RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE 2018

u

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

CSR-REPORTING IN DEUTSCHLAND 2018

Ergebnisse, Trends, Branchenauswertungen und eine Analyse der Berichterstattung über die SDGs im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

future

Gefördert durch:
Bundesministerium für Arbeit und Soziales
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

IMPRESSUM

Autor/innen:
Christian Dietsche (IÖW), Christian Lautermann (IÖW), Udo Westermann (future)
Unter Mitarbeit von Clara Lenk

Projektleitung:
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig
Dr. Christian Lautermann
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin
www.ioew.de

Kooperationspartner:
future e. V. – verantwortung unternehmen
Dr. Udo Westermann
Spiekerhof 5, 48143 Münster
www.future-ev.de

ÜBER DIESEN BERICHT

Der vorliegende Text stellt den Ergebnisbericht zum Projekt „Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018 inklusive Monitoring Berichterstattung“ dar. Das Projekt wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert. Wesentliche Projektergebnisse wurden im Februar 2019 in dem Bericht „CSR-Reporting von Großunternehmen und KMU in Deutschland. Ergebnisse und Trends im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018“ veröffentlicht.

Dieser Bericht enthält zusätzlich eine umfassende Auswertung der Ranking-Ergebnisse nach Branchen, eine Erläuterung guter Praxis im Rahmen der CSR-Berichtspflicht sowie die Ergebnisse einer Analyse der Berichterstattung über die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Der Anhang enthält eine umfangreiche Liste mit Nachhaltigkeitsberichten, die von kleinen und mittleren Unternehmen im Projektzeitraum veröffentlicht wurden.

Weitere Informationen zum Projekt unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Berlin, September 2019

Gefördert durch:
Bundesministerium für Arbeit und Soziales
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis **3**

Abbildungsverzeichnis **5**

Tabellenverzeichnis **6**

1 Einleitung **7**

2 Vorgehen und Bewertungsmethode **9**

2.1 Vorgehensweise 9

2.1.1 Grundgesamtheit der Berichte 9

2.1.2 Bewertungsgegenstand 9

2.1.3 Ablauf des Rankings 2018 10

2.1.4 Unternehmensbefragung 10

2.2 Kriterien und Bewertung 11

2.2.1 Kriterienstruktur 11

2.2.2 Weiterentwicklung der Kriterien 13

2.2.3 Überblick über die Kriterieninhalte 14

2.2.4 Bewertung 16

3 Ergebnisse des Rankings der Großunternehmen 2018 ..... **17**

3.1 Stichprobe und Kommunikationsformate 17

3.2 Ergebnisse des Rankings 19

3.2.1 Vollständige Ergebnisliste 19

3.2.2 Die Top 3 der Großunternehmen 26

3.2.3 Die Nicht-Berichterstatter 28

3.3 Trends der Berichterstattung 29

3.4 Gute Praxis im Rahmen der CSR-Berichtspflicht 32

3.5 Kriterienauswertung mit Stärken-Schwächen-Analyse und guten Beispielen 36

3.6 Branchenauswertung 41

3.6.1 Automobil 43

3.6.2 Banken 47

3.6.3 Chemie / Pharma 51

3.6.4 Energieversorgung 55

3.6.5 Grundstoffe 58

3.6.6 Handel / Bekleidung 62

3.6.7 Hoch- und Tiefbau 67

3.6.8 Maschinenbau / Technologie 68
3.6.9 Medien / Informationsdienstleister 73
3.6.10 Nahrungsmittel 76
3.6.11 Transport / Logistik / Tourismus 78
3.6.12 Versicherungen 81
4 Ergebnisse des Rankings der kleinen und mittleren Unternehmen 2018 86
4.1 Einreichungen und Berichtsformate 86
4.2 Ergebnisse des Rankings 93
4.2.1 Vollständige Unternehmensliste 93
4.2.2 Die Top 3 der kleinen und mittleren Unternehmen 97
4.3 Trends der Berichterstattung 98
4.4 Kriterienauswertung 99
5 Sonderauswertung zum SDG-Reporting 105
5.1 Einführung zur Sonderauswertung 105
5.2 Umfang der Berichterstattung über SDGs 106
5.3 Art und Weise der Behandlung und Darstellung der SDGs 107
5.4 SDGs in Wesentlichkeitsanalysen 107
5.5 Identifikation von Schlüssel-SDGs 108
5.6 Darstellung der Beiträge zu den SDGs 110
5.7 Fazit zum SDG-Reporting 111
6 Zusammenfassung und Ausblick 112
7 Anhang 115
7.1 Gesamttabelle der Großunternehmen 115
7.2 Gesamttabelle der KMU 119

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:Klassifizierung der Berichterstattung der Großunternehmen im Ranking 2018 (Stand: Juli 2018) 18
Abbildung 2: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien bei Großunternehmen 2018 und 2015 36
Abbildung 3: Platzierungen der Großunternehmen nach Branchen (N=100) 42
Abbildung 4: Klassifizierung der Berichterstattung – Automobilhersteller 44
Abbildung 5: Branchenergebnisse Automobilhersteller 45
Abbildung 6: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken..... 48
Abbildung 7: Branchenergebnisse Banken 49
Abbildung 8: Klassifizierung der Berichterstattung – Chemie / Pharma 52
Abbildung 9: Branchenergebnisse Chemie / Pharma..... 53
Abbildung 10: Klassifizierung der Berichterstattung – Energieversorgung 56
Abbildung 11: Branchenergebnisse Energieversorgung..... 57
Abbildung 12: Klassifizierung der Berichterstattung – Grundstoffindustrie..... 60
Abbildung 13: Branchenergebnisse Grundstoffindustrie 61
Abbildung 14: Klassifizierung der Berichterstattung – Handel / Bekleidung 64
Abbildung 15: Branchenergebnisse Handel / Bekleidung 65
Abbildung 16: Klassifizierung der Berichterstattung – Maschinenbau / Technologie..... 70
Abbildung 17: Branchenergebnisse Maschinenbau / Technologie 71
Abbildung 18: Klassifizierung der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister 74
Abbildung 19: Branchenergebnisse Medien / Informationsdienstleister 75
Abbildung 20: Branchenergebnisse Nahrungsmittel 77
Abbildung 21: Klassifizierung der Berichterstattung – Transport / Logistik / Tourismus 79
Abbildung 22: Branchenergebnisse Transport / Logistik / Tourismus 80
Abbildung 23: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken..... 82
Abbildung 24: Branchenergebnisse Versicherungen 83
Abbildung 25: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien bei KMU 2018 und 2015 100

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Kriterienset für das Ranking der Großunternehmen 12
Tabelle 2: Kriterienset für das Ranking der KMU 12
Tabelle 3: Bewertungsraster im Ranking 16
Tabelle 4: Klassifizierung der Unternehmen nach Form und Intensität der Berichterstattung 17
Tabelle 5: Ergebnisse der 50 besten Großunternehmen 20
Tabelle 6: Nicht-Berichterstatter unter den 100 größten Unternehmen (Stand: Juli 2018) 28
Tabelle 7: Branchensieger im Ranking 2018 41
Tabelle 8: Ergebnisse der Berichterstattung – Automobilhersteller 43
Tabelle 9: Ergebnisse der Berichterstattung – Banken 48
Tabelle 10: Ergebnisse der Berichterstattung – Chemie / Pharma 52
Tabelle 11: Ergebnisse der Berichterstattung – Energieversorgung 56
Tabelle 12: Ergebnisse der Berichterstattung – Grundstoffe 59
Tabelle 13: Ergebnisse der Berichterstattung – Handel / Bekleidung 63
Tabelle 14: Ergebnisse der Berichterstattung – Hoch- und Tiefbau 67
Tabelle 15: Ergebnisse der Berichterstattung – Maschinenbau / Technologie 69
Tabelle 16: Ergebnisse der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister 73
Tabelle 17: Ergebnisse der Berichterstattung – Nahrungsmittel 76
Tabelle 18: Ergebnisse der Berichterstattung – Transport / Logistik / Tourismus 78
Tabelle 19: Ergebnisse der Berichterstattung – Versicherungen 82
Tabelle 20: Übersicht der bewerteten kleinen und mittleren Unternehmen im Ranking 2018 94
Tabelle 21:Gesamttabelle der Großunternehmen 115
Tabelle 22: Zuordnung der Buchstabenkodierungen zu den Kategorien der Berichterstattung 118
Tabelle 23: Gesamttabelle der KMU (Stand März 2019) 119

1 EINLEITUNG

Zum Hintergrund

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte wird seit 1994 gemeinsam vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmerinitiative future e.V. – verantwortung unternehmen durchgeführt. Basierend auf umfassenden Sets sozialer, ökologischer, management- und kommunikationsbezogener Kriterien bewerten wir die gesellschaftsbezogene Berichterstattung deutscher Großunternehmen sowie kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) und erstellen eine Rangfolge der besten Berichterstatter. Das Ranking 2018 ist der zehnte Durchgang des Wettbewerbs. Es wurde gefördert vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales.

Das Ranking 2018 gibt erstmals einen Überblick über den Stand der Nachhaltigkeitsberichterstattung nach Einführung der CSR-Berichtspflicht. Seit dem Geschäftsjahr 2017 sind bestimmte deutsche Großunternehmen dazu verpflichtet, Angaben über Arbeitnehmer-, Sozial- und Umweltbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Korruptionsbekämpfung in einer nichtfinanziellen Erklärung (NFE) offenzulegen. Die NFE kann innerhalb des Lageberichts oder anderer Teile des Geschäftsberichts veröffentlich werden, aber auch als separates Dokument oder als Teil eines Nachhaltigkeitsberichts. Unter die CSR-Berichtspflicht fallen große Unternehmen von öffentlichem Interesse; das sind große kapitalmarktorientierte Unternehmen, Kreditinstitute und Versicherungen mit im Jahresdurchschnitt mehr als 500 Mitarbeitern und einem Umsatz von über 40 Mio. Euro oder einer Bilanzsumme von mehr als 20 Mio. Euro.[1] Im November 2018 betraf dies 439 deutsche Unternehmen.

Schon vor Einführung der Berichtspflicht war die Nachhaltigkeitsberichterstattung für viele Unternehmen ein wichtiges Instrument, um den Transparenzanforderungen und Informationsbedürfnissen verschiedener Stakeholder nachzukommen. Zu den Zielgruppen, darunter Kunden, Mitarbeiter, Anteilseigner, Analysten und zivilgesellschaftliche Akteure, kommt für viele Unternehmen nun noch der Gesetzgeber hinzu.

Im Ranking 2018 richten wir einen Fokus auf die Frage, wie sich die Berichtspflicht auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher Unternehmen auswirkt. Wirkt sie als Treiber und führt zu einem quantitativen und qualitativen Ausbau des Reportings? Oder verengen die Unternehmen im Gegenteil ihre Berichterstattung auf die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen?

Wesentliche Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen zunächst, dass die Anzahl der Berichterstatter zunimmt. Der Anteil der Berichterstatter unter den 100 größten deutschen Unternehmen ist von 60 Prozent 2015 auf nunmehr 69 Prozent angestiegen. Ein Anstieg der Berichtsqualität ist bei den Großunternehmen dagegen nicht zu beobachten – weder in der Gesamtgruppe noch in der Teilgruppe der berichtspflichtigen Unternehmen. Allerdings zeigt sich, dass die berichtspflichtigen Unternehmen im Vergleich zu den Unternehmen, die nicht unter die Berichtspflicht fallen, in der Bewertung deutlich besser abschneiden.

[1] Bundesregierung (2017): Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz). http://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBl&jumpTo=bgbl117s0802.pdf.

Bei den kleinen und mittleren Unternehmen setzt sich der Trend zur Professionalisierung und Standardisierung der Berichte fort. Die durchschnittliche Punktzahl der Berichte ist gegenüber 2015 erneut angestiegen.

Zu den Inhalten dieses Berichts

Der vorliegende Bericht führt in das Konzept und die Methodik des Rankings ein und stellt umfassend die Ergebnisse sowohl für Großunternehmen als auch für KMU dar. Neben den vollständigen Ergebnislisten werden für beide Gruppen von Unternehmen die Qualitäten der jeweils drei besten Berichte skizziert. Ferner werden für Großunternehmen und KMU übergreifend die Stärken und Schwächen der Berichterstattungspraxis entlang der Rankingkriterien erläutert. Für die Großunternehmen werden zudem detaillierte Auswertungen für alle zwölf Branchencluster des Rankings präsentiert. Im Anhang finden sich zudem ausführliche Listen mit den Großunternehmen und KMU, die im Projektzeitraum Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht haben. Im Kapitel zum Ranking der Großunternehmen wurde schließlich ein Abschnitt mit Erläuterungen guter Beispiele speziell zu der Berichterstattungspraxis im Kontext der CSR-Berichtspflicht hinzugefügt.

Neu hinzugekommen in diesem Ranking ist eine explorative Analyse der Berichterstattung über die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. Für die im Ranking bewerteten Nachhaltigkeitsberichte ist dabei erstmals untersucht worden, in welchem Umfang und auf welche Weisen sich die Unternehmen mit den SDGs auseinandersetzen. Die Ergebnisse dieser Analyse werden unter Bezugnahme auf Beispiele in einem eigenen Kapital vorgestellt.

2 VORGEHEN UND BEWERTUNGSMETHODE

2.1 VORGEHENSWEISE

2.1.1 GRUNDGESAMTHEIT DER BERICHTE

Im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte bewerten IÖW und future die Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte oder vergleichbare – auch integrierte[2] – Berichte deutscher Unternehmen. Die Bewertung findet in zwei getrennten Wettbewerben für Großunternehmen und für kleine und mittlere Unternehmen statt. Für das Ranking der **Großunternehmen** werden die Berichte der 100 größten Unternehmen mit Sitz in Deutschland berücksichtigt.[3] Aus dieser Grundgesamtheit werden die Unternehmen mit einem vollwertigen Bericht in die Bewertung einbezogen (vgl. 3.1). Informationsquelle dafür ist die Aufstellung der größten deutschen Unternehmen, wie sie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) für das Jahr 2017 veröffentlicht hat. Dort werden die 100 größten Unternehmen nach folgendem Verteilungsschlüssel aufgeführt:

- die 67 größten Industrie- und Dienstleistungsunternehmen (gemessen am Umsatz),
- die 10 größten Versicherer (gemessen an der Summe der Beitragseinnahmen),
- die 10 größten Kreditinstitute (gemessen an der Bilanzsumme) sowie
- die 13 größten Handelsunternehmen (gemessen am Umsatz).

Das **KMU**-Ranking bewertet ausschließlich freiwillig eingereichte Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen, die bis zu 5.000 Personen beschäftigen oder bis zu 500 Mio. Euro Jahresumsatz erwirtschaften. Aus den eingereichten Berichten werden durch ein qualitatives Screening 40 Berichte zur Bewertung ausgewählt.

2.1.2 BEWERTUNGSGEGENSTAND

Bewertungsgegenstand des Rankings sind eigenständige Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte oder vergleichbare Unternehmensberichte, die sich auf das gesamte Unternehmen und einen eindeutigen Berichtszeitraum beziehen. Hierunter fallen **auch integrierte Berichte**, die auf eine Verschränkung der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichterstattung abzielen. Nach dem International Integrated Reporting Council (IIRC) zeigen integrierte Berichte, wie die Unternehmensstrategie, die Unternehmenssteuerung, die Unternehmensleistung und der finanzielle Unternehmenserfolg unter den sozialen, ökologischen und ökonomischen Kontextbedingungen zu Wertschöpfung führt (integratedreporting.org).

Als **eigenständige Berichte** werden sowohl PDF- bzw. gedruckte Berichte als auch reine Online-Bericht gefasst. Da auch gedruckte Berichte zumindest bei den Großunternehmen kaum noch ohne begleitende oder vertiefende Internet-Informationen veröffentlicht werden, basiert die Bewertung

[2] Ein integrierter Bericht zielt darauf ab, Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichterstattung vollständig zu verschränken. Vgl. dazu auch 2.1.2 sowie weiterführend http://integratedreporting.org/.

[3] Bis zum Ranking-Durchgang 2015 wurden die 150 größten Unternehmen einbezogen. Zusätzlich wurden bis 2015 einige Unternehmen mit geringeren Umsatzzahlen einbezogen, die sich als langjährige und zum Teil in ihrer Branche vorbildliche Nachhaltigkeitsberichterstatter etabliert hatten (zuletzt waren dies Axel Springer, C&A, Fraport, Hellmann, Miele, Puma und Tchibo). Das vorliegende Ranking bezieht sich dagegen nur auf die Berichte der 100 größten deutschen Unternehmen.

der Berichte auf dem sogenannten Plattformkonzept: Ausgehend von einem Kerndokument werden unter bestimmten Bedingungen weitere Informationsquellen wie eben Internetseiten, aber auch Personal- oder Geschäftsberichte usw. einbezogen. Hierfür ist es erforderlich, dass im Kerndokument – dies ist 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.

2.1.3 ABLAUF DES RANKINGS 2018

Das Ranking 2018 begann im Herbst 2017 mit der Überarbeitung der Bewertungskriterien. Daran schloss sich eine Unternehmensbefragung zum Stand der Nachhaltigkeitsberichterstattung an.[4] Die Bewertung der Berichte erfolgte von Juni bis November 2018. Bei den Großunternehmen wurden alle bis zum 30.06.2018 erschienenen Berichte berücksichtigt, insgesamt 69. Der Einreichungstermin für KMU war der 31.07.2018. 64 KMU reichten einen Bericht zum Ranking ein. Nach einem qualitativen Screening wurden 40 Berichte ausgewählt und bewertet. Gut 60 Prozent der Unternehmen nutzten die Möglichkeit, während des Bewertungsprozesses Feedback zu ihrem Bewertungsbogen zu geben.[5] Am 21. Februar 2018 wurden die Ergebnisse des Rankings im Rahmen der Konferenz „CSR-Reporting in Zeiten der Berichtspflicht" im Bundesministerium für Arbeit und Soziales vorgestellt.

2.1.4 UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

Der eigentlichen Bewertung der Berichte ging wie bei vergangenen Ranking-Durchläufen eine Bestandsaufnahme im Rahmen der Unternehmensbefragung voraus: Im Januar und Februar 2018 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. Inhalte der Befragung waren unter anderem Formate, Veröffentlichungsturnus und Verantwortlichkeiten der unternehmensbezogenen Berichterstattung, die Wahrnehmung von Informationsbedürfnissen der Stakeholder sowie Einschätzungen zur CSR-Berichterstattungspflicht.[6]

Die Befragung von Großunternehmen und KMU zeigt, dass sich die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung bei Großunternehmen und KMU weiter zu etablieren und zu **professionalisieren** scheint: In zunehmendem Maße sind eigenständige Abteilungen für die Erstellung der Berichte zuständig und werden bei Großunternehmen externe Prüfungen der Berichtsinhalte angestrebt. Zudem geben mehr KMU als zuvor an, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung für interne Steuerungszwecke genutzt werde. Es ist zu vermuten, dass sich diese Entwicklung fortsetzen wird: So

[4] IÖW/future (Hrsg., 2018): Nachhaltigkeitsberichterstattung in Zeiten der Berichtspflicht. Ergebnisse einer Befragung von Großunternehmen, KMU und sonstigen berichtspflichtigen Unternehmen im Rahmen des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte, Berlin. https://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/data/ranking/user_upload/2018/Ranking_Nachhaltigkeitsberichte_2018_Unternehmensbefragung.pdf

[5] 40 der 69 bewerteten Großunternehmen sowie 26 der 40 bewerteten KMU haben Feedback zu ihrem Bewertungsbogen gegeben.

[6] Die vollständigen Ergebnisse der Befragung stehen auf der Projekt-Website zum Download zur Verfügung: https://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/data/ranking/user_upload/2018/Ranking_Nachhaltigkeitsberichte_2018_Unternehmensbefragung.pdf

betrachtet etwa eine große Mehrheit der befragten Großunternehmen die zunehmende Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen ganz allgemein in der Gesellschaft sowie konkret für die Unternehmensbewertung als wichtigen Auslöser für den veränderten Informationsbedarf, dem u. a. mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung begegnet wird.

Zum **CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz** können wir feststellen, dass sich die positive Einstellung der Großunternehmen gegenüber der Berichtspflicht weiter gefestigt hat. Über 80 Prozent befürworten diese mittlerweile, was einen deutlichen Zuwachs innerhalb der letzten sieben Jahre darstellt. Auch die sonstigen berichtspflichtigen Unternehmen äußern sich mehrheitlich positiv zur CSR-Berichtspflicht. Als häufigstes Format zur Erfüllung der Berichtspflicht werden hier nicht-finanzielle Berichte außerhalb des Lageberichts und eigenständige Nachhaltigkeits-/CSR-Berichte gewählt.

Erstmals wurden auch Fragen zur **Bewertung des Rankings** der Nachhaltigkeitsberichte von IÖW und future in die Erhebung aufgenommen. Die Antworten fallen insgesamt positiv aus und unterstreichen den Wert dieses Instruments für die Qualitätssicherung und -steigerung in der freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung. So stellen die befragten Großunternehmen und KMU den Bewertungskriterien des Rankings mehrheitlich ein gutes Zeugnis aus. Auch bei der Rolle des Rankings als branchenbezogenes Benchmark sowie bei der Bedeutung des eigenen Abschneidens für das Unternehmen überwiegen die positiven Rückmeldungen.

