschüre, informiert über Nachhaltigkeit in der jährlich aktualisierten Image-Broschüre und im Internet. Auch SCA kann auf den Bericht der Mutter verweisen, veröffentlicht aber ansonsten keine weiteren Informationen.

B.Braun veröffentlicht ein Nachhaltigkeitsmagazin „Share“, vermittelt im Internet umfassende Informationen unter anderem zum gesellschaftlichen Engagement, zum Umweltschutz und zur Beschäftigung. Der Geschäftsbericht enthält magazinartige Beiträge zum Thema „verbesserte medizinische Produkte“. Boehringer-Ingelheim veröffentlicht eine Responsible Care-Broschüre und informiert umfassend im Internet unter dem Menupunkt Verantwortung. Übergeordnete Themenfelder sind hier Beschäftigung, Nachbarn, Umwelt und Gesellschaft. Auch der Unternehmensbericht enthält einen eigenen Abschnitt zur unternehmerischen Verantwortung. Beide Unternehmen waren im letzten Ranking noch bewertet worden. Der Berichtsrahmen der aktuellen Veröffentlichungen ist letztlich jedoch zu eng gesteckt, um als eigenständiger Nachhaltigkeitsbericht zählen zu können. Lanxess veröffentlicht eine regelmäßig aktualisierte Präsentation zur Corporate Responsibility. Die Website verfügt über einen Nachhaltigkeitsbereich, der die Breite der nachhaltigkeitsrelevanten Themen anspricht. Auch der Geschäftsbericht enthält umfangreiche Informationen zu Beschäftigung, Umwelt, Produkten und anderem mehr. Der Weg zu einer eigenständigen Nachhaltigkeitsberichterstattung ist hier sicher nicht mehr weit.

Fresenius vermittelt im Internet unter dem Menupunkt „Umwelt“ ausgewählte Informationen zum Umweltschutz an fünf Produktionsstandorten und in der Konzernzentrale. Das Unternehmen berichtet zudem im Geschäftsbericht auf zehn Seiten zu den Themen Beschäftigung, Forschung und Entwicklung sowie Umweltschutz.

Basell-Polyolefine veröffentlicht verschiedene, nicht ganz aktuelle Broschüren mit begrenztem Nachhaltigkeits-Bezug sowie nur geringfügige Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Anlagensicherheit sowie Umweltschutz.

Die Bewertungsergebnisse

Chemieunternehmen haben in der Regel langjährige Erfahrungen als Berichterstatter vor allem zu Fragen der Sicherheit, des Umwelt- und Gesundheitsschutzes. Die Branche wartet daher im Ranking regelmäßig mit einem hohen Anteil an Berichten auf. Die Qualität der Berichte weist dabei eine starke Spreizung auf: Vier Unternehmen gehören regelmäßig zur Spitzengruppe im Ranking, die anderen bewegen sich mehr oder weniger deutlich in die untere Hälfte der Gesamtliste. Die Branchenleistung von 346 Punkten entspricht insgesamt genau dem Durchschnitt im Ranking.

Branchensiegerin ist, mit dem besten Bericht des Rankings insgesamt, die BASF. Henkel, Bayer und Merck folgen, nach Gesamtpunkten kaum differenzierbar, auf den Plätzen 11, 12, und 13. Um den Gesamtdurchschnitt herum bewegen sich Evonik, Beiersorf und Sanofi-Aventis. Eine Auffälligkeit ist hierbei: Sanofi-Aventis hat sich mit der Erweiterung vom Umwelt- zum CSR-Bericht, vor allem aber durch extensives Verweisen auf den Gruppenbericht deutlich von Platz 41 auf Platz 33 verbessert. Den Schwerpunkt der Berichterstattung bilden allerdings noch immer Umwelt- und Sicherheitsaspekte, für deren Darstellungen das Unternehmen fast durchweg Höchstwerte erhält. Die anderen Bereiche (insbesondere Mitarbeiterinteressen) sind auf der programmatischen Ebene gut dargestellt, lassen aber Belege durch konkrete Maßnahmen und Daten vermissen. Linde, Cognis und Dow konnten sich nicht in der TOP 50 platzieren. Während die managementbezogenen Kriterien und die Umfeldverantwortung in allen drei Berichten zu kurz kommen, liegt Lindes besondere Schwachstelle bei den ökologischen Anforderungen an die Produktion, die von Cognis in der Produktverantwortung und Dows Public Report wartet insgesamt mit zu wenig Informationen auf.

Der Nachweis der nachhaltigkeitsrelevanten Managementsysteme und -instrumente wurde als besonders zentral für die Branche herausgehoben. In der Tat legen die Berichte hier im Gesamtvergleich substanzielle Informationen vor. BASF, Bayer und Beiersdorf beispielsweise liefern jeweils umfassende Darstellungen zu den Managementsystemen mindestens in den Bereichen Umwelt, Qualität, Sicherheit und Gesundheit, benennen deren zugrunde liegende Standards und zeigen insbesondere auch deren Zusammenführung und den unternehmensweiten Abdeckungsgrad. Vor allem die letzten beiden Aspekte werden in den anderen Berichten weniger gut abgebildet. Insgesamt liegen die Unternehmen mit ihren managementbezogenen Ausführungen etwas unterhalb des Gesamtdurchschnitts in diesem Bereich und sie konnten auch keine Verbesserung gegenüber den Leistungen in 2007 erreichen.

Die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheit sowie Produktions- und Transportunfälle werden von den Chemieunternehmen überdurchschnittlich gut behandelt. Die unternehmerischen Leitlinien werden in der Regel erläutert, Programme und Maßnahmen zur Vermeidung und Handhabung von Unfällen und zum vorsorgenden Gesundheitsschutz der Beschäftigten sowie die quantitativen Angaben werden ausgewiesen. Häufiger fehlt jedoch die explizite Erläuterung besonderer Gefährdungen für die Beschäftigten, die zu Schwer- oder Langzeiterkrankungen bzw. (latent) zu Berufsunfähigkeit führen können; zumindest exemplarische Darstellungen von Maßnahmen zur Vorbeugung finden sich bei Linde. Bayer und Henkel gehen insbesondere auf Produktions- und Transportunfälle ein, erläutern dabei jeweils die Ursachen und das Ausmaß der Schäden, beschreiben die Maßnahmen zur Schadensbeseitigung und die Konsequenzen beispielsweise für konzernweite Regelungen, die Einbeziehung der Transportdienstleister oder die Schulungsaktivitäten. Die anderen Berichte lassen hier häufig die wesentlichen Quantifizierungen vermissen oder sprechen die Frage kontinuierlicher und umfassender Sicherheits- und Arbeitsschutz-Schulungen nicht explizit an.

Neben den sicherheitsbezogenen Kriterien sind im Bereich der Mitarbeiterinteressen vor allem die Entgeltpolitik und -praxis (z. B. Bayer) und bei den Umweltaspekten der Produktion insbesondere Klima und Energie sowie das Abfallmanagement überdurchschnittlich gut dargestellt. Besonders gut schneiden bei den produktionsökologischen Anforderungen Sanofi-Aventis und Henkel ab; bei den Mitarbeiterinteressen ist es in erster Linie die BASF, die außer für ihre Aussagen zu Entgeltregelungen und Gleichstellungsfragen gute bis sehr gute Wertungen erhält.

Darstellungen zur Produktverantwortung sind für die Mehrzahl der Berichte zentral; lediglich Beiersdorf, Cognis und Dow bleiben hier deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt in diesem Bereich. Nachhaltigkeitsaspekte der Produktentwicklung werden vor allem im BASF-Bericht systematisch angesprochen. Bei den zentralen Innovationsschwerpunkten werden Nano- und Biotechnologie gesondert erläutert. Allerdings wird nicht auf die konkreten Risikowahrnehmungen der Stakeholder eingegangen, sondern vor allem der (umfassende) Dialogprozess zur Nanotechnologie als solcher beschrieben; Risikobewertungen werden dabei als Routine der Produktentwicklung dargestellt. Zentrale Instrumente der Bewertungen ökologischer bzw. öko-sozialer Effizienz werden beschrieben und ihr Einsatz für die Breite der Produkte quantifiziert. Insgesamt jedoch wird in den Berichten sehr sparsam auf den Einsatz kritischer Technologien oder Einsatzstoffe eingegangen. Die Fragen, die sich aus den vereinzelten Erwähnungen ergeben, werden durch die knappen Darstellungen allein schon zu der Art der zugrunde liegenden Prozesse und Verfahren kaum beantwortet. Hinsichtlich systematischer Risikobewertungen und -vorkehrungen wird allgemein auf gesetzliche Prüfpflichten verwiesen, denen man nachkomme – die Informationsbedürfnisse gesellschaftlicher Akteure werden hierdurch kaum und schon gar nicht proaktiv bedient. Auf den Einsatz von Tierversuchen und alternativen Testmethoden wird allerdings, sofern relevant für die Unternehmen, vergleichsweise offen und umfassend eingegangen.

Während die Umweltwirkungen der Produkte selbst relativ wenig angesprochen werden, nehmen Fragen der Verbraucherorientierung und der Kundeninformation einen großen Platz in den Berichten ein. Allerdings bedienen die Unternehmen nicht die Breite der für die Branche spezifizierten Anforderungen (sofern jeweils relevant), sondern legen einzelne Schwerpunkte. Merck beispielsweise geht neben der Anwendungssicherheit und Anwenderschulungen vor allem auf Leitlinien zum Umgang mit Akteuren des Gesundheitssystems und mit klinischen Studien ein. Bayer thematisiert insbesondere den Aspekt regional differenzierter Preise sowie den Zugang zu Medikamenten bei besonderen Schwerpunkt-Erkrankungen in ökonomisch schwachen Ländern oder auch den USA; auch mit Blick auf Nachahmerpräparate wird eine differenzierte Preisstrategie für Produkte erwähnt. Die BASF rückt die Anwendungssicherheit und entsprechend Maßnahmen zur Information und Schulung der Anwender sowie Notfallinstrumente in den Mittelpunkt.

Im letzten Ranking haben wir an den Berichten der Branche insbesondere die mangelnde Orientierung „nach außen“ kritisiert. Hier haben die Unternehmen deutlich zugelegt: Die Gestaltung sowohl der Lieferantenbeziehungen als auch der Umfeldverantwortung spielt für die Mehrzahl der Unternehmen eine deutlich größere Rolle in den Berichten als bisher und bringt der Branche eine im Gesamtvergleich nun wenigstens jeweils durchschnittliche Wertung ein.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Bei den Berichten, die sich weiter unten in der Gesamtliste des Rankings wiederfinden, muss es zunächst darum gehen, die engen Themenfoki auszuweiten und die programmatischen Aussagen durch die Darstellung von Maßnahmen und eine verbesserte Datenlage zu untermauern. Insgesamt sollten die Unternehmen vor allem bei den gesellschaftlich als kritisch wahrgenommenen Aspekten der Produkte und Verfahren (jenseits der „klassischen“ Sicherheitsthemen) ein größeres Bewusstsein und die Bereitschaft für ein proaktives und offenes Kommunikationsverhalten zeigen.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
BASF-Gruppe	533	1	1	3	13
Henkel AG & Co. KGaA	456	2	11	14	1
Bayer AG	454	3	12	7	31
Merck KGaA	451	4	13	12	26
Evonik Industries AG	355	5	29	17	15
Beiersdorf AG	336	6	33	35	A
Sanofi-Aventis Deutschland GmbH	333	7	35	41	neu 2007
Cognis GmbH	-	-	A	44	A
Dow Gruppe Deutschland	-	-	A	A	neu 2007
Linde AG	-	-	A	39	C
Procter & Gamble Deutschland	-	-	B	A	B
SCA Hygiene Products AG	-	-	B	B	B
B. Braun Melsungen AG	-	-	C	A	A
Boehringer Ingelheim	-	-	C	48	D
Lanxess AG	-	-	C	C	neu 2007
Fresenius SE	-	-	D	C	D
Basell-Polyolefine GmbH	-	-	E	neu 2009	neu 2009

Tabelle 8: Ergebnisse der Berichterstattung – Chemie/ Pharma/ chemienahe Konsumgüter

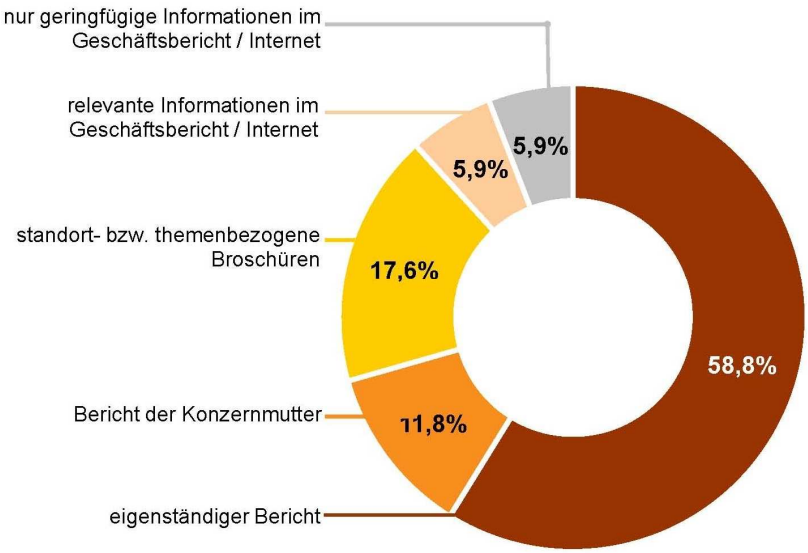

Abbildung 13: Klassifizierung der Berichterstattung – Chemie/ Pharma/ chemienahe Konsumgüter

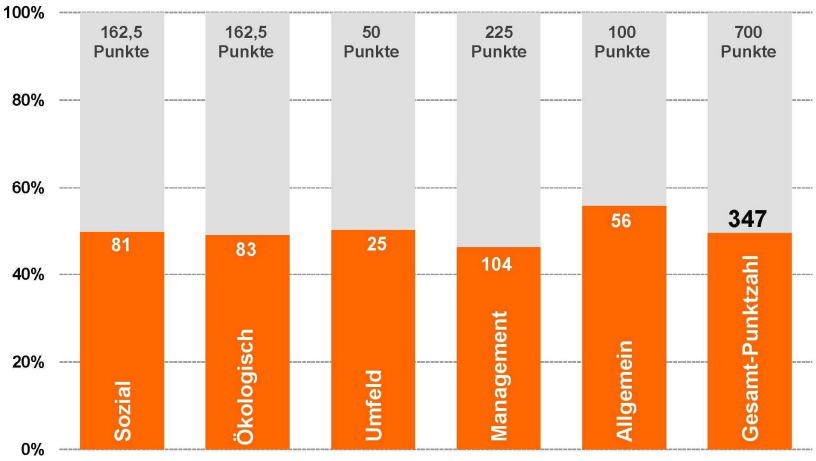

Abbildung 14: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Chemie/ Pharma/ chemienahe Konsumgüter

4.6. Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau

Unternehmen des Branchenclusters „Elektronik, Elektrotechnik, Maschinenbau“ generieren ihre Wertschöpfung vor allem durch die Herstellung von Produkten und Systemen der Elektronik, Elektrotechnik oder des Maschinenbaus. Die Palette reicht hierbei von Maschinen zur Herstellung unterschiedlichster Produkte über Systeme zur Erzeugung, Verteilung und Umwandlung elektrischer Energie bis hin zu elektrischen und elektronischen Haushaltsgeräten und Geräten der Unterhaltungselektronik.

Aus diesem Cluster technologieorientierter Branchen gehen 23 Unternehmen in das aktuelle Ranking ein; eine Übersicht über die Unternehmen gibt die untenstehende Tabelle.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Zentrale ökologische Herausforderungen der Branche liegen neben der ständigen Erhöhung der Prozesseffizienz vor allem im Bereich der Produktverantwortung: Der hohe Innovationsdruck, der die Entwicklungs- und Vertriebstätigkeit der Technologieunternehmen prägt, führt häufig dazu, dass die tatsächlichen Nutzungszeiten der Geräte und Maschinen unterhalb der potenziellen Nutzungszeiten bleiben. Dies erfordert angesichts zunehmender Rohstoffknappheiten und des häufigen Einsatzes umwelt- und gesundheitsgefährdender Stoffe verstärkt, Aspekte der Recycling- und Entsorgungsfähigkeit bereits in die Entwicklungstätigkeit zu integrieren.

Daneben sind Ansätze gefragt, bestehende Geräte und Maschinen komponentenweise zu erneuern bzw. elektronische Update-Möglichkeiten serienmäßig vorzusehen. Hieraus sollten insbesondere auch Effizienzvorteile für die Nutzungsphase entstehen. Dies betrifft sowohl den Verbrauch von Rohstoffen und Energie als auch den Ausstoß von Treibhausgasen. Eine weitere Aufgabe für die Entwicklungstätigkeit ist die Reduktion potenzieller Gesundheitsgefährdungen in der Nutzungsphase, beispielsweise aufgrund von Elektrosmog oder Staubpartikeln. Für die Technologieunternehmen wurden die Rankingkriterien zur Berichterstattung entsprechend vor allem hinsichtlich der Anforderungen an die Produktentwicklung und die Produktinformation spezifiziert.

Die sozialen Herausforderungen ergeben sich – zum Teil vergleichbar mit anderen Branchen, zum Teil in verschärfter Form – aus den demografischen Entwicklungen und den veränderten Anforderungen an die Personalgewinnung und -entwicklung, das vorsorgende Gesundheitsmanagement oder das unternehmensweite Wissens- und Ideenmanagement. Die aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen rücken zudem den Umgang mit Personalabbau und Umstrukturierung und die Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner in den Vordergrund der Berichterstattung. Weitere Themen sollten die Durchsetzung angemessener Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette sowie unternehmerische Governance-Strukturen zur Erhöhung von Transparenz und Compliance sein.

Die Berichterstattung der Branche

Von den 23 Unternehmen legen gerade fünf einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht vor: Bosch, BSH, Continental, Miele und Siemens. Alle Berichterstatter veröffentlichen sowohl Print- als auch umfassende Online-Informationen.

ABB kann auf den jährlichen Group Annual Report und Group Sustainability Review verweisen und stellt weitere Informationen und Dokumente (Verhaltenskodex) auf der eigenen

Website zur Verfügung. Im Menupunkt Nachhaltigkeit finden sich allgemeine Darstellungen zu Themen wie Umweltpolitik, Produkt-Deklaration, Lebenszyklusanalyse, Ressourcenverbrauch, Sozialpolitik, Arbeitssicherheit und Kinderbetreuung. Umfassende Informationen finden sich zudem zu aktuellen Entwicklungsprojekten im Bereich Klimaschutz. Airbus Deutschland kann ebenfalls auf den Bericht der Mutter, den zweijährlichen „Environmental, Social and Economic Report“, sowie umfassende Informationen auf der internationalen Website verweisen. Philips Deutschland kann sich ebenfalls auf den jährlichen Bericht der Mutter zur „Financial, social and environmental Performance“ beziehen und veröffentlicht auf der eigenen Website Informationen zur Umweltstrategie, zu "Grünen Produkten" und zum Recycling.

Claas berichtet nicht zu Umweltthemen, veröffentlicht allerdings einen Personalbericht. Schaeffler bietet auf der Unternehmens-Website mehrere Dokumente zum Download an wie den Unternehmenskodex, die Kurzdarstellung der Umwelt- und Arbeitsschutzpolitik und die Umwelterklärungen der Standorte. Mahle berichtet zwar nur geringfügig im Geschäftsbericht und im Internet zu den Themen Umwelt und Engagement, stellt allerdings Umwelterklärungen der Standorte auf Anfrage (per E-Mail) zur Verfügung.

Infineon bietet einen eigenen CSR-Bereich auf der Website, unter anderem mit Informationen zu Unternehmensethik, Lieferkettenmanagement, Umweltschutz sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Der Geschäftsbericht 2009 enthält je zwei Seiten zu “Verantwortung” und „Personalarbeit“. Knorr Bremse stellt im Internet die unternehmerische Politik zu Arbeitssicherheit, Gesundheits- und Umweltschutz vor und veröffentlicht im Menupunkt „Verantwortung“ je eine Seite zu relevanten Themen wie Sicherheit, Umwelt, Beschäftigung, Global bzw. Local Care sowie Spenden und Sponsoring. Der Geschäftsbericht enthält geringfügige Informationen zum Thema „Engagement und Nachhaltigkeit“. ZF Friedrichshafen bietet umfangreiche Informationen im Internet im Bereich „Werte“ zu den Themen Gesellschaftliche Verantwortung, Umweltschutz, Compliance, Qualität und Zertifikate. Zudem finden sich online unternehmens- und standortbezogene Umweltkennzahlen sowie die Broschüre „Konzern im Profil 2008-2009“ mit Informationen zu Produkten und Produktentwicklung, zu Mitarbeiterinteressen sowie zu Umweltschutz und Verantwortung.

Behr veröffentlicht geringfügige Informationen zu Mitarbeiterperspektiven und Umweltaspekten der Technologie- und Produktentwicklung im Geschäftsbericht und online. Benteler informiert ebenfalls in geringem Umfang im Geschäftsbericht und online zum Umweltmanagement, zu Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie zu Mitarbeiterperspektiven. Auch bei Freudenberg finden sich sowohl im Geschäftsbericht als auch auf der Website geringfügige Informationen zum gesellschaftlichen Engagement sowie Umwelt- und Mitarbeiterdaten. Gea stellt im Internet in recht kurzer Form das Engagement des Unternehmens vor; der Geschäftsbericht enthält kaum relevante Informationen. Auch Hella veröffentlicht geringfügige Informationen: Das Unternehmen stellt den Verhaltenskodex online und listet eine Vielzahl von Zertifikaten auf. Die EMAS-Validierung läuft allerdings aus und eine Umwelterklärung findet sich nicht online. Im Geschäftsbericht werden Umweltaspekte bei der Produktentwicklung und Mitarbeiterdaten in geringem Umfang dargestellt. Kion bietet im Internet eine Seite mit vom Umfang fast vernachlässigbaren Informationen zum Thema Innovation und Umweltorientierung.

Liebherr, Rheinmetall und Voith veröffentlichen keinerlei nachhaltigkeitsbezogene Informationen.

Die Bewertungsergebnisse

Die fünf Berichterstatter erreichen im Durchschnitt 407 Punkte, wobei sie sich im Vergleich zu 2007 insbesondere bei den managementbezogenen Anforderungen stark verbesserten. Branchensieger ist Siemens mit 524 Punkten, die dem Unternehmen den zweiten Platz in der Gesamtwertung einbrachten. Während sich Continental nicht in der TOP 50 platzieren konnte, erreichten BSH, Bosch und Miele jeweils deutlich über 400 Punkte und die Plätze 8, 15 und 16.

In der Berichterstattung zu den Mitarbeiterinteressen hat sich zwar im Gesamtbild nichts im Vergleich zu 2007 verändert: Der letzte Durchschnittswert wurde genau eingestellt. Veränderungen zeigen sich jedoch beim Blick auf die Einzelkriterien.

Eine Verschlechterung ergab sich bei den Darstellungen zu Entgelt und Arbeitszeit, geringfügig bei Aus- und Weiterbildung und deutlich bei Vielfalt und Chancengleichheit. Dabei präsentieren sich die Unternehmen recht homogen: Einfache Quantifizierungen wie der Personalaufwand werden in der Regel angegeben; weitergehende Angaben zu Entgeltpolitik und -bestandteilen werden, sofern überhaupt, vor allem auf die deutschen Standorte bzw. Führungskräfte bezogen.

Die Darstellungen zu Arbeitszeitregelungen lassen in der Regel die normativen Bezüge vermissen, (flexible) Arbeitszeitmodelle werden kaum erläutert oder in ihrer Anwendung durch die Beschäftigten quantifiziert; ein Bekenntnis zu Vielfalt und Chancengleichheit wird zumeist gegeben, dessen Umsetzung jedoch nicht gezeigt und insbesondere Beschwerdesysteme und erfolgte Beschwerden werden nicht abgebildet.

