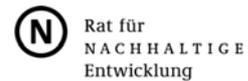


Pressegespräch

IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2009

Mit Unterstützung durch



Teilnehmende

Begrüßung und Einführung

Richard Harnisch

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

Perspektive des Rats für Nachhaltige Entwicklung

Marlehn Thieme

Rat für Nachhaltige Entwicklung

Ergebnisse des IÖW/future-Ranking der Großunternehmen

Jana Gebauer

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)

Ergebnisse des IÖW/future-Ranking der KMU

Dr. Udo Westermann

future e.V. – verantwortung unternehmen

Nachhaltigkeitsberichterstattung

... ist die sogenannte nicht- oder extra-finanzielle Berichterstattung von Unternehmen oder anderen Organisationen zur Offenlegung der sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen und Perspektiven des eigenen Handelns

Nachhaltigkeitsberichterstattung

... ist (noch) freiwillig – in Deutschland sind lediglich die großen Kapitalgesellschaften dazu verpflichtet, im Lagebericht Aussagen zu den nichtfinanziellen Indikatoren zu machen, die Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben

Nachhaltigkeitsberichterstattung

... ist auf Seiten vieler großer und einiger kleiner Unternehmen bereits feste Praxis

auf Seiten der Stakeholder besteht vielfach Skepsis:

sie sehen Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichte als imagepolierende Hochglanzbroschüren mit schönen Geschichten über das schlechte Sein

Das Ranking

- Um dies zu prüfen,
- um den Unternehmen Orientierung zu Stakeholder-Erwartungen zu vermitteln, aber auch
- um zu zeigen, dass gute Nachhaltigkeitsberichte eine ernsthafte und notwendige Begleitarbeit für gute Nachhaltigkeitsleistungen sind,

führen IÖW und future regelmäßig eine wissenschaftliche fundierte Bewertung der aktuellen Berichte durch.

Das Ranking

Das IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte ist die

- regelmäßige
- kriterienbasierte
- transparente
- Bewertung
- der aktuellen Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte
- deutscher Großunternehmen sowie KMU

Das Ranking

Zweck des IÖW/future-Rankings

- Vergleichbarkeit und Bewertbarkeit der gesellschafts-bezogenen Unternehmensberichterstattung herstellen

und dabei

- globale Nachhaltigkeitsherausforderungen ebenso wie
- Spezifika des deutschen regulativen Rahmens sowie
- branchenspezifische Schwerpunktsetzungen und Standards einbeziehen

Das Ranking

15 Jahre IÖW/future-Ranking

- Das Ranking wird zweijährlich seit 1994 durchgeführt.
- **2009 gibt es erstmals zwei Teil-Rankings:**
 - das Ranking der Großunternehmen
 - das Ranking der KMU.
- Damit schließt sich jedoch ein Kreis, denn die ersten drei Rankings wurden von der KMU-Berichterstattung dominiert.

Die neuen Ranking-Kriterien	Anzahl Unterkriterien	Gewichtung
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung		
A.1 Unternehmensprofil	3	5
A.2 Vision, Strategie und Management	4	20
A.3 Ziele und Programm	2	20
A.4 Interessen der MitarbeiterInnen	8	15
A.5 Ökologische Aspekte der Produktion	8	15
A.6 Produktverantwortung	3	20
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	2	15
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	4	10
B Allgemeine Berichtsqualität		
B.1 Glaubwürdigkeit	5	10
B.2 Vergleichbarkeit	3	5
B.3 Kommunikative Qualität	6	5

Schritte im Ranking

- Befragung der Unternehmen zur Berichtspraxis und zu aktuellen Berichten
- Erstbewertung der Berichte
- Feedbackschleife mit Unternehmen zum Bewertungsentwurf
- Einarbeitung Feedback und Finalisierung der Bewertung

Bewertung

Ermittlung der Punktzahl

- Bewertung der 48 Unterkriterien
- Durchschnitt je Oberkriterium, Gewichtung mit Multiplikator
- Ergebnisse nach Gesamtpunktzahl, Kategorien und Oberkriterien

Die formulierten Anforderungen werden

5 = ... vorbildlich erfüllt

3 = ... weitgehend erfüllt

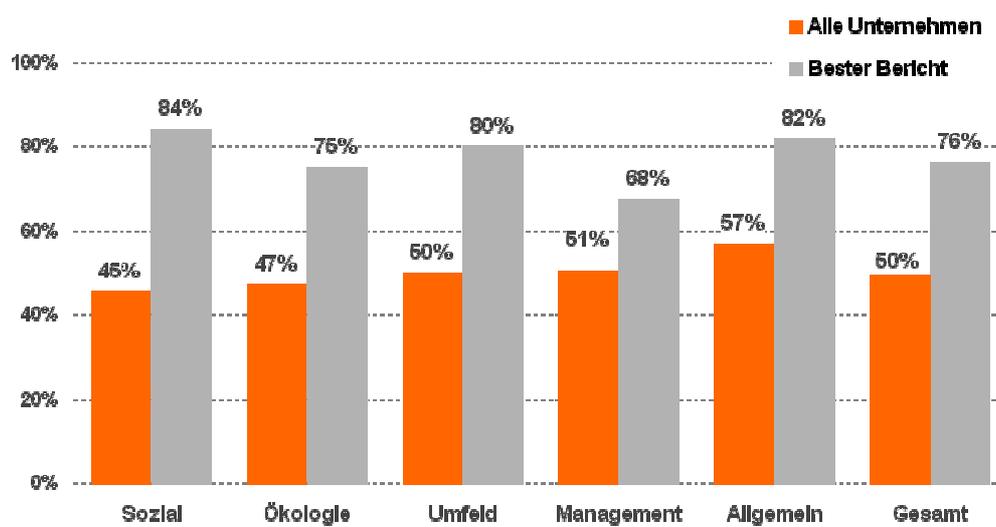
1 = ... zum geringen Teil erfüllt

0 = keine Darstellungen vorhanden

Daten & Fakten

- teilnehmende Unternehmen: 160 ↗
- bewertete Berichte: 60 ↗
- davon reine Online-Berichte: 13 ↗
- Durchschnitt Gesamtpunkte: 347 ↗
- Durchschnitt TOP10: 492 ↗
- Non-Reporter: ca. 20% ↘