2.2 KRITERIEN UND BEWERTUNG

2.2.1 KRITERIENSTRUKTUR

Die Berichte von **Großunternehmen** und von **KMU** werden systematisch anhand eines **jeweils eigenen Kriteriensets** bewertet (vgl. Tabelle 1und Tabelle 2). Bei den Großunternehmen besteht dieses aus 44 Einzelkriterien; zur Bewertung der KMU-Berichte werden 26 Einzelkriterien angelegt. Die Kriterien sind in materielle Berichtsanforderungen sowie Anforderungen an die allgemeine Berichtsqualität eingeteilt. Die materiellen Anforderungen umfassen ökonomische bzw. managementbezogene Aspekte sowie soziale und ökologische Aspekte der Produktion, der Produkte und Dienstleistungen sowie der Lieferkettenbeziehungen und des gesellschaftlichen Umfelds. Die Anforderungen an die allgemeine Berichtsqualität beinhalten die gute Praxis der Berichterstellung wie Wesentlichkeit, Offenheit, Vergleichbarkeit und kommunikative Qualität.

Für die Großunternehmen werden die Kriterien um Branchenspezifikationen ergänzt. Die KMU-Kriterien sind allgemeiner gehalten, um den Anforderungen an KMU flexibler Rechnung zu tragen. Etwa ist die Komplexität der Lieferkette bei KMU in der Regel geringer. Da die Einflussmöglichkeiten auf die Lieferkette auch von der Unternehmensgröße abhängen, sind sie bei KMU in der Regel geringer als bei marktmächtigen Großunternehmen.

Bei den Einzelkriterien können jeweils bis zu fünf Punkte erzielt werden. Da manche Themen relevanter sind als andere, werden die Kriterien unterschiedlich gewichtet. In der Gesamtbewertung können so **maximal 700 Punkte** erreicht werden. Im Ranking 2018 wird die Gewichtung bei den Großunternehmen erstmals branchenspezifisch differenziert (vgl. 2.2.2 unten). Die vollständigen Kriteriensets, inklusive der branchenspezifischen Anforderungen und Gewichtungen, können auf der Seite www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de heruntergeladen werden.[7]

[7] IÖW/future (Hrsg., 2018): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Kriterien und Bewertungsmethode im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018 von IÖW und future, Berlin/Münster. https://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/data/ranking/user_upload/2018/Ranking_Nachhaltigkeitsberichte_2018_Bewertungskriterien_Grossunternehmen.pdf;

Tabelle 1: Kriterienset für das Ranking der Großunternehmen

Rankingkriterien Großunternehmen	Anzahl Einzel-kriterien	Gewichtung	maximale Punktzahl
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung			
A.1 Unternehmensprofil	3	5	25
A.2 Vision, Strategie und Management	4	20	100
A.3 Ziele und Programm	2	15	75
A.4 Interessen der Mitarbeiter/innen	8	15	75
A.5 Ökologische Aspekte der Produktion	8	15	75
A.6 Produktverantwortung	4	20	100
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	3	20	100
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	4	10	50
B Allgemeine Berichtsqualität			
B.1 Glaubwürdigkeit	3	10	50
B.2 Berichterstattung zu wesentlichen Themen	1	5	25
B.3 Kommunikative Qualität	4	5	25
Summe	44		700

Tabelle 2: Kriterienset für das Ranking der KMU

Rankingkriterien KMU	Anzahl Einzel-kriterien	Gewichtung	maximale Punktzahl
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung			
A.1 Unternehmensprofil	1	5	25
A.2 Vision, Strategie und Management	3	20	100
A.3 Ziele und Programm	2	15	75
A.4 Interessen der MitarbeiterInnen	6	15	75
A.5 Ökologische Aspekte der Produktion	5	15	75
A.6 Produktverantwortung	3	20	100
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	1	10	50
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	1	10	50
B Allgemeine Berichtsqualität			
B.1 Wesentlichkeit	1	10	50
B.2 Offenheit	1	10	50
B.3 Aussagekraft & Vergleichbarkeit	1	5	25
B.4 Kommunikative Qualität	1	5	25
Summe	26		700

IÖW/future (Hrsg., 2018): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU. Kriterien und Bewertungsmethode im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018 von IÖW und future, Berlin/Münster. https://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/data/ranking/user_upload/2018/Ranking_Nachhaltigkeitsberichte_2018_Bewertungskriterien_KMU.pdf.

2.2.2 WEITERENTWICKLUNG DER KRITERIEN

Um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass sich die Nachhaltigkeitsberichterstattung national und international weiterentwickelt, werden die Bewertungskriterien regelmäßig in Abstimmung mit Unternehmen und unterschiedlichen Anspruchsgruppen überarbeitet.

Im Vorfeld des Rankings 2018 wurden die Kriterien für **Großunternehmen** in mehreren Bereichen weiterentwickelt:

- Die Anforderungen an die Darstellung des **Unternehmensprofils**, der Geschäftsmodelle und deren wirtschaftliche Entwicklung wurden an die veränderten Berichtsformate angepasst.
- Die Angaben in den Bereichen **Unternehmensführung**, **Interessen der Mitarbeiter/innen**, **ökologische Aspekte der Produktion** sowie **gesellschaftliches Umfeld** wurden an normative Entwicklungen und den Fortschritt des wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurses angepasst. Unter anderem wurden die Anforderungen zu den Themen Erneuerbare Energien, Menschenrechte und Lobbying erweitert.
- Bei der sozialen **Produktverantwortung** wurden die Ansprüche an den Verbraucher- und Datenschutz geschärft. Zudem wurden die Kriterien zur Produktverantwortung neu strukturiert, um die Berichterstattung zu gesellschaftlichen Wirkungen von Produkten und zur Verbraucherorientierung getrennt zu bewerten.
- Die Kriterien zur **allgemeinen Berichtsqualität** wurden ebenfalls neu strukturiert und überarbeitet, um auch hier Änderungen in den Berichtsformaten sowie die damit einhergehenden Anforderungen an die Kommunikation besser abzubilden.

Bei den Kriterien des **KMU**-Rankings erfolgten Anpassungen in folgenden Themenbereichen:

- Bei den Darlegungen im Bereich **Vision, Strategie und Management** wird explizit eine transparente Vorgehensweise zur Feststellung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen sowie die Bezugnahme auf bisherige Erfolge und Rückschläge in der Nachhaltigkeitsleistung abgefragt.
- Bei der Berichterstattung zu den **Interessen der Mitarbeiter/innen**, zu den **ökologischen Aspekten der Produktion** sowie zum **gesellschaftlichen Umfeld** wurden die Anforderungen ergänzt bzw. konkretisiert. Unter anderem betrifft dies Angaben zur Lohnspreizung, zu Einstiegs- und Ausbildungsmöglichkeiten Geflüchteter, zu Naturschutz und Artenvielfalt sowie zu Steuerzahlungen.
- Bei den Kriterien zur **Produktverantwortung** wurden insbesondere Anforderungen im Bereich Produktentwicklung erweitert. Die Anforderungen im Kriterium **Verantwortung in der Lieferkette** wurden um quantitative Informationen zur Wirksamkeit der Instrumente und Maßnahmen ergänzt.

Im Ranking der Großunternehmen wurden zudem die **branchenspezifischen Anforderungen und Gewichtungen** deutlich ausgebaut. Aufbauend auf Medienscreenings und der Untersuchung von Wesentlichkeitsanalysen wurden für alle zwölf Branchencluster themenspezifische Anforderungen präzisiert und Relevanzen neu bewertet. Um das Wesentlichkeitsprinzip im Ranking zu stärken, wurden für bestimmte Branchen einige der 44 Einzelkriterien aus der Bewertung genommen oder deren Gewichtung angepasst. Erstmals wurden auch die elf Oberkriterien je nach Branche unter-

schiedlich gewichtet. So fließt für Automobilhersteller die Produktverantwortung stärker in die Gesamtwertung ein, in der Transport- und Logistikbranche werden dagegen die Interessen der Mitarbeiter/innen höher gewichtet.

2.2.3 ÜBERBLICK ÜBER DIE KRITERIENINHALTE

Die detaillierten Kriterienformulierungen stehen auf der Website des Rankings zum Download zur Verfügung. An dieser Stelle wollen wir überblicksartig die Inhalte der Hauptkriterien zusammenfassen, ihre Zielrichtung erläutern und einzelne Aspekte von Unterkriterien benennen.

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

Die Ausführungen zu **Vision, Strategie und Management** zeigen den Leser/innen, inwieweit das Unternehmen die sozialen und ökologischen Auswirkungen seiner Geschäftsaktivitäten, die Erwartungen der Stakeholdergruppen und die Chancen und Risiken für die Unternehmenstätigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit erfasst und bewertet. Relevant ist dabei vor allem, wie das Unternehmen diese Erkenntnisse in nachhaltigkeitsbezogene Ziele, Strategien, Strukturen und Handlungsvorgaben übersetzt. Gefragt sind in diesem Oberkriterium zunächst Erläuterungen dazu, wie das Unternehmen seine Beziehungen zu den internen und externen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) gestaltet und diese in die Feststellung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen einbindet. Dargestellt werden sollen weiterhin die Werte, Nachhaltigkeitsvision und Strategie des Unternehmens, die Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Unternehmensführung und die Entscheidungsprozesse, die nachhaltigkeitsbezogenen Managementsysteme sowie die Regeln und Strukturen in den Bereichen Compliance und Korruptionsvermeidung.

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

Die Aussagen im Bereich **Mitarbeiterinteressen** verdeutlichen den Leser/innen, inwieweit das Unternehmen Verantwortung für seine aktuellen und zukünftigen Beschäftigten übernimmt und sich dabei an den Interessenlagen und der Schutzbedürftigkeit unterschiedlicher Beschäftigtengruppen sowie an national und international anerkannten Normen und Standards orientiert. Gleichzeitig sollte das Unternehmen zeigen, wie es zentralen Herausforderungen demografischer Entwicklungen begegnet. Die Subkriterien beziehen sich hier auf die Gewährleistung der Arbeitnehmerrechte, die Ausgestaltung der Entgeltpraxis und Arbeitszeitregelungen sowie auf die betriebliche Umsetzung von Aus- und Weiterbildung. Zudem werden Informationen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit und speziell der Gleichstellung von Frauen und Männern sowie zur Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung erwartet.

Die Darstellungen zu den **ökologischen Aspekten der Produktion** zeigen, inwieweit das Unternehmen seine Ressourcenverbräuche und Schadstoffeinträge erfasst, bewertet und systematisch optimiert. Gefordert sind hier zunächst Angaben zum Bereich Energiemanagement und Klimaschutz. Aufgrund der besonderen Relevanz des Themas soll den Leser/innen durch eine ausdrückliche Darstellung zu Zielsetzungen und Zielerreichung ermöglicht werden, die Ambitioniertheit der Unternehmensaktivitäten in diesem Bereich zu beurteilen. Die Aussagen zu Energiemanagement und Klimaschutz gehen mit doppelter Gewichtung in die Gesamtbewertung der Produktionsökologie ein. Darüber hinaus werden Angaben zu weiteren Schadstoffemissionen und Lärmemissionen, zum Rohstoff- und Materialeinsatz, zum Abfall- und Wassermanagement sowie zu Logistik und Verkehr erwartet. Für Großunternehmen umfassen die Kriterien darüber hinaus noch die Themen Produktions- und Transportunfälle mit Freisetzungen von umweltgefährdenden Stoffen sowie Naturschutz, Flächennutzung und Artenvielfalt.

Die Darstellungen zur **Produktverantwortung** sollen vermitteln, inwieweit das Unternehmen seine Produkte und seine Entwicklungsaktivitäten an Nachhaltigkeitsanforderungen ausrichtet. Hierfür sind zum einen Kriterien und Instrumente zu benennen, die in der Produktentwicklung zum Einsatz kommen, um die Nachhaltigkeitswirkungen der Produkte und Leistungen stetig zu verbessern. Zum anderen soll dargestellt werden, in welchem Umfang das Produkt- und Dienstleistungsportfolio an ökologischen Kriterien und gesellschaftlichen Bedürfnissen ausgerichtet ist und welche positiven oder negativen ökologische und gesellschaftlichen Wirkungen die Produkte haben. Nicht zuletzt stehen Fragen der Kundeninformation und des Verbraucherschutzes im Fokus dieses Kriteriums. Unter anderem sollen die Berichte offenlegen, wie der Schutz der Daten und der Privatsphäre der Kundinnen und Kunden sichergestellt wird.

Im Sinne einer **Lieferkettenverantwortung** sollen die Unternehmen weiterhin aufzeigen, inwieweit sie Verantwortung für die Umsetzung und Gewährleistung von Umwelt- sowie Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards bei den Zulieferern wahrnehmen. Hierfür sollen die Berichterstatter zunächst einen Überblick über ihre wichtigsten Beschaffungsbedarfe geben, eine geografische Einordnung der Hauptlieferanten vornehmen und gegebenenfalls wesentliche Risiken in der Lieferkette benennen. Großunternehmen sollen bestehende Verfahren zur Analyse und Bewertung der ökologischen und sozialen Risiken, negativen Auswirkungen und Entwicklungspotenziale aufzeigen. Zusätzlich ist von allen Unternehmen darzulegen, wie die Einhaltung der Standards für wesentliche Beschaffungen sichergestellt wird. Die Wirksamkeit des Lieferkettenmanagements soll hierbei unter anderem durch geeignete Quantifizierungen (z. B. Anzahl der Audits) belegt werden.

Zum **gesellschaftlichen Umfeld** erwarten Leser/innen einen Überblick, inwiefern das Unternehmen als „guter Bürger“ agiert und sich in seinem Umfeld für eine nachhaltige Entwicklung engagiert. Hierzu gehören Informationen über das Engagement in Nachhaltigkeitsinitiativen und das verantwortliche Auftreten in der Region als Arbeit- und Auftraggeber sowie der Ansatz und die Maßnahmen zur Förderung gemeinnütziger Zwecke (Corporate-Citizenship-Konzepte). Großunternehmen sollen darüber hinaus noch das politische Engagement des Unternehmens aufzeigen und Transparenz über finanzielle Transfers an die bzw. von der Gesellschaft in Form von Steuern und Subventionen herstellen.

Zur Bewertung der **allgemeinen Berichtsqualität** werden folgende Kriterien angesetzt: Um die Glaubwürdigkeit ihres Berichts zu stärken, sollen die Unternehmen systematisch auf die wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen eingehen und sie konsequent in einen Zusammenhang zur Geschäftsstrategie stellen. Großunternehmen sollen zusätzlich die Verantwortung der Unternehmensleitung für Nachhaltigkeitsfragen abbilden und die ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen ihres Handelns klar benennen. Dabei sollen sie auch Zielkonflikte, Umsetzungsprobleme und kritische öffentliche Debatten offen ansprechen sowie Bewertungen und Stellungnahmen

durch Externe vorstellen. Sowohl Großunternehmen als auch KMU sollen die geplanten, erreichten und nicht erreichten Leistungen offen darstellen und mit nachvollziehbaren Daten sorgfältig hinterlegen. Die Datenbasis sollte einen Blick auf den Großteil des Unternehmens bzw. der Geschäftsaktivitäten und damit eine Vergleichbarkeit auch über die Zeit ermöglichen. Durch den Bezug auf anerkannte Berechnungsmethoden, falls vorhanden, sollte für Leser/innen auch der Vergleich mit anderen Unternehmen herstellbar sein. Schließlich sollten Struktur, Text und Gestaltung des Berichts den Leser/innen ein klares Bild der Nachhaltigkeitsherausforderungen und -leistungen der Unternehmen in hoher textlicher und gestalterischer Qualität vermitteln und ihnen einen schnellen Zugang zu den für sie relevanten Informationen ermöglichen.

2.2.4 BEWERTUNG

Um eine Differenzierung der Güte der Berichterstattung zu diesen Themen zu erreichen, haben wir ein Punktesystem entwickelt: 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:

Tabelle 3: Bewertungsraster im Ranking

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.

Um innerhalb unseres mehrköpfigen Gutachterteams 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 Rankings.

3 ERGEBNISSE DES RANKINGS DER GROSSUNTERNEHMEN 2018

3.1 STICHPROBE UND KOMMUNIKATIONSFORMATE

Für die 100 größten deutschen Unternehmen wurde zunächst erfasst, ob und wenn ja, in welcher Form sie die Öffentlichkeit über die sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen ihrer Geschäftsaktivitäten informieren und erläutern, mit welchen Zielen und welchen Erfolgen sie diese Auswirkungen kontinuierlich verbessern. Neben vollwertigen Nachhaltigkeitsberichten umfassen die **Formate** auch andere themenbezogene Veröffentlichungen wie z. B. Nachhaltigkeitsbroschüren, nichtfinanzielle Berichte innerhalb oder außerhalb des Lageberichts oder auch Websites mit nachhaltigkeitsrelevanten Informationen. Daneben gibt es Unternehmen, die keine Informationen veröffentlichen. Insgesamt ordnen wir die Unternehmen folgenden Kategorien zu:

Tabelle 4: Klassifizierung der Unternehmen nach Form und Intensität der Berichterstattung

Form und Intensität der Berichterstattung bzw. Informationsbereitstellung zu sozialen und ökologischen Unternehmensleistungen	Kategorie
Unternehmen mit **eigenständigem** bzw. **vollwertig integriertem** Print-, PDF- oder Online-Bericht	A
Unternehmen, dessen **internationaler Mutterkonzern** einen Bericht im Sinne der Kategorie A publiziert hat	B
Unternehmen mit **relevanten standort- bzw. themenbezogenen (Online-) Veröffentlichungen** (z. B. Umweltbericht, Fortschrittsbericht des Global Compact)	C
Unternehmen mit **relevanten** Informationen zu nichtfinanziellen Aspekten, insbesondere im Lage- oder Geschäftsbericht oder im gesonderten nichtfinanziellen Bericht sowie relevanten Informationen im Internet.	D
Unternehmen mit nur **geringfügigen** Informationen im Internet, im Lage- oder Geschäftsbericht oder im gesonderten nichtfinanziellen Bericht.	E
Unternehmen **ohne** Informationen	X

Jedes Unternehmen der Top 100, das einen eigenständigen Nachhaltigkeits- oder integrierten Bericht veröffentlicht, wird als „Berichterstatter“ in die eigentliche Bewertung einbezogen (Kategorie A). Die anderen Unternehmen klassifizieren wir jedoch nicht zwangsläufig als Nicht-Berichterstatter, sofern sie in anderer Form in relevantem Umfang Informationen zu sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeitsbelangen veröffentlichen (Kategorie B, C und D). Als Nicht-Berichterstatter werden lediglich diejenigen Unternehmen aufgeführt, die keinerlei oder nur geringfügige Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen offenlegen (Kategorie E und X).

Von den 100 größten deutschen Unternehmen legen mehr als zwei Drittel einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht oder einen integrierten Unternehmensbericht vor. Der **Anteil der Berichterstatter** ist gegenüber dem letzten Ranking im Jahr 2015 von 60 Prozent auf 69 Prozent angestiegen.[8] Darunter befinden sich zehn Neuberichterstatter, die ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht

[8] 2015 lagen 72 Nachhaltigkeitsberichte der 150 einbezogenen Großunternehmen vor. Legt man für 2015 nur die größten 100 Unternehmen zugrunde, reduziert sich die Anzahl der Nachhaltigkeitsberichte auf 60.

nach dem letzten Ranking veröffentlicht haben: Aldi Nord, Aldi Süd, Celesio/McKesson Europe, Debeka, Hapag Lloyd, Heraeus, Lidl, Schaeffler, Südzucker und Talanx.[9]

Von den 31 Top-100-Unternehmen ohne eigenständigen oder integrierten Nachhaltigkeitsbericht können 14 auf einen Bericht des (internationalen) Mutterkonzerns verweisen. Sechs Unternehmen legen zumindest eine nichtfinanzielle Erklärung vor, drei stellen relevante Nachhaltigkeitsinformationen auf ihrer Website oder in themenbezogenen Broschüren zur Verfügung.

Bei 13 Berichten der Großunternehmen handelt es sich um **integrierte Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte**.[10] Der Anteil der integrierten Berichte liegt mit ca. 19 Prozent ungefähr auf dem Niveau von 2015 (17 Prozent). Neu hinzugekommen sind seit 2015 die Berichte von Adidas, EWE und Porsche.

Abbildung 1 zeigt die Aufteilung der 100 größten deutschen Unternehmen auf unterschiedliche Kategorien, die die Form und Intensität der Berichterstattung klassifizieren. Eine Liste aller 100 Unternehmen mit entsprechender Einteilung befindet sich im Anhang.