Verbesserungen wurden bei den Darstellungen zu Arbeitnehmerrechten und zum Arbeits- und Gesundheitsschutz erzielt. Miele beispielsweise stellt den Verhaltenskodex und den normativen Bezugsrahmen dar, thematisiert Fragen der Beschäftigungssicherung, erläutert die Zusammenarbeit mit dem Gesamtbetriebsrat und benennt eine Betriebsvereinbarung zum Einsatz von LeiharbeitnehmerInnen. Bosch erläutert die Strukturen und Gremien zur Umsetzung eines breiten Spektrums an gesundheitsfördernden Maßnahmen und liefert die wesentlichen Quantifizierungen.

Klimaschutz ist ein zentrales Thema im Bereich der Produktionsökologie und wird deutlich besser als im Gesamtdurchschnitt des Rankings berichtet. Die Unternehmen stellen ihre Ziele zur Verringerung der CO_2-Emissionen und des Energieeinsatzes dar, liefern die meisten der geforderten differenzierten Zahlenangaben (außer zur Energieeffizienz bei Eigenerzeugung oder zum Anteil regenerativer Energieträger) und thematisieren Controllinginstrumente wie CO_2-Bilanz bzw. CO_2-Fußabdruck.

Die Anstrengungen hier gingen offenbar zulasten der anderen Anforderungen: Wesentliche Verschlechterungen ergaben sich in den Darstellungen zu den sonstigen Schadstoff- und vor allem Lärmemissionen sowie beim Kriterium Naturschutz, Flächennutzung und Artenvielfalt. Rohstoff- und Materialeinsatz oder Logistik und Verkehr werden nach wie vor wenig thematisiert; vor allem wird der Bezug auf relevante Ressourcenverknappungen bzw. auf die eigenen Klimaschutzstrategien und – zielsetzungen nicht hergestellt und der resultierende Handlungsdruck für Rohstoffeinsatz bzw. Logistik nicht abgeleitet.

Der Produktentwicklung wird in den Berichten die erforderliche große Bedeutung beigemessen, sodass hier wie beim Klimaschutz ein deutlich überdurchschnittlicher Wert erreicht werden konnte. In der Regel werden lebenszyklusbezogene Instrumente und Designvorgaben erläutert, die zumindest ökologische (seltener soziale) Anforderungen systematisch in die Produktentwicklung integrieren sollen. Zentrales Thema ist hierbei die Reduzierung der Verbrauchswerte (vor allem Energie, Wasser) in der Nutzungsphase; die Substitution von Werkstoffen und von umwelt- oder gesundheitsschädigenden Einsatzstoffen spielt allerdings noch kaum eine Rolle. Den Höchstwert erhielt Siemens für die umfassenden Darstellungen zentraler Normen und Vorgaben für die umwelt- und sozialverträgliche Produktgestaltung, die Erläuterung von Szenarien künftiger Entwicklungen oder die Angabe des Anwendungsgrads von Instrumenten wie der Lebenszyklusanalyse.

Siemens liefert auch die umfassendste und systematische Darstellung dazu, wie das Unternehmen seiner Verantwortung gegenüber den Zulieferern nachkommt und dabei soziale und ökologische Mindeststandards etabliert. Abzüge erhalten die anderen Unternehmen zumeist dafür, dass sie die (allgemeinen) Ergebnisse oder den Stand und die Perspektiven des Abdeckungsgrads der Lieferanten mit Auditierungen nicht ausweisen; auch der Umgang der Unternehmen mit den Zulieferern im Sinne einer Entwicklung und Qualifizierung wird in der Regel nicht thematisiert.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Wie im Ranking 2007 zeigt sich Entwicklungsbedarf beim Umfang der Branchenberichterstattung – beispielsweise da zehn Unternehmen keine oder nur geringfügige Informationen veröffentlichen. Ebenfalls ist wie schon 2007 bei den Angaben zu den Mitarbeiterinteressen, zum Rohstoff- und Materialeinsatz sowie zu Verkehr und Logistik nachzulegen. Zudem sollte der Bezug auf die branchenspezifischen Herausforderungen vor allem im Rahmen der Produktverantwortung weiter gestärkt werden.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Siemens AG	524	1	2	C	A
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	475	2	8	19	10
Robert Bosch GmbH	431	3	15	15	12
Miele & Cie. KG	427	4	16	30	17
Continental AG	-	-	A	C	C
ABB AG	-	-	B	B	B
Airbus Deutschland GmbH	-	-	B	B	neu 2007
Philips Deutschland GmbH	-	-	B	B	B
Claas KGaA GmbH	-	-	C	neu 2009	neu 2009
Mahle GmbH	-	-	C	C	C
Schaeffler-Gruppe	-	-	C	E	C
Infineon Technologies AG	-	-	D	C	32
Knorr-Bremse AG	-	-	D	E	neu 2007
ZF Friedrichshafen AG	-	-	D	C	20
Behr GmbH & Co. KG	-	-	E	C	E
Benteler AG	-	-	E	E	X
Freudenberg & Co. KG	-	-	E	E	D
Gea Group AG	-	-	E	E	neu 2007
Hella KGaA Hueck & Co.	-	-	E	D	C
Kion Group GmbH	-	-	E	neu 2009	neu 2009
Liebherr International Deutschland GmbH	-	-	X	D	C
Rheinmetall AG	-	-	X	E	X
Voith AG	-	-	X	neu 2009	neu 2009

Tabelle 9: Ergebnisse der Berichterstattung – Elektronik/ Elektrotechnik/ Maschinenbau

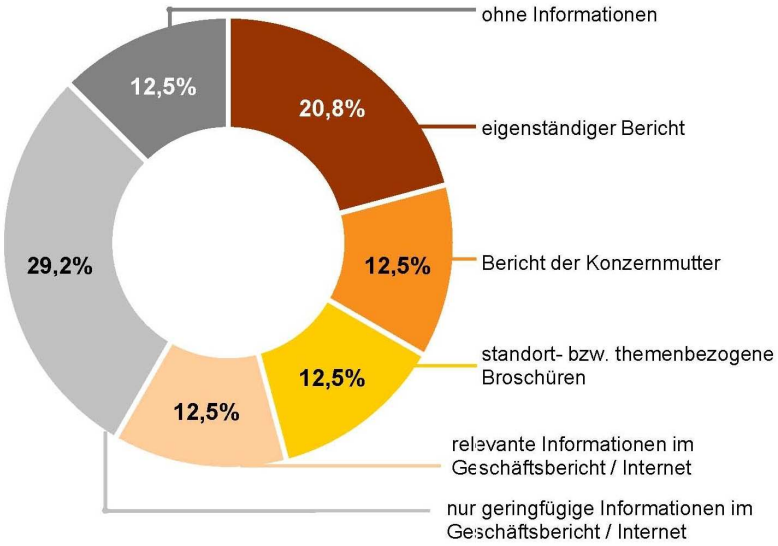

Abbildung 15: Klassifizierung der Berichterstattung – Elektronik/ Elektrotechnik/ Maschinenbau

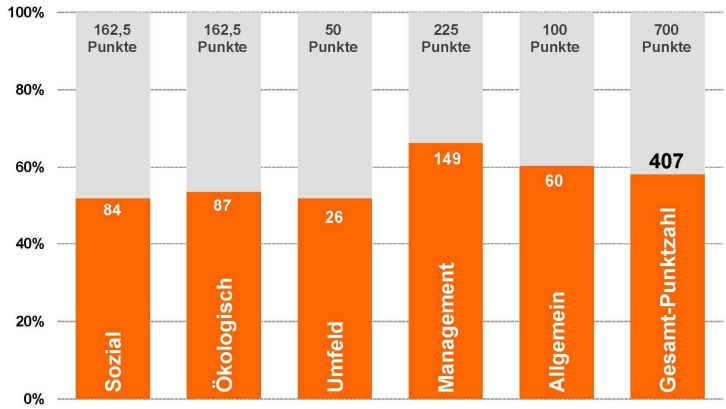

Abbildung 16: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Elektronik/ Elektrotechnik/ Maschinenbau

4.7. Energieversorger

Energieversorgungsunternehmen sind mit der Erzeugung und/ oder dem Vertrieb von Energie befasst. Bei den hier betrachteten Unternehmen ist diese Aktivität mit der Erzeugung und Übertragung von Elektrizität sowie teilweise zusätzlich mit der Übertragung und dem Verkauf von Erdgas und Fernwärme verbunden. Einige Unternehmen betreiben zudem Wasser- und Abwassernetze oder sind in der Förderung von Energieträgern aktiv.

Neben EnBW, E.ON, RWE und Vattenfall Europe als den marktbeherrschenden Energieversorgern in Deutschland befinden sich EWE, die Stadtwerke München und Köln sowie das Verbundnetz Gas in der Rankinggrundgesamtheit.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Die Verfügbarkeit von Elektrizität ist eine wichtige Voraussetzung für wirtschaftliche Entwicklung und Energieversorger stehen vor der langfristigen Herausforderung, diese Verfügbarkeit in der Breite umweltverträglich und zu fairen Preisen sicherzustellen. Daraus entstehen Anforderungen an die Gestaltung der Produktions- und Distributionsprozesse entlang der Wertschöpfungskette, auf die die Unternehmen in ihren Berichten besonders eingehen sollten.

Die Rohstoffgewinnung und der -transport bzw. der Rohstoffbezug werfen länderspezifisch Fragen nach den ökologischen, sozialen und politisch-ökonomischen Wirkungen sowie den unternehmerischen Maßnahmen zu deren Steuerung auf (vgl. auch Grundstoffindustrie). Beim Betrieb der Kraftwerke stehen ökologische Aspekte wie der Treibhausgas- und sonstige Schadstoffausstoß, die Struktur und Effizienz des Kraftwerkparks, neue Energieerzeugungs- und -speichertechnologien, die Sicherheit und die Abfallentsorgung im Blickfeld. Mit dem Betrieb der Netze sind Fragen des Naturschutzes und der Flächennutzung, aber auch der Arbeitssicherheit, der Auswirkungen auf die Gesundheit (z. B. „Elektrosmog“) und der Marktstrukturen verbunden.

Erwartungen an die Energieversorger bestehen zudem hinsichtlich der Kundeninformation und des Auf- und Ausbaus von Energiedienstleistungen bzw. Energieeffizienzberatungen für Industriekunden und EndverbraucherInnen. Aufgrund der marktbeherrschenden Stellung der hier bewerteten Energieversorger ist insbesondere deren Preispolitik und Einflussnahme auf die Gestaltung von Wirtschaftspolitik und Ordnungsrahmen (z. B. bezüglich der Infrastruktur und des Emissionshandels) wesentlich. Spezifikationen der allgemeinen Ranking-Kriterien ergeben sich für die Branche daher bei der Produktionsökologie, der Produkt-, aber auch der regionalen Verantwortung.

Die Berichterstattung der Branche

Eigenständige Berichte legen E.ON, RWE und Vattenfall vor. Während der E.ON-Bericht ein Online-Bericht ist, bewegt sich RWE, ausgehend vom gedruckten Kerndokument, Medien übergreifend (cross-medial). Vattenfall veröffentlicht lediglich einen Umweltbericht; die Verantwortung für die CSR-Konzernberichterstattung liegt bei der Mutter Vattenfall AB. EnBW verfügt ebenfalls über einen Nachhaltigkeitsbericht, der jedoch zum Zeitpunkt der Bewertung noch nicht vorlag, während der Vorgängerbericht bereits im Ranking 2007 bewertet worden war.

Die Stadtwerke München informieren im Internet unter dem Menupunkt „Verantwortung“ unter anderem über ihre Leistungen im Klimaschutz sowie über den Einsatz von Kraft-Wärme-

Kopplung und erneuerbaren Energieträgern. Sie bieten die Umwelterklärung des Bereichs Energieerzeugung zum Download an, weisen Emissionsdaten eines Kraftwerks aus und veröffentlichen ein Dokument zur „Energiestrategie 2030“. Energiewirtschaftliche Fragen und Klimaschutzaspekte ziehen sich durch die strategischen Ausführungen des Geschäftsberichts; auch der Jahresbericht enthält knappe Ausführungen zu den Themen Umweltschutz und Engagement.

EWE verfügt über einen Nachhaltigkeitsbereich auf der Website, der allgemeine Ausführungen zu den durch das Unternehmen mitentwickelten Bullenseethesen hinsichtlich Energiebedarf, Klimaschutz, Einsparpotenziale, Erneuerbare Energien usw. enthält. Der Bezug zur Unternehmenstätigkeit wird einerseits über Projektbeschreibungen im Bereich Forschung und Entwicklung, andererseits über das Erneuerbare Energien-Angebot hergestellt. Auch der Geschäftsbericht enthält Aussagen zu Energiethemen und knappe Darstellungen zum gesellschaftlichen Engagement.

Die Stadtwerke Köln gehen in ihrem Geschäftsbericht in aller Kürze auf die Unternehmensleistungen für die MitarbeiterInnen sowie einzelne Umweltschutz- und Stiftungsaktivitäten ein und weisen auf die Umwelterklärung einer Tochtergesellschaft hin. VNG bietet im Internet unter dem Menupunkt „Verantwortung“ sehr knappe Erläuterungen zum Thema „Energieeffizienz und Umweltschutz“ sowie zu Initiativen und Projekten im Bereich „Gesellschaft“ an.

Die Bewertungsergebnisse

Mit 354 Punkten je Bericht hat sich der Branchenschnitt gegenüber 2007 nicht verändert – und er entspricht ungefähr dem Gesamtdurchschnitt im Ranking. Branchensieger ist erneut RWE; mit einer Bewertung von 507 Punkten konnte der Viertplatzierte im Gesamt-Ranking allerdings keine Verbesserung gegenüber 2007 erreichen. E.ON erzielte 431 Punkte und verbesserte sich auf Platz 14. Vattenfall schaffte es erneut nicht in die TOP 50, teilweise da der Berichtsfokus eines Umweltberichts mittlerweile zu eng ist, um mit den steigenden Anforderungen an Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte mitzuhalten. Dies ist bei den Branchendurchschnittswerten in den weiteren Ausführungen immer mit zu bedenken.

Dies trifft beispielsweise auf den Bereich der Mitarbeiterinteressen zu, zu dem Vattenfall keinerlei Aussagen vornimmt. Mit Werten von 3 und 3.25 Punkten für diesen Bereich schneiden RWE und E.ON hier jedoch deutlich überdurchschnittlich ab. Zwar werden Arbeitszeitregelungen und ihre Flexibilisierung auch von den Energieversorgern lediglich angerissen, die weiteren Aspekte der Beschäftigungsbedingungen werden jedoch gut bis sehr gut dargestellt.

Ausgehend von der Verpflichtung zu einer fairen Vergütung gibt E.ON beispielsweise an, dass Umweltschutzziele und Sicherheitsstandards als Bestandteil der Zielvereinbarungen die Höhe der variablen Entgeltbestandteile bestimmen. Unterschiedliche Modelle zur Altersversorgung werden erläutert; insgesamt liegt der Fokus jedoch vor allem auf den deutschen Standorten. E.ON geht weiterhin insbesondere umfassend auf Leitlinien, Strukturen, Maßnahmen und Daten zum Thema Vielfalt und Chancengleichheit und speziell auch auf Fragen der Frauenförderung im Unternehmen ein.

Auch RWE liefert die erforderlichen entgeltbezogenen Zahlenangaben und stellt den Tarifbezug heraus; Anreizstrukturen oder Modelle zur Altersversorgung werden dabei nicht angesprochen. Das Unternehmen weist lediglich darauf hin, dass Gesellschaften in Nicht-OECD-

Ländern unterschiedliche Ansätze zur zusätzlichen Alterssicherung und zur Unterstützung in Notlagen verfolgen. RWE hebt das Commitment zu Arbeits- und Sozialstandards wie den ILO-Kernarbeitsnormen oder den entsprechenden Passagen des Global Compact heraus. Die Interessenvertretungen der Beschäftigten werden für die europäische Ebene benannt; die grundlegenden Vereinbarungen mit den Arbeitnehmervertretungen und Vorgehensweisen im Falle betrieblicher Veränderungen werden erläutert und die Personalstandsbewegungen differenziert ausgewiesen.

Mit durchschnittlich 1.8 Punkten für die Darstellungen zu den ökologischen Anforderungen der Produktion haben sich die Energieversorger gegenüber 2007 stark verschlechtert, sodass sie unterhalb des Gesamtwerts im Ranking für diesen Bereich liegen.

Das Thema Klima und Energie ist für die Energieversorger naturgemäß von hoher Relevanz und nimmt in den Berichten viel Raum ein. Insbesondere ist allen drei Berichten für die künftige Technologieausrichtung der Kraftwerkparks ein Bekenntnis zum vermehrten Einsatz erneuerbarer Energieträger zu entnehmen. Den Spezifikationen des Kriteriums für die Branche, die konkrete Ausbauziele sowie differenzierte Zahlenangaben und Aussagen zu deren Berechnungsgrundlagen fordern, entsprechen die Unternehmen jedoch nur in geringem Maße.[7]

Die weiteren Emissionen werden im Gesamtvergleich nur durchschnittlich gut ausgewiesen. Während Vattenfall den Fokus für Schadstoffemissionen auf nur ein Braunkohlekraftwerk begrenzt, bieten E.ON und RWE hierzu übergreifend differenzierte Angaben, gehen jedoch auch nicht auf Radioaktivität ein.

Die Ausführungen der Energieversorger zu Unfällen im Produktionsprozess und beim Transport sind, gemessen an den standardsetzenden Chemieunternehmen, eher verhalten. RWE macht eine Fehlanzeige zu Vorfällen mit Schadstofffreisetzung, lässt aber die Trendangaben und die Aktualisierung im Statusbericht vermissen. E.ON erwähnt eine Störung, macht jedoch keine weiteren Angaben hierzu. Vattenfall wartet mit umfangreichen, allerdings eher allgemeinen Aussagen zu den „Zwischenfällen“ in zwei Atomkraftwerken im Berichtszeitraum auf.

Den spezifischen Anforderungen an die Darstellung ihres Abfallmanagements kommen die Energieversorger nur teilweise nach. Dabei wird der Umgang mit Asche und Gips von RWE und E.ON erläutert und differenziert mit Daten belegt; die Angaben zum Umgang mit radioaktiven Abfällen – für alle drei Unternehmen relevant – weisen jedoch nicht die erforderliche Differenzierung, beispielsweise nach Verwertungsart und Belastungsgrad, auf und werden von Vattenfall sogar kaum thematisiert.

Der Natur- und Umweltschutz wird in den Berichten lediglich angerissen. Vattenfall thematisiert dabei immerhin den Vogelschutz bei Übertragungsleitungs-Projekten, die Auswirkungen des Braunkohlebergbaus auf Wasserhaushalt und Ökosysteme sowie die Gestaltung von Bergbaufolgelandschaften, verweist ansonsten aber nur allgemein auf die Berücksichtigung von Naturschutzbelangen durch Raumordnungs- und Planfeststellungsverfahren.

---

[7] Zur Bedeutung exakter Angaben zu den Berechnungsgrundlagen vgl. Hirschl, Bernd (2009).

Im Bereich der Produktverantwortung zeigen die Energieversorger im Gesamtvergleich gerade durchschnittliche Leistungen. Die technologie- und kraftwerksbezogenen Entwicklungsaktivitäten werden vor allem für die Bereiche CO_2-Abscheidung und -Speicherung (Carbon Capture and Storage, CCS) und Wirkungsgraderhöhung von Gas- und Kohlekraftwerken erläutert. Dabei stellt keins der Unternehmen einen Ansatz und Bewertungsinstrumente dar, um Nachhaltigkeitsaspekte systematisch und übergreifend in die Entwicklungsaktivitäten einzubeziehen. Im Mittelpunkt der Darlegungen zur Umweltverträglichkeit der Produkte und Leistungen steht die Beratung zu Energieeffizienz und Einsparmöglichkeiten.

Während Kundeninformationen beispielsweise zur Stromzusammensetzung zumindest von RWE thematisiert werden, geht keins der Unternehmen ausreichend auf die Handhabung von Beschwerden oder Datenschutz ein. Die Gestaltung von Marktstrukturen und Wettbewerb wird von E.ON und Vattenfall nur in Einzelaspekten angerissen; RWE wartet hier mit umfangreichen Darstellungen auf, thematisiert beispielsweise Preisgestaltung als ein Handlungsfeld der Strategie zur Unternehmensverantwortung und diskutiert das Thema Marktmissbrauch. Für umfassende Transparenz und die bessere Einordnung der Diskussion wäre hier jedoch erforderlich, dass das Unternehmen auch seine Stadtwerksbeteiligungen benennt.

Die Darstellungen zur Verantwortung in der Lieferkette wurden im Vergleich zu 2007 deutlich ausgebaut und liegen mit einem Branchenschnitt von 2.7 Punkten über dem Gesamtdurchschnitt in diesem Bereich. E.ON erläutert hierbei noch recht knapp gehalten das neue System der Lieferantenbewertung und benennt einzelne Umwelt- und Sozialanforderungen. RWE verweist auf den Global Compact und den RWE-Verhaltenskodex als Anforderungen an die Lieferantenleistungen und thematisiert in diesem Zusammenhang die besonderen Konformitätsrisiken beim Bezug von Steinkohle. In beiden Fällen bleiben jedoch die konkrete Ausgestaltung der systematischen Lieferantenbewertung und -entwicklung sowie der Umfang der Implementierung offen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Während Vattenfall vermutlich durch die systematische Verschränkung des eigenen Umweltberichts mit dem Gruppen-CSR-Bericht (z. B. über gezielte Verweise) bereits deutliche Verbesserungen erreichen kann, liegen die Herausforderungen für die Branche insgesamt in der Konkretisierung von Zielen, Entwicklungsaktivitäten und Ausbauplänen insbesondere mit Blick auf Erneuerbare Energieträger. Risikoaspekte und Sicherheitsfragen bedürfen im Weiteren einer größeren Offenheit – bei der Darstellung der Arbeits- und Prozesssicherheit, des Umgangs mit Abfällen oder der Risikobewertung im Rahmen der Technologieentwicklung.

Unternehmen	Punkt	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
RWE AG	507	1	4	2	6
E.ON AG	431	2	14	20	C
EnBW AG	-	-	A	28	A
Vattenfall Europe AG	-	-	A	A	B
Stadtwerke München GmbH	-	-	C	D	neu 2007
EWE AG	-	-	D	X	D
Stadtwerke Köln GmbH	-	-	E	E	X
VNG - Verbundnetz Gas AG	-		E	E	D

Tabelle 10: Ergebnisse der Berichterstattung – Energieversorger

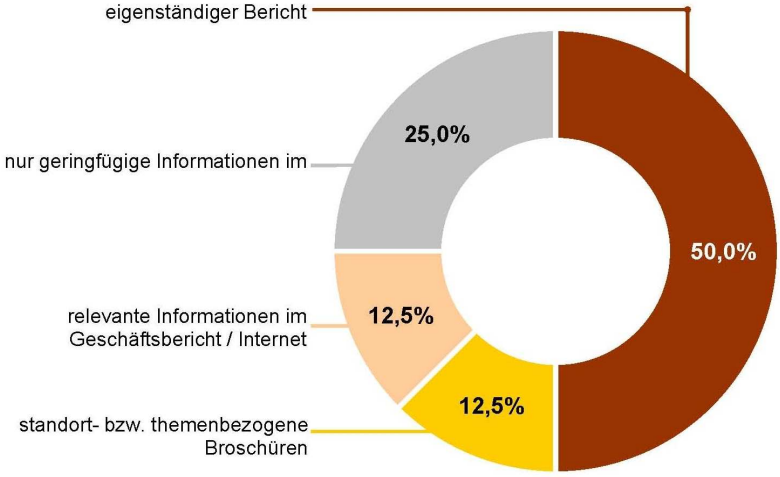

Abbildung 17: Klassifizierung der Berichterstattung – Energieversorger

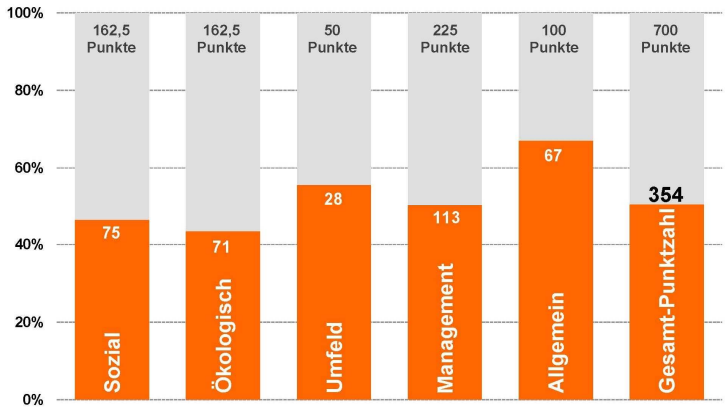

Abbildung 18: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Energieversorger

4.8. Grundstoffindustrie

Die hier betrachteten Unternehmen sind vor allem im Bereich der Extraktion von Rohstoffen oder deren Verarbeitung zu Grundstoffen tätig. Bei sechs der insgesamt 18 Unternehmen der Branche im Ranking handelt es sich um die deutschen Tochterunternehmen internationaler Mineralölkonzerne. Sie raffinieren Erdöl und distribuieren die Produkte in Deutschland.[8] Weitere acht Unternehmen sind der Metallherstellung und -verarbeitung[9] oder den „Advanced Materials“ im weiteren Sinne zuzurechnen[10]. Die dritte Gruppe von Unternehmen ist auch selbst in wesentlichem Umfang in der Extraktion (und Weiterverarbeitung) von Rohstoffen tätig.[11]

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Die Industriebereiche der Grundstoffindustrie mit ihren rohstoffnahen, energieintensiven Produktionssystemen haben vielfältige ökologische Auswirkungen. Hauptanliegen für die Unternehmen sollten die Reduzierung von CO_2- und weiteren Luftschadstoff-Emissionen, die Steigerung der Energieeffizienz, die Verringerung des Materialeinsatzes und Schonung von natürlichen Ressourcen sowie die Vermeidung von Schadstoffeinleitungen in Gewässer sein. Spezifische Herausforderungen für den Bergbau liegen beim Landschaftsverbrauch und den Auswirkungen auf die Biodiversität; die Erdölexploration und der Transport gehen prinzipiell mit dem Risiko der Freisetzung umweltschädigender Stoffe einher. Die Baustoffbranche leistet in Kooperation mit der Baubranche einen wesentlichen Beitrag zur Kreislaufführung von Rohstoffen; dabei ist sicherzustellen, dass Schadstoffe aus den Abfällen schadlos ausgeschleust werden.