Ergebnisse nach Kategorien



Berichterstattung zu Klima & Energie

hohe Anforderungen durch Kriterienverschärfung -- und das bei doppelter Gewichtung

dennoch: kein anderes umweltbezogenes Kriterium mit so hoher durchschnittlicher Bewertung und so vielen Berichten, die hier volle Punktzahl erreichen

sehr viele Unternehmen, die insgesamt schlechter abschneiden, berichten bezüglich Klima & Energie gut

→ Verbesserung gegenüber 2007 trotz Verschärfung des Kriteriums

Berichterstattung zu Klima & Energie

In den Branchen:

in den Berichten aller klimaintensiven Branchen spielt der Klimaschutz eine zentrale Rolle

EVU und Unternehmen der Grundstoffindustrie veröffentlichen zwar viel zum Thema, tlw. werden jedoch die relevanten Daten und Berechnungsgrundlagen nicht genannt

für Automobilhersteller und Technologieunternehmen ist Energie in der Produktion eher ein Nebenthema, dafür ein sehr starker Aspekt der Produktentwicklung

Berichterstattung zu Klima & Energie

bei den Dienstleistungsunternehmen berichten die Finanzdienstleister in hoher Qualität zu Klima und Energie – sie nutzen hierfür Branchenstandards (vom Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen, VfU)

gerade Finanzdienstleister streben häufig als wichtiges künftiges Ziel die vollständige Klimaneutralität an (bzw. haben sie bereits erreicht)

Händler berichten eher schlecht zu Klima und Energie

Gesamteindruck

die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist sehr dynamisch: viele Bewegungen innerhalb der TOP50

die Nicht-Berichterstatter werden ganz langsam weniger

standardmäßig gut abgedeckt: ökologische Aspekte der Produktion und Anforderungen an die kommunikative Qualität

Gesamteindruck

Die Spreu trennt sich vom Weizen bei den Aspekten Management und Strategie, Mitarbeiterinteressen (global!), Glaubwürdigkeit und auch Lieferkette

Wie zeigt sich der Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeitsberichterstattung und –leistung?

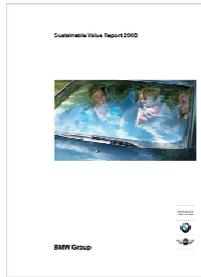
neben globalen Policies sind globale Managementstrukturen erforderlich sowie u.a. Controlling- und Monitoringsysteme, die „Einpreisung“ von Nachhaltigkeitsfaktoren in Strategien, Verantwortlichkeiten und Entscheidungen, „Leistungsnachweise“ – dies muss ein guter Berichtersteller darstellen können und ein guter „Performer“ haben

Branchensieger

Branchensieger

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

TOP3 der Großunternehmen



3



1



2

3. Platz BMW Group

518 Punkte für den siebten der zweijährlich erscheinenden Sustainable Value Reports

zentrales Thema: Produktverantwortung

- systematische und umfassende Darstellung der Produktentwicklung:
 - Integration von Nachhaltigkeitsaspekten auf strategischer Ebene,
 - konkrete Ansätze zur Emissionsreduktion bestehender oder zur Entwicklung alternativer Antriebsformen und Treibstoffe

überzeugend: Strategie und Management, Ziele und Programm

- bspw. umfassende, übersichtliche und überprüfbare Informationen und Daten zu den für den Berichtszeitraum gesetzten relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Zielen jeweils am Anfang eines Kapitels, im thematisch sortierten Datenteil sowie im UN Global Compact-Fortschrittsbericht

2. Platz Siemens AG

524 Punkte für den ersten Siemens-Nachhaltigkeitsbericht
(Erster Umweltbericht 1995)

zentrales Thema 2008: Transparenz und Compliance

- offen bei Fehlern und Versäumnissen, Maßnahmen auf struktureller und kultureller Ebene, Darstellung der weiteren Perspektive

überzeugend: Strategie und Management sowie Lieferkette

- systematische und umfassende Darstellung von Nachhaltigkeit als Bestandteil der Einkaufspolitik und als Grundlage des Lieferantenmanagements
- partnerschaftlicher Ansatz: Qualifizierung und Entwicklung der Lieferanten zur Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards, aber auch Bewertung der eigenen Nachhaltigkeitsleistung durch die Lieferanten

1. Platz BASF-Gruppe

533 Punkte für den zweiten vollständig integrierten Bericht der BASF und den ersten dieser Art im Ranking

roter Faden: systematische Verschränkung nachhaltigkeitsrelevanter Fragen mit dem Geschäftszweck und der Unternehmensstrategie

- konsequent strategischer Ansatz des Nachhaltigkeitsmanagements; thematisiert Beiträge bspw. nachhaltiger Produktentwicklungen zum Unternehmenserfolg
- schafft Transparenz darüber, wie das Unternehmen im Rahmen der Produktverantwortung über den gesamten Lebenszyklus der Produkte Risiken, aber auch Emissionen und Ressourcenverbräuche analysiert und bewertet
- stellt dar, welche Lösungen der Konzern bietet, um zentralen globalen Herausforderungen wie beispielsweise dem Klimawandel zu begegnen