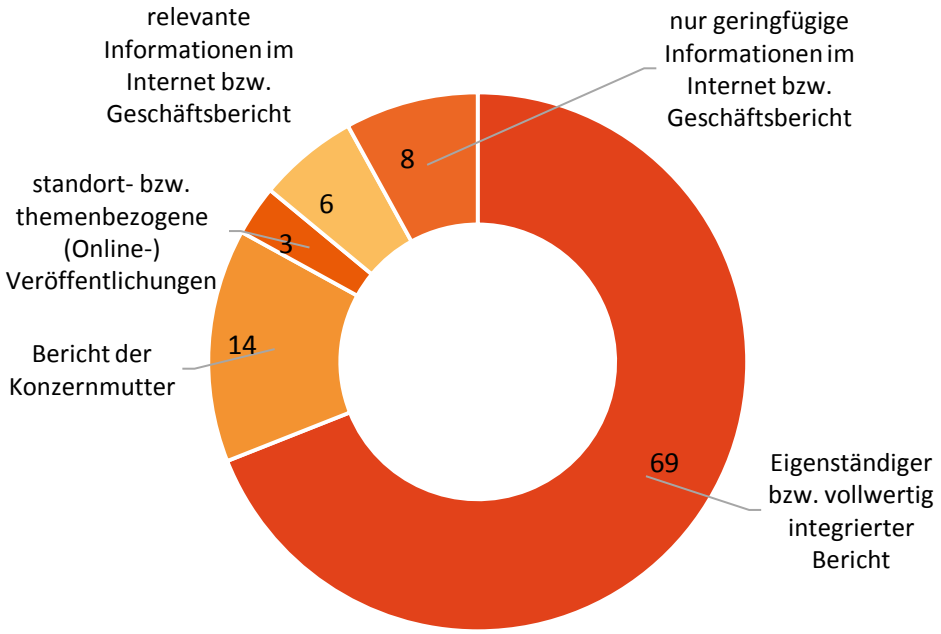

Abbildung 1:Klassifizierung der Berichterstattung der Großunternehmen im Ranking 2018 (Stand: Juli 2018)

[9] Weitere drei Großunternehmen sind aufgrund ihrer Ausgliederung bzw. Neugründung erstmals mit einem Nachhaltigkeitsbericht im Ranking vertreten (Covestro, Innogy, Uniper).

[10] Folgende Großunternehmen sind mit integrierten Unternehmensberichten im Ranking vertreten: 50Hertz Transmission, Adidas, BASF, Bayer, Deutsche Bahn, EnBW, EWE, Hochtief, Lanxess, Otto, Porsche, SAP, Südzucker.

3.2 ERGEBNISSE DES RANKINGS

3.2.1 VOLLSTÄNDIGE ERGEBNISLISTE

Eine Übersicht über die 50 besten der insgesamt 69 bewerteten Berichte von Großunternehmen findet sich in Tabelle 5, eine vollständige Liste der Großunternehmen in Tabelle 21 im Anhang.

Wir möchten dabei betonen, dass alle Unternehmen, die Nachhaltigkeitsberichte herausgeben, Engagement und die Bereitschaft zeigen, Informationen über ihre sozialen und ökologischen Leistungen zumindest in Teilen offen zu legen. Dies ist per se lobenswert und hebt sich positiv von den Nicht-Berichterstattern ab (vgl. 3.2.3), die diese Transparenz nicht bzw. nur sehr eingeschränkt praktizieren.

Tabelle 5: Ergebnisse der 50 besten Großunternehmen

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

2018

Ergebnisse Großunternehmen

Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung: Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der Mitarbeiter/innen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Allgemeine Berichtsqualität: Glaubwürdigkeit	Berichterstattung zu wesentlichen Themen	Kommunikative Qualität
								Gewichtung	5	20	15	15	15	20	20	10	10	5	5
1	10	33	21	C	X	Rewe Group	512	Nachhaltigkeitsbericht 2017 Tradition. Vielfalt. Zukunft.	3,67	4,00	3,00	3,00	3,11	4,00	4,33	3,00	3,00	5,00	4,00
2	1	1	3	10	9	BMW Group	502	Sustainable Value Report 2017	3,00	4,00	4,00	3,25	2,56	3,33	4,33	3,50	3,67	3,00	5,00
3	8	A	6	24	37	Deutsche Telekom AG	477	CR-Bericht 2017	4,33	3,50	3,00	3,50	3,33	3,50	3,00	2,50	3,67	5,00	4,00
4	7	8	9	38	33	Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) AöR	461	Nachhaltiges Handeln. Der Nachhaltigkeitsbericht der Landesbank Baden-Württemberg.	4,33	3,00	4,00	3,75	3,86	3,40	2,33	2,50	3,00	3,00	3,00
5	4	22	25	46	D	Commerzbank AG	456	CR-Magazin und GRI-Index 2017	4,33	3,50	5,00	3,00	2,57	3,40	2,33	2,00	3,00	3,00	4,00
6	18	32	13	12	26	Merck KGaA	426	Corporate Responsibility Bericht 2017	3,67	3,00	4,00	2,56	3,00	2,50	3,00	2,50	3,00	5,00	3,00
7	34	A	5	12	A	Deutsche Bahn AG	419	Integrierter Bericht 2017. Auf in eine neue Zeit.	5,00	3,00	4,00	2,80	2,50	2,00	1,67	3,00	3,67	5,00	5,00
8	14	5	12	7	31	Bayer AG	417	Geschäftsbericht 2017, erweiterte Fassung.	4,33	2,50	3,00	2,33	2,78	2,50	3,67	2,50	3,67	3,00	4,50

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

2018

Ergebnisse Großunternehmen

Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung								Allgemeine Berichtsqualität		
									Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der Mitarbeiter/innen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Berichterstattung zu wesentlichen Themen	Kommunikative Qualität
								Gewichtung	5	20	15	15	15	20	20	10	10	5	5
9	5	9	6	9	7	Volkswagen AG	412	Transformation gestalten. Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,67	3,50	2,00	2,50	2,33	2,33	3,67	2,00	5,00	3,00	4,50
10	3	A	28	31	16	KFW Bankengruppe	403	Perspektiven fördern- Menschen stärken GRI-Bericht 2017 inklusive nichtfinanzielle Erklärung	4,33	3,00	2,00	2,75	2,29	3,50	1,67	2,33	3,67	5,00	3,50
11	17	2	2	C	A	Siemens AG	387	Nachhaltigkeitsinformationen 2017	3,00	3,00	1,00	2,00	2,22	3,67	3,67	2,75	3,00	3,00	3,00
12	21	11	11	14	1	Henkel AG & CO. KGaA	382	Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,00	2,50	3,00	2,11	2,11	3,00	3,00	2,50	3,00	3,00	3,50
13	26	30	29	17	15	Evonik Industries AG	374	Nachhaltigkeitsbericht 2017. Zuhören lohnt sich	2,33	3,00	4,00	2,33	2,78	0,75	3,00	2,50	3,00	3,00	4,00
14	33	3	1	3	13	BASF-Gruppe	370	BASF-Bericht 2017 Ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Leistung	4,33	3,00	4,00	1,67	1,89	2,00	3,00	2,50	1,67	3,00	3,00
15	D	E	X	X	X	Aldi Nord	360	Einfach wichtig. Unternehmensgruppe Aldi-Nord Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,00	3,00	3,00	1,40	2,25	3,00	2,33	1,00	3,00	3,00	4,50
16	25	28	41	C	A	Allianz Group	358	Responding to Tomorrow's Challenges. Allianz Group Sustainability Report 2017	3,00	2,50	3,00	2,25	2,57	3,00	1,00	2,50	3,00	3,00	3,00
17	19	-	-	-	X	Hannover Rück SE	357	Nachhaltigkeitsbericht 2016	5,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00	1,67	2,50	1,67	3,00	3,00

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

2018

Ergebnisse Großunternehmen

Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung								Allgemeine Berichtsqualität		
									Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der Mitarbeiter/innen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Berichterstattung zu wesentlichen Themen	Kommunikative Qualität
								Gewichtung	5	20	15	15	15	20	20	10	10	5	5
18	23	39	38	C	28	Bayerische Landesbank AöR	355	BayernLB Nachhaltigkeitsbericht 2016. Regionale Wurzeln. Globale Verantwortung./ Zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht 2017 des Bayern LB-Konzerns	3,67	2,50	4,00	2,25	2,43	3,00	1,00	2,00	1,67	3,00	3,00
19	9	30	44	D	X	DZ Bank Gruppe	351	Nachhaltigkeitsbericht 2016, Communication on Progress 2016	1,67	2,00	4,00	2,25	2,57	3,00	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00
20	45	37	47	23	A	HeidelbergCement AG	347	Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,67	3,50	3,00	2,11	2,09	2,00	1,00	2,00	3,00	3,00	5,00
20	D	X	E	X	-	Talanx AG	347	Nachhaltigkeitsbericht 2017	4,33	2,50	3,00	1,50	2,29	2,20	1,67	2,50	3,00	3,00	4,50
22	B	24	17	35	-	Télefonica Deutschland Holding AG	346	Corporate Responsibility Bericht 2017	3,00	3,00	3,00	2,00	2,00	2,50	1,67	2,00	2,33	3,00	5,00
23	-	-	-	-	-	Innogy SE	343	Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,67	3,00	1,00	2,25	2,22	3,00	2,33	2,00	2,33	3,00	3,50
23	X	D	X	X	-	Lidl	343	Heute für morgen handeln 2016-2017	3,00	2,50	3,00	1,80	1,00	3,00	2,33	1,75	3,00	3,00	3,00
25	49	49	42	C	-	Aurubis AG	339	149.0 Nachhaltigkeitsbericht 2015	4,33	3,50	2,00	2,33	1,89	3,00	1,67	1,50	2,33	3,00	3,00
26	47	E	E	X	X	R+V Versicherung AG	335	Nachhaltig. Verantwortlich. Genossenschaftlich. Der R+V Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,67	1,00	3,00	2,75	3,43	2,60	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00
27	12	10	10	1	3	Otto Group	332	Hallo Werte Geschäftsbericht 2017/2018 – Warum Wirtschaft Werte braucht	3,67	3,00	4,00	0,90	0,67	2,00	2,33	1,50	3,00	3,00	3,00

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

2018

Ergebnisse Großunternehmen

Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung								Allgemeine Berichtsqualität		
									Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der Mitarbeiter/innen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Berichterstattung zu wesentlichen Themen	Kommunikative Qualität
								Gewichtung	5	20	15	15	15	20	20	10	10	5	5
28	31	A	A	E	D	Norddeutsche Landesbank AöR	330	Konzern- Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,67	3,00	0,50	2,50	2,57	2,60	2,33	2,00	1,67	3,00	3,00
29	36	D	D	C	20	ZF Friedrichshafen AG	328	Sustainability Report 2017	4,33	2,50	3,00	2,25	2,22	1,67	1,67	2,50	2,33	3,00	3,00
30	22	-	-	-	-	ERGO Group AG	327	GRI Bilanz 2017	4,33	2,50	3,00	1,00	2,29	2,60	1,00	1,75	3,00	3,00	3,50
31	68	A	A	C	C	Continental AG	323	Nachhaltigkeitsbericht 2017 und Fortschrittsmitteilung an den UN Global Compact	4,33	3,00	3,00	2,25	1,89	2,00	1,67	2,00	1,33	3,00	2,50
31	-	-	-	-	-	Covestro AG	323	Geschäftsbericht 2017 und GRI-Ergänzungsbericht 2017. Ergänzende Nachhaltigkeitsinformationen und GRI-Index im Rahmen der jährlichen Berichterstattung	3,67	2,50	3,00	1,44	2,22	2,00	2,33	2,00	2,33	3,00	2,00
31	46	18	44	45	34	Deutsche Post AG	323	Gemeinsamen Werten verpflichtet- Bericht zur Unternehmensverantwortung 2017	3,00	2,50	3,00	2,00	1,75	2,00	1,00	2,00	3,67	3,00	5,00
34	62	47	A	39	C	Linde AG	321	Corporate Responsibility Bericht 2017	3,00	3,00	3,00	1,67	2,56	2,00	1,00	1,50	3,00	3,00	3,50
35	55	A	A	28	A	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	315	Integrierter Geschäftsbericht 2017	5,00	2,50	2,00	1,00	1,78	2,50	2,33	2,50	2,33	1,00	3,50
36	24	-	-	49	-	Audi AG	312	Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,67	2,50	2,00	2,25	2,25	1,50	2,33	2,00	2,33	1,00	4,00
37	27	21	30	17	5	Adidas AG	311	Adidas Geschäftsbericht 2017	3,00	2,50	1,00	1,30	1,00	2,00	4,33	1,00	2,33	3,00	1,00

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

2018

Ergebnisse Großunternehmen

Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung								Allgemeine Berichtsqualität		
								Gewichtung	Unternehmensprofil 5	Vision, Strategie und Management 20	Ziele und Programm 15	Interessen der Mitarbeiter/innen 15	Ökologische Aspekte der Produktion 15	Produktverantwortung 20	Verantwortung in der Lieferkette 20	Gesellschaftliches Umfeld 10	Glaubwürdigkeit 10	Berichterstattung zu wesentlichen Themen 5	Kommunikative Qualität 5
38	61	E	D	C	X	BayWa AG München	309	Raum für Nachhaltigkeit. Verantwortlich handeln. BayWa AG Nachhaltigkeitsbericht 2017.	5,00	2,50	2,00	1,60	2,33	1,50	1,67	2,00	3,00	3,00	4,00
39	57	C	D	C	39	Infineon Technologies AG	308	Nachhaltigkeit bei Infineon. In Ergänzung zum Geschäftsbericht 2017	5,00	2,00	4,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,50	3,00	1,00	3,50
40	C	C	C	E	C	Schaeffler AG	306	Verantwortung für morgen. Nachhaltigkeitsbericht 2017	3,00	3,00	2,00	2,00	1,22	2,00	1,67	0,50	3,67	3,00	4,50
41	55	23	43	C	E	SAP SE	304	Intelligente Unternehmen. Integrierter Bericht der SAP 2017	5,00	2,00	1,00	2,00	2,43	1,50	1,67	2,25	3,67	3,00	4,00
42	41	35	46	33	23	Münchener-Rück-Gruppe	302	Corporate Responsibility Bericht 2017/2018	3,00	2,50	2,00	1,25	1,71	2,20	1,00	3,00	3,67	3,00	2,00
43	64	36	37	10	26	Hochtief AG	301	Konzernbericht 2017. Kombinierter Finanz- und Nachhaltigkeitsbericht	4,33	3,00	2,00	2,11	1,80	2,00	1,00	2,50	2,33	1,00	3,50
44	50	50	C	C	-	Lanxess AG	298	Geschäftsbericht 2017	3,67	2,00	2,00	2,56	2,44	1,00	2,33	2,00	2,33	3,00	2,00
45	13	4	7	27	14	Daimler AG	285	Nachhaltigkeitsbericht 2017	2,33	2,50	3,00	2,00	1,22	1,67	1,00	2,00	2,33	3,00	3,00
46	29	25	14	20	C	E.ON SE	283	Nachhaltigkeitsbericht 2017	2,33	2,00	2,00	1,75	1,44	2,50	1,00	2,50	3,00	1,00	4,50
47	51	44	A	26	18	Lufthansa Group	281	Nachhaltigkeitsbericht 2018 Balance	3,00	2,50	1,00	1,80	2,13	2,00	1,00	1,50	3,00	3,00	4,50

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

2018

Ergebnisse Großunternehmen

									Kriterien										
									Materielle Anforderungen an die Berichterstattung								Allgemeine Berichtsqualität		
Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der Mitarbeiter/innen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Berichterstattung zu wesentlichen Themen	Kommunikative Qualität
								Gewichtung	5	20	15	15	15	20	20	10	10	5	5
48	14	13	4	2	6	RWE AG	280	Unsere Verantwortung 2017	4,33	2,50	0,50	1,25	1,78	1,50	1,67	3,00	2,33	3,00	4,50
49	D	E	X	X	X	Aldi Süd	276	Internationaler Bericht zur Unternehmens-verantwortung 2017. Unternehmens-gruppe Aldi Süd	3,67	2,50	2,00	0,80	1,63	2,00	1,67	1,50	3,00	1,00	3,50
50	E	X	E	X	X	Debeka Versicherungen	274	Nachhaltigkeitsbericht 2017	2,33	2,50	0,50	1,50	1,71	2,60	1,00	1,50	3,00	3,00	3,00

3.2.2 DIE TOP 3 DER GROSSUNTERNEHMEN

Die **Rewe Group** erreicht mit ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2017 im Ranking 512 Punkte und stellt damit den besten Bericht des Wettbewerbs. Der unter dem Titel „Tradition. Vielfalt. Zukunft." veröffentlichte Onlinebericht setzt sich aus mehreren Informationsangeboten zusammen, darunter ein Nachhaltigkeitsmagazin und ein GRI-Bericht. Im Magazinteil informiert das Unternehmen anschaulich über ausgewählte Themen des eigenen Nachhaltigkeitsengagements – etwa zur Vermeidung von Verpackungsmüll und zur Umsetzung familienfreundlicher Arbeitsbedingungen. Der GRI-Bericht stellt die strategischen Ansätze und Maßnahmen des Unternehmens über die Breite der wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte dar und formuliert mittelfristige Ziele anhand konkreter Indikatoren.

Besondere Stärken liegen im Bereich Produktverantwortung: Der Bericht geht umfassend auf soziale und ökologische Kriterien im Produktsortiment ein und macht deutlich, dass Rewe anstrebt, sein Produktangebot systematisch an Nachhaltigkeitskriterien auszurichten. Rewe bemüht sich insbesondere um ökologische Aspekte, aber auch um die Ausweitung regional bezogener Lebensmittel oder die Reduktion des Zuckeranteils im Eigenmarkensortiment. Die Darstellungen nehmen dabei immer wieder Bezug auf Brancheninitiativen wie etwa das Forum Nachhaltiges Palmöl, das Forum Nachhaltiger Kakao oder das Textilbündnis. Die Zusammensetzung des Produktportfolios wird in dem Bericht mit aussagekräftigen Zahlenangaben hinterlegt. Unter anderem wird der Anteil der Produkte mit Biosiegel und der Anteil der nach dem unternehmenseigenen Pro-Planet-Label zertifizieren Artikel angegeben. Hervorzuheben sind auch die Darstellungen zur Nachhaltigkeitskommunikation: Das Unternehmen legt dar, auf welchen Kanälen es seine Kunden zu Nachhaltigkeitsthemen wie etwa Regionalität oder Lebensmittelverschwendung informiert. Unter anderem bieten Rewe und die Tochterunternehmen Penny und Toom Baumarkt auf ihren Internetseiten Informationen zu wichtigen Labeln und Zertifizierungen.

Nicht zuletzt informiert der Rewe-Bericht sehr anschaulich über ausgewählte Lieferketten wichtiger Rohstoffe. Für Bananen, Soja, Natursteine, Baumwolle, Kakao und Palmöl werden Hintergrundinformationen zu den Anbauländern dargestellt, die spezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen erörtert und das Engagement des Unternehmens dargelegt. Mit diesen und weiteren Darstellungen, etwa in den Bereichen Mitarbeiterverantwortung und betrieblicher Umweltschutz, vermittelt Rewe mit seinem Nachhaltigkeitsbericht ein glaubwürdiges Gesamtbild seines Nachhaltigkeitsengagements.

Die **BMW Group** erreicht mit ihrem Sustainable Value Report 2017 im Ranking 502 Punkte und belegt damit nach zwei ersten Plätzen in den letzten Durchgängen erneut einen Spitzenplatz. Die freiwillige Berichterstattung nach GRI wird in dem Bericht erstmals durch die erforderlichen Inhalte der CSR-Berichtspflicht ergänzt. Der gut 200 Seiten starke Bericht überzeugt mit seinen systematischen Darstellungen über die Breite der Themenfelder. Aufbauend auf Erläuterungen zu den themenspezifischen Rahmenbedingungen und Herausforderungen werden Managementansätze, Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse dargestellt und mit aussagekräftigen Kennzahlen hinterlegt.

Die inhaltlichen Schwerpunkte im Bereich Produktverantwortung umfassen insbesondere die Bemühungen zur Emissionsreduktion in den Bereichen Effizienztechnologien, Schadstoffreduktion und elektrische Antriebe sowie Lösungen im Bereich des automatisierten Fahrens. Die BMW Group stellt systematisch dar, wie sie diese Aspekte in Zielsysteme und Prozesse der Produktentwicklung integriert. Die in der Öffentlichkeit breit diskutierten Themenfelder Abgasmanipulationen, irreführende Verbrauchsangaben und Schadstoffbelastungen werden in dem Bericht grundsätzlich thematisiert, wenngleich hier, wie bei allen Automobilherstellern, kritische Positionen und detailliertere

Zahlenangaben zu Stickstoffoxid- und Partikelemissionen noch stärker aufgegriffen werden könnten.

Mit ihrer Berichterstattung zum gesellschaftlichen Umfeld erzielt BMW die beste Bewertung im Feld der Ranking-Unternehmen. BMW überzeugt hier unter anderem mit Darlegungen zu den Auswirkungen an den Standorten, zu Steuerzahlungen und Subventionen oder mit Erläuterungen zur Lobbyarbeit des Unternehmens. Auch im Bereich der Mitarbeiterverantwortung kann BMW mit umfassenden Darstellungen zu Regeln, Strukturen und Maßnahmen punkten, darunter Darstellungen zum Diversity-Konzept, zum „alternsgerechten Arbeiten“ oder zur Abgrenzung von Arbeit und Privatleben.

Dem Bericht gelingt es besonders gut, Umfang und Ergebnisse der dargestellten Maßnahmen durch aussagekräftige Kennzahlen zu belegen. Beispiele dafür sind neben umfassenden Kennzahlen zu CO_2-Emissionen und Verbrauch der Fahrzeugflotte etwa Angaben zur Nutzung von Carsharing-Angeboten im Bereich Elektromobilität oder auch Zahlenangaben zu den Personen, die das Unternehmen durch sein gesellschaftliches Engagement erreicht. Nicht zuletzt sticht der Sustainable Value Report 2017 wie bereits die Vorgängerberichte durch seine vorbildliche Strukturierung, textliche Qualität und umfassende Datenbasis hervor.

Die **Deutsche Telekom AG** erreicht mit ihrem Corporate Responsibility Bericht 2017 im Ranking 477 Punkte und belegt damit den dritten Platz. Der Onlinebericht mit dem Titel „Verantwortung leben, Nachhaltigkeit ermöglichen“ punktet mit umfassenden und detailreichen Darstellungen über nahezu alle wesentlichen Themenbereiche.