Ein herausragender sozialer Aspekt ist die Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz und damit die Vermeidung schwerer und tödlicher Unfälle sowie von Schwer- und Langzeiterkrankungen. Bei wesentlichen Aktivitäten an ausländischen Standorten ist hier neben Sicherheits- und Gesundheitsaspekten insgesamt die Wahrung international anerkannter Arbeits- und Sozialstandards darzulegen.

Insbesondere Bergbauaktivitäten haben große regionale Auswirkungen und induzieren beispielsweise Gesundheitsrisiken für die standortnahe Bevölkerung in den Abbaugebieten. Darüber hinaus werden der Region natürliche Lebensgrundlagen langfristig entzogen. Eine besondere Anforderung an die in dieser Branche tätigen Unternehmen und deren Nachhaltigkeitskommunikation ist daher die aktive Auseinandersetzung mit der standortnahen Öffentlichkeit, um beispielsweise den Bedarf und die Folgen von Umsiedlungen offen zu diskutieren sowie gegebenenfalls kompensatorische Leistungen zu bestimmen.

---

[8] Dies sind: Agip Deutschland GmbH, Deutsche BP AG, Shell Deutschland Oil GmbH, ExxonMobil Central Europe Holding GmbH, OMV Deutschland GmbH, Total Mineraloel und Chemie GmbH.

[9] Es handelt sich um: Aurubis (ehemals Norddeutsche Affinerie AG), Georgsmarienhütte Holding GmbH, Heraeus Holding GmbH, Salzgitter AG, Schmolz + Bickenbach KG und ThyssenKrupp Steel. ThyssenKrupp wurde aufgrund der höheren Umsatzanteile der Werkstoff-Division gegenüber der Technologie-Division auch der Grundstoffbranche zugeordnet.

[10] Dies betrifft allein Umicore.

[11] Dazu zählen die beiden Baustoffhersteller HeidelbergCement und die Knauf-Gruppe, der Düngemittelhersteller Kali+Salz sowie die RAG, in der die deutschen Steinkohle-Aktivitäten gebündelt sind.

Die Berichterstattung der Branche

Von den 18 Unternehmen im Ranking legen vier einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht vor und zwar Aurubis, HeidelbergCement, K+S sowie ThyssenKrupp Steel.

Daneben können alle Mineralölunternehmen auf die Berichterstattung der internationalen Mutterkonzerne verweisen. Agip veröffentlicht zudem im Internet eigene, allerdings geringfügige Informationen zu Managementsystemen, zu Sicherheit und Umweltschutz sowie, mit Blick auf das Einkaufen an Tankstellen, zum Jugendschutz. Die Deutsche BP vermittelt im Jahresbericht sowie auf der Website einzelne relevante Inhalte, beispielsweise zur Forschung an neuen Kraftstoffen, zur Sozialverträglichkeit des Stellenabbaus oder zur Diversity. Zudem finden sich mehrere themenspezifische Broschüren zum Bürgerschaftlichen Engagement, zur Klimainitiative oder zu Aktivitäten im Bereich Alternative Energien. Die Deutsche Shell vermittelt – neben der deutschen Kurzfassung des internationalen Berichts – den Nachhaltigkeitsansatz, die Unternehmensgrundsätze, den Verhaltenskodex, die Arbeitssicherheits- und Gesundheitssschutzstandards sowie Informationen zu weiteren Nachhaltigkeitsthemen auf der Website. Auch ExxonMobil stellt die deutsche Kurzfassung des Berichts der Mutter zur Verfügung, thematisiert im Unternehmensbericht Arbeitssicherheit, Corporate Citizenship und Naturschutz, veröffentlicht Broschüren zu Energiestatistiken und einzelne, nicht aktuell gehaltene Informationen zum Umweltschutz. OMV veröffentlicht eine undatierte Unternehmensbroschüre, in der auch Umweltaspekte sowie Anlagen- und Arbeitssicherheit thematisiert werden, sowie eine Umwelterklärung für vier Standorte. Auf der Website finden sich kurze Informationen zu Engagement, Sponsoring und Umweltschutz am Raffinerie-Standort. Die Website von Total enthält einen Bereich Verantwortung, in dem vor allem das soziale Engagement und die Sponsoring- und Stiftungsaktivitäten dargestellt werden. Im Bereich Umwelt werden, allerdings wenig konkret, die Aktivitäten in den Bereichen Solarenergie, Erdgas, Wasserstoff, Biotreibstoffe beschrieben. Neben den Mineralölgesellschaften kann auch Umicore auf den Bericht der Mutter verweisen und vermittelt auf der Website die Unternehmensleitsätze sowie umfangreiche, aber allgemein gehaltene Informationen zur Umwelt- und Qualitätspolitik sowie zu Beruf und Familie.

ThyssenKrupp kann zunächst auf den Nachhaltigkeitsbericht der Tochter ThyssenKrupp Steel verweisen. Selbst informiert der Konzern bislang im Geschäftsbericht in mehreren Abschnitten allgemein über die unternehmerische Verantwortung sowie konkreter und umfassender zu „Engagement, Nachhaltigkeit und Umweltschutz“ und Beschäftigungsaspekten. Zudem veröffentlichte das Unternehmen in den letzten zwei Jahren zwei allgemein gehaltene Magazine „Umwelt“ und „Perspektiven“; auf der Website finden sich verschiedene thematisch relevante Bereiche. Die konzernweite Nachhaltigkeitskommunikation befindet sich derzeit in Überarbeitung.

Heraeus informiert im Internet über Themenbereiche wie Unternehmensgrundsätze, Beschäftigung und Gesellschaft, veröffentlicht eine Broschüre „Unsere gesellschaftliche Verantwortung“ sowie einen Verhaltenskodex. Der Salzgitter-Geschäftsbericht enthält neben Beschäftigungsaspekten je einen Abschnitt zum Umweltmanagementsystem, zu Verbandsarbeit und Interessen bei der Gestaltung des Emissionshandelssystems und zu Umweltschutz-Schwerpunkten in den verschiedenen Unternehmensbereichen. Im Nachhaltigkeits-Bereich auf der Website finden sich allgemeine, zumeist geringfügige Informationen zu den Themenbereichen Beschäftigung, Umweltschutz, Forschung und Entwicklung, gesellschaftliches Engagement und zum Projekt "Generationenoffensive 2025". Salzgitter war im Ranking

2007 noch mit einem eigenständigen Bericht vertreten, der auf Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz fokussierte.

Die RAG veröffentlicht eine Imagebroschüre mit einzelnen allgemein gehaltenen Informationen beispielsweise zur Geschichte der Mitbestimmung, zur Begleitung des Strukturwandels in der Region oder zum integrierten Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz-Managementsystem. In der Jubiläums-Ausgabe der Zeitschrift "Steinkohle" ist ein Artikel zum Arbeits-, Gesundheits- und Umweltschutz zu finden; ansonsten sind keine weiteren konkreten Informationen vorhanden. Die Georgsmarienhütte veröffentlicht lediglich sehr knappe Informationen online und gibt an, dass alle Unternehmen nach ISO 14001 zertifiziert sind. Auch Knauf trifft insgesamt nur sehr wenige Aussagen: Das Unternehmen macht online kurze Ausführungen zu Naturschutz, zum Umweltschutz allgemein sowie zu Rohstoffen und Logistik.

Schmolz + Bickenbach schließlich veröffentlicht keinerlei relevante Informationen.

Die Bewertungsergebnisse

Die Branchenleistung liegt mit 334 Punkten unter dem Gesamtdurchschnitt, wobei die im Gesamtvergleich schwächeren Darstellungen die umwelt- und managementbezogenen Anforderungen betreffen. Den besten Bericht der Branche legt K+S vor: Das Unternehmen steigerte sich vor allem bei den allgemeinen und managementbezogenen Kriterien und erreicht mit 405 Punkten die TOP 20. Mit einer leichten Verbesserung gegenüber 2007 aufgrund guter Werte im Bereich der Produktverantwortung folgt ThyssenKrupp Steel auf Platz 32. Der Erstbericht von Aurubis zeigt vor allem Stärken in der Produkt- und Umfeldverantwortung und steigt mit 317 Punkten auf Platz 42 ein. Aufgrund geringerer Werte für die Darstellungen zu Mitarbeiterinteressen und Produktionsökologie reicht Heidelberg Cement nicht an die Leistung im letzten Ranking heran und landet mit 277 Punkten auf Platz 47.

Die Ausführungen der Unternehmen zu den Mitarbeiterinteressen liegen mit 2.1 Punkten im Gesamtmittel. Verbesserungen ergaben sich insbesondere bei den Themen Entgelt, wo allerdings ein noch stärkerer Einbezug der ausländischen Standorte erforderlich ist, sowie Chancengleichheit: Die Förderung der konzernweiten Integration und Chancengleichheit der Beschäftigten ist in den größtenteils sehr international aufgestellten Unternehmen von hoher Relevanz, was sich auch in den Berichten und einer relativ hohen Durchschnittsbewertung von 2.5 Punkten niederschlägt. Letzteres gilt explizit nicht für Fragen zur Gleichstellung weiblicher Beschäftigter. Hier beschränken sich die Unternehmen darauf, ein „industrietypisch niedriges Niveau“ bei der Anzahl der Mitarbeiterinnen im operativen Bereich zu konstatieren und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie als Maßnahmenbereich zur Frauenförderung zu betrachten. Die Durchsetzung relevanter Arbeits- und Sozialstandards an den internationalen Standorten wird vergleichsweise wenig angesprochen. Häufig bleibt es hier bei einem „Bekenntnis“ zu grundlegenden Normen und Grundsätzen (ILO, OECD) sowie zur Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretungen.

Besonderer Entwicklungsbedarf besteht, angesichts der Branchenrelevanz und des Abschneidens der Branche im Gesamtvergleich, bei den Darstellungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Zwar werden Konzernrichtlinien oder – zum Teil nur für deutsche Standorte oder nur sehr allgemein – Programme und Maßnahmen erläutert und Unfall- bzw. Ausfallzahlen angegeben. In der Regel wird jedoch auf die besonderen Gefährdungslagen der Produktionsprozesse und die Maßnahmen, Schwer- und Langzeiterkrankungen bzw. einer

Berufsunfähigkeit der Beschäftigten entgegenzuwirken, nicht eingegangen – beschreibend am ehesten noch bei HeidelbergCement, „quantifiziert“ bei Aurubis durch eine Fehlanzeige zu Berufskrankheiten.

Wie in 2007 gehen die Unternehmen der Grundstoffindustrie auf die Anforderungen an die Produktionsökologie nur unterdurchschnittlich gut ein. Klima und Energie, ein Thema mit hoher Relevanz in der energieintensiven Branche, wird im Gesamtvergleich unangemessen behandelt. Die Probleme liegen vor allem im sehr begrenzten Ausweis der relevanten Daten und der Berechnungsgrundlagen. Auch die weiteren Schadstoffemissionen werden zu wenig aufgeschlüsselt und die Angaben auf „das Nötigste“ (SO_2, NOx, gegebenenfalls Staub) beschränkt.

Dem Rohstoff- und Materialeinsatz hingegen widmen die Unternehmen große Aufmerksamkeit: K+S bildet umfassend seine, zugegeben weniger komplexen, Rohstoffströme ab und erläutert Fragen der Materialeffizienz und der Rückstandsproblematik. ThyssenKrupp Steel zeichnet die wesentlichen Stoffströme anschaulich in einer Weltkarte nach und liefert so auch die Angabe der Herkunftsländer mit. Allerdings bleibt der Bezug wichtiger Vorprodukte offen und besondere ökologische Aspekte der eingesetzten Rohstoffe werden nicht thematisiert. Recycling bzw. der Einsatz nachwachsender Rohstoffe sind wiederum für alle Unternehmen ein zentrales Thema mit viel Platz im Bericht. Dieser wird messbaren Aussagen zu Logistik und Verkehrsaufkommen sowie Produktions- und Transportunfällen allerdings verwehrt.

Besonders zentral ist für die Branche das Thema Naturschutz, Flächennutzung und Artenvielfalt. Hier erzielen die Unternehmen durch vergleichsweise umfassende Darlegungen auch die höchste Branchenwertung im Ranking. HeidelbergCement beispielsweise präsentiert die Förderung von Biodiversität als strategisches Nachhaltigkeitsziel und stellt Konzernrichtlinien, Forschungsaktivitäten, Indikatoren, Programme und Maßnahmen vor. Hierbei sollte allerdings auch auf den Umfang der von den unternehmerischen Aktivitäten betroffenen Flächen und die weiteren Auswirkungen beispielsweise auf den Grundwasserhaushalt eingegangen werden.

Auf die Auswirkungen der Unternehmenstätigkeiten auf die Bevölkerung in der Nähe der Standorte wird von der Branche nur kursorisch eingegangen, auch wenn insgesamt die Darstellungen zur Verantwortung im regionalen Umfeld überdurchschnittlich sind. Das gute Abschneiden in diesem Kriterium ist vor allem auf die teilweise umfassenden Aussagen zur regionalen Beschaffung zurückzuführen, die aber nur für einzelne Unternehmen tatsächlich realisierbar ist (vgl. ThyssenKrupp Steel an deutschen Standorten).

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Erwartungen an die weitere Entwicklung der Berichterstattung der Branche betreffen vor allem die Aussagen zum Klimaschutz und zu Emissionen sowie (zum Teil) zu den Stoff- und Lieferströmen. Weiter gilt es, den Umgang mit den Anspruchsgruppen sowie Standorte, Prozesse und Produkte in der Breite bzw. repräsentativ abzubilden – gerade auch bei den sozialen Kriterien.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
K+S-Gruppe	405	1	19	24	A
ThyssenKrupp Steel AG	337	2	32	34	neu 2007
Norddeutsche Affinerie (jetzt: Aurubis AG)	317	3	42	C	neu 2007
HeidelbergCement AG	277	4	47	23	A
Agip Deutschland GmbH	-	-	B	B	A
Deutsche BP AG	-	-	B	41	B
ExxonMobil Central Europe Holding GmbH	-	-	B	B	B
Heraeus Holding GmbH	-	-	D	E	D
OMV Deutschland GmbH	-	-	B	B	neu 2007
Shell Deutschland Oil GmbH	-	-	B	B	B
Total Mineralöl und Chemie GmbH	-	-	B	B	B
Umicore AG & Co. KG	-	-	B	B	B
ThyssenKrupp AG	-	-	C	D	E
Heraeus Holding GmbH	-	-	D	E	D
Salzgitter AG	-	-	D	A	A
Georgsmarienhütte Holding GmbH	-	-	E	neu 2009	neu 2009
Knauf-Gruppe	-	-	E	X	neu 2007
RAG AG	-	-	E	D	D
Schmolz + Bickenbach	-	-	X	neu 2009	neu 2009

Tabelle 11: Ergebnisse der Berichterstattung – Grundstoffindustrie

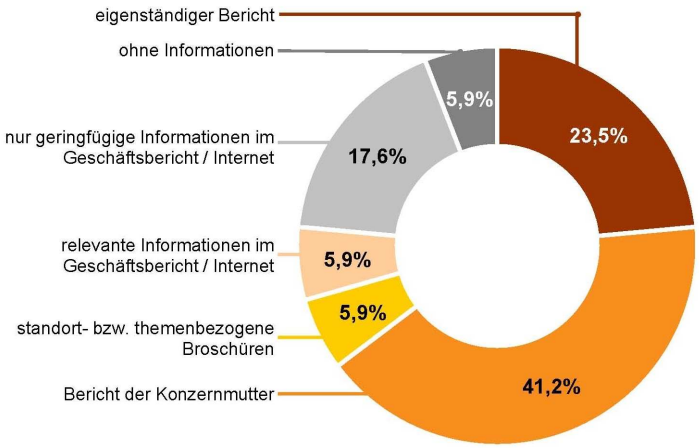

Abbildung 19: Klassifizierung der Berichterstattung – Grundstoffindustrie

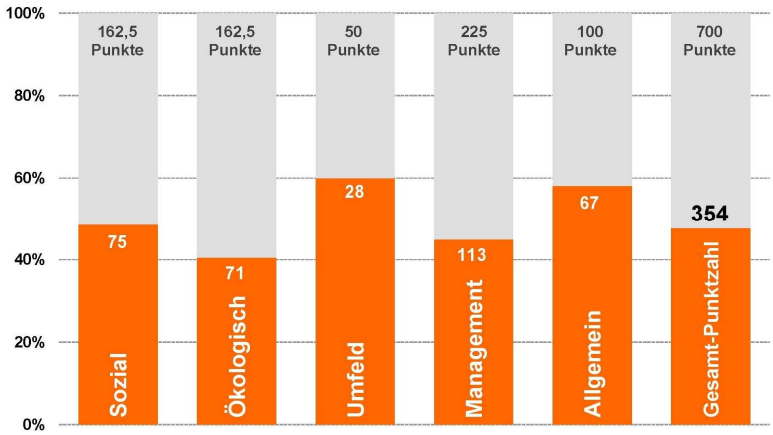

Abbildung 20: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Grundstoffindustrie

4.9. Handel / Bekleidung

Handelsunternehmen kaufen, befördern und verkaufen Waren und sind damit den Herstellern bzw. Lieferanten dieser Waren und den gewerblichen oder nicht-gewerblichen Abnehmern zwischengeschaltet. Wir beziehen hier auch die Hersteller von Textilien und Bekleidung ein, sofern sie diese selbst vertreiben.

In das Ranking geht regelmäßig eine feste Anzahl von 20 Handelsunternehmen ein. Diese Gruppe ist bislang sowohl in der Zusammensetzung als auch bei der Zahl der Berichterstatter von sehr geringer Dynamik geprägt. Um die durchaus positiven aktuellen Entwicklungen jenseits dieser 20 Unternehmen abzubilden, wurden daher weitere Berichte aufgenommen. Neben den „Altberichterstattern" C&A[12] und Puma betrifft dies die Erstberichte von EDEKA Südwest, Primondo[13] und Tchibo. Die untenstehende Tabelle gibt eine Gesamtübersicht über die einbezogenen Unternehmen.[14]

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Da der Handel wie erwähnt als Mittler zwischen den Herstellern und den KonsumentInnen fungiert, hat er eine Schlüsselposition für die Verbreitung nachhaltiger Produktions- und Konsummuster. Er kann zum einen durch seine Einkaufsmacht wesentlich auf die Umwelt- und Sozialbedingungen bei der Herstellung der Waren einwirken. Zum anderen kann er über eine nachhaltige Sortimentsgestaltung sowie Verbraucherinformation und -beratung das Kaufverhalten der AbnehmerInnen beeinflussen.

Zentrale Nachhaltigkeitsherausforderungen liegen für den Handel in der vorgelagerten Produktion. Dies betrifft zum einen die Etablierung von arbeitsrechtlichen Mindeststandards beispielsweise bei den Produktgruppen Textilien, Spielzeug und Elektronikgüter. Zum anderen entstehen unterschiedliche ökologische Belastungen auf den vorgelagerten Wertschöpfungsstufen – in der Textilindustrie vor allem durch den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, chemischen Hilfsmitteln und Schwermetallen oder den Wasserverbrauch. Die Unternehmen sollten daher die konzernweit eingesetzten Kriterien und Instrumente zur Lieferantenauswahl und -sanktionierung sowie die entsprechenden Qualifizierungs- und Monitoringsysteme abbilden.

Mit Blick auf die angesprochene Sortimentsgestaltung wird von den Unternehmen erwartet, den Anteil nachhaltiger Produkte mit Bezug auf etablierte Produktkennzeichnungen sowie die weiteren Maßnahmen zur Kundeninformation, inklusive Beratung und Werbung, darzustellen.

Niedriglöhne, Teilzeit- und Stundenarbeit, hohe (psychische) Arbeitsbelastung oder auch Mängel im Datenschutz prägen häufig die Arbeitsbedingungen in den Läden und der weiteren Distribution. Entgeltpolitik und Arbeitszeitmodelle, die Gewährleistung der Arbeitnehmerrechte sowie Maßnahmen zur Erfassung und Bewertung der Arbeitszufriedenheit sind daher in der Berichterstattung abzubilden.

---

[12] C&A gehörte bislang tatsächlich selbst zu den TOP 20 des Handels und liegt jetzt knapp darunter.

[13] Die ökonomischen Perspektiven der Arcandor-Tochter Primondo waren zum Zeitpunkt der Bewertung noch ungeklärt und der Bericht wurde daher in das Ranking einbezogen.

[14] Arcandor, dessen ökonomische Perspektiven zum Zeitpunkt der Bewertung noch nicht geklärt waren, wurde weiterhin ins Ranking einbezogen, wird aber aufgrund der hohen Umsatzanteile von Thomas Cook diesmal im Cluster Transport/ Logistik/ Tourismus geführt.

Erwartungen an die Berichterstattung im Bereich Datenschutz zielen beim Handel auch auf die Handhabung der personenbezogenen Kundendaten.

Die Berichterstattung der Branche

Neben den fünf zusätzlich aufgenommenen Berichten von C&A, Edeka Südwest, Primondo, Puma und Tchibo gehen vier weitere Berichte in das aktuelle Ranking ein und zwar von Adidas, der Metro Group, der Otto Group und der REWE Group.

Die Holdings Haniel und Maxingvest können auf eigenständige Berichte der wesentlichen Töchter bzw. Beteiligungen verweisen. Haniel veröffentlicht zudem, teilweise differenziert für die Töchter und die Zentrale, umfangreiche Informationen zum Umweltschutz, zu gesellschaftsbezogenen Aktivitäten und zur Corporate Governance sowie den Verhaltenskodex auf der Website. Maxingvest gibt im Geschäftsbericht eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten CSR-Ergebnisse der berichtenden Teilkonzerne Tchibo und Beiersdorf. EDEKA informiert auf der Website der Gruppe unter dem Menupunkt „Verantwortung“ über Fragen wie Sortimentsführung, Energie und Umwelt, gesunde Ernährung sowie Gesellschaft und Soziales; im Bereich „Engagement“ wird beispielsweise nachhaltige Fischerei thematisiert. Auch der Geschäftsbericht enthält knappe Informationen zum Thema Verantwortung. Vor allem aber kann die EDEKA auf den ersten eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht einer Regionalgesellschaft, EDEKA Südwest, verweisen.

Aldi Süd sorgt für eine positive Überraschung und beginnt, den gesellschaftlichen Transparenzforderungen zu folgen. Auf der Website des Unternehmens finden sich derzeit mehrere Seiten zu Themen wie Sortimentgestaltung, verträglich produzierte Inhaltsstoffe (Fisch und Holz), Produktverantwortung, Umweltschutz im Unternehmen, Engagement in der Business Social Compliance Initiative (BSCI) und Umgang mit den Beschäftigten. Auch die BayWa informiert online im Menupunkt „Unternehmerische Verantwortung“ zur Corporate Governance, zu den ethischen Grundsätzen und Unternehmensleitlinien, zu Stiftungsaktivitäten und zu erneuerbaren Energien. Der Geschäftsbericht enthält lediglich eine halbe Seite zu CSR.

Lekkerland bietet zwar keine Informationen im Internet, berichtet aber im Kapitel „Unsere Verantwortung“ des Geschäftsberichts über CSR-Strategie und Managementsysteme sowie über Aspekte der Logistik, Beschäftigung und des gesellschaftlichen Engagements. Die Tengelmann-Gruppe stellt auf der Website unter dem Menupunkt „Engagement“ Corporate Citizenship-Aktivitäten sowie das unternehmerische Verständnis von Nachhaltigkeit und Verbraucherschutz dar. Zudem werden umfassende Informationen zur eigenen Klima-Initiative, inklusive der Emissionsbilanz zum Download, angeboten. Der Geschäftsbericht verfügt lediglich über eine Seite zum Thema „Verantwortung“.

Helm erläutert im Internet sehr knapp die Unternehmens-Leitlinien, die Leitlinien für Führung und Zusammenarbeit und die Sozialleistungen des Unternehmens. Noch informiert auch Marquard & Bahls lediglich knapp online und im Geschäftsbericht über Politik und Aktivitäten in den Bereichen Gesundheit und Arbeitsschutz, Sicherheit sowie Umweltschutz. Allerdings ist der erste Nachhaltigkeitsbericht auf Konzernebene bereits in Arbeit. Würth stellt vor allem die Sponsoring-Aktivitäten der Gruppe vor: eher knapp im Internet, etwas ausführlicher im Geschäftsbericht. An der Grenze zur „X-Klasse“ veröffentlicht Schlecker geringfügige Informationen wie die Unternehmensgrundsätze online.

Gänzlich intransparent bezüglich ihrer Nachhaltigkeitsherausforderungen und –leistungen bleiben weiterhin Adolf Merckle, Aldi Nord, Phoenix und Toepfer International. Auch die Schwarz-Gruppe verbleibt trotz der begrüßenswerten, jedoch noch geringfügigen Aussagen auf der Lidl-Website in dieser Gruppe von Nicht-Berichterstattern.

Die Bewertungsergebnisse

Das Ergebnis der Branche ist mit 346 Punkten im Gesamtvergleich mittelmäßig: Die unterdurchschnittlichen Leistungen bei den sozialen und ökologischen Anforderungen an die eigenen Leistungsprozesse werden gerade durch die (im Gesamtvergleich fundiertesten) Darstellungen im Bereich der Lieferkettenverantwortung kompensiert; der Rest ist Durchschnitt.

Branchensiegerin ist die Otto Group, allerdings kann der Gruppenbericht noch nicht an die Leistungen des auf die GmbH begrenzten Berichts, der im letzten Ranking die Gesamtwertung gewann, heranreichen. Tchibos Erstbericht steigt direkt in die TOP 20 der besten Berichte ein, nur knapp darunter positioniert sich auch REWEs Erstbericht. Puma, Adidas, C&A, Primondo und Metro verteilen sich mit Leistungen um den Gesamtdurchschnittswert herum im breiten Mittelfeld. EDEKA Südwest kann sich noch nicht in der TOP 50 positionieren.

Die beiden besten Berichte der Branche von Otto und Tchibo, aber auch der C&A-Bericht informieren im Branchenvergleich am besten zu Fragen der strategischen Aufstellung und Unternehmensführung. Otto beispielsweise stellt die langfristige Unternehmensvision vor, in der Nachhaltigkeit eine zentrale Säule ist. Gefasst als Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette, wird diese auf vier für das Unternehmen wesentliche Handlungsfelder heruntergebrochen und die entsprechenden Herausforderungen und Wirkungen des Unternehmenshandelns werden erläutert. Aktuellen Markttrends werden die Handlungsstrategien des Unternehmens gegenüber gestellt und es erfolgt eine Einordnung der finanziellen Folgen des Klimawandels für Otto. Tchibo nimmt sich insbesondere des Themas Unternehmensführung und -kontrolle an. Der Bericht zeigt die Zuordnung der Nachhaltigkeits-Verantwortlichkeiten zu den obersten Entscheidungsgremien, beschreibt die unternehmerischen Verhaltensgrundregeln und geht auf Fragen von Anti-Korruption und Compliance ein.

Ein Branchenschnitt von gerade 1.5 Punkten signalisiert, dass die Interessen der eigenen MitarbeiterInnen für die Handelsunternehmen nur eine untergeordnete Rolle spielen. Zumindest in der Berichterstattung werden Themen wie Entgelt, Arbeitszeit, Aus- und Weiterbildung oder Gleichstellung kaum aufgegriffen – häufig fehlen schlicht Aussagen zum Thema oder die Darlegungen gehen nicht über einzelne Zahlen und Beispiele hinaus. Dies war schon im Ranking 2007 bemängelt worden. Auch der geringe Durchschnittswert von 1.67 für die Erläuterungen dazu, was die Händler unternehmen, um Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung zu erfassen und zu verbessern, spricht hier für sich.

Die Anforderungen an die Berichterstattung zur Betriebsökologie sind wie bei den Finanzdienstleistern geringer als bei den Industrieunternehmen. Gleichwohl erbringen die Händler auch hier keine akzeptablen Leistungen. Lediglich einzelne sehr gute Werte ragen heraus: Neben den relevanten Quantifizierungen erläutert REWE die Handlungsfelder, Ziele sowie Umsetzungs- und Controllingmaßnahmen im Bereich Klimaschutz und Energiemanagement. Metro liefert alle wesentlichen Zahlen im Abfallmanagement und bildet zudem die unternehmerischen Standards und Konzepte hinsichtlich Vermeidung, Rücknahme und Verwertung ab.

Besser stellen sich die Leistungen im Bereich der Produktverantwortung dar. Eine systematische Einbeziehung von sozialen und ökologischen Kriterien in die Entwicklung der weiteren Sortimentsgestaltung wird zwar selten offenbar. Für eingegrenzte Teilsegmente des Sortiments werden aber im Rahmen von Pilotprojekten Versuche unternommen und beschrieben, beispielsweise deren CO_2-Fußabdruck zu bestimmen. Insgesamt fehlen jedoch die quantifizierenden Einordnungen und entsprechende Zielsetzungen, die es ermöglichen, den Stand und die Perspektiven der Sortimentsanteile derjenigen Produkte zu bewerten, die einen sozialen und/ oder ökologischen Zusatznutzen erbringen. Ihre Anstrengungen, die KundInnen dann auch über diese Produkte zu informieren und sie entsprechend zu motivieren, legen die Händler vergleichsweise umfassend dar. Insbesondere die Berichte von Primondo und Tchibo enthalten Aussagen zu der Breite der in den Kriterienspezifikationen formulierten Anforderungen. Auch der kundenbezogene Datenschutz wird als relevantes Thema von den Händlern (wieder vor allem von Primondo und Tchibo) erkannt und mit Aktivitäten, jedoch nicht mit Ergebnissen belegt. Sehr gute Aussagen zum Beschwerdemanagement finden sich – erneut – bei Tchibo.

Hinsichtlich der Darstellung der Lieferkettenverantwortung haben die Händler ihr ohnehin überdurchschnittliches Ergebnis weiter verbessert: Der Branchenschnitt liegt mit 3.2 Punkten einen ganzen Punkt über dem Gesamtdurchschnitt für dieses Kriterium. Dies entspricht zum einen der Relevanz der Thematik für die Unternehmen. Andererseits wird sichtbar, dass die Händler hier bereits Fragen diskutieren, die deutlich über den Stand in anderen Branchen hinausgehen. Es empfiehlt sich insbesondere ein Blick in die Berichte von Adidas, C&A, Otto und Puma, die sowohl hinsichtlich der Arbeits- und Sozialstandards als auch mit Blick auf die Umweltwirkungen – oft branchenweit genutzte – Standards, Indikatoren, Prüfsysteme und Ergebnisse erläutern. Dabei gehen sie offen auf etwaige schlechte Erfahrungen mit und Mängel in den Standards und Systemen ein, diskutieren Länderschwerpunkte bei Konformitätsrisiken und stellen dar, wie sie kooperative Ansätze (weiter-)entwickeln wollen, die über ein Abprüfen und Sanktionieren der Lieferanten hinausgehen.

Der starke Bezug auf die Lieferkette wird auch im Bereich der Umfeldverantwortung sichtbar. Hier werden häufig, ergänzend zu den eigenen Standorten, die Auswirkungen des Unternehmenshandelns und entsprechende Steuerungsmaßnahmen auch an den Standorten der Lieferanten erläutert, die beispielsweise auf die Erhöhung der Qualifizierung und Wettbewerbsfähigkeit der Zulieferer und ihres Umfelds zielen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Zahl sowohl der Berichterstatter als auch allgemein der Unternehmen, die nachhaltigkeitsbezogene Informationen veröffentlichen, hat sich erfreulich erhöht – diese Entwicklung sollte sich fortsetzen. Eine qualitative Verbesserung der bisherigen Schwachstellen konnte allerdings nicht erreicht werden. Noch immer fehlt den Handelsunternehmen fast völlig der Blick nach innen, sodass auch elementare Anforderungen vor allem im Bereich Beschäftigung nicht erfüllt werden. Hier gilt es ebenso nachzulegen wie beispielsweise bei den Darstellungen zur Sortimentspolitik.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Otto Group	457	1	10	1	3
Tchibo	410	2	18	C	neu 2007
Rewe-Group	394	3	21	C	X
Puma	359	4	27	neu 2009	neu 2009
Adidas AG	349	5	30	17	5
C&A	339	6	31	43	A
Primondo	327	7	39	neu 2009	neu 2009
Metro AG	325	8	40	32	22
Edeka Südwest	-	-	A	X	X
Edeka-Gruppe	-	-	C	X	X
Franz Haniel & Cie. GmbH	-	-	C	X	X
maxingvest AG	-	-	C	neu 2009	neu 2009
Aldi Süd	-	-	D	X	neu 2007
BayWa AG München	-	-	D	C	X
Lekkerland AG & Co. KG	-	-	D	C	D
Tengelmann (Welt)	-	-	D	C	D
Anton Schlecker	-	-	E	X	X
Helm AG	-	-	E	neu 2009	neu 2009
Marquard & Bahls AG	-	-	E	C	C
Würth-Gruppe	-	-	E	C	D
Adolf Merckle-Gruppe	-	-	X	neu 2009	neu 2009
Aldi Nord	-	-	X	X	X
Alfred C. Toepfer International Group	-	-	X	X	X
Phoenix Pharmahandel AG&Co.KG	-	-	X	X	X
Schwarz-Gruppe	-	-	X	X	neu 2007

Tabelle 12: Ergebnisse der Berichterstattung – Handel/ Bekleidung

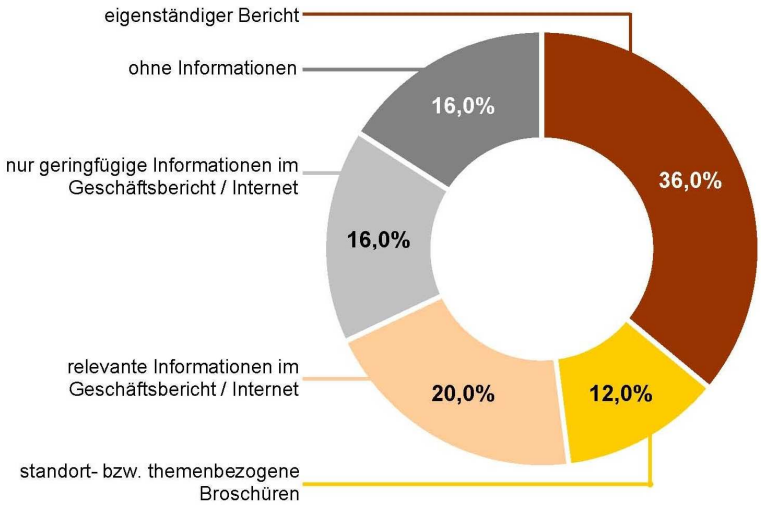

Abbildung 21: Klassifizierung der Berichterstattung – Handel/ Bekleidung

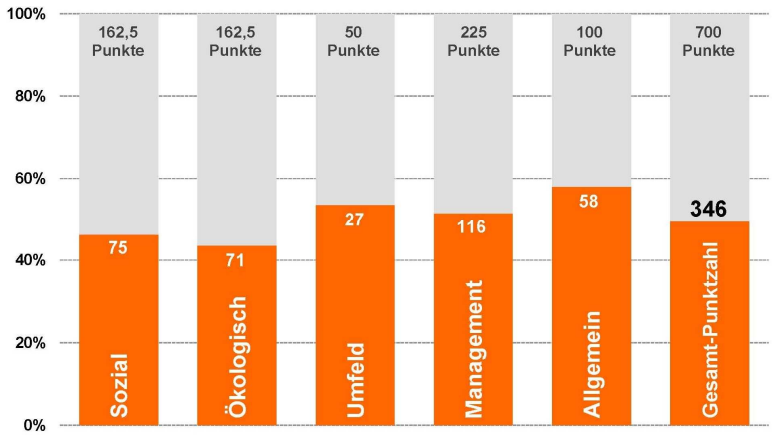

Abbildung 22: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Handel/ Bekleidung

4.10. Hoch- und Tiefbau

Unternehmen des Baugewerbes sind die vor allem mit dem Bau oder der Veränderung von Bauwerken befasst. Aus der Baubranche gehen die Unternehmen HochTief, Bilfinger Berger und Strabag in das Ranking ein. Deren Tätigkeitsbereich liegt insbesondere in der Realisierung großer, sehr vielfältiger Bauprojekte, in der sie als Generalunternehmer vor allem die Projektleitung innehaben, während große Teile der eigentlichen Bauleistung von Auftragnehmern realisiert werden. Daneben gehören in zunehmendem Maße auch der Betrieb von Immobilien und Infrastruktur (Hochtief) oder Industrie- und Energiedienstleistungen sowie das Facility Management (Bilfinger Berger) zu den Unternehmensaktivitäten.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Nachhaltiges Unternehmenshandeln zeichnet sich im Bauhauptgewerbe vor allem durch eine hohe Verantwortungsübernahme gegenüber den Beschäftigten aus: Faire Arbeitsvergütung und soziale Absicherung, aber auch Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind hier zentral. Ökologische Themen einer nachhaltigen Produktion sind vor allem der Umgang mit Bau-Abfällen sowie die Reduzierung von Lärm-, Staub- und Abgasemissionen. Eine besondere Herausforderung besteht darin, hohe Umwelt- und Sozialstandards auch in der Auftragnehmer-Kette durchzusetzen bzw. zu ermöglichen, insbesondere bei Projekten in Ländern mit schwächerer staatlicher Regulierung. Zur Vermeidung von Korruption bei der Auftragsvergabe und der Sicherstellung der Konformität mit unterschiedlichen Bau- und Umweltgesetzgebungen sind geeignete Governance-Strukturen zu schaffen. Einfluss auf die nachhaltige Produktgestaltung können Bauunternehmen allerdings eher nur indirekt nehmen, vor allem durch die Beratung der Auftraggeber beispielsweise hinsichtlich so genannter „green buildings“.

Die Berichterstattung der Branche

Als erneut einziges Unternehmen der Baubranche veröffentlicht HochTief einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht. Die Strabag AG kann diesmal immerhin auf den Erstbericht und den Internetauftritt der Mutter Strabag SE verweisen. Bilfinger Berger informiert im Internet in einem eigenen Nachhaltigkeitsbereich eher allgemein gehalten zu den Themen Compliance, Lebenszyklusbetrachtung, Arbeitssicherheit, Corporate Citizenship und zum Global Compact; der Geschäftsbericht enthält weitgehend vergleichbare Ausführungen.

Die Bewertungsergebnisse

Die Ergebnisdarstellungen können sich auch 2009 allein auf den HochTief-Bericht beziehen. Mit rund 100 Punkten weniger als im letzten Ranking erreichte das Unternehmen diesmal lediglich Platz 37. Die 328 Punkte sind dabei knapp unterdurchschnittlich im Gesamtvergleich (347).

Die Berichterstattung zu den Mitarbeiterinteressen ist insbesondere in den Bereichen Aus- und Weiterbildung, Arbeitnehmerrechte, Vielfalt sowie Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung solide: Die normativen Grundlagen und Leitlinien werden in der Regel erläutert und die Umsetzung beispielhaft abgebildet. Zum Teil fehlen jedoch unternehmensweite Systematisierungen und wesentliche Quantifizierungen – dies gilt im Übrigen auch für den Bereich der Lieferkettenverantwortung. Das Fehlen von übergreifenden Systematiken und Quantifizierungen schlägt besonders bei denjenigen Kriterien negativ zu Buche, bei denen wir neu

Mindestanforderungen formuliert hatten. Insgesamt verschlechterte sich dadurch die Bewertung um einen Punkt auf 2 Punkte, die genau dem Gesamtdurchschnitt in diesen Bereich entsprechen.

Stark unterdurchschnittlich ist jedoch die Berichtsleistung zu den ökologischen Aspekten der Produktion. Mit lediglich beispielhaften Darstellungen und geringen Quantifizierungen zu den wesentlichen Umweltwirkungen erreicht das Unternehmen in allen Unterkriterien nur jeweils 1 Punkt.

Hinsichtlich der Produktverantwortung ist das Unternehmen deutlich besser aufgestellt: Gerade im Bereich Verbraucherorientierung und Kundeninformation erzielt HochTief mit seinen Angaben die volle Punktzahl. Verschiedenste Aspekte der Kunden- und breiteren gesellschaftlichen Orientierung, wie beispielsweise Bauprojekte mit besonderem sozialen Nutzen, werden vorgestellt und Beratungsansätze zur Vermittlung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen im B2B-Geschäft systematisch beschrieben.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Für HochTief als dem vermutlich auch im nächsten Ranking einzigen Nachhaltigkeitsberichterstatter gilt es insbesondere, mehr übergeordnete Systematik und die Einordnung der Repräsentativität von Beispielen zu vermitteln. Konkrete Aufgaben wären daneben, die Herkunft der eingesetzten Rohstoffe und Materialien zu thematisieren und auch die Beschäftigten der Auftragnehmer in die Unfallstatistik aufzunehmen.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Hochtief AG	328	1	37	11	26
Strabag AG	-	-	B	X	X
Bilfinger Berger AG	-	-	D	E	X

Tabelle 13: Ergebnisse der Berichterstattung – Hoch- und Tiefbau

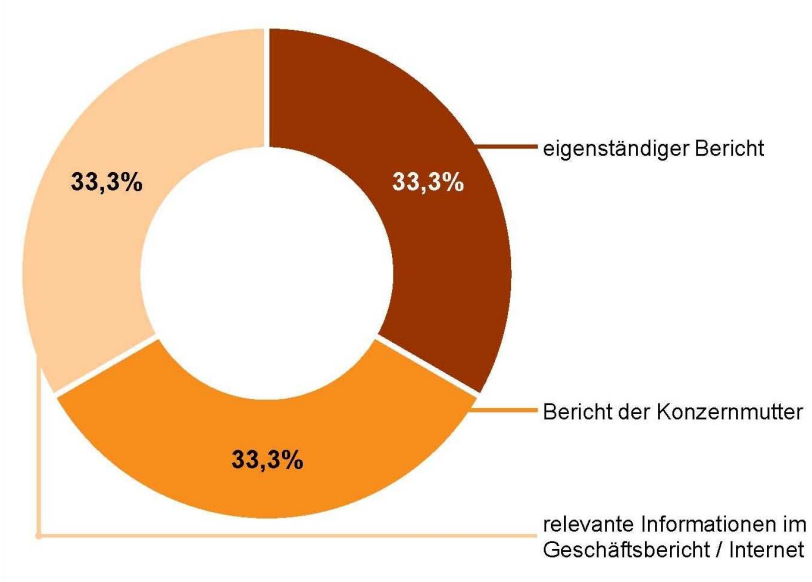

Abbildung 23: Klassifizierung der Berichterstattung – Hoch- und Tiefbau

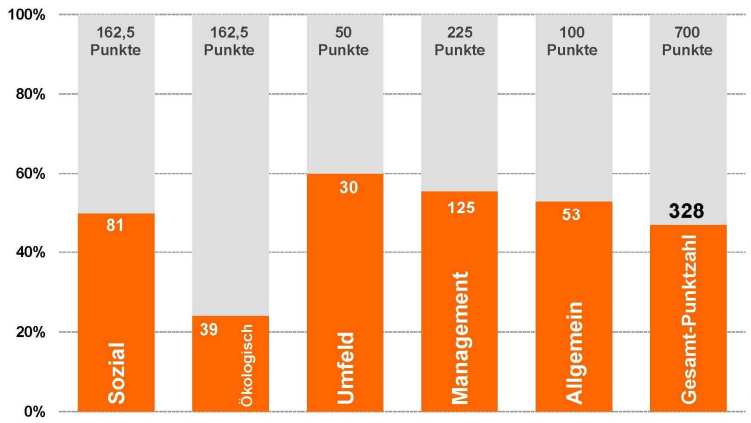

Abbildung 24: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Hoch- und Tiefbau

4.11. Medien / Informationsdienstleister

Dem Branchencluster Medien und Informationsdienstleister werden im Ranking Verlags- und Medienunternehmen, Telekommunikationsdienstleister sowie Dienstleister im Bereich der Informationstechnologien (IT) zugerechnet. Für das Ranking 2009 ergibt dies eine Branchengröße von elf Unternehmen: die Medienunternehmen Axel Springer und Bertelsmann, die Telekommunikationsunternehmen Deutsche Telekom, E-Plus Gruppe, Telefónica O2 Germany und Vodafone D2 sowie die IT-(Infrastruktur-) Dienstleister Fujitsu Siemens Computer (jetzt Fujitsu Technology Solutions), Hewlett-Packard Deutschland, IBM Deutschland und SAP. Auch der DKV Euro Service wurde in dieses Branchencluster einbezogen, da das Unternehmen im weitesten Sinne karten- und online-basierte Informationsdienstleistungen anbietet.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Die wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen beziehen sich einerseits auf „digitale“ Leistungen und Prozesse wie das Betreiben von web-basierten Medien, die Programmierung von Software und technologiebezogenen Dienstleistungen, die Bereitstellung von Informationen und Services. Hieraus ergeben sich Anforderungen an die Darstellung der Leistungsentwicklung und –gestaltung wie beispielsweise die grundsätzliche Reflexion der meinungsbildenden Rolle als Medienunternehmen, die Entwicklung von Lösungen, die den Kapazitäten und Bedürfnissen der Unternehmenskunden bzw. EndnutzerInnen angemessen sind, die Gewährleistung von Datenschutz bzw. Datensicherheit oder Kinder- und Jugendschutz oder die Sicherstellung von Informations-, Meinungsäußerungs- und Teilhabemöglichkeiten.

Andererseits ergeben sich Anforderungen aus dem Bereitstellen, Betreiben oder Vermitteln „physischer“ Produkte und Prozesse wie Printerzeugnisse, Speicherkarten, Infrastruktur, Hardware oder Rechenzentren. Hierbei sollten beispielsweise die sozialen, gesundheitlichen und ökologischen Wirkungen des Rohstoffabbaus, Flächenverbrauchs und Materialeinsatzes, die Energieeffizienz und Emissionswerte bei der Nutzung oder um anschließende Rücknahmemöglichkeiten diskutiert werden.