Im Zentrum der Berichterstattung steht die Verantwortung für Kunden und Produkte. Neben Servicequalität und Infrastrukturausbau umfasst dies auch den Themenbereich Verbraucher- und Jugendschutz sowie Sicherheit. Unter anderem zeigt der Bericht Strukturen und Maßnahmen zum Datenschutz und zur IT-Sicherheit auf. Zudem stellt die Telekom quantifiziert dar, welche Nachhaltigkeitsvorteile verschiedene Produktgruppen und Dienstleistungen wie Breitbandausbau oder Cloud-Lösungen haben, indem sie etwa CO_2-Emissionen, Material oder Kosten einsparen. Die Nachhaltigkeitsorientierung des Portfolios wird in dem Bericht auch übergreifend eingeordnet: So wird zum einen der Anteil der Produkte mit Nachhaltigkeitsnutzen quantifiziert, zum anderen wird die Gesamtleistung des Unternehmens im Klimaschutz gemessen, indem die positiven CO_2-Effekte auf Kundenseite ins Verhältnis zu den eigenen CO_2-Emissionen gesetzt werden.

Der Bericht und das ergänzende HR Factbook 2017 der Telekom decken viele Anforderungen im Bereich Mitarbeiterverantwortung vorbildlich ab. Besonders hervorzuheben sind etwa die ausführlichen Daten und Fakten zur Ausbildung und Entwicklung von benachteiligten Jugendlichen und Flüchtlingen oder die detaillierten Darstellungen zu Mitarbeiterbefragungen und deren Ergebnissen.

Auch mit ihrer Darstellung des CR-Controllings kann die Telekom punkten. Die zur Steuerung der Nachhaltigkeitsleistung eingesetzten Kennzahlen umfassen neben Leistungskennzahlen zu Energie, CO_2 und „nachhaltigen Produkten“ unter anderem auch die Themen Nachhaltiges Investment, Medienkompetenz, Nachhaltigkeit in der Lieferkette und Identifikation der Mitarbeiter mit dem CR-Engagement. Das Kennzahlensystem wird in Bezug zu den Sustainable Development Goals gesetzt und die Telekom stellt methodische Ansätze dar, wie sie ihre Nachhaltigkeitswirkung misst, etwa im Bereich Breitbandausbau oder bezüglich ihres Engagements für eine Förderung der Medienkompetenz. Nicht zuletzt damit gelingt es der Telekom, den Beitrag des Unternehmens zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen aufzuzeigen und messbar zu machen.

3.2.3 DIE NICHT-BERICHTERSTATTER

Als **Nichtberichterstatter** werden im Ranking 2018 acht Unternehmen gewertet: Diese Unternehmen stellen lediglich in geringfügigem Umfang Nachhaltigkeitsinformationen auf ihren Internetseiten oder im Geschäftsbericht zur Verfügung. Die Quote der Nichtberichterstatter sank damit von 27 Prozent im Jahre 2011 über 15 Prozent im Jahr 2015 auf nunmehr acht Prozent.[11] Die größte Gruppe der Nichtberichterstatter stellen Handelsunternehmen: Neben Amazon Deutschland sind dies die Globus-Handelshof-Gruppe und Lekkerland. Unter den acht Unternehmen befindet sich erstmals kein einziges Unternehmen im Ranking, das vollständig auf die Veröffentlichung nachhaltigkeitsbezogener Informationen verzichtet.

Tabelle 6 führt alle aktuellen Nicht-Berichterstatter unter den 100 größten deutschen Unternehmen und deren Eingruppierung in den Vorjahren auf.

Tabelle 6: Nicht-Berichterstatter unter den 100 größten Unternehmen (Stand: Juli 2018)

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Rang				
			2018	2015	2011	2009	2007
1	Amazon Deutschland	Handel / Bekleidung	E	-	-	-	-
2	Amprion GmbH	Energieversorger	E	-	-	-	-
3	Deutsche Leasing Gruppe	Medien / Informations-dienstleister	E	X	-	-	E
4	Gazprom Germania GmbH	Grundstoffe	E	E	-	-	-
5	Globus-Handelshof-Gruppe	Handel / Bekleidung	E	-	-	-	-
6	Lekkerland Gruppe	Handel / Bekleidung	E	E	E	D	C
7	Liebherr-International AG	Maschinenbau / Techno-logie	E	E	X	X	D
8	Thüga-Gruppe	Energieversorgung	E	D	X	-	-

[11] Die Zahlen von 2011 und 2015 beziehen sich jeweils auf die Stichprobe der 150 größten deutschen Unternehmen.

3.3 TRENDS DER BERICHTERSTATTUNG

Zunehmende Berichterstattung

Von den größten 100 deutschen Unternehmen legen mehr als zwei Drittel einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht oder einen integrierten Unternehmensbericht vor. Der **Anteil der Berichterstatter** ist gegenüber dem letzten Ranking im Jahr 2015 von 60 Prozent auf 69 Prozent **angestiegen**. Darunter befinden sich zehn Neuberichterstatter (vgl. 3.13.1). Mit nur noch acht Unternehmen ist die Zahl der **Nichtberichterstatter** im Ranking 2018 weiter **zurückgegangen**. Der Anteil der Unternehmen, die lediglich in geringfügigem Umfang Nachhaltigkeitsinformationen zur Verfügung stellen, sank von 27 Prozent im Jahre 2011 über 15 Prozent im Jahr 2015 auf nunmehr acht Prozent (vgl. 3.2.3).

Weitgehend stabile Berichtsqualität

Bei den Großunternehmen bleibt die durchschnittliche Berichtsqualität weitgehend auf dem Niveau des letzten Rankings. Der durchschnittliche Punktwert liegt 2018 bei 314 Punkten, nach 322 Punkten im Jahr 2015.[12]

Die durchschnittliche Berichtsqualität variiert zwischen den **Branchen** erkennbar: Den besten Durchschnittswert erzielen die Banken (374 Punkte), die mit drei Unternehmen in den Top 10 vertreten sind (Commerzbank, Landesbank Baden-Württemberg und KFW). Die nächstbesten Bewertungen erhalten die Unternehmen der chemischen und pharmazeutischen Industrie (351 Punkte) sowie die Medienunternehmen und Informationsdienstleister (346 Punkte). Am unteren Ende der Skala rangieren die Nahrungsmittelunternehmen. Die Automobilhersteller, die im Ranking 2015 noch die besten Bewertungen erhielten, sind im diesjährigen Ranking mit 330 Punkten auf den vierten Rang zurückgefallen. Den Transparenzanforderungen, die im Kontext der Abgasmanipulationen in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gerückt sind und sich auch in unseren Branchenkriterien widerspiegeln, kommen die Automobilhersteller mit wenigen Ausnahmen nicht ausreichend nach.

Einige Unternehmen konnten sich gegenüber dem letzten Ranking verbessern. Das liegt teilweise am inhaltlichen Ausbau ihrer Berichterstattung, **einzelne Unternehmen** profitieren aber auch von der branchenspezifischen Neugewichtung der Kriterien, die auf eine stärkere Berücksichtigung des Wesentlichkeitsprinzips abzielt. Deutliche Sprünge nach oben gelingen beispielsweise der Deutschen Bahn, der BASF-Gruppe und HeidelbergCement. Hervorzuheben ist auch Aldi Nord, das im Ranking 2018 erstmals mit einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht vertreten ist und mit diesem auf Anhieb den 15. Rang erreicht. Auch Talanx erreicht bei seiner ersten Teilnahme mit Rang 20 eine gute Platzierung. Die anderen acht **Neuberichterstatter** können dagegen über weite Teile der Kriterien noch nicht überzeugen und liegen mit ihren Bewertungen im hinteren Drittel des Feldes.

[12] Im Ranking der Großunternehmen 2015 erreichten die 72 Berichterstatter unter den 150 größten deutschen Unternehmen durchschnittlich 311 Punkte. Werden für 2015 lediglich die 60 Berichterstatter unter den 100 größten Unternehmen berücksichtigt, liegt der durchschnittliche Punktwert bei 322 Punkten.

Nichtfinanzielle Erklärungen als Teil der Nachhaltigkeitsberichterstattung

2017 war das erste Geschäftsjahr, in dem viele Großunternehmen der CSR-Berichtspflicht nachkommen mussten. Bestimmte deutsche Großunternehmen sind nun dazu verpflichtet, Nachhaltigkeitsbelange in einer **nichtfinanziellen Erklärung (NFE)** offenzulegen. Unter den 69 Großunternehmen mit eigenständigem Nachhaltigkeitsbericht im Ranking fielen im Juni 2018 44 Unternehmen unter die Berichtspflicht.

17 Unternehmen integrieren die Inhalte der nichtfinanziellen Erklärung in den Nachhaltigkeitsbericht bzw. in den integrierten Unternehmensbericht. Die anderen Unternehmen kommen ihrer Berichtspflicht durch eine separate nichtfinanzielle Erklärung (zehn Unternehmen) oder durch deren Integration in den Geschäftsbericht (17 Unternehmen) nach.

Nur in einem Fall ist der Nachhaltigkeitsbericht vollständig deckungsgleich mit der nichtfinanziellen Erklärung (Henkel). Die anderen Nachhaltigkeitsberichte werden lediglich in Teilen der NFE zugeordnet. Dies erfolgt auf unterschiedliche Weise: In den meisten Fällen verweist ein eigener **NFE-Index** auf die relevanten Textpassagen. Ein gelungenes Beispiel hierfür bietet etwa der Bericht von Merck: In dem Index werden die Verweise erläutert und so in den Kontext der gesetzlichen Anforderungen zur Berichtspflicht gestellt. Häufig werden die relevanten Textpassagen zusätzlich durch Markierungen hervorgehoben: Dies geschieht durch einen farbigen Hintergrund (BMW, Volkswagen), durch die Schriftfarbe (Innogy, RWE) oder durch Symbole/Linien (Brenntag, EWE, Hapag-Lloyd). Im Nachhaltigkeitsbericht der Deutschen Post wird der nichtfinanzielle Bericht in einem eigenen Kapitel abgegrenzt (vgl. 3.4 zu weiteren Beispielen guter Praxis im Umgang mit der Berichtspflicht).

Wirkt sich die Berichtspflicht auf die Berichtsqualität aus?

Die Rankingergebnisse zeigen, dass die berichtspflichtigen Unternehmen vor allem im Bereich **Unternehmensführung** und dort insbesondere bei den Kriterien zu Managementsystemen und Compliance besser berichten als die freiwillig berichtenden Unternehmen.[13] Die im CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz genannten Nachhaltigkeitsbelange werden dabei von einigen der berichtspflichtigen Unternehmen stärker in den Fokus gerückt – beispielsweise Darstellungen zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht. Auch gelingt es den berichtspflichtigen Unternehmen besser, ihren Bericht auf die **wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen** ihres Unternehmens zu fokussieren und diese in angemessenem Umfang und Tiefe darzustellen.[14]

In der Gesamtbewertung erreichen die berichtspflichtigen Unternehmen durchschnittlich deutlich **bessere Ergebnisse** (333 Punkte) als die nicht berichtspflichtigen Unternehmen (282 Punkte). Nicht nur die Unternehmen, die ihrer Berichtspflicht innerhalb ihres Nachhaltigkeitsberichts nachkommen, schneiden in der Bewertung im Durchschnitt deutlich besser ab als nicht berichtspflichtige Unternehmen. Auch Unternehmen, die ihre nichtfinanzielle Erklärung im Geschäftsbericht oder als separates Dokument veröffentlichen, erzielen höhere Punktzahlen.

Das gute Abschneiden der berichtspflichtigen Unternehmen lässt sich nicht ausschließlich als direkte Folge der CSR-Berichtspflicht interpretieren – ein relevanter Einflussfaktor könnte auch sein,

[13] Beim Kriterium „Unternehmensführung und Steuerung“ erreichen die berichtspflichtigen Unternehmen 3 Punkte, die nicht berichtspflichtigen Unternehmen 2,3 Punkte. Beim Kriterium „Compliance und Antikorruption“ liegen die Punktzahlen bei 2,5 (berichtspflichtige Unternehmen) und 1,8 (nicht berichtspflichtige Unternehmen).

[14] Die berichtspflichtigen Unternehmen erreichen beim Kriterium „Berichterstattung zu wesentlichen Themen“ durchschnittlich 2,9 Punkte, die nicht berichtspflichtigen Unternehmen 2,2 Punkte.

dass die zumeist kapitalmarktorientierten Unternehmen bereits vorher von umfassenden Veröffentlichungspflichten betroffen waren.

Dennoch gibt der Blick auf zurückliegende Ranking-Durchgänge Hinweise darauf, dass die Einführung der CSR-Berichtspflicht durchaus Einfluss auf den Anstieg der Berichtsqualität gehabt haben könnte. Im Ranking 2011 – also bevor der Gesetzgebungsprozess zur CSR-Berichtspflicht gestartet wurde – liegen die später unter die Berichtspflicht fallenden Unternehmen nur knapp fünf Prozent über dem Punktedurchschnitt. Nach Verabschiedung der EU-Richtlinien zur CSR-Berichtspflicht im Jahr 2014 schneiden die berichtpflichtigen Unternehmen deutlich besser ab: Im Ranking 2015 und im Ranking 2018 liegen sie jeweils rund 13 Prozent über dem Durchschnittswert.[15]

Stärkung des Wesentlichkeitsprinzips

Die bereits beim Ranking 2015 sichtbare Entwicklung setzt sich fort: Die Nachhaltigkeitsberichte fokussieren zunehmend auf die in den **Wesentlichkeitsanalysen** der Unternehmen identifizierten Top-Themen. Das methodische Vorgehen zur Bestimmung der wesentlichen Themen wird dabei allerdings in den meisten Berichten nicht ausreichend transparent gemacht. Unter anderem wird häufig nicht deutlich, welche Stakeholder einbezogen wurden, wie diese Auswahl begründet wurde und auf welche Weise die Interessen der Stakeholder konkret erfasst wurden.

Das Spektrum der wesentlichen Themen variiert zwischen den Branchen: Im Zentrum steht häufig die Verantwortung der Unternehmen für die ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer Produkte sowie für ihre Kunden. Daneben zählen nachhaltige Lieferketten, Compliance, Mitarbeiterinteressen und zunehmend auch Datenschutzbelange in vielen Branchen zu den wesentlichen Themen.

Die von den Unternehmen in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Themen bilden in der Regel auch den Schwerpunkt der Berichte. Nebensächliche Themen, wie etwa der Bereich Corporate Citizenship, werden von kaum einem Unternehmen in den Vordergrund gestellt. Die **Tiefe der Berichterstattung** zu den wesentlichen Themen bleibt allerdings oft ausbaufähig: So berichten beispielsweise Handelsunternehmen und andere personalintensive Unternehmen über grundlegende Strategien und Maßnahmen der Personalpolitik, bleiben aber oft vage, wenn es um die Darstellung und Quantifizierung von Arbeitszeitmodellen, um die konkrete Ausgestaltung der Entgeltpolitik oder um die Stärkung von Arbeitnehmerrechten geht. Unternehmen des produzierenden Gewerbes setzen einen Schwerpunkt beim Thema Ressourceneffizienz, geben aber in der Regel keinen Überblick über die wesentlichen Stoffströme und verzichten häufig auf quantitative Angaben zum Einsatz von Recyclingmaterialien oder ökologisch verträglich gewonnenen Rohstoffen.

Standardisierung der Berichterstattung

Die Standardisierung der Nachhaltigkeitsberichte hat in den letzten Jahren ein hohes Niveau erreicht: Bei den Großunternehmen folgen mit Ausnahme von vier Unternehmen (Hereaus, Dr. Oetker, Otto und TUI) alle 69 Berichterstatter den Standards der **Global Reporting Initiative** (GRI). Der Anteil der GRI-Berichterstatter liegt mit circa 94 Prozent damit leicht über dem Wert von 2015.[16]

[15] Verglichen wurden dabei diejenigen der 2018 berichtspflichtigen Unternehmen, die bereits in den Ranking-Durchgängen 2011 und 2015 vertreten waren.

[16] Unter den 150 größten Unternehmen lag der der Anteil der Berichte, die den GRI-Kriterien folgen, im Ranking 2015 bei 86 Prozent. Werden nur die 100 größten Unternehmen im Ranking 2015 in die Berechnung einbezogen, liegt der Anteil bei circa 92 Prozent.

Die weitgehende Standardisierung der Berichte geht in vielen Fällen mit einem wachsenden Umfang und einer steigenden Qualität der Datengrundlage einher. Der Großteil der Berichte macht eindeutige Aussagen zu den Bilanzierungsgrenzen und bietet Kennzahlen, die das gesamte Unternehmen oder zumindest größte Teile abdecken. Sie ermöglichen so zeitliche Vergleiche und erläutern zudem die Standards und Methoden der Kennzahlenberechnung. Die Datensicherheit wird dabei zunehmend durch externe Prüfungen belegt: Während 2015 circa 57 Prozent der Großunternehmen ihren Nachhaltigkeitsbericht oder zumindest Teile des Berichts einer **externen Prüfung** unterzogen haben, sind es im Ranking 2018 bereits 71 Prozent.

Mit zunehmender Standardisierung und Formalisierung der Berichte scheint sich auf der anderen Seite bei den Großunternehmen der Spielraum für **individuelle Ansätze der Berichterstattung** jenseits der erforderlichen GRI-Aspekte zu verringern. Dies zeigt sich unter anderem darin, dass eine offene Auseinandersetzung mit Gegenmeinungen, internen Zielkonflikten oder bislang ungelösten Herausforderungen in den Berichten kaum zu erkennen ist. Kritische Einwände, etwa von zivilgesellschaftlichen Interessengruppen, werden in den Berichten nur sehr vereinzelt aufgegriffen, eine offene Reflektion von Fehlentwicklungen oder Misserfolgen findet kaum statt. Die Bewertung des Einzelkriteriums „Offenheit“ ist dementsprechend auch seit mehreren Ranking-Durchgängen rückläufig[17].

3.4 GUTE PRAXIS IM RAHMEN DER CSR-BERICHTSPFLICHT

Neben den 44 berichtspflichtigen Unternehmen im Ranking der Großunternehmen sind in einem begleitenden Monitoring der CSR-Berichtspflicht 2018 insgesamt 439 Unternehmen dahingehend untersucht worden, wie sie mit den **Anforderungen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes** (CSR-RUG) umgehen.[18] In Ergänzung zu den Ergebnissen dieses Monitorings sollen im Folgenden einige Beispiele skizziert werden, die diesen Anforderungen vergleichsweise gut gerecht geworden sind. Die Berichterstattung in den nichtfinanziellen Berichten und Erklärungen nach dem CSR-RUG, zumal bei Neuberichterstattern, ist weniger umfangreich angelegt und genießt mehr Ausgestaltungsspielräume als etwa ein GRI-Bericht. Daher sind die folgenden Beispiele nur bedingt mit den Qualitätsstandards der erfahrenen Top-Berichterstatter im Ranking der Großunternehmen und KMU vergleichbar. Vielmehr beziehen sich die folgenden Darstellungen guter Praxis speziell auf Qualitätsaspekte, die aus den gesetzlichen Vorgaben resultieren.

Die so genannten nichtfinanziellen Belange, also die Nachhaltigkeitsthemen, über die nach dem CSR-RUG gemäß § 289c HGB mindestens berichtet werden soll, umfassen Umweltbelange, Arbeitnehmerbelange, Sozialbelange, die Achtung der Menschenrechte sowie die Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Erfahrenere Berichterstatter, die ihre nichtfinanziellen Erklärungen (NFE) in ihren Nachhaltigkeitsbericht oder Geschäftsbericht integriert haben, stehen häufig vor der Herausforderung, diese inhaltliche Gliederungslogik nach CSR-RUG mit ihrer eigenen bestehenden Berichtslogik zu integrieren und dabei ein konsistentes Bild abzuliefern. Neuberichterstatter oder Unternehmen mit separaten NFE dagegen haben den Vorteil, sich direkt an der thematischen CSR-RUG-Gliederung zu orientieren und eine entsprechende Übersichtlichkeit herzustellen. Nicht nur unter dem **Gesichtspunkt der Übersichtlichkeit**, sondern auch aufgrund der spezifischen gesetzlichen Berichtsvorgaben kommt verschärfend hinzu, dass je nichtfinanziellem Belang verschiedene

[17] Das Kriterium „Offenheit“ wurde im Ranking der Großunternehmen 2011 mit 2,7 Punkten bewertet, 2015 mit 2,3 Punkten und 2018 mit 2,0 Punkten.

[18] Die Ergebnisse sind dokumentiert in: IÖW/future (Hrsg., 2019): Monitoring der nichtfinanziellen Berichterstattung. Befunde und Beobachtungen nach dem ersten Zyklus der CSR-Berichtspflicht in Deutschland, Berlin/Münster.

managementbezogene Beschreibungen oder Angaben gemacht werden müssen. Dazu zählen insbesondere die verfolgten Konzepte (einschließlich Due-Diligence-Prozesse), die Ergebnisse dieser Konzepte, die wesentlichen Risiken (aus der eigenen Geschäftstätigkeit wie auch aus den Geschäftsbeziehungen), die bedeutsamsten nichtfinanziellen Leistungsindikatoren sowie Hinweise auf im Jahresabschluss ausgewiesene Beiträge und zusätzliche Erläuterungen, soweit dies für das Verständnis erforderlich ist.