Im Bereich der Mitarbeiterinteressen sind die allgemeinen Anforderungen an die Berichterstattung um aktuelle Herausforderungen und Spezifika zu ergänzen, die sich beispielsweise auf die Gewährleistung der Arbeitnehmerrechte und fairer Löhne/ Honorare in Call-Centers bzw. für freie Mitarbeiterinnen und Volontäre, auf den Datenschutz oder die Sozialverträglichkeit bei Stellenabbau und Outsourcing beziehen.

Die Berichterstattung der Branche

Aus der Branche gehen fünf eigenständige Berichte in die Bewertung ein: die Printberichte der Deutschen Telekom[15] und von Vodafone D2 sowie die Online-Berichte von Axel Springer, SAP und O_2.

[15] Der Printbericht ging als Kerndokument ein, das Unternehmen veröffentlicht zudem einen dynamisch aktualisierten Online-Bericht.

Auch Bertelsmann veröffentlicht einen Online-Bericht zur Unternehmensverantwortung, der jedoch im August 2009 noch nicht vorlag, während der Vorgängerbericht bereits im Ranking 2007 bewertet worden war.

Vier Unternehmen können Nachhaltigkeitsberichte der Konzern-Mütter benennen: E-Plus verweist auf den jährlichen KPN Sustainability Report und veröffentlicht umfangreiche Informationen sowie themenspezifische Broschüren online in den Bereichen „Umwelt und Gesundheit“ und „Verbraucher- und Jugendschutz“. Fujitsu Technology Solutions verweist auf den jährlichen Fujitsu Sustainability Report und veröffentlicht auf der Website im Bereich „Soziale Verantwortung“ einzelne Informationen wie den Lieferantenkodex und die Lieferantenliste. Im Bereich „Umweltmanagement“ sind zudem umfangreiche Darstellungen zum Umweltschutz zu finden – beispielsweise „Green Case Studies“, Informationen zum Materialeinsatz oder Energiespartipps. HP Deutschland verweist auf den HP-Global Citizenship Report und informiert auf der eigenen Website unter „HP und die Umwelt“ beispielsweise über Programme und Richtlinien, Engagement, Zulieferermanagement oder auch Produktrücknahme und Recycling. IBM Deutschland schließlich verweist auf den IBM Corporate Responsibility-Report und veröffentlicht auf der Website im Bereich „Engagement und Verantwortung“ umfangreiche Informationen und themenspezifische Broschüren zu Chancengleichheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Corporate Governance, Energieeffizienz oder Umweltschutz.

Ein Unternehmen geht als Nicht-Berichterstatter in die Wertung ein: Der DKV veröffentlicht keinerlei nachhaltigkeitsrelevante Informationen.

Die Bewertungsergebnisse

Die Leistung des neu zugeschnittenen Branchenclusters ist nicht direkt mit der des 2007er Rankings vergleichbar. Eine interessante Notiz ist jedoch vielleicht, dass der Durchschnittswert der fünf Berichte exakt den 2007er Wert der Medienunternehmen trifft. Die 365 Punkte sind der dritthöchste Wert aller Branchen. Branchensieger O_2 kann sich mit 411 Punkten jedoch gerade unter den besten 20 Berichten platzieren. Die Branche hat daher vor allem eine starke Mitte: Springer, Telekom und Vodafone landen auf den Plätzen 23, 24 und 26. Erstberichterstatter SAP steigt auf Platz 43 ein.

Trotz starker Auf- und Abwärtsbewegungen der einzelnen Berichte: „Mittig“ sind auch die Durchschnittswerte bei den sozialen wie ökologischen Kriterien für Produktion, Produkte und auch Lieferkette, die jeweils den Gesamtdurchschnitten im Ranking entsprechen.

Die Berichterstattung zu den Interessen der Beschäftigten wird in diesem Jahr von allen Unternehmen stark vernachlässigt. Dies betrifft insbesondere die zentralen Fragen wie Entgelt- und Arbeitszeitpolitik, Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung, aber auch Aus- und Weiterbildung. Hier fehlt es durchgehend an Konkretisierungen und Verbindlichkeiten, das heißt an Darstellungen übergreifender Strukturen und an Quantifizierungen zum Stand der Umsetzung. Deutlich besser vermitteln die Unternehmen ihre Ziele und Normen sowie Maßnahmen und Leistungen bei der Gewährleistung von Vielfalt, Gleichstellung, Gesundheitsschutz (O_2 erreicht hier die volle Punktzahl) und Arbeitszufriedenheit. Der hohe Stellenwert dieser „weichen“ Themen entspricht in gewisser Weise dem Bild, das die Branche gern hinsichtlich Beschäftigtenstruktur und Arbeitsorganisation vermittelt, nur scheint hier eine Entkopplung von „Hard- und Software“ zu bestehen, die eher für die Produktentwicklung wünschenswert ist.

Themen im Bereich Produktverantwortung sind aber vorwiegend das Recycling der „Alt"-Geräte, gern in Kooperation mit Umwelt-Verbänden, und weniger die Verlängerung der Lebenszeiten der Geräte oder der Ausbau von Service-Angeboten, um beispielsweise mobilitätsbedingte CO_2-Emissionen zu reduzieren. Lediglich O_2 thematisiert zumindest die Relevanz entsprechender Entwicklungsanstrengungen. Das Unternehmen geht auch auf alle branchenspezifischen Herausforderungen bezüglich der Verbraucherorientierung und Kundeninformation ein (unter anderem Kinder- und Jugendschutz, Vermittlung von Medienkompetenz, verständliche Tarife und Rechnungen, Beratung und Service-Qualität, Kundeninformation zu spezifischen Risiken und Nutzungshinweise) und erhält hierfür die volle Punktzahl. Auf Fragen der ökologieorientierten Gestaltung des Produkt- und Leistungsportfolios, Schwachpunkt auch der anderen Unternehmen, geht O_2 jedoch kaum ein.

Die Berichterstattung zu produktionsökologischen Aspekten ist vor allem bei Axel Springer gut bis sehr gut – trotz einzelner Abstriche im Konzeptionellen bei den Themen Klimaschutz, Emissionsreduktion oder Logistik. Der Bericht enthält vor allem umfangreiche Darlegungen und Quantifizierungen zur grundlegenden Ressource Papier, in deren Rahmen zudem direkt Bezug zur Lieferkettenverantwortung genommen wird. Wesentliche Fragen zur Umweltverträglichkeit des Rohstoffabbaus und zur Effizienz des Materialeinsatzes bleiben von den anderen Unternehmen unbeantwortet. Zum Thema Klima und Energie berichtet dagegen Vodafone sehr gut: Das Unternehmen benennt konkrete CO_2-Minderungsziele und -potenziale, bildet differenziert die relevanten Daten ab, erläutert konkrete Effizienzmaßnahmen und stellt die Ergebnisse dar.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Angesichts der vielen Mutter-Berichte ist sicher kein quantitativer Ausbau der Berichterstattung zu erwarten. Raum zur qualitativen Weiterentwicklung ist jedoch gegeben und zwar bei den „harten" Mitarbeiterthemen wie Entgelt, Arbeitszeit, Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung, aber auch bei den Fragen zur systematischen Weiterbildung oder bei den sozialen und ökologischen Anforderungen im Rahmen von Produktentwicklung und Beschaffung.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Telefonica O2 Germany GmbH & Co. oHG	411	1	17	35	neu 2007
Axel Springer AG	382	2	23	8	4
Deutsche Telekom AG	372	3	24	37	10
Vodafone D2 GmbH	366	4	26	16	B
SAP AG	294	5	43	C	E
Bertelsmann AG	-	-	A	40	A
E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG	-	-	B	B	B
Fujitsu Siemens Computers GmbH	-	-	B	neu 2009	neu 2009
Hewlett-Packard GmbH	-	-	B	B	B
IBM Deutschland GmbH	-	-	B	B	B
DKV Euro Service GmbH + Co. KG	-	-	X	neu 2009	neu 2009

Tabelle 14: Ergebnisse der Berichterstattung – Medien und Informationsdienstleister

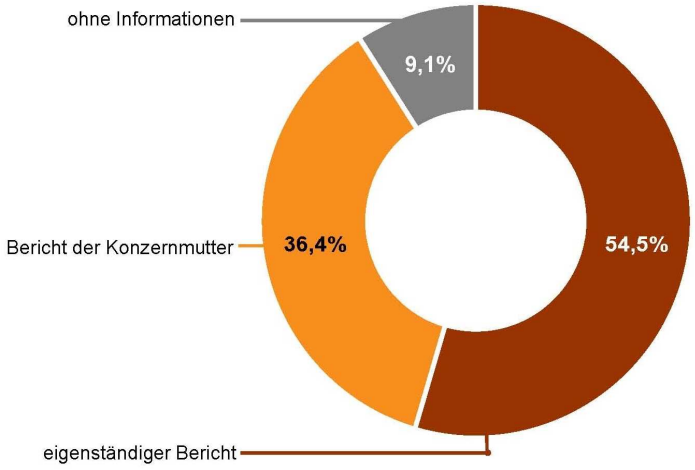

Abbildung 25: Klassifizierung der Berichterstattung – Medien und Informationsdienstleister

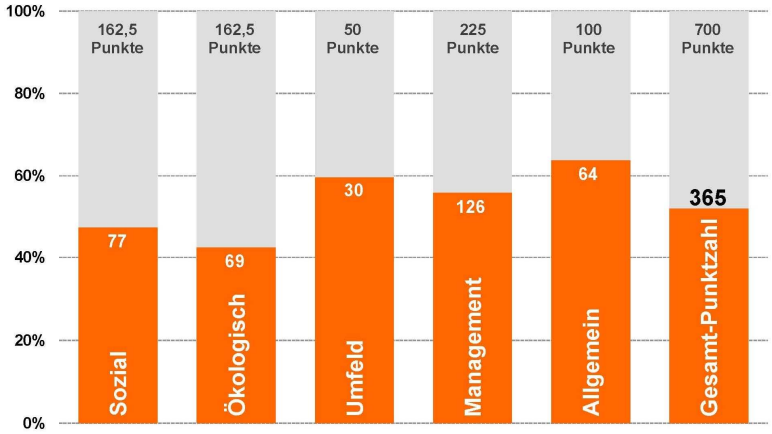

Abbildung 26: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Medien und Informationsdienstleister

4.12. Nahrungsmittelindustrie

Nahrungshersteller sind in der Weiterverarbeitung von Agrarrohstoffen zu Nahrungs- und Genussmitteln tätig. Üblicherweise decken diese Unternehmen eine Vielzahl sehr unterschiedlicher (Zwischen-)Produkte und Wertschöpfungsstufen ab, teilweise beginnend mit dem Anbau von Feldfrüchten über rohstoff- und produktspezifische Verarbeitungsschritte bis hin zum verpackten und verkaufsbereiten Konsumartikel.

In das Ranking 2009 gehen vier Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie ein: Nestlé Deutschland, die Oetker-Gruppe, TönniesFleisch sowie Südzucker. Die Humana Milchunion, im letzten Ranking noch als Nicht-Berichterstatter dabei, gehört derzeit nicht zu den 150 größten deutschen Unternehmen.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Aufgrund der engen Verflechtung mit der Landwirtschaft wird von der Nahrungsmittelindustrie erwartet, dass sie auch Verantwortung für die Herkunft landwirtschaftlicher Erzeugnisse übernimmt und dies über die Erläuterung der entsprechenden Standards, Strukturen und Instrumente abbildet. Die Produktion der verwendeten Agrarrohstoffe unter möglichst hohen Umwelt-, Tierschutz- und Sozialstandards stellt, gerade angesichts des hohen Wettbewerbsdrucks in der Branche, eine große Herausforderung dar.

Ein besonderer Fokus der Berichterstattung zum Umgang mit den Beschäftigten sollte auf den Darstellungen zu denjenigen Teilbranchen wie dem Schlachterei-Gewerbe liegen, die häufiger von Arbeitsrechtsverletzungen betroffen sind, und auch die Zulieferer aus der Landwirtschaft (z. B. im Schokoladen- oder Kaffeeanbau) einbeziehen.

Die Nahrungsmittelindustrie ist weiterhin in besonderem Maß von Verbraucherschutzthemen betroffen. Die Unternehmen sollten daher in ihren Berichten die Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit erläutern sowie die kurz- und langfristigen Gesundheitsauswirkungen der Produkte und der von der Industrie beworbenen Ernährungsweise diskutieren.

Die Berichterstattung der Branche

Südzucker, das einzige Unternehmen mit einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht in 2007, hat seine Berichterstattungsaktivitäten leider nicht fortgesetzt. Auf seiner Website bietet das Unternehmen noch immer den mittlerweile veralteten Bericht zum Download an; die Perspektive seiner weiteren Berichterstattung stellt es nicht heraus.

Nestlé Deutschland verweist wie 2007 auf die vielfältige Berichterstattung der Konzernmutter und bietet selbst umfassende Informationen und themenbezogene Broschüren vor allem zur Verbraucherorientierung an. Die Oetker-Gruppe vermittelt nur sehr allgemeine und geringfügige Informationen mit Nachhaltigkeitsbezug über die Website sowie den Geschäftsbericht. Eher unvermittelt lassen sich noch zwei themenspezifische Broschüren von Tochterunternehmen ausfindig machen. TönniesFleisch vermittelt im Internet mittlerweile einzelne Informationen zu „Tierschutz und Fleischqualität“, zur „Herkunftssicherung und Rückverfolgbarkeit“ und zu Corporate Citizenship-Aktivitäten. Das Unternehmen benennt einzelne Zertifizierungen vor allem im Bereich Qualität und verweist in einer Pressemitteilung auf eine „umfassende CO_2-Bilanz“, die jedoch nicht eingesehen werden kann.

Die Bewertungsergebnisse

Mangels bewertbarer Berichte können für die Nahrungsmittelindustrie keine Bewertungsergebnisse diskutiert werden.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Es gilt wie in 2007: Die Branche muss die gesellschaftlichen Transparenzanforderungen und Informationsbedürfnisse ernst nehmen und die Berichterstattung weiter ausbauen.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Nestlé Deutschland	-	-	B	B	B
Südzucker AG	-	-	C	A	E
Oetker-Gruppe	-	-	D	E	30
B. & C. Tönnies Gruppe	-	-	E	X	neu 2007

Tabelle 15: Ergebnisse der Berichterstattung – Nahrungsmittelindustrie

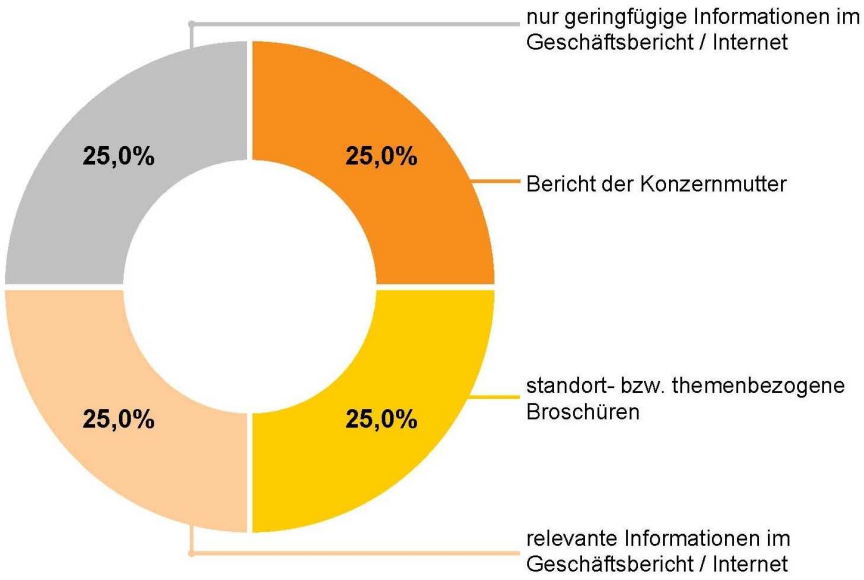

Abbildung 27: Klassifizierung der Berichterstattung – Nahrungsmittelindustrie

4.13. Transport / Logistik / Tourismus

Zum Branchencluster „Transport/ Logistik/ Tourismus“ zählen Unternehmen, die ihre Wertschöpfung hauptsächlich mit der Beförderung von Personen oder Gütern oder der Durchführung weiterer touristischer Dienstleistungen am Urlaubsort erzielen.[16] Elf der 150 größten deutschen Unternehmen erbringen Transport-Dienstleistungen zu Wasser, zu Luft, auf der Straße oder der Schiene bzw. sind ganz oder mit der umsatzstärksten Unternehmenssparte als Reisekonzern aktiv. Zwei weitere Unternehmen außerhalb der TOP 150, Hellmann und Fraport, haben wir zusätzlich einbezogen.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Durch einzelne, beispielsweise den Individualverkehr ersetzende Transportdienstleistungen können die betrachteten Unternehmen zwar Umweltschädigungen an anderer Stelle reduzieren. Gleichwohl sind wesentliche Umweltwirkungen der unterschiedlichen Transportmittel wie Emissionen an CO_2, Feinstaub oder Lärm, die Freisetzung umweltschädigender Stoffe, Flächenverbrauch und –zersiedelung oder die Beeinträchtigung von Ökosystemen zentrale Themen der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Neben der Steigerung der Prozesseffizienz (Vermeidung von Leerfahrten, Optimierung der Routenplanung, Steigerung der Auslastung) sind daher Kriterien für die Beschaffung hinsichtlich effizienter und leiserer Transportmittel sowie alternativer Antriebsformen und Treibstoffe darzustellen. Selbstverständlich spielen Aussagen zu Emissionen, Energie- und Ressourcenverbrauch, Flächennutzung und Biodiversität auch bei der Herstellung und Instandhaltung sowie dem Betrieb touristischer Infrastruktur eine Rolle. Zudem sind im Rahmen der Lieferkettenverantwortung Erläuterungen dazu gefragt, wie die Unternehmen als Nutzer der Transport-, Logistik bzw. Tourismus-Infrastruktur deren Bereitsteller bei der Umsetzung ökologischer Anforderungen unterstützen.

Entwicklungen wie Deregulierung, vermehrte Outsourcing-Aktivitäten und zunehmender Preiswettbewerb betreffen die betrachteten Teilbranchen zwar in unterschiedlichem Ausmaß, wirken aber übergreifend auf die Gestaltung der Arbeitsverhältnisse. Die Unternehmen sollten daher in ihren Berichten besonders auf die Gestaltung der Arbeitsbedingungen (auch bei Outsourcing), auf die Gewährleistung der Sozialverträglichkeit bei Stellenabbau und Umstrukturierung sowie insgesamt auf die Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner eingehen. Ein wesentlicher Aspekt der Mitarbeiterinteressen ist für Transport- und Logistik-Dienstleister die Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz wie beispielsweise die Reduzierung hoher Arbeitsbelastungen und Risiken im Fahrbetrieb. Bei den Touristikunternehmen stehen vor allem die globalen Arbeits- und Sozialstandards im Fokus.

Erwartet werden zudem Aussagen zur Umfeldverantwortung, beispielsweise hinsichtlich der ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen rund um große Infrastrukturobjekte wie Flughäfen, Bahnhöfe oder Häfen, in den Zielgebieten von Tourismusaktivitäten oder durch Dienstleistungsangebote und die Erhaltung von Infrastruktur in ländlichen Regionen.

[16] Automobilproduzenten und Produzenten der Transport-, Logistik- und Tourismusinfrastruktur zählen nicht zu dieser Branche. Eine Ausnahme hierbei bilden jedoch Hersteller von Bahninfrastruktur, die oft mit den Anbietern von Bahn-Mobilitätsdienstleistungen identisch sind.

Die Berichterstattung der Branche

Aus der erweiterten TOP 150-Liste legten im aktuellen Ranking sechs Unternehmen der Branche einen eigenständigen Bericht vor: Arcandor, die Deutsche Bahn, die Deutsche Lufthansa, die Deutsche Post sowie Hellmann und Fraport. Auch TUI veröffentlichte erneut einen Nachhaltigkeitsbericht, der jedoch zum Zeitpunkt der Bewertung noch nicht vorlag, während der Vorgängerbericht bereits im Ranking 2007 bewertet worden war.

Hapag Lloyd informiert im Internet im Bereich „Nachhaltigkeit“ zu Qualität und Umwelt, moderner Schiffstechnik und Stiftungsaktivitäten (mit geförderten Projekten und Kriterien) und veröffentlicht eine kleine Broschüre „Umweltbewusst aus Tradition“ sowie einen Flyer „Nachhaltigkeit auf einen Blick“.

Air Berlin veröffentlicht im Geschäftsbericht im Abschnitt „Soziale Verantwortung“ geringfügige Information zu Beschäftigung, Corporate Citizenship oder Umwelt – hier vor allem zu treibstoffsparenden Technologien, allerdings auch mit Aussagen wie „Die Luftfahrt gehört zu den Vorreitern in Sachen Klimaschutz“. Ebenfalls geringfügige Informationen, und zwar zu Qualitäts-, Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltaspekten, finden sich auf der Website von Kühne + Nagel Deutschland. Scholz und Dachser informieren auf ihren Websites in sehr knappen und recht allgemeinen Darstellungen zu Stoffkreisläufen bzw. zum „Engagement“.

Die Rethmann-Gruppe veröffentlicht keinerlei Informationen.

Die Bewertungsergebnisse

Die Branche wartet mit unterdurchschnittlichen Leistungen in der Berichterstattung auf. Dies gilt für das Gesamtergebnis ebenso wie für die einzelnen Kategorien bzw. Kriterien. Hinzu kommt fast durchweg eine Verschlechterung gegenüber den 2007er Ergebnissen. Die Branchensiegerin Deutsche Bahn immerhin konnte ihre Leistungen und die Platzierung weiter verbessern und fuhr mit 483 Punkten auf Platz 5 ein.

Arcandor rutschte um 30 Plätze nach unten – die Berichterstattung, zumal über drei Sparten, ist jedoch nicht das zentrale Problem des insolventen Konzerns. Die Deutsche Post bewegte sich dagegen gar nicht im Vergleich zu 2007 und blieb auf Platz 45. Fraport stieg bei der ersten Ranking-Teilnahme auf Platz 48 ein, während die Lufthansa leider aus den Rängen fiel. Hierhin schaffte es auch der zusätzlich aufgenommene, übrigens zweisprachige Bericht von Hellmann noch nicht.

Die Bahn zeigt ihren Status als Branchenbeste bereits im Bereich der strategischen Gesamtaufstellung. Sie erläutert die leitenden Unternehmenswerte, benennt vier unternehmensrelevante „Megatrends“, leitet die Herausforderungen für das Unternehmen ab, beschreibt die diesbezügliche strategische Aufstellung und den entsprechenden Nachhaltigkeitsmanagementansatz. Auf die Konsequenzen des Datenmissbrauchs im Unternehmen geht die Bahn offen und umfassend ein und zeigt strukturelle, personelle sowie kulturelle Konsequenzen auf.

Die Branchenleistung im Bereich der Mitarbeiterinteressen entspricht dem niedrigen Gesamtdurchschnitt im Ranking in diesem Bereich. Vor allem die Aussagen zu Entgeltpolitik und Arbeitszeitregelungen sind spärlich, bleiben mangels Systematisierungen und Quantifizierungen zu allgemein und werden kaum auf internationale Standorte oder die Arbeitnehmerüberlassung bezogen. Arbeits- und Sozialstandards werden ebenso selten thematisiert; vereinzelt erfolgt der Verweis auf den Global Compact. Arbeitnehmervertretungen werden in

der Regel benannt, die Zusammenarbeit mit ihnen wird jedoch kaum dargestellt. In diesem Zusammenhang gibt es auch nur wenige Angaben zu Umfang, Richtung und Gestaltung von Personalstandsbewegungen.

Arcandor und die Bahn erfüllen die Anforderungen auch nicht voll, heben sich aber durch substanziellere Aussagen von den anderen Unternehmen ab. Arcandor beispielsweise sieht sich in einem regelmäßigen und konstruktiven Dialog mit den Arbeitnehmervertretungen, geht auf Standortschließungen und Umstrukturierungen ein und zeigt die Konsequenzen für die Beschäftigten sowie die Maßnahmen zu deren sozialverträglicher Abfederung auf.