Eine streng an dieser zweifachen **Gliederungslogik** ausgerichtete Darstellung, die dadurch eine leichte Überprüfbarkeit der Vollständigkeit gewährleistet, hat etwa die Stuttgarter Lebensversicherung a.G. in ihrem nichtfinanziellem Bericht 2017 vorgelegt. Ähnlich gut strukturiert hat beispielsweise auch die Aareal Bank Gruppe in ihrem zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht je Belang relevante Maßnahmen, Ergebnisse und Indikatoren aufgeführt, denen sie – jeweils hervorgehoben – noch die zugehörigen prioritären **Ziele** vorangestellt hat. Genauso hat es auch die HanseYachts AG in ihrem zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht für das Geschäftsjahr 2017/2018 getan, wobei sie einige Belange noch einmal in **Teilaspekte** untergliedert hat und jeweils mit sehr klaren Darstellungen bzw. Herleitungen im Sinne des CSR-RUG überzeugt: Es werden negative Auswirkungen erläutert, darauf aufbauend Maßnahmen bzw. Due-Diligence-Prozesse dargestellt und schließlich **Ergebnisse** genannt. Eine gute Einordnung der Darstellungen findet sich auch im zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht 2017 von Allianz Konzern und Allianz SE. Dies gelingt nicht nur durch eine ausführliche und differenzierte Darstellung, sondern insbesondere auch durch die Verwendung von **Key Performance Indicators** (KPIs), die je Belang unter den Gesichtspunkten „Ziele“ und „Erfolge“ (Status/Fortschritt) erläutert werden. Eine besonders differenzierte Untergliederung der vom CSR-RUG vorgegebenen nichtfinanziellen Belange findet sich im nichtfinanziellen Bericht 2017 der Müller – Die lila Logistik AG, die bis dato keine Nachhaltigkeitsberichterstattung hatte. Hinsichtlich der Darstellung der **Risiken** ist neben den schon erwähnten Berichten auch die DNK-Entsprechenserklärung der INTER Versicherungsgruppe für das Berichtsjahr 2017 erwähnenswert, die sie als nichtfinanzielle Erklärung im Sinne des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes nutzt. Dort sind auf Seite sieben gebündelt und an den jeweiligen Stellen im Bericht ergänzend zu der Risikoberichterstattung im Lagebericht relativ ausführlich die Risiken, die sich aus dem „neuen Thema“ Nachhaltigkeit ergeben, beschrieben. Am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) als **Rahmenwerk** für die Erfüllung der CSR-Berichtspflicht haben sich insbesondere viele Banken und Versicherungen orientiert, die nach dem CSR-RUG erstmals berichtet haben. In vielen Fällen fallen diese relativ knapp aus im Sinne der Erfüllung von Mindestanforderungen. Ein guter, umfänglicher und in Teilen auch detailreicher DNK-Bericht ist beispielsweise der nichtfinanzielle Bericht der Concordia Versicherungs-Gesellschaft a.G., der sich bei seinen Angaben zu Kennzahlen zudem weitgehend auf die GRI-Standards bezieht.

Neben den Vorgaben für die thematische Abdeckung und Gliederung ist für die inhaltliche Ausgestaltung der Berichte das **Wesentlichkeitsverständnis** nach CSR-RUG entscheidend. Die Auslegung dessen, was für ein Unternehmen wesentlich ist und somit berichtet werden muss, bildet die entscheidende Ausgangsbasis für die Berichtsinhalte nach CSR-RUG. Berichtspflichtig sind nach CSR-RUG nur solche Themen, die sowohl für das Verständnis der Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Aspekte (Auswirkungsrelevanz) als auch für das Verständnis des Geschäftsverlaufs (Geschäftsrelevanz) wesentlich sind. Für die Berichterstattung des Unternehmens gilt es also grundlegend zu entscheiden, wie eng die Schwelle der Geschäftsrelevanz gezogen wird. Hierzu ist die geschäftliche Bedeutung von Kostenpotenzialen, Reputationsrisiken und Chancen einer Nachhaltigkeitspositionierung in ihrer quantitativen Relevanz sowie in ihrem Zeithorizont zu bewerten. Aus Nachhaltigkeitssicht ist über das bloße Befolgen dieser doppelten Wesentlichkeit hinaus eine transparente Herleitung des Wesentlichkeitsbefundes wünschenswert.

Auch wenn es gesetzlich nicht explizit gefordert wird, ist es unseres Erachtens dennoch erstrebenswert, den Prozess, wie die wesentlichen Themen festgestellt werden, transparent zu machen. Dabei

sollten auch die **Ansprüche der Stakeholder** berücksichtigt werden und die Methodik dargelegt werden, wie diese Ansprüche erfasst werden und in die abschließende Bewertung einfließen. Der Prozess der Wesentlichkeitsanalyse wird von vielen Unternehmen nur grob beschrieben; sie geben zwar an, welche Standards sie dabei zur Orientierung zugrunde legen (zumeist GRI). Eine klare Transparenz, wie und nach welchen Maßstäben die Stakeholdersichtweisen und die Unternehmenssicht zusammengeführt werden, schaffen die meisten Unternehmen aber nicht (auch im Ranking nicht, vgl. 3.5).

Eine relativ ausführliche Darstellung der Stakeholdererwartungen im Kontext der CSR-Berichtspflicht liefert die Hamburger Hafen und Logistik AG in ihrem nichtfinanziellen Bericht 2017. Dort erläutert sie auf den Seiten 4ff. sowohl den Prozess als auch die Ergebnisse einer Stakeholder-Umfrage zur Ermittlung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und stellt beides in einem Schaubild und einer Matrix graphisch dar. Mit Blick auf die Überführung dieser als wesentlich ermittelten Themen in den Kontext des CSR-RUG bzw. HGB wird klargestellt, dass „Sachverhalte, die im Rahmen der Stakeholder-Befragung als sehr wesentlich bewertet wurden, aufgrund mangelnder Geschäftsrelevanz im Sinne des CSR-RUG nicht berichtspflichtig“ gewertet werden (ebd. S. 6). Die finale Bewertung der Wesentlichkeit obliegt dem Unternehmen und dessen Leitung; häufig verweisen die Berichte auf eine solche letztinstanzliche Bewertung durch den Vorstand.

Angesichts des spezifischen **Verständnisses einer doppelten Wesentlichkeit** nach CSR-RUG ist es wichtig, dass in der nichtfinanziellen Berichterstattung über dieses Verständnis Klarheit geschaffen wird. Eine eindeutige Begrenzung auf die doppelte Wesentlichkeit nach CSR-RUG nimmt beispielsweise die Hornbach Holding AG in ihrem nichtfinanziellen Konzernbericht vor: „Die Berichtsinhalte richten sich ausschließlich nach der Wesentlichkeitsdefinition und den inhaltlichen Vorgaben des CSR-RUG. Daher wurde kein Rahmenwerk verwendet.“ (S. 3) Ebenso klar formuliert dies etwa die Sparkasse Saarbrücken: „Für die hier vorliegende Form der nichtfinanziellen Berichterstattung wurden im Rahmen einer sogenannten Wesentlichkeitsanalyse innerhalb der zu berichtenden Aspekte die nichtfinanziellen Sachverhalte identifiziert, die erforderlich für das Verständnis von Geschäftsverlauf, -ergebnis und -lage sind und auf die Geschäftstätigkeit der Sparkasse Saarbrücken signifikante Auswirkungen haben.“ (Entsprechenserklärung zur Nutzung als nichtfinanzielle Erklärung im Sinne des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes, Berichtsjahr 2017, S. 3)

Einen Einstieg in eine erweiterte Berichterstattung über die durch die doppelte Wesentlichkeit eingegrenzten Pflichtinhalte stellt die Provinzial NordWest AG (PNW) in Aussicht. Sie erläutert organisatorisch-strategische **Implikationen der Berichtspflicht** für das Unternehmen: „Die PNW begrüßt das neue CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz und hat dieses zum Anlass genommen, den Prozess der Implementierung eines strategischen Nachhaltigkeitsmanagements einzuleiten.“ (DNK-Erklärung zur Nutzung als nichtfinanzielle Erklärung im Sinne des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes, Provinzial Nordwest Konzern, Berichtsjahr 2017, S. 3) Bereits vollzogen hat die Fielmann AG den Einstieg in eine erweiterte Berichterstattung zur Nachhaltigkeit anlässlich der Verpflichtung durch das CSR-RUG. Grundlage des Berichtes ist eine umfassende Wesentlichkeitsanalyse orientiert an den Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI), die gleichzeitig die „Bedeutung des jeweiligen Themas für die Lage und den Geschäftsverlauf“ des Unternehmens berücksichtigt, um den Vorgaben der doppelten Wesentlichkeit gemäß §§ 289c Abs. 3 Satz 1, 315c HGB nachzukommen (Fielmann AG, Nachhaltigkeitsbericht 2017, S. 2). Fielmann stellt außerdem in einer Tabelle die Belange gemäß CSR-RUG (§289c HGB) den nach GRI als wesentlich identifizierten Aspekten gegenüber und gibt ergänzend an, zu welchen GRI-Aspekten darüber hinaus bereits auf freiwilliger Basis berichtet wird: „Fielmann berichtet auf freiwilliger Basis – über die Anforderungen des § 289c Abs. 2 HGB hinaus – zu den GRI-Aspekten wirtschaftliche Leistung (201) und zu den indirekten ökonomischen Auswirkungen (203).“ (ebd., S. 3)

Wegen den komplizierten rechtlichen Detailanforderungen und ihren inhaltlichen Implikationen ist für einen gelungenen Umgang mit den Vorgaben des CSR-RUG den Bedürfnissen der Leser eine besondere Beachtung zu schenken. Unabhängig von der gewählten Veröffentlichungsform erleichtern gezielte **Orientierungshilfen** den Adressaten einen schnellen Zugriff auf die jeweils gesuchten Informationen und machen darüber hinaus deutlich, welche der angeführten Inhalte als Pflichtangaben gemäß CSR-RUG zu verstehen sind. Ein zentraler Transparenzanspruch ist dabei die klare Abgrenzung des Geltungsbereichs der Angaben. Dies löst die Signal Iduna Vereinigte Lebensversicherung a.G. in den allgemeinen Informationen zu ihrem gesonderten nichtfinanziellen Bericht 2017, indem sie unter „Geltungsbereich der Berichterstattung" die Gültigkeit der Angaben für den Konzern und verbundene Unternehmen klarstellt.[19] Transparenz über ergänzende Berichtsaktivitäten einzelner Mitglieder der Holding durch Verweis auf die Berichte dieser Konzernunternehmen liefert etwa die Landesbank Berlin Holding AG (LBBH) bzw. der S-Erwerbsgesellschaft Konzern in ihrer DNK-Erklärung.[20]

Übersichtlichkeit in der nichtfinanziellen Berichterstattung wird hergestellt, wenn die NFE als solche benannt wird und als Teil eines umfassenden Berichtsformats ggf. kenntlich gemacht wird. So liefert etwa die Fresenius SE für den im umfänglichen Geschäftsbericht integrierten gesonderten nichtfinanziellen Konzernbericht ein eigenes Inhaltsverzeichnis (Geschäftsbericht 2017, S. 68). Die edding AG schafft in ihrem CR-Report 2017 Übersichtlichkeit durch eine zusätzliche vierseitige „Zusammenfassende Stellungnahme zu den Anforderungen des § 289c Abs. 2 und 3 HGB i.V.m. §§ 315b, 315c HGB (nichtfinanzieller Konzernbericht)" (S. 14). Darin wird über die in ein Balanced Scorecard System integrierten finanziellen und nichtfinanziellen Ziele 2016-2020 berichtet und eine Zuordnung der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren in fünf Zieldimensionen vorgenommen. Hilfreich wären an dieser Stelle Verweise auf die entsprechenden Passagen im darauffolgenden ausführlichen Bericht gewesen. Eine solche Orientierungshilfe mit Seitenverweisen oder sogar Verlinkungen zu den relevanten Berichtsinhalten bieten etwa der Corporate Responsibility Bericht 2017 von Merck in Form eines ausführlichen „Index zum zusammengefassten gesonderten integrierten nichtfinanziellen Bericht" (S. 175ff.) und der Geschäftsbericht 2017 der Bayer AG mit der Übersicht „CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz: Index zur nichtfinanziellen Erklärung" (S. 207).

Erwähnenswert sind schließlich auch Ansätze, bei denen Branchen oder Gruppen von Unternehmen Einheitlichkeit in die Berichtsstruktur bringen, indem sie ihre Spezifika standardisieren. So stellen einige Sparkassen fest, dass bestehende Nachhaltigkeitsstandards „das gemeinwohlorientierte Geschäftsmodell der Sparkassen nicht ausreichend" abbilden. Sie orientieren sich daher an dem **Sparkassen-Indikatoren-Modell**, das auf dem DNK sowie den GRI-G4 Financial Services Sector Disclosures (GRI-G4 FS) aufbaut. Die nichtfinanzielle Erklärung der Sparkasse Paderborn-Detmold Berichtsjahr 2017 bietet eine sehr übersichtliche Struktur und weist die berichteten Indikatoren unter Zuordnung der GRI-Leistungsindikatoren übersichtlich aus.

---

[19] „Alle Angaben der vorliegenden Berichterstattung, die sich auf die SIGNAL IDUNA Gruppe beziehen, haben somit auch für den IDUNA Leben Konzern und die verbundenen Unternehmen Gültigkeit. Angaben, die speziell den IDUNA Leben Konzern, IDUNA Leben als Einzelgesellschaft und/oder DONNER & REUSCHEL AG betreffen, werden im Text eindeutig als solche gekennzeichnet." https://datenbank2.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Profile/CompanyProfile/13469/de/2017/dnk

[20] „Die nichtfinanziellen Aspekte für den S-Erwerbsgesellschaft Konzern werden insbesondere durch die drei wesentlichen Tochterunternehmen der LBBH, die BSK, die Berlin Hyp und die SP-BE, geprägt. Daher werden die einzelnen Nachhaltigkeitsaspekte ausschließlich für diese drei Institute dargestellt. Gegenüber der individuellen Einzelberichterstattung der zwei Tochterunternehmen Berlin Hyp und BSK kommt es zu keinen inhaltlichen Abweichungen der dargestellten Aspekte." (Gesonderter nichtfinanzieller Konzernbericht der S-Erwerbsgesellschaft-Konzern für das Jahr 2017 orientiert am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), S. 4) Die gesonderten nichtfinanziellen Berichte der BSK und Berlin Hyp sind auf den jeweiligen Internetseiten zu finden: www.berliner-sparkasse.de/nachhaltigkeitsbericht (BSK); www.berlinhyp.de/bhyp/de/presse/mediacenter (Berlin Hyp); SP-BE hat keinen eigenen Bericht veröffentlicht.

3.5 KRITERIENAUSWERTUNG MIT STÄRKEN-SCHWÄCHEN-ANALYSE UND GUTEN BEISPIELEN

Abbildung 2 zeigt, wie gut die Berichte der Großunternehmen die Ranking-Oberkriterien erfüllen. Zum Vergleich sind die Punktwerte des letzten Rankingdurchgangs 2015 angegeben[21].

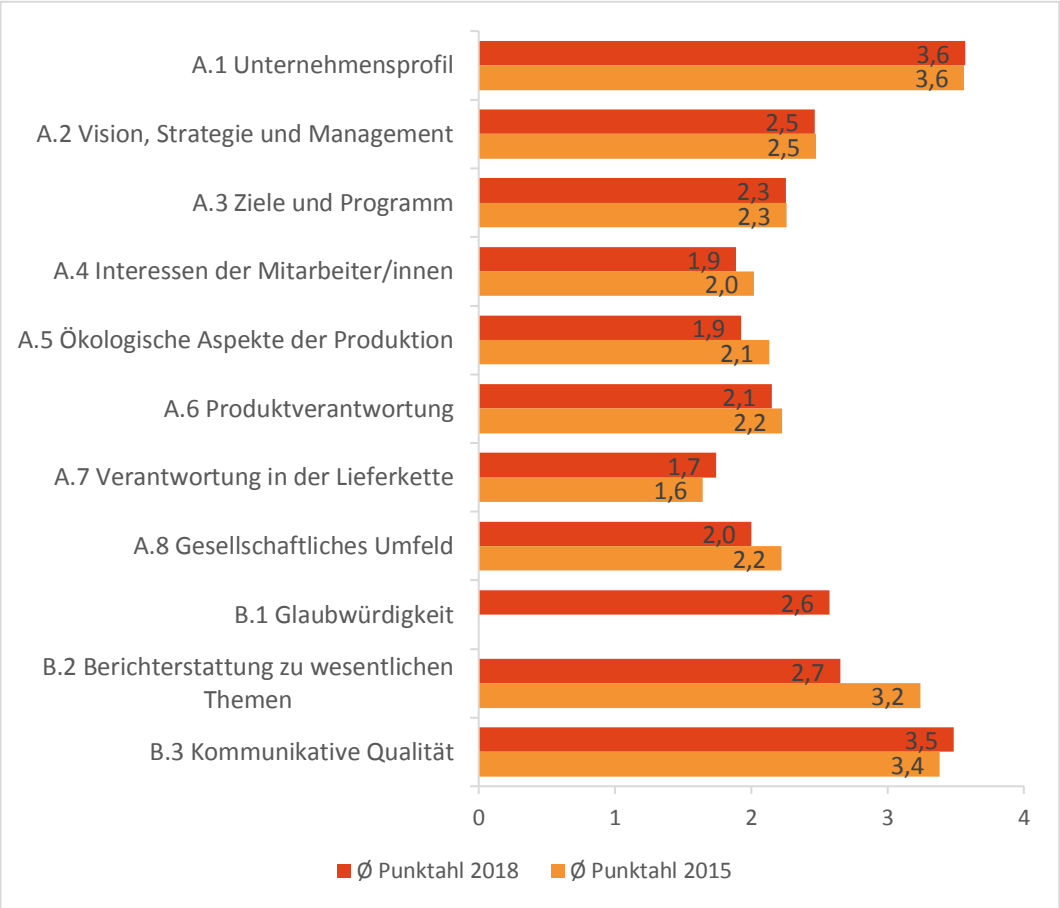

Abbildung 2: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien bei Großunternehmen 2018 und 2015

Überwiegend gute Ergebnisse erzielen die Großunternehmen bei den Kriterien zur allgemeinen Berichtsqualität (B.1 bis B.3) und dort insbesondere bei den Anforderungen zur kommunikativen Qualität. Bei den materiellen Anforderungen (A.1 bis A.8) können die Berichterstatter vor allem mit den grundlegenden Angaben zum Unternehmensprofil punkten. Auch beim Oberkriterium Vision, Strategie und Management schneiden viele Großunternehmen gut ab. Weitere Stärken liegen bei verschiedenen Einzelkriterien, unter anderem in den Themenbereichen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Klimaschutz, Produktentwicklung sowie Corporate Citizenship. Die größten Schwachstellen liegen bei den Oberkriterien Lieferkettenverantwortung, Mitarbeiterinteressen und ökologischen Aspekte der Produktion. Im Folgenden werden die Ergebnisse für alle Oberkriterien im Detail erläutert.

[21] Die Punktwerte für 2015 beziehen sich dabei nur auf die Ergebnisse der zu diesem Zeitpunkt größten 100 Unternehmen und nicht, wie im Ranking 2015, auf die Ergebnisse der größten 150 deutschen Unternehmen. Für das Kriterium B.1 Glaubwürdigkeit wird kein Vergleichswert aus 2015 angegeben, da dieses Kriterium 2018 grundlegend umstrukturiert wurde.

A.1 Unternehmensprofil

Mit ihren Angaben zum Unternehmensprofil erreichen die Großunternehmen mit 3,6 Punkten ein gutes Durchschnittsergebnis. Die Berichte bieten den Leser/innen in der Regel die notwendigen Hintergrundinformationen zu Unternehmensgröße, internationaler Aufstellung sowie Geschäftszweck und -bereichen. Lückenhaft sind zum Teil die Darstellung der Eigentumsverhältnisse sowie die Benennung relevanter Unternehmensbeteiligungen.

A.2 Vision, Strategie und Management

Beim Oberkriterium „Vision, Strategie und Management“ schneiden die Großunternehmen mit durchschnittlich 2,5 Punkten überwiegend gut ab und können ihr Ergebnis von 2015 halten. Der Großteil der Berichte gibt einen Überblick über die **wesentlichen Themen** und Handlungsfelder des jeweiligen Unternehmens. Die dem Strategieprozess zugrundeliegenden **Materialitätsanalysen** werden in der Regel dargestellt, den genauen Prozess zur Identifizierung und Priorisierung der wesentlichen Themen und zur Einbeziehung der Stakeholder machen die Unternehmen allerdings nicht ausreichend transparent.

Viele Berichterstatter erläutern die relevanten **Megatrends und Rahmenbedingungen** der Unternehmenstätigkeit. Gerade die berichtspflichtigen Unternehmen thematisieren darüber hinaus häufig auch die nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit. Eine wachsende Zahl von Unternehmen nimmt dabei Bezug zu den Sustainable Development Goals (SDGs). Ca. 43 Prozent der Großunternehmen geben einen Überblick über den Beitrag des Unternehmens zur Erreichung der SDGs. Übersichtliche Darstellungen finden sich u. a. bei der Allianz, bei Siemens oder der Deutschen Telekom (vgl. Kap. 5).