Der Arbeits- und Gesundheitsschutz spielt trotz der breiten Relevanz eine sehr unterschiedliche Rolle in der Berichterstattung der Branche. Lediglich Fraport wartet hier mit umfassenden Informationen auf. Das Unternehmen benennt die Gesamtverantwortung für das Thema, verweist auf eine Grundsatzerklärung zum Arbeits- und Gesundheitsschutz, bildet die Schwerpunktziele ab, erläutert die Entwicklung von Unfallzahlen und Gesundheitsquote vor dem Hintergrund des Gesundheitsmanagements und macht eine Fehlanzeige für das Auftreten von Berufskrankheiten im Berichtsjahr.

Klimaschutz ist ein zentraler Punkt in den Berichten der Branche – jedoch auch der einzige aus dem Bereich Produktionsökologie. Abgesehen von der Bahn und mit Einschränkungen Fraport, den beiden besten in der Klimaberichterstattung, berichtet kein Unternehmen substanziell zu den weiteren Anforderungen. Leerstellen ergeben sich vor allem in der Berichterstattung zu Schadstoffemissionen und Lärm, zu Unfällen und zu Naturschutz, Flächennutzung und Artenvielfalt. Auch hier fehlt es vor allem an Quantifizierungen – häufig sogar an jeglichen Angaben.

Beim Klimaschutz ist, wie angedeutet, die Datenlage sehr viel besser. Hellmann beispielsweise macht differenzierte Angaben zum Treibstoffverbrauch, zu den CO_2-Emissionen der Lkw und zur CO_2-Emissionsminderung durch die Verlagerung von Transporten auf die Schiene. Der Energieeinsatz wird differenziert nach Einsatzbereich und Energieträgern aufgeschlüsselt. Das Unternehmen erläutert seine klimaschutzbezogenen Ziele und Ausgleichmaßnahmen zur Verringerung der CO_2-Emissionen. Zur vollen Punktzahl fehlen vor allem die CO_2-Äquivalente aus der Emission anderer treibhausrelevanter Gase.

Inwieweit die Dienstleistungsunternehmen ihr Leistungsangebot weiterentwickeln und sich dabei an Anforderungen sozialer und ökologischer Verträglichkeit orientieren, wird zumindest aus den Berichten nicht wirklich deutlich. Die Lufthansa präsentiert zumindest ihre Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten zur technischen Optimierung bezogen auf Treibstoffverbrauch und Lärm. Die Bahn thematisiert die nachhaltige Verkehrsgestaltung und beschreibt die Verlängerung der Mobilitätskette für Bahnreisende durch Angebote wie Mietfahrräder oder verkehrsmittelübergreifende Fahrkarten.

Verbraucherorientierung und Kundeninformation ist ein zentrales Thema allein bei Arcandor – und dies nicht nur mit Blick auf die Handelssparte. Im Touristik-Bereich werden vor allem Punkte wie Kundenzufriedenheit und Beschwerdemanagement, Reiseangebote für spezifische Bedürfnisse, Kennzeichnungen umweltfreundlicher Hotels oder Informationsmaterialien zum nachhaltigen Wirtschaften in Hotels angesprochen. Insgesamt ist der Bereich Produktverantwortung mit einem Branchendurchschnitt von knapp 2 Punkten deutlich unterdurchschnittlich im Gesamtvergleich – die niedrigen Werte für die strategierelevanten Aussagen in den Berichten deuteten dies bereits an.

Geringer noch als die Aussagen zur Produktverantwortung sind diejenigen zur Verantwortung in der Lieferkette. Es ist wieder die Bahn, die hier zumindest drei Punkte in den Branchenschnitt von 1.3 Punkten einbringt. Sie verpflichtet sich zu fairem und verantwortungsbewusstem Umgang mit den Partnern, setzt auf langfristige Zusammenarbeit und verpflichtet Lieferanten zur Einhaltung von Gesetzen sowie Umwelt- und Sozialstandards. Das dahinter liegende System zur Lieferantenbewertung und –entwicklung wird allerdings nicht deutlich. Außer bei Arcandor ist jedoch bei den anderen Unternehmen nicht einmal ersichtlich, dass es überhaupt Lieferbeziehungen gibt. Ähnliches gilt für die regionale Verantwortung im Umfeld der Standorte, die vor allem aus der Perspektive des breiteren gesellschaftlichen Engagements thematisiert, jedoch kaum auf die Geschäftstätigkeit vor Ort bezogen wird.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Bei den Anbietern transportbezogener Dienstleistungen kann es nicht nur um das reine „Strecke machen“ entlang einschlägiger Kriteriensets zur Berichterstattung gehen, um im Fahrtenbuch Häkchen zu setzen. Vielmehr empfehlen sich gezielte Stopps an den relevanten Stationen (Arbeitsbedingungen und Umweltschutz im Leistungsprozess, Sozial- und Umweltverträglichkeit der Angebotspalette, Lieferanten- und Umfeldbeziehungen) zur substanziellen Erfassung, Bewertung und Weiterentwicklung der standortspezifischen Daten und Informationen. Und natürlich sind Mitreisende aus der Branche gesucht.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Deutsche Bahn AG	483	1	5	12	A
Arcandor	335	2	34	4	2
Deutsche Post AG	282	3	45	45	34
Fraport	273	4	48	neu 2009	neu 2009
Deutsche Lufthansa AG	-	-	A	26	18
Hellmann Worldwide Logistics GmbH & Co. KG	-	-	A	neu 2009	neu 2009
TUI AG	-	-	A	21	21
Hapag-Lloyd AG	-	-	D	-	B
Air Berlin plc. & Co. Luftverkehrs KG	-	-	E	neu 2009	neu 2009
Dachser GmbH & Co. KG	-	-	E	X	neu 2007
Kühne & Nagel Deutschland	-	-	E	neu 2009	neu 2009
Scholz AG	-	-	E	neu 2009	neu 2009
Rethmann AG & Co. KG	-	-	X	X	neu 2007

Tabelle 16: Ergebnisse der Berichterstattung – Transport/ Logistik/ Tourismus

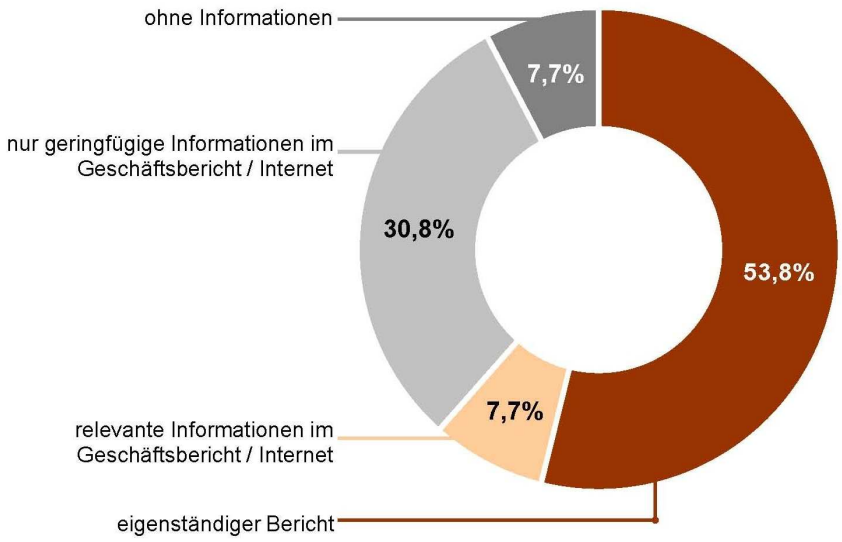

Abbildung 28: Klassifizierung der Berichterstattung – Transport/ Logistik/ Tourismus

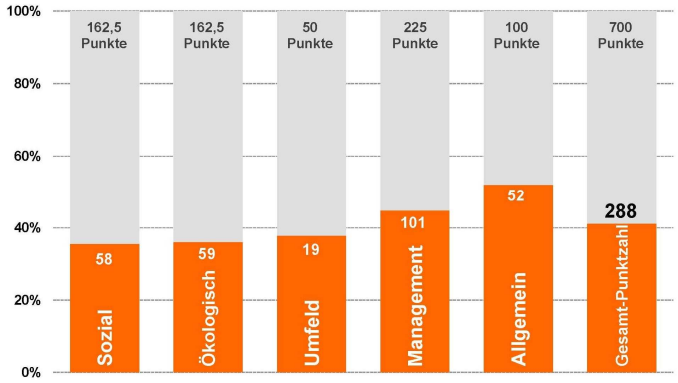

Abbildung 29: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Transport/ Logistik/ Tourismus

4.14. Versicherungen

Versicherungsunternehmen bieten Versicherungsnehmern gegen Zahlung risikoabhängiger Prämien einen Versicherungsschutz für klar definierte Schadensfälle.

In das Ranking geht regelmäßig eine feste Anzahl von 15 Versicherern ein, die sich nach der Summe der Beitragseinnahmen bestimmen. Dabei zeigt sich eine Veränderung gegenüber 2007: Die Kölnische Rück ist aufgrund der Übernahme durch die General Reinsurance Corporation nicht mehr dabei, dafür ist die Nürnberger Versicherungsgruppe neu in der Liste enthalten.

Die berücksichtigten Unternehmen, die in der untenstehenden Tabelle aufgeführt sind, bieten Versicherungsprodukte für Privat-, Gewerbe- und Industriekunden an.[17] Unterschiede bestehen hinsichtlich der Internationalität der Unternehmen: Während die größten drei Unternehmen (Allianz, Münchener Rück, Talanx) umfangreiche internationale Aktivitäten vorweisen, sind alle weiteren Unternehmen fast vollständig auf dem deutschen Markt tätig. Drei Unternehmen (Generali, Axa, Zurich) bündeln die deutschen Aktivitäten internationaler Konzerne.

Nachhaltigkeitsherausforderungen

Wichtige ökologische Themen für Versicherungsunternehmen sind der Umgang mit neuen Risiken wie dem Klimawandel und resultierenden Schadensereignissen sowie mit Risiken, die aus dem Einsatz neuer Technologien entstehen. Neue soziale Risiken stellen geopolitische Umwälzungen, der demografische Wandel oder neue Gesundheitsrisiken dar. Versicherungsunternehmen können hierbei durch innovative und verantwortliche Produktgestaltung zur Entwicklung von Lösungen beitragen. Für die Versicherer haben wir daher die allgemeinen Ranking-Kriterien vor allem für die Berichterstattung im Bereich Produktverantwortung spezifiziert, welche auch Fragen der Kundeninformation und des Verbraucherschutzes einbezieht.

Dabei ist es essenziell, allen Betroffenen passende Produkte zu fairen Konditionen anbieten zu können – sei es durch die Entwicklung von Produkten für Gruppen mit besonderen Bedürfnissen (z. B. Mikroversicherungen) oder durch eine entsprechende Gestaltung des Versicherungsvertriebs und seiner Anreizstrukturen. Auch die Verwaltung von Kundengeldern und der Versicherungsrücklagen sollte unter Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Kriterien erfolgen.

Während Versicherungen als Instrumente des Risikomanagements einen grundsätzlichen gesellschaftlichen Nutzen haben, müssen Versicherungsunternehmen dennoch auch die indirekten Auswirkungen ihrer Produkte in Betracht ziehen. Beispielsweise sollten bei der Versicherung von Großrisiken (z. B. bei großen Bauprojekten) auch nicht versicherungstechnisch relevante ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt werden.

Spezifikationen der allgemeinen Ranking-Kriterien ergeben sich auch im Bereich der Betriebsökologie. Hier geht es wie bei anderen Dienstleistern in erster Linie um Fragen des Energie- und Gebäudemanagements sowie des Materialverbrauchs. Mit Blick auf die eigenen MitarbeiterInnen stehen wie in anderen Branchen Fragen wie Arbeitsplatzsicherheit,

[17] Die Allianz war im Berichtszeitraum noch Eigentümerin der Dresdner Bank, allerdings war der Verkauf an die Commerzbank zum Zeitpunkt der Berichtsveröffentlichung schon weit fortgeschritten, weshalb der Bericht dieses Geschäftsfeld bereits nicht mehr thematisiert.

Entlohnung bzw. Lohngerechtigkeit und Arbeitszeitmodelle im Vordergrund. Besondere Anforderungen ergeben sich aufgrund der Vielzahl freier Vertriebsmitarbeiter: Neben der Gestaltung von Bezahlung und Anreizstrukturen spielt hier auch die Fort- und Weiterbildung und damit die Qualitätssicherung in der Beratung eine Rolle. Bei der Darstellung der Verantwortung in der Lieferkette sollten Versicherer insbesondere auf die von ihnen eingesetzten Dienstleister (z. B. externe Call Center, Wachschutz, Reinigungsunternehmen) und auf die Beschaffung und Entsorgung von Computer-Hardware eingehen.

Die Berichterstattung der Branche

Eigenständige Berichte legen die Allianz und die Münchener Rück vor. Beide veröffentlichen Online-Berichte; der Bericht der Allianz wurde erstmals einbezogen. Sie verfügt zudem über weitere Dokumente wie eine Zusammenfassung, den Global Compact Fortschrittsbericht oder den Bericht für das Carbon Disclosure Project (CDP). Auch die Münchener Rück verweist aus ihrem Online-Bericht heraus auf eine Reihe weiterer Dokumente wie „SRI-Reports“, den Verhaltenskodex, Umwelterklärungen und weitere themenbezogene Broschüren.

Generali Deutschland und Axa verweisen auf Berichte der Konzernmütter; weitere geringfügige Darstellungen im Internet und im Geschäftsbericht finden sich bei Axa.

Die Gothaer veröffentlicht jährliche Umweltberichte und war damit im letzten Ranking vertreten. Da die Berichterstattung nicht wie erwartet erweitert worden ist, beziehen wir diese sehr umfangreichen Darstellungen zum Umweltschutz nicht erneut in die Bewertung ein. Bei der HUK-Coburg findet sich etwas versteckt im Daten&Fakten-Bereich der Website ein umfangreicher Personalbericht; umweltbezogene Informationen fehlen allerdings.

Die Nürnberger Versicherungsgruppe veröffentlicht im Internet viel zu Sponsoring-Aktivitäten, ansonsten aber nur geringfügige Informationen zum Thema Beruf und Familie. Die Provinzial Nordwest stellt im Internet umfangreich die Kulturstiftung vor und macht im Geschäftsbericht auf zwei Seiten geringfügige Aussagen zu Mitarbeiterinteressen. Auch die Zurich Gruppe Deutschland veröffentlicht im Internet vor allem Informationen zu den Corporate Citizenship-Aktivitäten; im Rahmen der Umwelt-Verantwortung verweist sie vor allem auf eine Klimainitiative und die Aussagen hierzu auf der internationalen Website.

Der R+V-Geschäftsbericht enthält geringfügige Aussagen zu sozialen Aspekten, unter anderem einen Themenschwerpunkt „Frauen“, der sich auf Anforderungen an die Produktgestaltung bezieht. Die Debeka veröffentlicht auf der Website ein Unternehmensleitbild, das Aussagen zum Selbstverständnis, zu Beschäftigten und zur gesellschaftlichen Verantwortung enthält. Die Versicherungskammer Bayern trifft in ihrer online verfügbaren Unternehmenspräsentation knappe Aussagen zum Engagement und zu den Beschäftigten, die sie im Geschäftsbericht durch weitere geringfügige Informationen zum Klimaschutz und zu Mitarbeiterinteressen ergänzt. Signal Iduna Gruppe veröffentlicht auf der Website lediglich ein sehr allgemein gehaltenes Leitbild und geringfügige Informationen zum gesellschaftlichen Engagement. Talanx sowie die Wüstenrot & Württembergische-Gruppe vermitteln im Geschäftsbericht nur sehr geringfügige Informationen beispielsweise zu Beschäftigten und allgemein zu Nachhaltigkeit bzw. gesellschaftlicher Verantwortung.

Die Bewertungsergebnisse

Zwei Berichte bei 15 teilnehmenden Unternehmen und ein mit 300 Punkten deutlich unterdurchschnittlicher Branchenwert: Die Berichterstattung der Versicherer zeigt quantitativ wie qualitativ Entwicklungsbedarf. Inhaltlich liegt dieser weiterhin vor allem im Bereich der sozialen, aber auch der managementbezogenen und der allgemeinen Berichtsanforderungen.

Mit Platz 41 für die Allianz und Platz 46 für die Münchener Rück liegen die beiden Berichte in der Gesamtbewertung sehr eng beieinander. Die Allianz erreicht ihre etwas höhere Gesamtpunktzahl von 321 Punkten vor allem durch umfassendere, gleichwohl eher allgemein gehaltene Angaben im Bereich Management und Strategie, wo es die Münchener Rück an grundlegenden Angaben fehlen lässt.

Nachdem anstelle des reinen Umweltberichts der Gothaer diesmal der Nachhaltigkeitsbericht der Allianz in die Branchenwertung eingeht, erbringt die Berichterstattung zu sozialen Aspekten zwar einen größeren Ergebnisbeitrag als im letzten Ranking. Dennoch bleibt unter anderem die Güte der Angaben zu Mitarbeiterinteressen erneut weit hinter der zur Betriebsökologie zurück. Beispielsweise sind die Aussagen zur Entgeltpolitik in beiden Berichten mangelhaft; es fehlt insbesondere die Darstellung der Anreizstrukturen gerade für die VertriebsmitarbeiterInnen. Erläuterungen zur Arbeitszeitgestaltung sind quasi nicht vorhanden; auch Fragen der Gewährleistung von Arbeitnehmerrechten, Vielfalt und Gleichstellung werden jenseits programmatischer Erwähnungen und der Abbildung von Einzelbeispielen nicht systematisch behandelt. Relevantere Aussagen finden sich mit Einschränkungen zum Gesundheitsschutz und zur Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung, sodass die Unternehmen letztlich noch einen Branchendurchschnitt nahe dem Gesamtdurchschnitt erreichen (1.8 gegenüber 2.0 Punkten).

Wie angedeutet liegt die Stärke der Berichte in den Darstellungen zur Betriebsökologie, die mit einem Schnitt von 3.5 diejenigen der Banken noch übertreffen. Allerdings sehen sich die Finanzdienstleister hier auch geringeren Erwartungen gegenüber als Industrieunternehmen. Sehr gut gelöst ist unter anderem die Berichterstattung zu Energiemanagement und Klimaschutz. Die Allianz beispielsweise berichtet umfassend über Klimastrategie, -ziele und -ergebnisse, wofür sie auf ein umfangreiches CDP-Response-Dokument verweist. Die erforderlichen quantitativen Angaben zu Energieverbrauch, Energieträgern und CO_2-Emissionen werden detailliert ausgewiesen. Die Münchener Rück konzentriert sich bei ihren Darstellungen leider auf den Standort München und lässt konzernweite Angaben vermissen.

Auf die Produktverantwortung gehen die Versicherer durchschnittlich gut ein. Beide Berichte stellen umfassend ihre Beiträge zur Risikoforschung beispielsweise zum Klimawandel, zu demografischen oder technologischen Risiken dar und gehen auf Nachhaltigkeitskriterien bei der Vermögensverwaltung ein. Ein zentraler Aspekt in den Berichten ist die Förderung umweltschonender Produkte vor allem im Bereich Erneuerbarer Energien; die Berücksichtigung sozialer und ökologischer Wirkungen bei der Versicherung von Großrisiken wird jedoch nur ansatzweise dargestellt. Auch Fragen des Verbraucherschutzes und der Kundenorientierung werden kaum beleuchtet. Dies senkt die Branchenbewertung zur Produktverantwortung auf einen Durchschnittswert von 2.3 Punkten ab.

Besonders arm an Aussagen sind die Berichte im Bereich der Lieferkettenverantwortung, die sie zwar erwähnen, aber mit keinerlei systematischen Darstellungen zu Ansatz und Umsetzung von Lieferanten- bzw. Dienstleisterbewertung und -entwicklung untermauern. Zudem gehen sie nicht auf die Branchenspezifika ein, was den Versicherern gerade einen dreiviertel Punkt bei einem Bewertungsgesamtdurchschnitt in diesem Kriterium von 2.25 Punkten einbringt.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Positiv ist: Die Branche weist deutlich weniger „X-Unternehmen“ auf als im letzten Ranking. Diese Entwicklung ist jedoch nur dann wirklich gut, wenn die neuen Informationen über die Zeit nachgehalten und über ein Minimalmaß hinaus ausgebaut werden. Im Sinne eines größeren gesellschaftlichen Nutzens der Branche erwarten wir daher, dass sie uns auch einer nachhaltigen und transparenten Unternehmensführung versichert. Der Ausbau der Berichterstattung zu sozialen Themen steht dabei weiterhin auf der Agenda.

Unternehmen	Punkte	Rang 2009		Rang 2007	Rang 2005
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Allianz Group	321	1	41	C	A
Münchener-Rück-Gruppe	279	2	46	33	23
Axa Konzern AG	-	-	B	B	B
Generali Deutschland Holding AG (ehem. AMB Generali)	-	-	B	X	neu 2007
Gothaer Konzern	-	-	C	A	C
HUK-Coburg Versicherungsgruppe	-	-	C	X	X
Nürnberger Versicherungsgruppe	-	-	E*	neu 2009	neu 2009
Provinzial NordWest Holding AG	-	-	E*	X	neu 2007
Zurich Gruppe Deutschland	-	-	E*	E*	neu 2007
Debeka Versicherungen	-	-	E	X	X
R+V-Konzern	-	-	E	X	X
Signal Iduna Gruppe	-	-	E	X	X
Talanx	-	-	E	X	neu 2007
Versicherungskammer Bayern	-	-	E	E*	X
Württembergische Versicherungen	-	-	E	neu 2009	neu 2009

Tabelle 17: Ergebnisse der Berichterstattung – Versicherungen

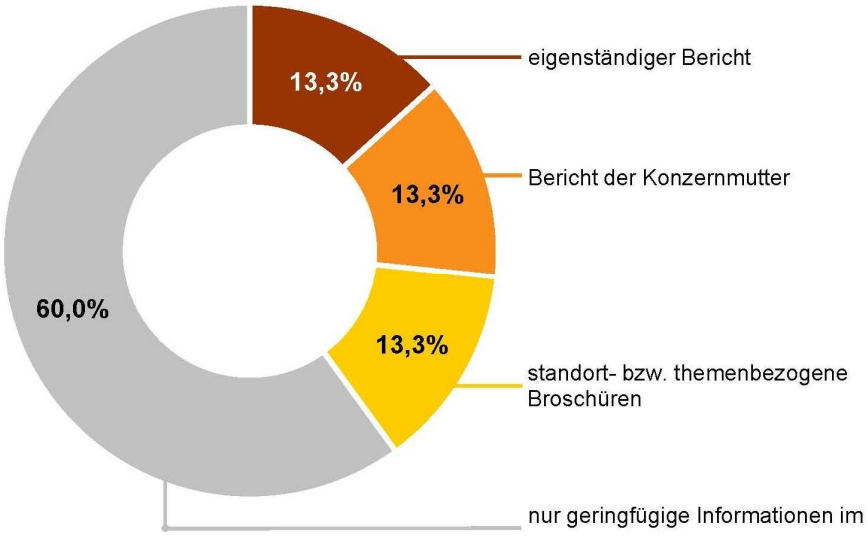

Abbildung 30: Klassifizierung der Berichterstattung – Versicherungen

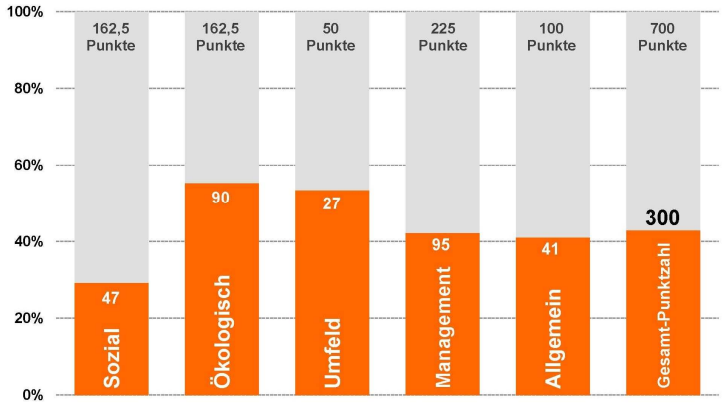

Abbildung 31: Durchschnitt Erfüllungsgrad und Punkte in den Kategorien – Versicherungen

5. Zusammenfassung und Ausblick

In das aktuelle IÖW/future-Ranking gingen 160 Unternehmen ein: Neben den 150 größten Unternehmen bezogen wir zehn weitere, etwas kleinere Berichterstatter ein, die beispielsweise neue Entwicklungen in Branchen wie dem Handel widerspiegeln, die bislang vergleichsweise wenig Transparenzbemühungen zeigten.