Auch die **Steuerung der Nachhaltigkeitsthemen** wird überwiegend gut dargestellt. Zunehmend Berücksichtigung finden dabei Ansätze zur Wahrung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht. Ein gelungenes Beispiel für die Darstellung der wesentlichen Managementsysteme und Audits sowie deren Abdeckung im gesamten Unternehmen bietet der Bericht von Henkel. Der Großteil der Berichte kann umfassende Erläuterungen des **Compliance-Managements** vorweisen, allerdings fehlt es hierbei oft an der notwendigen Konkretisierung: Angaben zu branchen- oder unternehmensspezifischen Risiken sowie zu Anzahl und Inhalten von Compliance-relevanten Beschwerden fehlen in den meisten Berichten genauso wie klare Aussagen zu eingetretenen Korruptionsfällen bzw. Fehlanzeigen. Die Darstellung von Compliance-Vorfällen wurde beispielsweise von Merck gut gelöst: Der Bericht des Unternehmens listet in einer übersichtlichen Tabelle alle Compliance-Fälle auf und ordnet diese inhaltlichen Kategorien zu.

A.3 Ziele und Programm

Mit ihren Darstellungen zu **Zielprogrammen und Zielerreichung** erreichen die Großunternehmen durchschnittlich 2,3 Punkte. Einen tabellarischen Überblick über bestehende und neue Ziele enthalten die meisten Berichte. Gute Beispiele für systematische und vollständige Darstellungen des Zielprogramms finden sich unter anderem in den Berichten der Bayerischen Landesbank, der DZ Bank, der Commerzbank und der Deutschen Bahn. Vielen anderen Unternehmen gelingt es aber nicht, ein konsistentes Bild davon zu vermitteln, wie sie einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess gestalten wollen. Die Darstellungen zum aktuellen Status der bestehenden Ziele und zu den weiteren geplanten Schritten auf dem Weg zur Zielerreichung bleiben häufig vage. Bei verfehlten Zielen werden nur selten Ursachen genannt und weitere Korrekturmaßnahmen aufgezeigt. Zum Teil werden in den Berichten neue Zielprogramme aufgesetzt, ohne die Zielerreichung des vorhergehenden Nachhaltigkeitsprogramms abschließend darzustellen.

A.4 Interessen der Mitarbeiter/innen

Im Bereich Mitarbeiterverantwortung erfüllt der Großteil der Unternehmen die Ranking-Anforderungen nur ansatzweise. Das durchschnittliche Ergebnis fällt hier mit 1,9 Punkten noch einmal leicht hinter den Wert von 2015 zurück. Gut gelungen sind in vielen Berichten die Erläuterungen zum **Arbeitsschutzmanagement** sowie zu Maßnahmen und Programmen im Bereich des präventiven **Gesundheitsschutzes**.

Andere Aspekte der Mitarbeiterverantwortung greifen dagegen nur wenige Berichte substanziell auf. Obwohl viele vor dem Hintergrund eines drohenden Fachkräftemangels den Themen Mitarbeitergewinnung, -bindung und -entwicklung großen Raum einräumen, bleiben etwa die Darstellungen zur **Aus- und Weiterbildung** der Beschäftigten oft lückenhaft. Eine positive Ausnahme ist hier die Deutsche Telekom, die auf sieben Seiten Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen zum Thema „Ausbildung und Entwicklung“ darlegt. Auf **flexible Arbeitszeitmodelle** verweisen zwar die meisten Berichte, von welchen Beschäftigtengruppen und in welchem Umfang diese in Anspruch genommen werden, bleibt dabei allerdings zumeist im Dunkeln.

Auch bei der Berichterstattung zur **Gleichstellung von Frauen und Männern** ist bei den Großunternehmen kein Fortschritt zu erkennen – im Gegenteil verschlechtert sich die durchschnittliche Leistung hier sogar. Informationen zu konkreten Programmen der Karriereförderung von Frauen fehlen in den meisten Berichten genauso wie detaillierte Zahlenangaben zum Frauenanteil in verschiedenen Managementebenen. Auch konkrete Angaben zur Entgeltdifferenz zwischen Männern und Frauen sind nur in wenigen Fällen zu finden – etwa in dem Bericht der Landesbank Baden-Württemberg, der einen Überblick über die Vergütungsstruktur nach Geschlecht gibt.

A.5. Ökologische Aspekte der Produktion

Eine umfassende Berichterstattung zu den ökologischen Aspekten der Produktion gelingt nur einer Minderheit der Großunternehmen. Im Durchschnitt erreichen sie hier lediglich 1,7 Punkte. Eine gute Berichterstattung gelingt den meisten Großunternehmen im Bereich **Energiemanagement und Klimaschutz**. Neben Erläuterungen zu Klimaschutzzielen, Energieverbrauch, CO_2-Emissionen und Energieeffizienzmaßnahmen berichten viele Unternehmen auch umfassend zur Nutzung erneuerbarer Energien und hinterlegen diese mit Zahlenangaben. Zunehmend machen sie hierbei auch Angaben zur Art der Erzeugung und Zertifizierung.

Die Darstellungen zu anderen ökologischen Themen bleiben bei den meisten Großunternehmen lückenhaft. Dies betrifft unter anderem die Erläuterungen zu **Verkehr und Logistik** – die meisten Unternehmen zeigen weder ein umfassendes Logistikkonzept auf, noch quantifizieren sie den durch das Unternehmen verursachten Verkehr und die daraus resultierenden Umweltwirkungen. Die meisten Großunternehmen scheitern zudem daran, den effizienten **Ressourceneinsatz** in der Produktion abzubilden – hier fehlt es oft schon an der grundlegenden Aufschlüsselung der eingesetzten Rohstoffe.

A.6 Produktverantwortung

Der Bereich Produktverantwortung bildet in den meisten Berichten den inhaltlichen Schwerpunkt. Die Darstellungen bleiben bei den meisten Großunternehmen allerdings lückenhaft (2,1 Punkte). Den meisten Berichten gelingt es, zumindest in Grundzügen darzustellen, inwieweit sich die **Produktentwicklung** an Nachhaltigkeitsanforderungen orientiert und hierbei Instrumente wie Ökobilanzen, Lebenszyklusanalysen oder Designrichtlinien eingesetzt werden. Auch die **ökologischen Auswirkungen** der Produkte und Dienstleistungen thematisieren viele Berichte. Dabei bieten sie

häufig umfassende Darstellungen ausgewählter Produkte oder Dienstleistungen mit positivem Umweltnutzen. Verstärkt bemühen sich die Unternehmen darüber hinaus, die ökologische Ausrichtung ihres Gesamtportfolios übergreifend zu quantifizieren. Die Unternehmen berichten zunehmend entsprechende Kennzahlen und entwickeln hierfür zum Teil eigene Methoden zur ökologischen Bewertung ihrer Angebote.

Zur Quantifizierung weisen manche Unternehmen ein selbst definiertes Umwelt- oder Nachhaltigkeitsportfolio aus oder geben den Anteil bestimmter Produkt- bzw. Angebotskategorien an – etwa den Anteil Bio-zertifizierter Produkte im Lebensmittelhandel oder den Anteil der nach Nachhaltigkeitskriterien verwalteten Anlagen bei Banken. Besonders gelungene Darstellungen finden sich in dem Bericht von Siemens, der das umweltorientierte Produktportfolio des Unternehmens umfassend definiert und erläutert. Auch den Beitrag des Unternehmens und seiner Produkte zur Lösung gesellschaftlicher Problemlagen stellt der Bericht im Detail dar. In den meisten anderen Berichten sind die Darstellungen zu den **gesellschaftlichen Wirkungen** der Produkte stark ausbaufähig. Das gleiche gilt für die Bereiche **Kundenkommunikation und Verbraucherschutz**. In der Mehrzahl der Berichte fehlen unter anderem aussagekräftige Angaben, wie Kundendaten geschützt oder Verbraucherbeschwerden behandelt werden.

A.7 Verantwortung in der Lieferkette

Gegenüber 2015 konnten die Unternehmen ihr Ergebnis leicht verbessern, erzielen bei der Lieferkettenverantwortung mit nun 1,7 Punkte allerdings immer noch das schwächste Ergebnis unter allen Oberkriterien.

Die meisten Unternehmen berichten inzwischen zumindest in Ansätzen über die **Strukturen ihrer Lieferkette** und über die **Durchsetzung sozialer und ökologischer Anforderungen**. Sehr häufig wird auf ökologische, soziale und menschenrechtliche Standards verwiesen, die Unternehmen etwa in Verhaltenskodizes für Lieferanten festschreiben. Wie die Durchsetzung und Überprüfung dieser Standards gelingt, wird allerdings oft nicht ausreichend deutlich. Nur wenige Berichterstatter belegen die Umsetzung ihres Lieferantenmanagements mit aussagekräftigen Zahlen, etwa zur Anzahl von Lieferantenprüfungen, und verdeutlichen, wie wirksam ihre Instrumente sind, indem sie konkrete Ergebnisse und Konsequenzen der Überprüfungen benennen. Gute Ansätze der Berichterstattung sind hierbei unter anderem bei Chemie- und Handelsunternehmen (z. B. Bayer, Merck, Rewe und Adidas) zu erkennen, die sich in Brancheninitiativen für eine nachhaltige Gestaltung der Lieferketten engagieren.

A.8 Gesellschaftliches Umfeld

Bei den Großunternehmen weist auch die Berichterstattung zum gesellschaftlichen Umfeld große Lücken auf. Im Durchschnitt erreichen die Unternehmen hier 2,0 Punkte. Den Unternehmen gelingt es kaum, ihren **gesellschaftlichen und politischen Beitrag** in der Breite transparent zu machen. So fehlen in einem Großteil der Berichte Angaben zu Steuerzahlungen und erhaltenen Subventionen oder zu Strukturen und Positionen der Lobbyarbeit. Gelungen sind bei den Großunternehmen wiederum die Erläuterungen zu den **Corporate-Citizenship-Aktivitäten**. Zum Teil haben die Darstellungen an dieser Stelle weiter an Tiefe gewonnen: Mehrere Berichte gehen mittlerweile über die reine Darstellung von Strategien und Maßnahmen hinaus und bemühen sich, die Ergebnisse und Wirkungen ihres Engagements mit Kennzahlen messbar zu machen. Gut gelungen ist dies beispielsweise in den Berichten von BMW und Henkel.

B.1 Glaubwürdigkeit

Die allgemeine Berichtsqualität (B.1 bis B.3) weist bei den Großunternehmen insgesamt ein hohes Niveau auf. Der größte Verbesserungsbedarf liegt hier bei dem ersten Kriterium „Glaubwürdigkeit“, das mit durchschnittlich 2,6 Punkten bewertet wurde. Eine offene Thematisierung von ungelösten Fragen und Zielkonflikten oder auch die Veröffentlichung nicht nur positiver, sondern auch kritischer externer Bewertungen bleiben bislang die Ausnahme im Feld der Berichterstatter. Überwiegend gute Ergebnisse erzielen die Unternehmen im Einzelkriterium **Vergleichbarkeit der Angaben und Daten**: Die meisten Berichterstatter ermöglichen mit ihren Angaben zeitliche und unternehmensübergreifende Vergleiche und machen Angaben zur Ermittlung und Interpretation der Daten. Zunehmend wird die Datensicherheit dabei durch externe Prüfungen belegt. 71 Prozent der Großunternehmen haben ihren Nachhaltigkeitsbericht oder Teile davon einer externen Prüfung unterzogen.

B.2 Berichterstattung zu wesentlichen Themen

Beim Kriterium B.2 erreichen die Unternehmen einen Durchschnittswert von 2,6 Punkten. Ein großer Teil der Unternehmen setzt in ihrem Bericht nachvollziehbare Themenschwerpunkte und begründet diese. Die Breite aller wesentlichen Themen wird in vielen Berichten nur unzureichend abgedeckt. Erklärungen, weshalb auf die Berichterstattung zu spezifischen Themen verzichtet wird, werden zwar zum Teil angegeben, sind aber oft wenig aussagekräftig.

B.3 Kommunikative Qualität

Die kommunikative Qualität der Berichte wird mit durchschnittlich 3,5 Punkten gut bewertet. Fünf Berichte erhielten bei diesem Kriterium die Höchstbewertung (BMW, Deutsche Bahn, Deutsche Post, HeidelbergCement, Telefónica Deutschland). Auch der Großteil der anderen Berichte überzeugt mit einer klaren Berichtsstruktur, aussagekräftigen Abbildungen sowie einem sachlichen und allgemeinverständlichen Text. Der eigentliche Nachhaltigkeitsbericht wird dabei häufig mit **zusätzlichem Informationsangeboten** auf der Website ergänzt, etwa einem ausführlichen GRI-Index oder einem interaktiven Kennzahlen-Tool.

Nicht nur die PDF- oder Print-Berichte, auch der Großteil der **Onlineberichte** kann mit hoher kommunikativer Qualität überzeugen. Die Nachhaltigkeitsberichte werden von vielen Unternehmen auf einer eigenen Mikro-Website platziert, wodurch eine eindeutige zeitliche und inhaltliche Abgrenzung zu anderen Online-Inhalten sichergestellt wird. Verlinkungen ermöglichen einen einfachen Zugang zu weiterführenden Inhalten außerhalb des eigentlichen Berichts.

3.6 BRANCHENAUSWERTUNG

Im Ranking sind Großunternehmen aus zwölf Branchen bzw. Branchenclustern vertreten. Tabelle 7 fasst die jeweils besten Berichte der Branchen zusammen.

Tabelle 7: Branchensieger im Ranking 2018

Rankingbranche	Unternehmen	Bericht	Punkt-zahl
Automobil	BMW Group	Sustainable Value Report 2017	502
Banken	Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) AöR	Nachhaltiges Handeln. Der Nachhaltigkeits-bericht der Landesbank Baden-Württemberg 2017	461
Chemie / Pharma	Bayer AG	Geschäftsbericht 2017	417
Energieversorgung	Innogy SE	Nachhaltigkeitsbericht 2017	343
Grundstoffe	HeidelbergCement AG	Nachhaltigkeitsbericht 2017	347
Handel / Bekleidung	Rewe Group	Nachhaltigkeitsbericht 2017 Tradition. Viel-falt. Zukunft.	512
Hoch- und Tiefbau	Hochtief Aktiengesell-schaft	Konzernbericht 2017. Kombinierter Finanz- und Nachhaltigkeitsbericht	301
Maschinenbau / Technologie	Siemens AG	Nachhaltigkeitsinformationen 2017	387
Medien / Informati-onsdienstleister	Deutsche Telekom AG	CR-Bericht 2017	477
Nahrungsmittel	Südzucker AG	Geschäftsbericht 2017/18	-
Transport / Logistik / Tourismus	Deutsche Bahn AG	Integrierter Bericht 2017. Auf in eine neue Zeit	419
Versicherungen	Allianz Group	Responding to tomorrow's challenges. Allianz Group Sustainability Report 2017	358

Die zwölf Branchen im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte weisen unterschiedlich hohe Berichterstatterquoten auf (Abbildung 3). Im Branchencluster „Transport / Logistik / Tourismus“ legen alle Unternehmen einen eigenständigen Bericht vor. Das gleiche gilt für die Nahrungsmittel sowie Hoch- und Tiefbau, die allerdings auch nur mit zwei bzw. einem Unternehmen im Ranking vertreten sind. Einen sehr hohen Anteil an Berichterstattern haben auch die Chemie- und Pharmabranche (neun von elf Unternehmen bzw. 82 Prozent), die Automobilunternehmen (sechs von acht Unternehmen bzw. 75 Prozent), die Banken und Versicherungen (jeweils sieben von zehn Unternehmen bzw. 70 Prozent). Die Chemie- und Pharmaunternehmen überzeugen zusätzlich durch sehr gute Platzierungen. Acht der neun Berichterstatter sind unter den Top 50 platziert, zwei sogar unter den Top 10. Auch die sieben Berichte der Banken schneiden sehr gut ab (sechs unter den Top 50, davon drei unter den Top 10). Ein besonders schwaches Bild vermitteln die Großunternehmen der Grundstoffindustrie: Nur vier der zehn im Ranking vertretenen Unternehmen sind mit einem Bericht im Ranking vertreten.

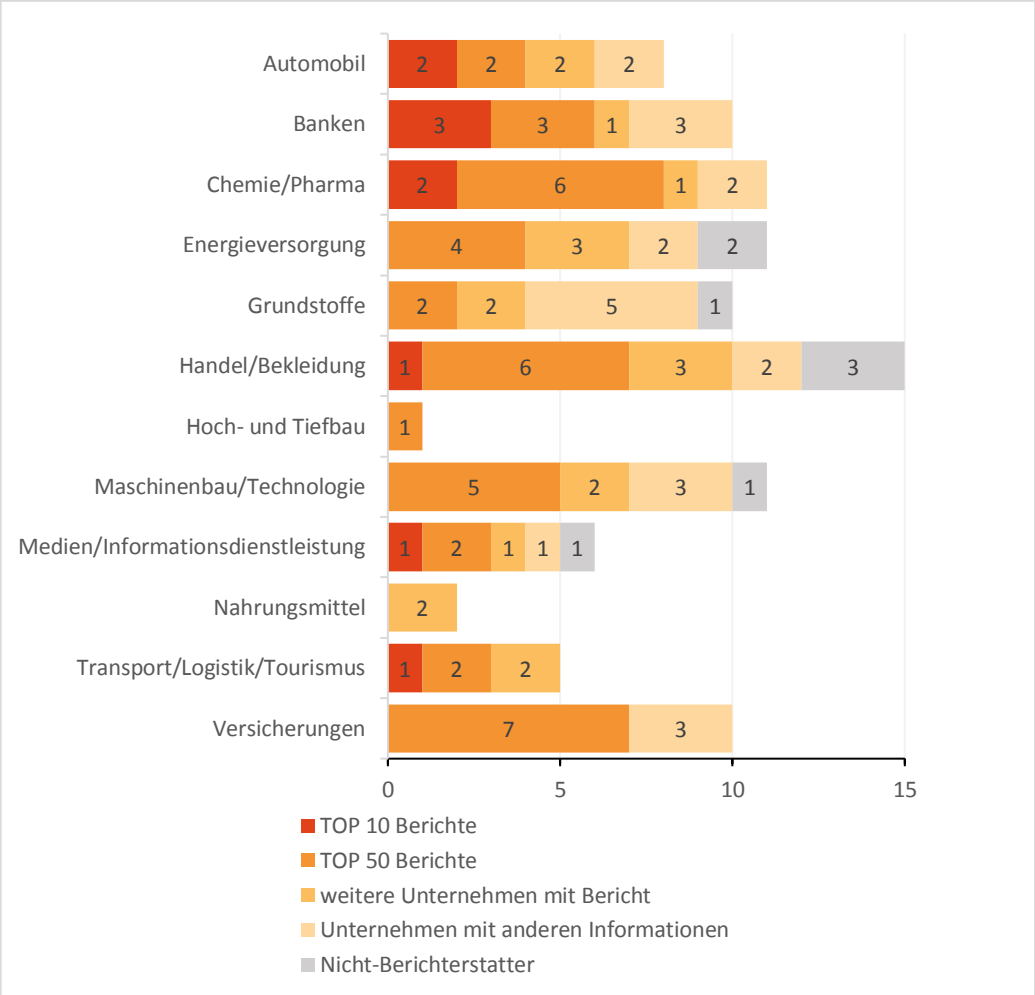

Abbildung 3: Platzierungen der Großunternehmen nach Branchen (N=100)

In den folgenden **12 Branchenanalysen** führen wir zunächst jeweils kurz in die Branche ein und nennen die aufgrund ihrer Größe im Ranking vertretenen sowie die zusätzlich einbezogenen Unternehmen. Zur Darstellung der Branchenleistung im Ranking geben wir 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. In den Branchenbetrachtungen werden lediglich die materiellen Berichtsanforderungen A.2 bis A.8 berücksichtigt – das Kriterium A.1 (Unternehmensprofil) sowie die Kriterien zur allgemeinen Berichtsqualität (B.1 bis B.4) werden hier ausgeklammert, da diese jeweils kaum einen spezifischen Branchenbezug aufweisen. Die Branchenanalyse schließt jeweils mit einem Ausblick auf die Herausforderungen für 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 zwei Rankings, die aktuelle Punktzahl bzw. die Berichtskategorie sowie für die Branchen die Anteile der Berichtskategorien und die Durchschnittspunktzahlen in den Oberkriterien A.2 bis A.8 ausweisen.

Weil das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte seinen Fokus auf gute Berichterstattung legt, werden die erzielten Punktzahlen in der Gesamttabelle der Großunternehmen (vgl. Anhang 7.1) nur für die 50 bestplatzierten Unternehmen angegeben. Daher werden auch in den folgenden Branchentabellen die Punktzahlen für die hinteren 19 Großunternehmen nicht ausgewiesen.

3.6.1 AUTOMOBIL

Die Ranking-Branche „Automobilhersteller“ umfasst diejenigen Unternehmen, die Kraftfahrzeuge, speziell Personenkraftwagen (Pkw) und Lastkraftwagen (Lkw), herstellen. Die deutsche Automobilbranche baut Pkw jeder Größenklasse sowie zum Teil auch Lkw. Insbesondere im Oberklasse- und Premiumsegment haben deutsche Automobilhersteller eine dominierende Position auf dem Weltmarkt. Die Automobilbranche ist 2018 mit acht Unternehmen im Ranking vertreten (s. Tabelle 8).

Die Berichterstattung der Branche

Von den acht Autoherstellern veröffentlichen sechs einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht: Neben **BMW**, **Daimler**, und **Volkswagen** legten auch die Volkswagen-Tochterunternehmen **Audi**, **MAN** und **Porsche** eigene Nachhaltigkeitsberichte vor.