Von den 160 Unternehmen gingen 60 mit einem eigenständigen Bericht in die Bewertung ein. Davon sind 13 reine Online-Berichte; die anderen beziehen zum überwiegenden Teil das Internet zumindest für ergänzende Informationen oder Dokumente wie beispielsweise Zahlen und Abbildungen oder Verhaltenskodizes ein. Drei Viertel der Berichte weisen einen GRI-Index auf, stützen sich also explizit auf die Indikatoren der Global Reporting Initiative; in Einzelfällen verweisen die Unternehmen auf ein ausführliches GRI-Dokument neben dem Bericht. Ein Drittel der Berichte wurde von den Unternehmen zugleich als Global Compact Fortschrittsbericht deklariert.

Die Zahl der Nicht-Berichterstatter ist mit 40 fast identisch zum letzten Ranking, in dem 39 Unternehmen geringfügige oder keinerlei Informationen zu den sozialen und ökologischen Aspekten ihrer Aktivitäten veröffentlichten. Ein dennoch positiver Trend, der bereits im 2007er Ranking festgestellt werden konnte, setzte sich weiter fort: Nur noch wenige der größten deutschen Unternehmen verschließen sich völlig den gesellschaftlichen Transparenzanforderungen – von 24 Unternehmen in 2007 sind es nur mehr noch 12, die jegliche Informationen zu den sozialen und ökologischen Auswirkungen ihres Unternehmenshandelns verweigern. 28 der als Nicht-Berichterstatter eingestuften Unternehmen, und damit 15 mehr als 2007, nehmen hierzu zumindest in begrenztem Umfang Stellung, entweder im Geschäftsbericht oder eingebaut in ihre allgemeine Web-Präsenz. Allerdings sind ihre Darlegungen noch weit entfernt davon, den Informationsbedarf der Breite der kritischen Stakeholder substanziell zu befriedigen.

Das IÖW/future-Ranking 2009 wartete mit grundlegend neu gefassten Kriterien für die Berichtsbewertung auf, die mit erhöhten Anforderungen an die Berichte einhergehen. Die Bewertungsergebnisse zeigen, dass die Berichterstatter diesen Anforderungen gewachsen sind, da sie in fast allen Kategorien leichte Verbesserungen erzielten. Die Kriterienanforderungen werden von der Gesamtheit der Berichte zu 50 % erfüllt; der beste Bericht erreicht hier einen Wert von 76 %. Am besten werden insgesamt die allgemeinen Erwartungen an eine gute Praxis der Berichterstattung bedient, die Aspekte der Glaubwürdigkeit, der Vergleichbarkeit und der kommunikativen Qualität umfassen.

Die sozialen Kriterien, die sich auf die Interessen der Beschäftigten, der KundInnen, der Lieferanten und des breiteren gesellschaftlichen Umfelds beziehen, werden mit 45 % weiterhin am wenigsten gut erfüllt. Allerdings ist hier nach 38 % in 2005 und 42 % in 2007 eine kontinuierliche Weiterentwicklung zu erkennen. Schwachstellen gerade bei den Aussagen zu den Mitarbeiterinteressen sind noch immer die Erläuterungen zur Politik und Praxis der Arbeitszeitregelungen, aber auch der Entgeltgestaltung. Vor allem die Einbeziehung der internationalen Standorte sowie der befristeten und Leiharbeitsverhältnisse in die Darlegungen sind deutlich mangelhaft: Diese gehen häufig nicht wesentlich über einen Verweis auf die Anerkennung globaler Standards hinaus bzw. beziehen sich allein auf die Festanstellungen. Ein wesentliches Thema wie Entgeltgerechtigkeit ist quasi nicht präsent in den Berichten, wenn

man vom allgemeinen Bekenntnis zur Nicht-Diskriminierung absieht und eine konsequente Reflexion des Faktischen erwartet.

Mit 533 Punkten liegt die Gesamtleistung des besten Berichts des IÖW/future-Rankings 2009 erneut klar über der 500er Marke. Insgesamt haben sich deutlich mehr Berichte als 2007, nämlich 13 statt 7, in die Spitzengruppe mit 450 Punkten und mehr geschoben; in Einzelfällen waren Verbesserungen um 20-30 Plätze zu verzeichnen, beispielsweise wenn ein Umweltbericht zum Nachhaltigkeitsbericht erweitert worden war. Die Zahl der Berichte mit weniger als 250 Punkten sank nur leicht von 13 auf 11. Der Durchschnittswert stieg insgesamt trotz erhöhter Anforderungen um 11 auf 347 Punkte. Die 19 Berichterstatter, die ihren Bericht zugleich als Global Compact Fortschrittsbericht sehen und in der Mehrzahl auch explizit nach GRI berichten, schneiden dabei mit einem Durchschnitt von 402 Punkten deutlich am besten ab. Hierunter finden sich neun der 15 besten Berichte.

Die Unternehmen der TOP 150 verteilen sich auf zwölf Branchen. Die größten Ranking-Branchen bilden die Handels- und Technologieunternehmen sowie die Unternehmen der Chemie- und der Grundstoffindustrie. Auf die meisten Berichte, bezogen auf die Branchengröße, können die Banken, die Autohersteller und die Chemieunternehmen verweisen. Die besten Durchschnittswerte wiederum erzielten die Autohersteller, die Technologie- und die Medienunternehmen bzw. Informationsdienstleister. Führen wir diese Angaben zusammen, ergeben sich die besten Branchenleistungen bei den Autoherstellern, den Banken und den Chemieunternehmen. Die Unternehmen der Grundstoffindustrie, die Versicherungen und vor allem die Nahrungsmittelhersteller, die diesmal mit keinem einzigen Bericht im Ranking vertreten sind, schneiden am schlechtesten ab.

Womit setzen sich derzeit die besten Berichte von der Gesamtgruppe ab? Ein besonders hoher Zusammenhang mit der Gesamtleistung zeigt sich bei den Kriterien Vision, Strategie und Management, Mitarbeiterinteressen sowie Glaubwürdigkeit: Unternehmen, die insgesamt gut abschnitten, erzielten auch in diesen Kriterien hohe Werte, während die anderen Unternehmen am ehesten hier an Punkten verloren. Ein sehr guter Berichterstatter bildet beispielsweise neben globalen nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmensleitlinien auch die entsprechenden globalen Managementstrukturen, Controlling- und Monitoringsysteme ab, erläutert die „Einpreisung“ von Nachhaltigkeitsfaktoren in Strategien, Verantwortlichkeiten und Entscheidungen und zeigt – als Nachweis des systematischen Durchdeklinierens eines Nachhaltigkeitsmanagements auf allen Ebenen – Auditierungen beispielsweise für Umweltschutz, Qualitätssicherung, Gesundheit und Sicherheit über die Breite der Standorte. Angaben zu Rechtsverstößen und Fällen von Korruption bzw. Fehlanzeigen ergänzen die systematischen Ausführungen zur Compliance-Organisation.

Sehr gute Berichterstatter geben sowohl die handlungsorientierenden Normen und Standards in der Beschäftigungspolitik als auch Programme, Maßnahmen, Daten und Fakten für deren Umsetzung an; Beispiele sind repräsentativ gewählt und durch ihre besondere Relevanz begründet. Die Stellungnahme der Unternehmensführung beschränkt sich nicht auf eine Begrüßung der LeserInnen, sondern ordnet die Nachhaltigkeitsstrategie in die strategische Gesamtausrichtung ein, benennt zentrale Ergebnisse im Berichtszeitraum und erläutert die weiteren Ziele und Aktivitäten des Unternehmens. Als Ausweis erhöhter Glaubwürdigkeit ist auch die Einbeziehung externer Bewertungen der Unternehmens- oder der Berichtsleistung zu sehen: Die sehr guten Berichte diskutieren positive wie auch negative Ergebnisse

von Ratings oder Stakeholderbefragungen, enthalten kritische externe Stellungnahmen oder ein Testat über die externe Berichtsprüfung.

Wenn die sehr guten Berichterstatter zentrale aktuelle Herausforderungen besonders herausheben, geht das nicht zulasten der Darstellungen zu den weiteren Kriterien. Dies kann unseres Erachtens auch nicht die Konsequenz der Materialitätsanalysen sein, auf die mittlerweile häufig verwiesen wird. Die Berichterstattung läuft dabei nicht Gefahr, aufgebläht und unleserlich zu werden, solange beispielsweise das Internet, Vorgängerberichte oder andere Dokumente für vertiefende bzw. ergänzende Darstellungen hinzugezogen und sauber mit den grundlegenden Aussagen im aktuellen Kerndokument verknüpft werden.

Vor allem die medienübergreifende Verknüpfung wird in der Berichterstattung weiter zunehmen. Der reale Nutzen in Form insgesamt erhöhter Transparenz über die Breite der aus Stakeholdersicht relevanten Aspekte steht und fällt jedoch mit der Qualität der Umsetzung. Die Unternehmen aus der Spitzengruppe haben hier zum Teil bereits gute Systeme vorgelegt, erreichen sie ihre hohen Wertungen doch in einigen Fällen mit recht schmalen Berichten.

Inwieweit in diesem und den anderen genannten Aspekten die weiteren Berichterstatter nachziehen, werden wir im nächsten Ranking begutachten. Die Kriterien werden wir dafür nicht erneut grundlegend überarbeiten, sondern lediglich in Einzelbereichen anpassen – abhängig von den Erfahrungen, die wir mit den neuen Kriterien in diesem Bewertungsdurchgang machten, sowie von den dann relevanten Entwicklungen. Damit wollen wir der orientierenden Funktion des IÖW/future-Rankings für die Berichte, die nun bereits wieder erstellt werden, nachkommen und Lernprozesse bei allen Beteiligten zulassen.

6. Anhang

6.1. Gesamttabelle

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punktzahl 2009	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005
1	BASF-Gruppe	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**533**	1	3	13
2	Siemens AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	**524**	2	C	A
3	BMW Group	Automobil	**518**	3	10	9
4	RWE AG	Energieversorger	**507**	4	2	6
5	Deutsche Bahn AG	Transport / Logistik / Tourismus	**483**	5	12	A
6	Volkswagen	Automobil	**478**	6	9	7
7	Daimler	Automobil	**476**	7	27	14
8	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	**475**	8	19	10
9	Landesbank Baden-Württemberg	Banken	**467**	9	38	33
10	Otto Group	Handel / Bekleidung	**457**	10	1	3
11	Henkel AG & Co. KGaA	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**456**	11	14	1
12	Bayer AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**454**	12	7	31
13	Merck KGaA	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**451**	13	12	26
14	E.ON AG	Energieversorger	**431**	14	20	C
15	Robert Bosch GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	**431**	15	15	12
16	Miele & Cie. KG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	**427**	16	30	17
17	Telefónica O2 Germany GmbH & Co. oHG	Medien & Informationsdienstleister	**411**	17	35	–
18	Tchibo GmbH	Handel / Bekleidung	**410**	18	C	–
19	K+S Aktiengesellschaft	Grundstoffe	**405**	19	24	A
20	HypoVereinsbank	Banken	**403**	20	22	7
21	REWE Group	Handel / Bekleidung	**394**	21	C	X
22	WestLB AG	Banken	**391**	22	5	A
23	Axel Springer AG	Medien & Informationsdienstleister	**382**	23	8	4
24	Deutsche Telekom	Medien & Informationsdienstleister	**372**	24	37	10
25	Commerzbank AG	Banken	**363**	25	46	D
26	Vodafone D2 GmbH	Medien & Informationsdienstleister	**366**	26	16	B
27	Puma	Handel / Bekleidung	**359**	27	–	–
28	KfW Bankengruppe	Banken	**355**	28	31	16
29	Evonik Industries AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**355**	29	17	15
30	adidas AG	Handel / Bekleidung	**349**	30	17	5
31	C&A Mode KG	Handel / Bekleidung	**339**	31	43	A
32	ThyssenKrupp Steel AG	Grundstoffe	**337**	32	34	–
33	Beiersdorf AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**336**	33	35	A
34	Arcandor AG	Transport / Logistik / Tourismus	**335**	34	4	2
35	Sanofi-Aventis Deutschland GmbH	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	**333**	35	41	–
36	Deutsche Bank AG	Banken	**328**	36	29	A
37	Hochtief AG	Hoch- und Tiefbau	**328**	37	11	26
38	Bayerische Landesbank	Banken	**327**	38	C	28
39	Primondo GmbH	Handel / Bekleidung	**327**	39	–	–
40	METRO AG	Handel / Bekleidung	**325**	40	32	22

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punkt-zahl 2009	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005
41	Allianz SE	Versicherer	**321**	41	C	A
42	Norddeutsche Affinerie AG (Aurubis AG)	Grundstoffe	**317**	42	C	–
43	SAP AG	Medien & Informationsdienstleister	**294**	43	C	E
44	DZ Bank AG Deutsche Zentral-Gen.bank	Banken	**282**	44	D	X
45	Deutsche Post DHL	Transport / Logistik / Tourismus	**282**	45	45	34
46	Münchener Rück AG	Versicherer	**279**	46	33	23
47	HeidelbergCement AG	Grundstoffe	**277**	47	23	A
48	Fraport AG	Transport / Logistik / Tourismus	**273**	48	–	–
49	NRW.Bank	Banken	**256**	49	–	–
50	MAN	Automobil	**244**	50	47	A
51	Bertelsmann AG	Medien & Informationsdienstleister	-	A	40	A
52	EnBW AG	Energieversorger	-	A	28	A
53	Cognis Deutschland GmbH & Co. KG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	A	44	A
54	Continental AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	A	C	C
55	Deutsche Lufthansa AG	Transport / Logistik / Tourismus	-	A	26	18
56	Deutsche Postbank AG	Banken	-	A	–	–
57	Dow Gruppe Deutschland	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	A	A	–
58	EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH	Handel / Bekleidung	-	A	X	X
59	Hellmann Worldwide Logistics GmbH & Co. KG	Transport / Logistik / Tourismus	-	A	–	–
60	Linde AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	A	39	C
61	NORD/LB Norddeutsche Landesbank Girozentrale	Banken	-	A	E*	D
62	TUI AG	Transport / Logistik / Tourismus	-	A	21	21
63	Vattenfall Europe AG	Energieversorger	-	A	A	B
64	Wacker Chemie AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	A	6	19
65	ABB AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	B	B	B
66	Agip Deutschland GmbH	Grundstoffe	-	B	B	–
67	Airbus Deutschland GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	B	B	–
68	Axa Konzern AG	Versicherer	-	B	B	B
69	Deutsche BP AG	Grundstoffe	-	B	41	B
70	E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG	Medien & Informationsdienstleister	-	B	B	B
71	ExxonMobil Central Europe Holding GmbH	Grundstoffe	-	B	B	B
72	Ford-Werke GmbH	Automobil	-	B	B	B
73	Fujitsu Siemens Computers GmbH	Medien & Informationsdienstleister	-	B	–	–
74	Generali Deutschland Holding AG	Versicherer	-	B	X	–
75	Hewlett-Packard GmbH	Medien & Informationsdienstleister	-	B	B	B
76	IBM Deutschland GmbH	Medien & Informationsdienstleister	-	B	B	B
77	Nestlé Deutschland	Nahrung		B	B	B
78	OMV Deutschland GmbH	Grundstoffe	-	B	B	–
79	Philips Deutschland GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	B	B	B
80	Procter & Gamble Deutschland	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	B	A	B
81	SCA Hygiene Products AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	B	B	B

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punktzahl 2009	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005
82	Shell Deutschland Oil GmbH	Grundstoffe	-	B	B	B
83	Strabag AG	Hoch- und Tiefbau		B	X	X
84	Total Mineralöl und Chemie GmbH	Grundstoffe	-	B	B	B
85	Umicore AG & Co. KG	Grundstoffe	-	B	B	B
86	B. Braun Melsungen AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	C	A	A
87	Boehringer Ingelheim	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	C	48	D
88	Claas KGaA GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	C	–	–
89	Edeka-Gruppe	Handel / Bekleidung	-	C	X	X
90	Lanxess AG	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	C	C	–
91	Franz Haniel & Cie. GmbH	Handel / Bekleidung	-	C	X	X
92	Gothaer Konzern	Versicherer	-	C	A	C
93	HUK-Coburg Versicherungsgruppe	Versicherer	-	C	X	X
94	maxingvest AG	Handel / Bekleidung	-	C	–	–
95	Mahle GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	C	C	C
96	Porsche Automobil Holding SE	Automobil	-	C	C	A
97	Schaeffler-Gruppe	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	C	E	C
98	Stadtwerke München GmbH	Energieversorger	-	C	D	–
99	Südzucker AG	Nahrung	-	C	A	E
100	ThyssenKrupp AG	Grundstoffe	-	C	D	E
101	Aldi Süd	Handel / Bekleidung	-	D	X	–
102	BayWa AG München	Handel / Bekleidung	-	D	C	X
103	Bilfinger Berger AG	Hoch- und Tiefbau	-	D	E	X
104	EWE AG	Energieversorger	-	D	X	D
105	Fresenius SE	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	D	C	D
106	Hapag-Lloyd AG	Transport / Logistik / Tourismus	-	D	–	B
107	Heraeus Holding GmbH	Handel / Bekleidung	-	D	E	D
108	HSH Nordbank	Banken	-	D	E*	X
109	Hypo Real Estate Holding AG	Banken	-	D	E*	–
110	Infineon Technologies AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	D	C	32
111	Knorr-Bremse AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	D	E	–
112	Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale	Banken	-	D	E*	X
113	Lekkerland AG & Co. KG	Handel / Bekleidung	-	D	C	D
114	Oetker-Gruppe	Nahrung	-	D	E	30
115	Salzgitter AG	Grundstoffe	-	D	A	A
116	Tengelmann (Welt)	Handel / Bekleidung	-	D	C	D
117	ZF Friedrichshafen AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	D	C	20
118	Nürnberger Versicherungsgruppe	Versicherer	-	E*	–	–
119	Provinzial NordWest Holding AG	Versicherer	-	E*	X	–
120	Zurich Gruppe Deutschland	Versicherer	-	E*	E*	–
121	Adam Opel GmbH	Automobil	-	E	B	24
122	Air Berlin plc. & Co. Luftverkehrs KG	Transport / Logistik / Tourismus	-	E	–	–
123	Anton Schlecker	Handel / Bekleidung	-	E	X	X
124	B. & C. Tönnies Gruppe	Nahrung	-	E	X	–
125	Basell-Polyolefine GmbH	Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter	-	E	–	–
126	Behr GmbH & Co. KG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	E	C	E
127	Benteler AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	E	E	X

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punktzahl 2009	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005
128	Dachser GmbH & Co. KG	Transport / Logistik / Tourismus	-	E	X	–
129	Debeka Versicherungen	Versicherer	-	E	X	X
130	Freudenberg & Co. KG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	E	E	D
131	Gea Group AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	E	E	–
132	Georgsmarienhütte Holding GmbH	Grundstoffe	-	E	–	–
133	Hella KGaA Hueck & Co.	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	E	D	C
134	Helm AG	Handel / Bekleidung	-	E	–	–
135	Kion Group GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	E	–	–
136	Knauf-Gruppe	Grundstoffe	-	E	X	–
137	Kühne & Nagel Deutschland	Transport / Logistik / Tourismus	-	E	–	–
138	Marquard & Bahls AG	Handel / Bekleidung	-	E	C	C
139	R+V-Konzern	Versicherer	-	E	X	X
140	RAG AG	Grundstoffe	-	E	D	D
141	Scholz AG	Transport / Logistik / Tourismus	-	E	–	–
142	Signal Iduna Gruppe	Versicherer	-	E	X	X
143	Stadtwerke Köln GmbH	Energieversorger	-	E	E	X
144	Talanx	Versicherer	-	E	X	–
145	Versicherungskammer Bayern	Versicherer	-	E	E*	X
146	VNG - Verbundnetz Gas AG	Energieversorger	-	E	E	D
147	Würth-Gruppe	Handel / Bekleidung	-	E	C	D
148	Württembergische Versicherungen	Versicherer	-	E	–	–
149	Adolf Merckle-Gruppe	Handel / Bekleidung	-	X	–	–
150	Aldi Nord	Handel / Bekleidung	-	X	X	X
151	Alfred C. Toepfer International Group	Handel / Bekleidung	-	X	X	X
152	DKV Euro Service GmbH + Co. KG	Medien & Informationsdienstleister	-	X	–	–
153	Landesbank Berlin Holding AG	Banken	-	X	X	X
154	Liebherr International Deutschland GmbH	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	X	–	–
155	Rethmann AG & Co. KG	Transport / Logistik / Tourismus	-	X	X	–
156	Rheinmetall AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	X	E	X
157	Phoenix Pharmahandel AG & Co. KG	Handel / Bekleidung	-	X	X	X
158	Schmolz + Bickenbach	Grundstoffe	-	X	–	–
159	Schwarz-Gruppe	Handel / Bekleidung	-	X	X	–
160	Voith AG	Elektronik / Elektrotechnik / Maschinenbau	-	X	D	C

6.2. Literatur

Gebauer, Jana/ Rotter, Maja (2010): Praxis der Nachhaltigkeitsberichterstattung in deutschen Großunternehmen. Befragungsergebnisse im Rahmen des IÖW/future-Rankings 2009, Berlin, Juni 2009. (Download unter http://ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/pdf/2009/Ranking2009_Praxis_der_Berichterstattung.pdf).

Hirschl, Bernd (2009): Investitionen der vier großen Energiekonzerne in Erneuerbare Energien. Bestand, Ziele und Planungen von E.ON, RWE, EnBW und Vattenfall konzernweit und in Deutschland, Berlin. (Download unter http://www.ioew.de/publikation_single/Investitionen_der_vier_grossen_Energiekonzerne_in_Erneuerbare_Energien/).

IÖW/future (Hrsg., 2009): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung: Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking; Berlin, Münster, Juni 2009 (Download unter: http://ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/pdf/2009/Ranking2009_KriteriensetGrossunternehmen.pdf).

IÖW/future (Hrsg., 2007): Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland. Ergebnisse und Trends im Ranking 2007, Berlin 2007 (Download unter http://ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/pdf/2007/Ergebnisbericht_Ranking_2007_final.pdf).

Isenmann, Ralf/Marx Gómez, Jorge: Einführung in die internetgestützte Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Isenmann, Ralf/Marx Gómez, Jorge (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung. Maßgeschneiderte Stakeholder-Kommunikation mit IT, Berlin 2008.

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 http://www.ioew.de/publikation_single/Bedeutung_der_internationalen_CSR_Diskussion_fuer_Nachhaltigkeit_und_die_sich_daraus_ergebenden_Anfo-1/).

Loew, Thomas; Clausen, Jens (2005): Kriterien und Bewertungsskala zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten – Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2005. Berlin. (Download unter http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/pdf/rankingkriterien.pdf).

Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hrsg., 2006): Unternehmerische Verantwortung in einer globalisierten Welt – Ein deutsches Profil der Corporate Social Responsibility. Empfehlungen des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Berlin. (Download unter http://www.nachhaltigkeitsrat.de/service/download/publikationen/broschueren/Broschuere_CSR-Empfehlungen.pdf).

6.3. Glossar

AccountAbility:

AccountAbility ist eine unabhängige, global tätige, gemeinnützige Organisation, die Transparenz, nachhaltige Unternehmensführung und Unternehmensverantwortung fördert. Das Multi-Stakeholder-Netzwerk ist verantwortlich für die AA1000-Serie von Standards. Dazu zählen AA1000 AccountAbility Principles Standard (AA1000APS), AA1000 Assurance Standard (AA1000AS) and AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES), die zwischen den Jahren 2005 und 2008 entwickelt wurden. Die Standards sollen Unternehmen und andere Organisationen bei einer nachhaltigen und verantwortlichen Entwicklung unterstützen.