Ford-Werke verweist auf den „Sustainability Report 2017/18“ des US-amerikanischen Mutterkonzerns Ford Motor Company und stellt auf ihrer Website selbst Informationen zur Klimastrategie, zur Mitarbeiter- und Lieferkettenverantwortung, zum gesellschaftlichen Engagement sowie insbesondere zur Produktverantwortung zur Verfügung. Auch **Opel Automobile** veröffentlicht keine eigenständigen Publikationen zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen. Dafür veröffentlicht der französische Mutterkonzern PSA Group 2017 einen „Corporate Social Responsibility Report“.

Tabelle 8: Ergebnisse der Berichterstattung – Automobilhersteller

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
BMW Group	502	1	2	1	1
Volkswagen AG	405	2	9	5	9
Audi AG	312	3	36	24	-
Daimler AG	285	4	45	13	4
MAN SE	-	-	A	30	43
Porsche AG	-	-	A	53	C
Ford-Werke GmbH	-	-	B	B	B
Opel Auromobile GmbH	-	-	B	-	-

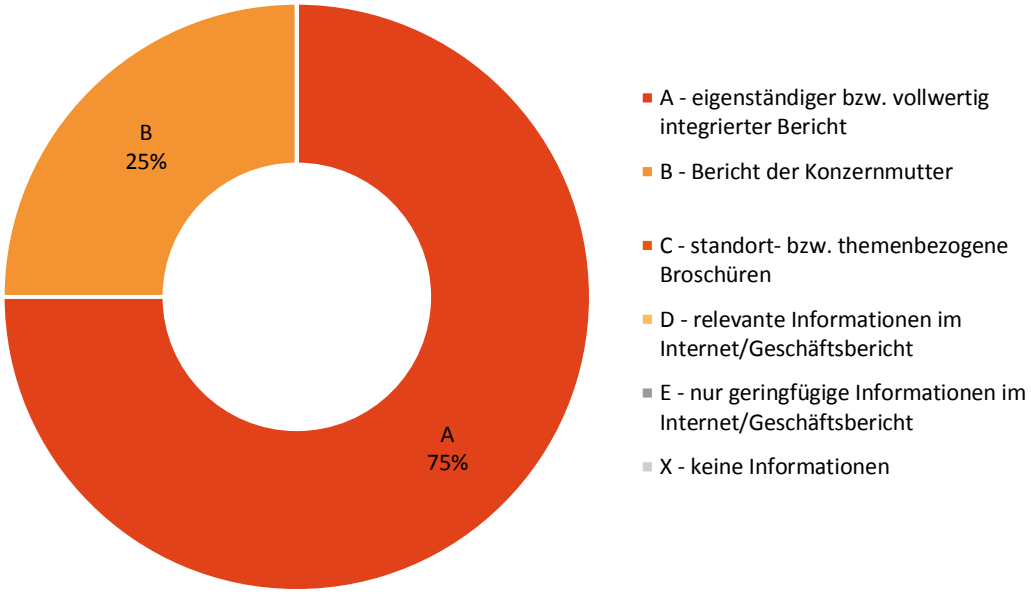

Abbildung 4: Klassifizierung der Berichterstattung – Automobilhersteller

Die Bewertungsergebnisse

Der Anteil der Berichterstatter ist unter den Automobilherstellern mit sechs von acht Unternehmen nach wie vor überdurchschnittlich hoch. Die Punktzahl ist im Vergleich zum vorherigen Ranking 2015 jedoch bei allen teilnehmenden Unternehmen rückläufig. Nachdem die Automobilunternehmen in den letzten Ranking-Durchgängen das beste Branchenergebnis erzielten, rangieren sie im aktuellen Ranking mit durchschnittlich 330 Punkten nur noch auf dem **vierten Rang der Ranking-Branchen**.

Der deutliche Rückgang ergibt sich insbesondere daraus, dass die Unternehmen die Themen, die im Kontext der **Abgasmanipulationen** in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gerückt sind und sich auch in unseren überarbeiteten Branchenkriterien widerspiegeln, häufig nicht in ausreichendem Maße nachkommen konnten. Die Vertrauenskrise der Automobilindustrie wird in den meisten Berichten zwar thematisiert, eine transparente und selbstkritische Aufarbeitung der Vorwürfe findet jedoch kaum statt.

Trotz der deutlichen Einbußen im zentralen Themenbereich Produktverantwortung erzielen die Autobauer insgesamt **immer noch überdurchschnittliche Ergebnisse**, da sie die Breite der im Ranking abgefragten Nachhaltigkeitsthemen deutlich besser abdecken als die meisten anderen Branchen. Bei den Kriterien im Bereich Interessen der Mitarbeiter/innen erzielen die Unternehmen etwa das zweitbeste Branchenergebnis.

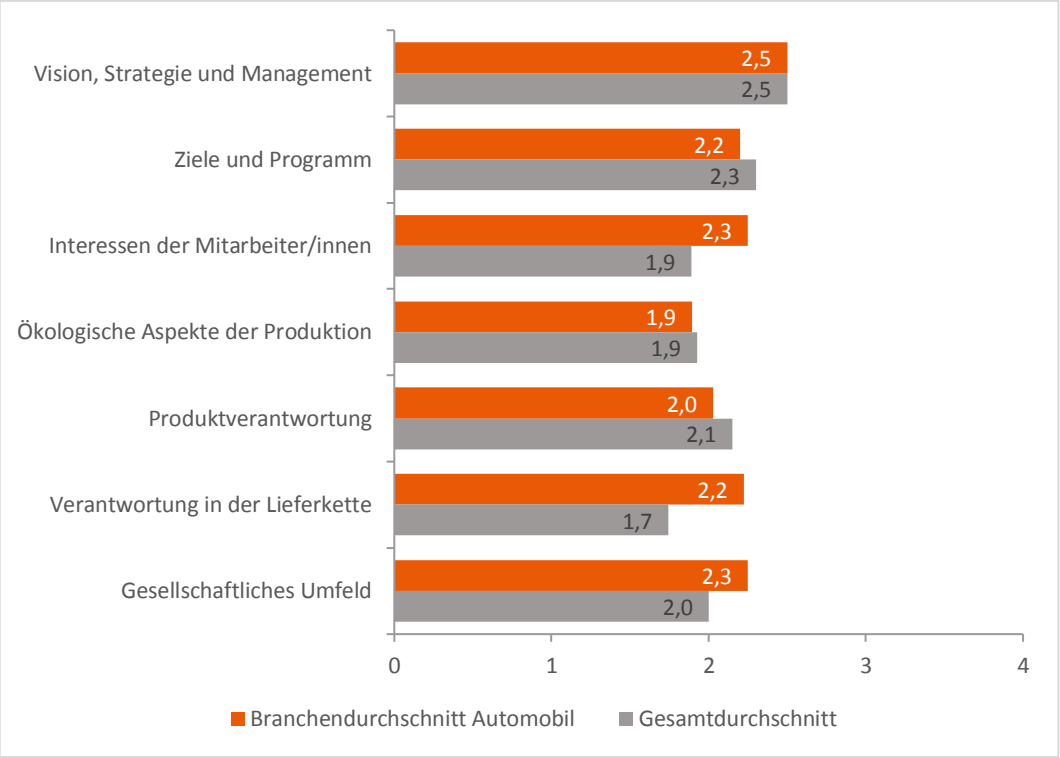

Abbildung 5: Branchenergebnisse Automobilhersteller

In der Kategorie **Vision, Strategie und Management** erreichen die Autohersteller mit 2,5 Punkten einen im Branchenvergleich durchschnittlichen Wert. Die Unternehmen stellen die zentralen Nachhaltigkeitsherausforderungen in der Regel strukturiert dar und zeigen auf, wie sie hieraus, häufig mithilfe von Materialitätsanalysen, ihre wichtigsten Handlungsfelder ableiten und priorisieren. Die Thematik der Abgasmanipulationen wird von den meisten Unternehmen in die Darstellungen einbezogen, eine offene und selbstkritische Auseinandersetzung mit den Betrugsfällen ist dabei allerdings allenfalls ansatzweise erkennbar. So erfolgt beispielsweise kaum eine offene Darstellung kritischer Stellungnahmen von Stakeholdern zum Thema Abgasmanipulationen und der Reaktion der Unternehmen hierauf. Auch andere aktuelle Themen werden nicht ausreichend in die Berichterstattung integriert: Die kartellrechtlichen Vorwürfe, mit denen die Automobilhersteller 2017 konfrontiert waren, werden in den Berichten allenfalls angerissen.

Die **Zielberichterstattung** hat sich bei den Automobilherstellern gegenüber früheren Berichten verschlechtert (2,2 Punkte nach 2,7 Punkten 2015). Die Nachhaltigkeitsziele und die dazugehörigen Maßnahmen werden zwar von einem Teil der Unternehmen systematisch und gebündelt dargestellt. Im Vergleich zu früheren Berichten sind die neu gesetzten Ziele allerdings häufig weniger verbindlich formuliert, so dass die Ambitioniertheit des Nachhaltigkeitsprogramms nicht ausreichend deutlich wird.

Bei der Berichterstattung zu den **Mitarbeiterinteressen** erzielen die Automobilhersteller mit 2,3 Punkten ein überdurchschnittliches Ergebnis. Ihre Stärken liegen bei den Darstellungen Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung, zum Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie zur Vielfalt. BMW überzeugt hier unter anderem mit Darstellungen zum Diversity Konzept und zum alternsgerechten Arbeiten. Eine Schwachstelle der Berichte liegt wie bereits im vorherigen Ranking beim Thema Leiharbeit. Die meisten Unternehmen machen nicht ausreichend deutlich, in welchen Bereichen und in welchem Umfang Leiharbeit zum Einsatz kommt.

Die Darstellungen der Automobilhersteller zum **betrieblichen Umweltschutz** liegen mit 1,9 Punkten im Ranking-Durchschnitt. Der Schwerpunkt der Berichte liegt hierbei im Bereich Klimaschutz und

Energiemanagement. Unter anderem werden die Verringerung der direkten und indirekten CO_2-Emissionen und der Ausbau erneuerbarer Energien an den Standorten mit unternehmerischen Zielen, Datenreihen und beispielhaften Maßnahmen belegt. Schwachstellen der Berichterstattung liegen dagegen etwa bei den Erläuterungen zum Logistikkonzept oder bei den Darstellungen zu Naturschutzkonzepten und -maßnahmen. Auch gelingt es den Berichten kaum, einen Überblick über eingesetzte Rohstoffe und damit verbundene ökologische Aspekte zu geben.

Dem für die Branche wesentlichen Bereich der **Produktverantwortung** räumen die Autohersteller großen Raum in ihren Berichten ein. Mit 2,0 Punkten erreichen sie hier ein leicht unterdurchschnittliches Ergebnis. Wie schon in früheren Berichten geben die Unternehmen in der Regel einen systematischen Überblick über Ziele, Schwerpunkte und Instrumente ihrer Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Dabei nehmen in den aktuellen Berichten die Themen Elektromobilität und autonomes Fahren zunehmenden Raum ein. Deutlich weniger überzeugend sind die Darstellungen der Automobilhersteller zur Umweltorientierung ihres Portfolios: Zwar werden einzelne Modelle beispielsweise im Bereich der Elektromobilität herausgestellt, konkrete Zahlenangaben zum Anteil von verbrauchsarmen Modellen oder von Elektro- oder Hybridfahrzeugen am Gesamtabsatz fehlen jedoch in der Regel. Positiv sticht hier der Bericht von BMW heraus, der unter anderem Zahlenangaben zu den Auslieferungen elektrifizierter Modelle und zur Reichweite der Mobilitätsdienstleistungen bietet.

Deutliche Schwächen liegen auch bei der Berichterstattung zu den Schadstoffemissionen der angebotenen Pkw-Modelle. Gerade angesichts der breiten öffentlichen Diskussionen zu der Thematik überrascht das Fehlen einer übergreifenden Darstellung der Feinstaub- und Stickoxid-Emissionen über die Breite der Fahrzeugflotte. Unzureichend sind auch die Darstellungen zu Verbraucherschutzaspekten, beispielsweise der Umgang mit Kundenbeschwerden und Nachrüstungen im Zuge der Abgasmanipulationen.

Im Bereich der **Lieferkettenverantwortung** schneiden die Automobilunternehmen mit einem Mittelwert von 2,2 Punkten wie bereits im vorherigen Ranking deutlich überdurchschnittlich ab. Gut dargestellt werden hierbei vor allem die an die Lieferanten gestellten ökologischen Anforderungen und das System zur deren Durchsetzung. Die Reichweite und Ergebnisse der Lieferantenüberprüfungen werden zumindest in einem Teil der Berichte quantifiziert.

Mit der Berichterstattung zum Bereich **gesellschaftliches Umfeld** erreicht die Branche 2,3 Punkte. Gute Ergebnisse werden bei den Darstellungen der Corporate-Citizenship-Konzepte erzielt. BMW überzeugt hier etwa mit Erläuterungen zur Wirkungsmessung und einer Quantifizierung der durch die Projekte erreichten Personen. Weniger gut schneiden die Unternehmen bei der Darlegung ihres Beitrags zu Politik und Ordnungsrahmen ab. Zwar stellen einige der Automobilhersteller (BMW, Daimler, Volkswagen) die Positionen ihrer Lobbyarbeit in verschiedenen Themenbereichen dar. Mögliche Zielkonflikte zwischen den politischen Zielsetzungen und der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie werden dabei allerdings nicht erörtert.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Ergebnisse der Automobilhersteller haben sich gegenüber dem letzten Ranking 2015 deutlich verschlechtert. Den Transparenzanforderungen bezüglich der Themen, die im Kontext der Abgasmanipulationen in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gerückt sind und die sich auch in den überarbeiteten Branchenkriterien widerspiegeln, konnten die Automobilhersteller mit wenigen Ausnahmen nicht in ausreichendem Maße nachkommen. Ansätze für eine selbstkritische Auseinandersetzung mit der Abgasproblematik sind zwar zu erkennen – beispielsweise in dem VW-Nachhaltigkeitsmagazin Shift, in dem unter anderem auch externe Stakeholder zu Wort kommen. In den Nachhaltigkeitsberichten selbst sind die Darstellungen zu den wesentlichen Themenbereichen allerdings

noch stark ausbaufähig und nicht ausreichend mit Daten, etwa zum Schadstoffausstoß der Fahrzeugflotten, belegt.

3.6.2 BANKEN

Ein Unternehmen wird der Ranking-Branche „Banken“ zugerechnet, wenn es Bankgeschäfte nach dem Kreditwesengesetz (KWG) betreibt. Betriebswirtschaftlich werden Bankgeschäfte eingeteilt in Aktivgeschäfte (z. B. Gewährung von Krediten), Passivgeschäfte (z. B. Verwaltung von Einlagen) sowie Dienstleistungsgeschäfte (Zahlungsverkehr, Depot- und Geldwechselgeschäfte, Investmentbanking).

Da die Stichprobenauswahl gegenüber dem Ranking 2015 verändert wurde (vgl. 2.1.1), werden im diesjährigen Ranking nur noch 10 statt wie zuvor 15 Banken berücksichtigt (s. Tabelle 9).

Die Berichterstattung der Branche

Sieben der zehn einbezogenen Banken veröffentlichen einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht. Dies sind die **Bayerische Landesbank**, die **Commerzbank**, die **Deutsche Bank**, die **DZ Bank**, die **KFW Bankengruppe**, die **Landesbank Baden-Württemberg** sowie die **Norddeutsche Landesbank**.

Von den Banken ohne eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht können die **ING-DIBA** sowie die **Unicredit Bank** auf die Nachhaltigkeitsberichte ihrer Mutterkonzerne verweisen. Beide informieren zusätzlich auf ihren Internetseiten über ihr Nachhaltigkeitsengagement: Die ING-DIBA berichtet eher knapp über Nachhaltigkeitskriterien im Kerngeschäft und andere Schwerpunkte des CSR-Engagements. Die zur Unicredit Bank gehörende HypoVereinsbank veröffentlicht auf ihrer Website umfassende Informationen zu den Themenbereichen nachhaltige Produkte, Klima- und Umweltschutz, Gesellschaft und Mitarbeiter.

Die **Landesbank Hessen-Thüringen** informiert auf einer eigenen Nachhaltigkeitswebsite über gesellschaftliche und ökologische Aspekte im Fördergeschäft, über die Mitarbeiterinteressen und das gesellschaftliche Engagement in der Region. Zusätzlich legt das Unternehmen im Geschäftsbericht 2017 eine an den Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) ausgerichtete Nichtfinanziellen Erklärung vor.

Tabelle 9: Ergebnisse der Berichterstattung – Banken

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) AöR	461	1	4	7	8
Commerzbank AG	456	2	5	4	22
KFW Bankengruppe	403	3	10	3	A
Bayerische Landesbank AöR	355	4	18	23	39
DZ Bank Gruppe	351	5	19	9	30
Norddeutsche Landes-bank (NordLB) AöR	330	6	28	31	A
Deutsche Bank AG	-	-	A	36	40
ING-DiBA AG	-	-	B	B	-
Unicredit Bank AG	-	-	B	16	20
Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale AöR	-	-	D	D	E

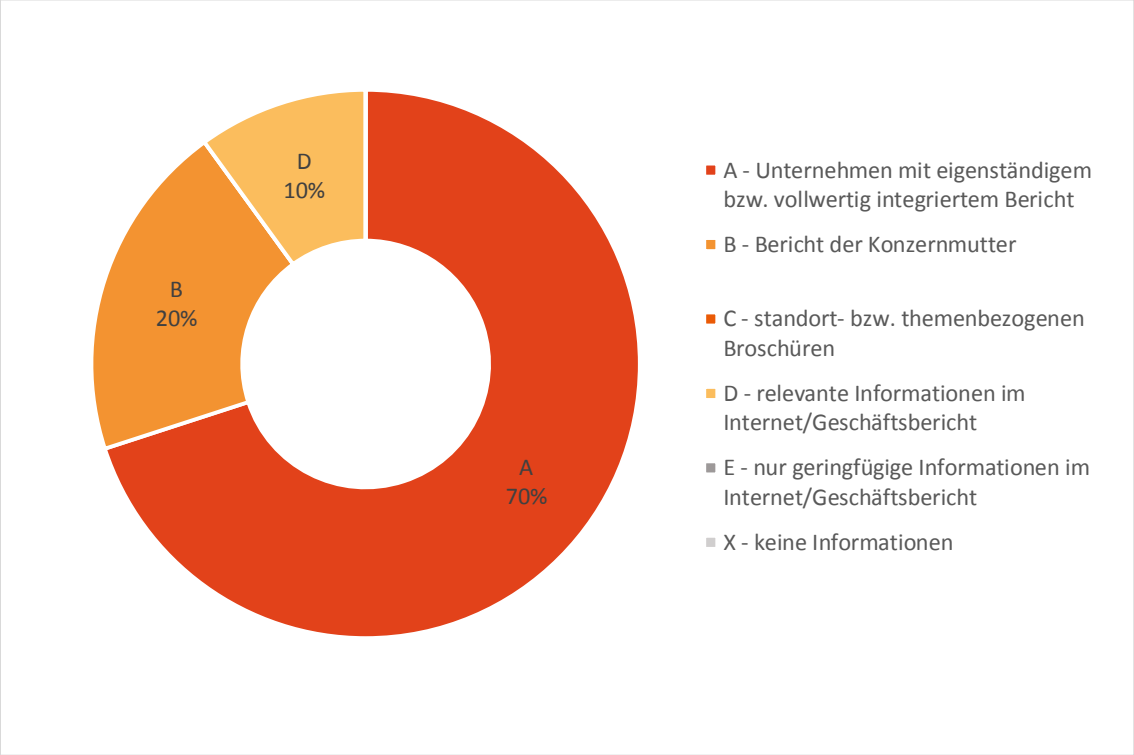

Abbildung 6: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken

Die Bewertungsergebnisse

Mit durchschnittlich 374 Punkten erzielen die Banken im Ranking 2018 die **beste Branchenbewertung**. Mit der Landesbank Baden-Württemberg, der Commerzbank und der KFW erreichen gleich drei Banken Plätze unter den besten zehn Unternehmen.

Neben überdurchschnittlichen Berichterstattungsleistungen in den Bereichen Interessen der Mitarbeiter/innen, Umweltschutz und Produktverantwortung können die Banken als eine von wenigen Branchen auch mit ihrer **Zielberichterstattung** überzeugen. Weniger gelungen ist dagegen bei den meisten Banken die Berichterstattung zur Verantwortung gegenüber Lieferanten und Dienstleistern.