(www.accountability21.net)

Association of Chartered Certified Accountants (ACCA):

Die „Association of Chartered Certified Accountants“ ist ein globaler Rechnungslegungsverband mit Hauptsitz in London. Der Verband engagiert sich im Bereich Nachhaltigkeit unter anderem für die Themen Klimawandel, Corporate Governance, Geldwäsche und Nachhaltigkeitsberichterstattung. Ein zentrales Projekt ist der Wettbewerb zur Nachhaltigkeitsberichterstattung („Sustainability Reporting Awards“), der in unterschiedlichen Ländern in Europa, Nord-Amerika, Afrika, Australien und Asien unabhängig voneinander, aber im gleichen Rahmen durchgeführt wird.

(www.accaglobal.com)

B2B:

B2B ist eine Verkürzung für den englischen Begriff „Business-to-Business“ und steht für Beziehungen zwischen Unternehmen, im Gegensatz zu Beziehungen zwischen Unternehmen und anderen Gruppen wie KundInnen (auch genannt „Business-to-Consumer“ oder B2C), MitarbeiterInnen oder der öffentlichen Verwaltung.

Business Social Compliance Initiative (BSCI):

Die Business Social Compliance Initiative ist eine Brancheninitiative, die 2003 von dem auf internationale Handelsfragen spezialisierten europäischen Verband des Handels („Foreign Trade Association“) gegründet wurde und von den Unternehmensmitgliedern selbst gesteuert wird. Das Ziel der Initiative ist die Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Handel. Dies soll durch eine Harmonisierung der vielen existierenden Ansätze mit dem BSCI-Kodex erreicht werden, der auf internationalen Standards wie den ILO-Kernarbeitsnormen, dem Globalen Compact und wesentlichen Erklärungen der Vereinten Nationen sowie den OECD Leitsätzen für multinationale Unternehmen basiert. Darüber hinaus werden die Mitglieder ermutigt, sich nach dem höherwertigen Standard SA8000 (s. SAI) zertifizieren zu lassen.

(www.bsci-eu.org)

Carbon Disclosure Project (CDP):

Das CDP ist eine Nichtregierungsorganisation, die im Namen von derzeit 534 institutionellen Investoren Unternehmen zur Offenlegung wesentlicher Informationen zu den Treibhausgasemissionen, den Chancen und Risiken des Klimawandels für die Geschäftstätigkeit sowie den entsprechenden Vorsorge- und Anpassungsstrategien und -zielen anhält. Um den Offenlegungsanforderungen der Shareholder und weiteren Anspruchsgruppen nachzukommen, füllen die Unternehmen jährlich ein CDP-Response-Dokument aus, das in der Regel auf der Projektwebsite öffentlich verfügbar ist. CDP unternimmt hierbei diverse Auswertungen und Analysen.

(www.cdproject.net)

CEFIC (European Chemical Industry Council):

Der Verband der Europäischen chemischen Industrie (CEFIC) ist der Wirtschaftsverband der europäischen chemischen Industrie mit Sitz in Brüssel. CEFIC vertritt die politischen Interessen der chemischen Industrie auf der europäischen Ebene. Die internationale Arbeit wird über den internationalen Chemieverband ICCA (International Council of Chemical Associations) gesteuert, in dem die CEFIC Mitglied ist. Die CEFIC vertritt insgesamt ein Drittel der weltweiten Chemieproduktion. Leitfäden und Richtlinien der CEFIC, insbesondere zu Responsible Care, bilden eine wichtige Grundlage für das nachhaltige Handeln der chemischen Industrie (vgl. „Responsible Care“).

(www.cefic.be)

Compliance

Compliance im Sinne von *Rechtskonformität* bezeichnet die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien, freiwilligen Kodizes, gesellschaftlichen Leitlinien und Wertvorstellungen in Unternehmen. Im Kontext der Nachhaltigkeitsberichterstattung bezieht sich der Begriff hauptsächlich auf die Bereiche Umweltrecht, Arbeitnehmerrechte und Wettbewerbsrecht, aber auch Regelungen zu Themen wie Korruption, Interessenkonflikte oder Datenschutz sind betroffen. Als Prozess der *Regelüberwachung* setzt Compliance auf organisatorische und strukturelle Maßnahmen zur Sicherstellung der Rechtskonformität im Unternehmen.

Corporate Citizenship (CC):

Corporate Citizenship umfasst das gesamte koordinierte, einem begründeten und strategisch hergeleiteten Konzept folgende und über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehende Engagement des Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Probleme in den Ländern, in denen das Unternehmen ansässig ist. Dazu zählen Spenden, Sponsoring- und Stiftungsaktivitäten oder das sogenannte Corporate Volunteering, das heißt die Unterstützung freiwilliger gemeinnütziger Aktivitäten von Beschäftigten.

Corporate Social Responsibility (CSR):

Gemäß der Definition im Grünbuch der Europäischen Kommission ist CSR „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in ihre Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“ CSR muss demnach mit gesellschaftlicher Verantwortung der Unternehmen übersetzt werden und umfasst sowohl soziale und ökologische als auch managementbezogene Themen (vgl. ESG).

crossmedial:

Crossmediale Nachhaltigkeitskommunikation setzt auf den Einsatz der Neuen Medien und verknüpft dabei unterschiedliche Medien oder Informationswege, um die NutzerInnen zielgerichtet anzusprechen und zur Interaktion zu motivieren.

Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA):

Die DVFA ist der deutsche Berufsverband der Investment Professionals, der unter anderem Leitfäden für die Finanzkommunikation anbietet. Mit ihren Leistungsindikatoren für die ESG Berichterstattung von Unternehmen („Key Performance Indicators (KPIs) for Environmental, Social and Governance Issues“) zielt die DVFA auf die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Investmentanalyse.

(www.dvfa.de)

Environmental, Social, Governance Issues (ESG)

ESG-Themen finden zunehmend Eingang in das Investitionsverhalten internationaler Finanzmarktakteure, die die langfristigen Erfolgsaussichten eines Investments auch an nicht- oder extra-finanziellen Leistungsindikatoren und Risikofaktoren festmachen (vgl. SRI). Außerhalb der Investoren- und Analystenkreise wird eher auf Begriffe wie Nachhaltige Unternehmensführung oder Corporate Social Responsibility (CSR) gesetzt (vgl. dort)

European Sustainability Reporting Association (ESRA):

ESRA stand ursprünglich für den Europäischen Wettbewerb für Nachhaltigkeitsberichterstattung (European Sustainability Reporting Awards), der auf Initiative von Wirtschaftsprüfungsorganisationen erstmals 1995 durchgeführt wurde. Seit 2006 bezeichnet ESRA den Europäischen Verband für Nachhaltigkeitsberichterstattung (European Sustainability Reporting Association), der sich für die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Europäischer Ebene durch den Austausch zu „Best Practice“ aus nationaler und regionaler Sicht einsetzt.

(www.sustainabilityreporting.eu)

Facility Management:

Facility Management bezeichnet die professionelle Verwaltung und Bewirtschaftung von Anlagen, Gebäuden und Einrichtungen (engl. „facilities“) und umfasst beispielsweise technische, infrastrukturelle und kaufmännische Aufgaben.

Global Compact:

Der Globale Pakt der Vereinten Nationen (engl.: Global Compact/ United Nations Global Compact) ist eine internationale Initiative zwischen Unternehmen, Einrichtungen der Vereinten Nationen, ArbeitnehmerInnen und der Zivilgesellschaft, um universelle Sozial- und Umweltprinzipien zu fördern. Das zentrale Ziel dieser freiwilligen Initiative ist es, durch gemeinsames Handeln das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen zu fördern und auf diese Weise die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Der Global Compact verlangt von den teilnehmenden Unternehmen, innerhalb ihres Einflussbereichs einen Katalog von Grundwerten zu unterstützen und in die Praxis umzusetzen. Über den Fortschritt bei der Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compact (unter anderen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung) sollen sich die Mitglieder des Global Compact jährlich mit ihrem Umfeld austauschen. Diese sogenannte Fortschrittsmitteilung kann als Bestandteil der Nachhaltigkeitsberichte, sonstiger veröffentlichter Berichte oder im Internet veröffentlicht werden.

(www.unglobalcompact.org)

Global Reporting Initiative (GRI):

Die Global Reporting Initiative hat es sich zur Aufgabe gemacht, einen glaubwürdigen und zuverlässigen Rahmen (Leitlinien) für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Die GRI entwickelt diesen Rahmen als internationale Plattform unter aktiver Beteiligung von Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, internationalen Organisationen, UnternehmensvertreterInnen, BeraterInnen und weiteren relevanten Stakeholdern kontinuierlich weiter und will eine breite Anwendung der Leitlinien in der Wirtschaft erreichen.

(www.globalreporting.org)

Green buildings:

Ein „Grünes Gebäude“ (engl. green building) ist das Ergebnis eines Optimierungsprozesses zur Erhöhung der Energie- und Ressourceneffizienz bei gleichzeitiger Verringerung der Umwelt- und Gesundheitsbelastungen. Dieser Prozess bezieht sich auf sämtliche Lebenszyklusstufen beim Bau und der Sanierung von Gebäuden.

Green IT:

Grüne Informationstechnik (engl. green IT) bezeichnet Bestrebungen, die Nutzung von Informationstechnik über den gesamten Lebenszyklus Energie und Ressourcen schonend zu gestalten: von der Gestaltung der Systeme und der Produktion der Komponenten über den Betrieb bis zum Recycling der Geräte.

ILO-Kernarbeitsnormen:

Die Internationale Arbeitsorganisation (International Labour Organization, ILO) ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Die 183 Mitgliedsstaaten werden durch RepräsentantInnen der Regierungs-, der Arbeitnehmer- und der Arbeitgeberseite in den Organen der ILO vertreten. Die grundlegenden Ziele der ILO sind die Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialnormen, die soziale und faire Gestaltung der Globalisierung sowie die Schaffung von menschenwürdiger Arbeit als einer zentralen Voraussetzung für die Armutsbekämpfung. Insgesamt 4 Grundprinzipien bestimmen das Handeln der ILO. Dazu gehören die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen, die Beseitigung der Zwangsarbeit, die Abschaffung der Kinderarbeit sowie das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf. Diese Prinzipien haben in acht Übereinkommen, die auch als Kernarbeitsnormen bezeichnet werden, ihre konkrete Ausgestaltung erfahren. Mehr als 100 ILO-Mitgliedsstaaten haben alle Kern- oder Menschenrechtsübereinkommen ratifiziert, darunter Deutschland.

(www.ilo.org)

Institut für Umweltkommunikation (INFU) der Leuphana Universität Lüneburg:

Das Institut für Umweltkommunikation der Leuphana Universität in Lüneburg hat sich der inter- und transdisziplinären Theoriebildung und Professionalisierung in der Nachhaltigkeitskommunikation verschrieben. 2007 veröffentlichte das INFU eine kriterienbasierte Best Practice-Analyse zur Online-Nachhaltigkeitsberichterstattung der DAX30-Unternehmen.

(http://www.leuphana.de/institute/infu.html)

Integrierte Berichterstattung:

Integrierte Berichterstattung kann einerseits die gezielte Kombination des Print-Berichts mit der Online-Berichterstattung des Unternehmens meinen (web-basierte oder print-web-integrierte Berichterstattung). Bei dieser Art der Berichterstattung werden alle relevanten Themen im Print-Bericht erläutert und mit gezielten Verweisen, einer Linkliste oder einem GRI-Index für weitergehende Informationen im Internet versehen.

Die Integration kann sich weiterhin auf die vollständige Verschränkung der Geschäfts- und der Nachhaltigkeitsberichterstattung beziehen. Bislang werden noch wenige solcher umfassend ökonomisch, ökologisch und sozial ausgerichteten Unternehmensberichte erstellt – im IÖW/future-Ranking 2009 wurde der einzige vollständig integrierte Unternehmensbericht als bester Bericht ausgezeichnet.

International Council of Chemical Associations (ICCA):

Der internationale Chemieverband ICCA vertritt die weltweite Chemieindustrie und deckt 75% der globalen chemischen Produzenten und Weiterverarbeitungsbetriebe ab. ICCA fördert und koordiniert Responsible Care und weitere Brancheninitiativen der Chemieindustrie. Die drei Schwerpunkte des Verbands sind nach eigenen Angaben Chemiepolitik und Gesundheit, Klimawandel und Energie sowie Responsible Care (vgl. auch „Responsible Care“ und „CEFIC”).

(www.icca-chem.org)

International Finance Corporation (IFC):

Die International Finance Corporation ist ein Tochterunternehmen der Weltbank-Gruppe, das in Privatunternehmen in ökonomisch schwächeren Ländern investiert. IFC hat Performance Standards (Leistungsstandards) entwickelt, die die Verantwortlichkeiten und Aufgaben der Kunden festlegen, um somit gewisse soziale und ökologische Standards in den finanzierten Unternehmen und Vorhaben sicherzustellen. Die Standards funktionieren als Grundlage für die Brancheninitiative Equator Principles, die von einem Großteil der Projektfinanzierer in Ländern außerhalb der OECD angewendet werden.

(www.ifc.org)

International Organization for Standardization (ISO):

Die internationale Organisation für Standardisierung (ISO) entwickelt und veröffentlicht internationale Standards und Normen. Die ISO besteht aus einem Netzwerk von nationalen Instituten in 189 Ländern, zu dem beispielsweise das Deutsche Institut für Normung (DIN) zählt. Unter den meistverbreiteten Standards befinden sich die ISO 9001 für Qualitätsmanagement und die ISO 14000-Serie für Umweltmanagement. ISO 14001 spezifiziert die Anforderungen für ein Umweltmanagementsystem, die erfüllt werden müssen, um eine entsprechende Zertifizierung durchführen zu lassen. Der (nicht zertifizierungsfähige) Standard ISO 26000 für Social Responsibility befindet sich derzeit im Entwicklungsprozess und soll noch 2010 veröffentlicht werden.

(www.iso.org)

Nachhaltige Unternehmensführung:

Nachhaltige Unternehmensführung ist darauf ausgerichtet ist, die Lösungsbeiträge des Unternehmens zu den sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeitsherausforderungen zu maximieren sowie dessen Schadenswirkungen und Risiken kontinuierlich zu vermindern.

Nachhaltigkeitsbericht:

Nachhaltigkeitsberichte dienen der Information organisationsinterner oder -externer Anspruchsgruppen über die relevanten sozialen, ökologischen und (direkten oder indirekten) ökonomischen Wirkungen der Unternehmensleistungen. Die Berichte beziehen sich dabei auf die nachhaltige Gestaltung der unternehmerischen Strategien, Prozesse, Produkte und Dienstleistungen, Lieferantenbeziehungen und Umfeldaktivitäten.

Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD):

Die OECD ist eine transnationale Organisation, deren 30 ökonomisch starke Mitgliedstaaten sich der Förderung von Demokratie und Marktwirtschaft verpflichtet haben. Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sind ein weltweit anerkannter Verhaltenskodex für unternehmerische Verantwortung, zu dessen Förderung sich die Teilnehmerstaaten (OECD- und Nicht-OECD-Mitgliedsstaaten) verpflichtet haben. Die freiwilligen Prinzipien beschreiben verantwortliches Handeln in Bereichen wie Beschäftigung und Beziehungen zwischen den Sozialpartnern, Umwelt, Bekämpfung von Korruption oder Verbraucherinteressen. Die Leitsätze sind Teil der Erklärung über internationale Investitionen und multinationale Unternehmen der OECD.

(www.oecd.org)

Offshore Finanzzentren:

Offshore Finanzzentren sind Finanzplätze von globaler Bedeutung, an denen Finanzdienstleister vornehmlich oder ausschließlich mit gebietsfremden Unternehmen oder Privatkunden ihre Geschäftstätigkeit ausüben. Diese Finanzplätze sind durch ein niedriges Niveau von einschlägiger Gesetzgebung gekennzeichnet. Es fehlen weitgehend notenbankpolitische Maßnahmen (wie z. B. Mindestreserveverpflichtungen), Beschränkungen und Kontrollen des internationalen Kapitalverkehrs sowie Ertragsteuern.

Online-Bericht

Online-Berichte sind eigenständige internet-basierte Berichtsformate zur Nachhaltigkeitskommunikation. Sie sind medienübergreifend, dynamisch und hypertextual ausgerichtet und werden vom Unternehmen als die zentrale Plattform der stakeholderdialogorientierten Nachhaltigkeitskommunikation genutzt. In diesem Sinne haben sie keine komplette gedruckte Entsprechung. Für Bewertungszwecke und zur genauen Berichtslegung (klar definierter Berichtszeitraum, klar definiertes Datum der Berichtslegung) sollten sie als geschlossenes Gesamtdokument (z. B. PDF-Version) druckbar sein.

Online-Berichterstattung:

Die Online-Berichterstattung bezeichnet die Veröffentlichung von Informationen im HTML- oder in einem vergleichbaren Format im Internet im Rahmen der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation. Sie ist vom Online-Bericht abzugrenzen, sofern wesentliche Elemente eines Berichts wie ein klar definierter Berichtszeitraum, das Datum der Berichtslegung oder eine klare Abgrenzung des Berichts von anderen Informationen etc. fehlen.

Personalbericht:

Personalberichte sind eine Sonderform des Sozialberichts (s. dort) und stellen dessen häufigste Form dar. Im Personalbericht wird über alle Entwicklungen, Leistungen etc. im Bereich der Mitarbeiterinteressen berichtet. Personalberichte wurden im IÖW/future-Ranking dann einbezogen, wenn im Nachhaltigkeitsbericht auf sie verwiesen wurde; siehe die Ausführungen zum Plattformkonzept unter in Abschnitt 1.3).

PDF-Bericht:

Ein PDF-Bericht ist in der Regel ein konvertierter gedruckter Bericht, der auf den Unternehmensseiten zum Download angeboten wird – als alleiniges Berichtsformat oder ggf. als Ergänzung zur gedruckten (layouteten) Entsprechung. Als Nachhaltigkeitsbericht stellt das PDF-Dokument einen kompletten, in sich abgeschlossenen Bericht zu sozialen, ökologischen und managementbezogenen Leistungen und Auswirkungen einer Organisation dar.

Rating-Agenturen:

Nachhaltigkeitsorientierte Rating-Agenturen, wie beispielsweise oekom research in Deutschland und Sustainable Asset Management (SAM) in der Schweiz, entwickeln Leistungskriterien für eine sozial und ökologisch verträgliche Unternehmensführung und unterziehen hauptsächlich große Unternehmen einer systematischen Bewertung ihrer Nachhaltigkeitsperformanz. Die Ergebnisse werden von Investoren, die ihr Geld nachhaltig anlegen wollen, in der Investitionsanalyse verwendet (vgl. auch Socially Responsible Investment).

Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals (REACH):

Die Verordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe (engl.: Registration, Evaluation and Authorisation of Chemicals – REACH) ist eine Verordnung der Europäischen Gemeinschaft [(EG) Nr. 1907/2006] zur Reform des europäischen Chemikalienrechts. Die Verordnung ist seit dem 1. Januar 2007 als unmittelbares Recht in jedem Mitgliedstaat direkt gültig und trat am 1. Juni 2007 in Kraft. Unternehmen, die mehr als eine Tonne chemischer Stoffe pro Jahr importieren, müssen diese in einer zentralen Datenbank registrieren, die von der Europäischen Chemikalienagentur verwaltet wird. Zentrale Ziele der neuen Verordnung sind die Verbesserung des Schutzes der menschlichen Gesundheit und der Umwelt. Darüber hinaus sieht REACH für die Industrie eine größere Verantwortung bei der Handhabung von Risiken und bei der Bereitstellung von Sicherheitsinformationen vor. Diese Informationen sollen entlang der Produktionskette weitergereicht werden.

(www.reach-info.de)

Responsible Care (RC):

Responsible Care ist eine weltweite freiwillige Initiative der chemischen Industrie. Das zentrale Ziel ist die ständige Verbesserung der unternehmerischen Leistungen in den Bereichen Gesundheit, Sicherheit und Umwelt (Health, Safety and Environment). Unternehmen müssen regelmäßig ihren Fortschritt dokumentieren. Der allgemeine Rahmen von Responsible Care umfasst sechs Aufgabenfelder, zu denen Umweltschutz, Produktverantwortung, Arbeitssicherheit, Anlagensicherheit, Transportsicherheit und Dialog gehören. In 53 Ländern führen Chemieverbände nationale RC-Programme durch.

(www.responsible-care.de)

Social Accountability International (SAI):

SAI ist eine Multi-Stakeholder-getragene Nichtregierungsorganisation, deren Ziel es ist, die Menschenrechte von ArbeitnehmerInnen durch die Förderung angemessener Arbeitsbedingungen, der Arbeitnehmerrechte und der unternehmerischen Verantwortung zu stärken. Um dies umzusetzen, hat SAI einen weltweit anerkannten freiwilligen Standard entwickelt, den SA8000. Der SA8000 beruht auf den Prinzipien der ILO-Kernarbeitsnormen (siehe dort), der Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen und der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte. Unternehmen können sich nach SA8000 zertifizieren lassen (vgl. auch Business Social Compliance Initiative).

(www.sa-intl.org)

Socially Responsible Investment (SRI):

Unter dem Begriff SRI wird eine große Bandbreite von Geldanlagestrategien verstanden, die sogenannte ESG-Themen (ökologische, soziale und Governance Aspekte) oder SEE (soziale, ökologische und ethische) -Risiken mit den finanziellen Zielen verknüpfen und in die Investitionsanalyse einbeziehen.

Sozialbericht:

Ein Sozialbericht ist der Bericht einer Organisation für die Öffentlichkeit mit Beschreibung und Beurteilung ihrer wesentlichen sozialen Aspekte (vgl. auch Personalbericht).

SustainAbility:

SustainAbility besteht seit 1987 als Strategieberatung für nachhaltiges unternehmerisches Handeln und unabhängiger Think-Tank. Im Rahmen des „Global Reporters“-Projekts bewertet SustainAbility seit 1994 in der Regel zweijährlich die nicht-finanzielle Berichterstattung von Unternehmen auf der Basis einer kontinuierlich weiterentwickelten Bewertungsmethode (letzte Aktualisierung 2006).

(www.sustainability.com)

Umweltbericht (nach DIN 33922):

Ein Umweltbericht ist der öffentlich zugängliche Bericht einer Organisation, in dem sie ihre wesentlichen Ziele, die Maßnahmen und Ergebnisse ihres betrieblichen Umweltschutzes beschreibt und beurteilt.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD):

UNCTAD fördert als Institution der Vereinten Nationen die Integration ökonomisch schwächere Länder in die globale Wirtschaft. Sie ist ein Forum für zwischenstaatliche Beratungen, bringt Ergebnisse eigener Forschung und Politikanalyse über RegierungsvertreterInnen und ExpertInnen in politische Debatten ein und bietet technische Unterstützung für die nachholenden Ökonomien. UNCTAD veröffentlichte 2008 eine Leitlinie für die Integration von Nachhaltigkeitsberichterstattung in Geschäftsberichte (vgl. integrierte Berichterstattung).

(www.unctad.org)

Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI):

Der VCI sieht sich als die zentrale Interessenvertretung der deutschen Chemieindustrie: mehr als 90 Prozent der deutschen Chemieunternehmen und der deutschen Tochterunternehmen internationaler Konzerne sind Mitglied beim VCI. Der Verband bekennt sich zur Brancheninitiative Responsible Care (vgl. „Responsible Care“).

www.vci.de

Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V. (VFU):

Der im Jahre 1994 gegründete VFU ist nach eigenen Angaben der einzige europäische Verein, der sich mit Fragen des Umweltmanagements speziell für Finanzdienstleister beschäftigt. Neben dem Meinungs- und Informationsaustausch bietet der Verein Instrumente zur praktischen Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen und einen Leitfaden mit Kennzahlen zur betrieblichen Umweltleistung für Finanzdienstleister an.

(www.vfu.de)

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD):

Der World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) versteht sich als Treiber einer nachhaltigen Entwicklung und knüpft damit an die Ergebnisse der UN-Konferenz von Rio und an die Agenda 21 an. Durch die verstärkte Zusammenarbeit von Wirtschaft, Regierung und Nichtstaatlichen Organisationen will der WBCSD Themen wie Ökoeffizienz, Innovation und gesellschaftliche Unternehmensverantwortung voranbringen. Mittlerweile sind ungefähr 200 internationale Unternehmen Mitglied im WBCSD, die regionale Netzwerke in Afrika, Nord- und Süd-Amerika, Asien, Europa und Ozeanien bilden.

(www.wbcsd.org)

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