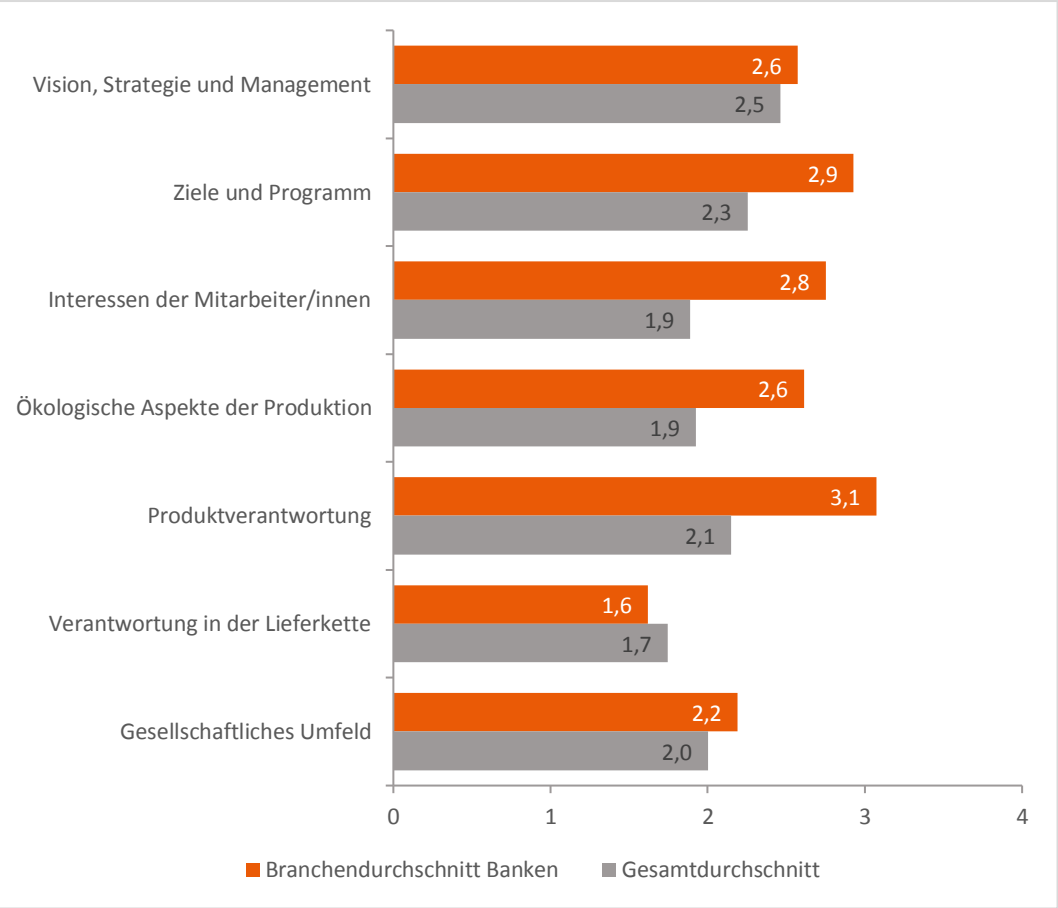

Abbildung 7: Branchenergebnisse Banken

Beim Oberkriterium „**Vision, Strategie und Management**“ zeigen die Banken eine gemischte Leistung und erreichen durchschnittlich 2,6 Punkte. Schwächen liegen häufig bei der Herleitung der Nachhaltigkeitsstrategie. Eine systematische Darstellung der nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen des Unternehmenshandelns und eine darauf aufbauende Ableitung zentraler Handlungsfelder bieten nur wenige Banken. Die operative Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie in konkreten Managementsystemen gelingt den Banken dagegen überwiegend gut. Auch im Bereich Compliance bieten die Banken weitgehend solide Darstellungen der Regeln und Strukturen zur Sicherstellung von Rechtskonformität, u.a. bezüglich der Themen Geldwäsche, Wirtschaftskriminalität und Terrorfinanzierung. Verbessert haben sich die Darstellungen zum Thema Stakeholdereinbindung. Den meisten Banken gelingt es gut aufzuzeigen, wie Stakeholder in den Prozess der Wesentlichkeitsanalyse eingebunden werden.

Deutlich verbessert hat sich bei den Banken die Darstellung des **Zielprogramms** (2,9 Punkte). Der Großteil der Banken hinterlegt alle wesentlichen Handlungsfelder mit überprüfbar formulierten und klar terminierten Zielen und belegt den aktuellen Stand der Zielerreichung mit aussagekräftigen Statusangaben. Mit ihrem umfassenden und detaillierten Zielprogramm kann insbesondere die Commerzbank punkten.

Bei den Kriterien zu den **Interessen der Mitarbeiter/innen** erzielen die Banken durchschnittlich 2,8 Punkte und erzielen damit das beste Brancheergebnis. Hervorzuheben sind insbesondere die oft guten Darstellungen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung sowie zu den Themenbereichen Entgeltpraxis, Vielfalt und Gesundheitsschutz. Die beste Bewertung im Bereich Arbeitgeberverantwortung erzielt die LBBW. Hier überzeugten unter anderem die Darstellungen zur Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern: Die Erläuterungen zum Mentoring-Programm werden beispielswiese mit Zahlenangaben zu Teilnehmern sowie zur Wirkung des Programms hinterlegt und auch zu den geschlechtsspezifischen Unterschieden in der Vergütungsstruktur transparente Angaben gemacht.

Auch beim **betrieblichen Umweltschutz** erzielen die Banken überwiegend gute Bewertungen (2,6 Punkte).[22] Gut gelungen sind in vielen Berichten unter anderem die Darstellungen von Klimaschutzmaßnahmen. Unter anderem wird der Einsatz von erneuerbaren Energien erläutert und mit Zahlen hinterlegt, klimaschonende Gebäudetechnik dargestellt oder auf die Teilnahme an Kompensationsprogrammen verwiesen. Auch das Thema Ressourcenschonung wird durch Angaben zum Einsatz von Verbrauchsmaterialien (insb. Papier) gut abgedeckt. Deutlich ausbaufähig sind dagegen die Darstellungen zum Bereich Logistik und Verkehr. Eine Übersicht über den Umfang von Mitarbeiterverkehr und Dienstreisen findet sich in keinem der Berichte und auch Konzepte zur Minderung der ökologischen Auswirkungen des Verkehrs werden allenfalls ansatzweise deutlich.

Beim zentralen Thema der **Produktverantwortung** erzielen die Banken durchschnittlich 3,1 Punkte und erreichen damit die beste Branchenleistung. Die Berichte erläutern in der Regel die bei der Kreditvergabe und Projektfinanzierung angelegten Nachhaltigkeitskriterien und zeigen das Spektrum von Angeboten auf, die sich an sozialen, ethischen oder ökologischen Anforderungen ausrichten. Die besten Bewertungen erhalten hierbei Unternehmen, die dieses Angebotsspektrum quantitativ einordnen. Dies gelingt unter anderem der LBBW, die einen tabellarischen Überblick über nachhaltige und ökologische Anlageprodukte gibt und diese in finanzielle Relation zum jeweiligen Gesamtportfolio setzt, sowie die KFW, die mit umfassenden Darstellungen und Zahlenangaben zu nachhaltigkeitsorientierten Angeboten im Asset Management, bei der inländischen Kreditvergabe und in der internationalen Projektförderung überzeugt.

Auch im Bereich Kundenorientierung und Verbraucherschutz berichten die meisten Banken über wesentliche Themen, darunter die transparente und bedarfsangepasste Kundenberatung oder die Sicherheit von Online-Banking. Andere Aspekte finden in den Berichten dagegen bislang nur unzureichend Berücksichtigung, etwa der Zugang zu Finanzdienstleistungen für unterversorgte Bevölkerungsgruppen oder auch Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzkenntnisse („financial literacy“) der breiten Bevölkerung. Deutlich ausbaufähig sind bei einigen Banken die Erläuterungen zur eigenen Positionierung bezüglich umstrittener Produkte wie zum Beispiel Steuerspar- und -vermeidungsmodelle.

Beim Thema **Lieferkettenverantwortung** weisen die Berichte der Banken durchweg große Schwächen auf. Insgesamt erreicht die Branche hier einen Durchschnittswert von 1,6 Punkten. Nach wie

[22] Gegenüber den produzierenden Unternehmen bestehen bei diesem Kriterium an die Banken verminderte Anforderungen.

vor gelingt es den Banken nicht, die sozialen und ökologischen Anforderungen sowie deren Monitoring für die wesentlichen Beschaffungen (vor allem IT-Equipment) und die relevanten Dienstleister (Wachschutz, Call Center, Reinigungsfirmen) hinreichend konkret darzustellen.

Die Bewertung der Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** hat sich gegenüber 2015 verschlechtert und liegt nun bei 2,2 Punkten. Während die Darstellungen im Bereich Corporate Citizenship durchweg überzeugen, bleiben die anderen Themen stark lückenhaft: Den meisten Banken gelingt es weder ihre Lobbyingaktivitäten noch ihre Steuerzahlungen und erhaltene Subventionen ausreichend transparent zu machen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Banken kann über weite Teile der Ranking-Anforderungen mit umfassenden und aussagekräftigen Darstellungen überzeugen. Die wesentlichen Themen der Branche werden dabei in der Regel angemessen berücksichtigt. Dennoch sollten die Banken durch eine offenere Auseinandersetzung mit kritischen Themen (z. B. die Finanzierung kontroverser Großprojekte oder der Umgang mit Steuersparmodellen) die inhaltliche Substanz und Glaubwürdigkeit ihrer Berichte weiter stärken.

3.6.3 CHEMIE / PHARMA

Unternehmen des Branchenclusters „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 chemienahe Erzeugnisse wie Klebstoffe, Papier oder Körperpflege- und Reinigungsmittel. Elf Unternehmen unter den 100 größten Unternehmen Deutschlands können diesem Branchencluster zugeordnet werden (s. Tabelle 10).

Die Berichterstattung der Branche

Neun Unternehmen des Branchenclusters gehen mit eigenständigen Berichten in das Ranking ein: **BASF**, **Bayer**, **Brenntag**, **Covestro**, **Evonik**, **Henkel**, **Lanxess**, **Linde** und **Merck**.

Boehringer Ingelheim veröffentlicht knappe Informationen zu den Themenbereichen Umweltschutz, Mitarbeiter und gesellschaftliche Verantwortung im Geschäftsbericht 2017. Ausführlichere Informationen sind auf der Website des Unternehmens zu finden, unter anderem zu den Themen Umwelt, Compliance, Diversity und Inklusion sowie Gesundheit und Sicherheit. **Fresenius** berichtet in einem gut 30-seitigen nichtfinanziellen Konzernbericht über wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte des Unternehmens. Neben Erläuterungen zu Arbeitnehmer- und Umweltbelangen, Menschenrechten und Korruptionsbekämpfung legt der Bericht insbesondere einen Schwerpunkt auf die Themenbereiche Patientenzufriedenheit sowie Produktqualität und -sicherheit.

Tabelle 10: Ergebnisse der Berichterstattung – Chemie / Pharma

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Merck KGaA	426	1	6	18	32
Bayer AG	417	2	8	14	5
Henkel AG & Co. KGaA	382	3	12	21	11
Evonik Industries AG	374	4	13	26	30
BASF-Gruppe	370	5	14	33	3
Covestro AG	323	6	31	-	-
Lanxess AG	298	7	44	50	50
Brenntag AG	-	-	A	A	E
Linde AG	-	-	A	A	-
Boehringer Ingelheim AG & Co. KG	-	-	D	D	D
Fresenius SE & Co. KGaA	-	-	D	D	D

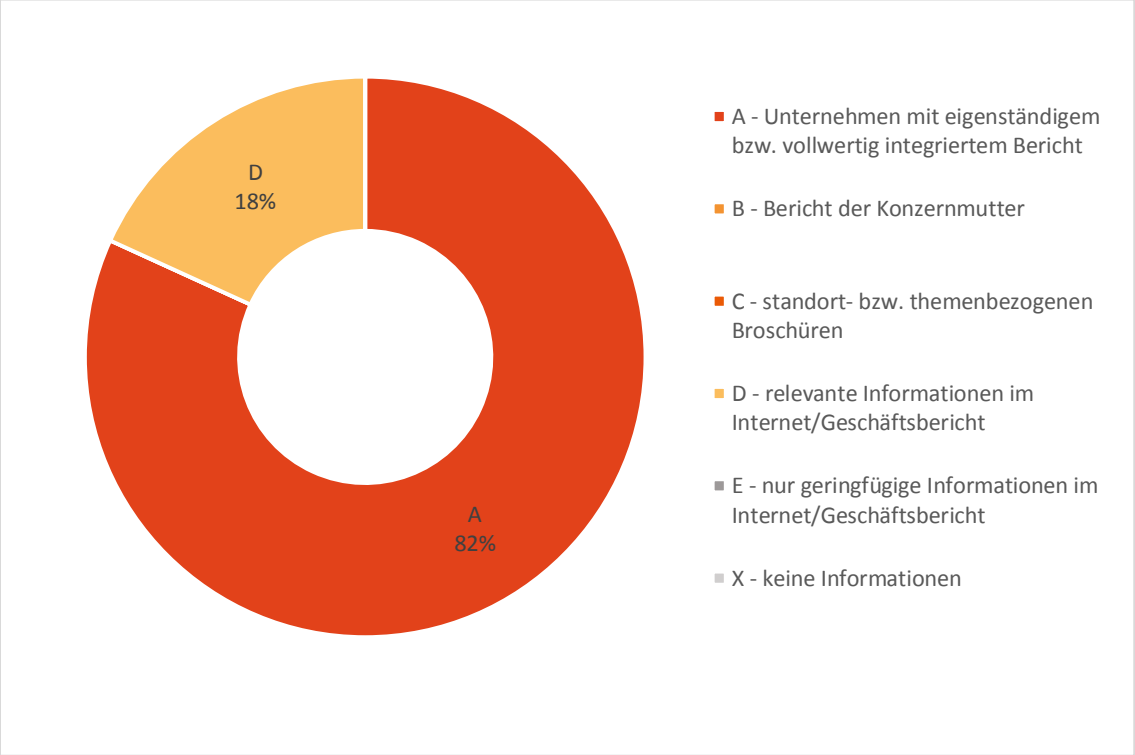

Abbildung 8: Klassifizierung der Berichterstattung – Chemie / Pharma

Die Bewertungsergebnisse

Die Unternehmen der Chemie- und Pharmabranche erzielen mit durchschnittlich 351 Punkten das **zweitbeste Branchenergebnis** im Ranking 2018. Auch mit ihrer **sehr hohen Berichterstatterquote** kann die Branche überzeugen: Neun von elf Unternehmen veröffentlichen einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht und die zwei verbleibenden Unternehmen stellen zumindest auf anderem Wege relevante Informationen bereit.

Gleich mehrere Berichte überzeugen mit einer deutlich überdurchschnittlichen Qualität: Fünf der neun Berichterstatter liegen mit ihren Bewertungen im obersten Viertel des Ranking-Feldes. Die beste Bewertung erreicht Merck, das mit 426 Punkten Rang 6 im Ranking belegt, gefolgt von Bayer auf Rang 8 (417 Punkte). Die Chemie- und Pharmaunternehmern liegen bei den meisten Oberkriterien **über dem Rankingdurchschnitt**. Vergleichsweise schwache Ergebnisse erzielen die Unternehmen allerdings im Bereich Produktverantwortung.

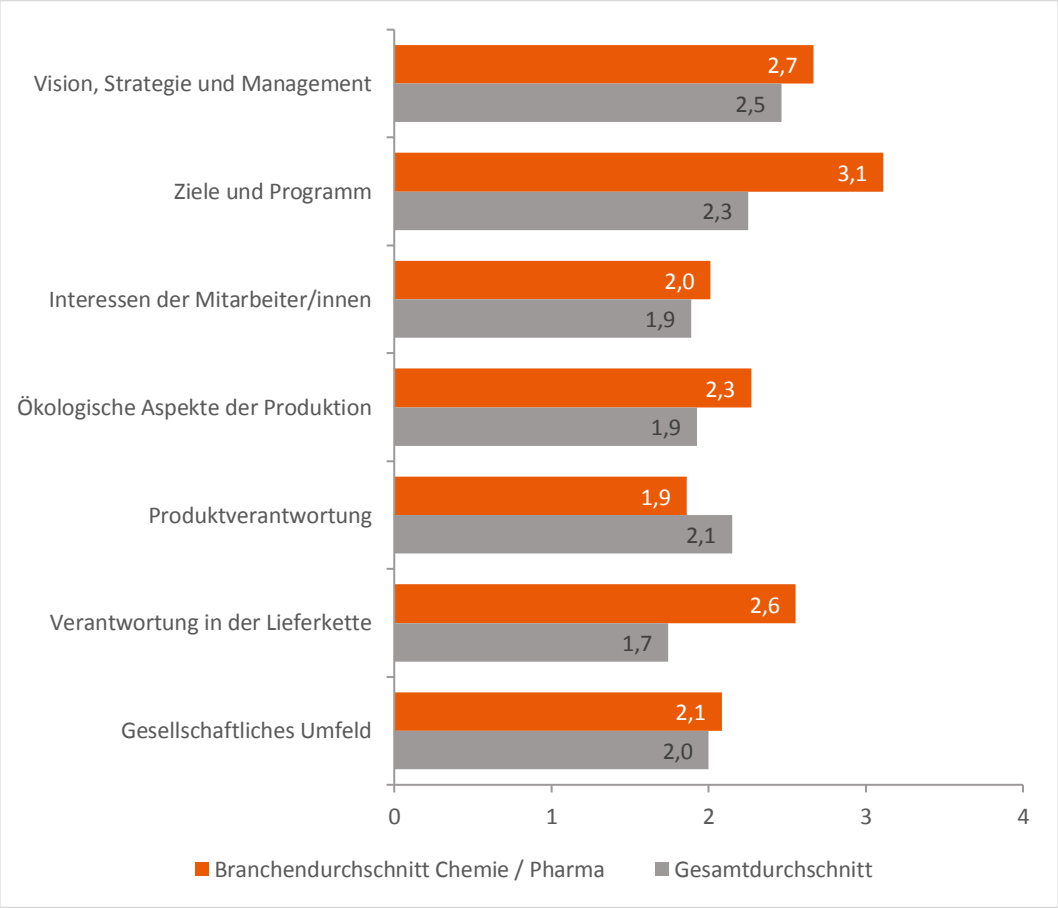

Abbildung 9: Branchenergebnisse Chemie / Pharma

Beim Oberkriterium **Vision, Strategie und Management** liegen die Chemie- und Pharmaunternehmen mit 2,7 Punkten leicht über dem Ranking-Durchschnitt. Besonders überzeugend sind die Darstellungen im Bereich Unternehmensführung und Steuerung. Sowohl die personelle und strukturelle Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensorganisation wird in den meisten Berichten gut verdeutlicht als auch die wesentlichen Managementsysteme und deren Abdeckung im Unternehmen. Vorbildliche Transparenz bietet hier etwa der Bericht von Henkel, der für 188 Produktionsstandorte weltweit Angaben zu Zertifizierungen (ISO 9001, 14001, 500001, OHSAS 18001) und eigenen Audits macht. Die meisten Berichte überzeugen auch bei den Themen Compliance und

Antikorruption mit aussagekräftigen Erläuterungen und Zahlenangaben. Nur von einem Teil der Unternehmen wird dagegen die Stakeholderbeteiligung ausreichend dargestellt. Über Stakeholdergruppen und einzelne Dialogformate berichten zwar die meisten Unternehmen, die Darlegung kritischer Stakeholdermeinungen und der Umgang mit diesen bleibt allerdings unzureichend und auch die Einbindung der Stakeholderanforderungen in die Festlegung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wird nicht ausreichend verdeutlicht.

Mit ihrer **Zielberichterstattung** erreichen die Chemie- und Pharma-Unternehmen das beste Ergebnis aller Branchen (3,1 Punkte). Die Berichterstatter des Branchenclusters geben ausnahmslos einen Überblick über ihre nachhaltigkeitsbezogenen Ziele. Diese sind überwiegend überprüfbar formuliert und mit klaren Terminen belegt. Besser als vielen anderen Unternehmen gelingt es den Berichterstattern auch bestehende Ziele übersichtlich und vollständig aufzuzeigen, den aktuellen Stand der Zielerreichung transparent zu machen und dabei auch verfehlte Ziele oder geänderte Zielsetzungen nicht zu verschweigen.

Die Berichterstattung der Branche zu den **Mitarbeiterinteressen** liegt mit 2,0 Punkten nur knapp über dem schwachen Rankingdurchschnitt. Am besten gelingt es Merck und Lanxess, die Breite der Themen in angemessenem Umfang und Tiefe abzudecken. Ein zentrales Thema für die Branche ist der Bereich Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. Hier erzielen die Unternehmen die besten Bewertungen: Alle Berichte stellen Programme und Maßnahmen in den Bereichen Arbeitsschutz und Gesundheitsprävention vor und hinterlegen diese mit grundlegenden Kennzahlen. Große Lücken gibt es allerdings bei den Erläuterungen und Quantifizierung zu Berufskrankheiten.

Die Anforderungen zum Thema Aus- und Weiterbildung werden von den meisten Unternehmen nur sehr unzureichend erfüllt. Zwar verweisen mehrere Berichte (BASF, Evonik, Henkel, Lanxess, Merck) auf Maßnahmen zur Integration von Geflüchteten über Praktika oder Ausbildungsprogramme. Den meisten Berichten gelingt es aber nicht, ihre Weiterbildungsangebote übergreifend zu quantifizieren. Auch bei den Themen Vielfalt und Chancengleichheit sowie Gleichstellung von Frauen und Männern schaffen es lediglich die Berichte von Lanxess und Merck die Ranking-Anforderungen weitgehend zu erfüllen.

Beim **betrieblichen Umweltschutz** liegt die Branche mit durchschnittlich 2,3 Punkten deutlich über dem Gesamtdurchschnitt des Rankings. Die besten Ergebnisse erzielt hier Merck, dicht gefolgt von Bayer und Evonik. Der Schwerpunkt der Berichte liegt im Themenbereich Energiemanagement und Klimaschutz. Ziele, Maßnahmen und Leistungen im Klimaschutz werden von den meisten Berichten dargestellt. Im Mittelpunkt stehen dabei Programme und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung bei der Eigenerzeugung und beim Verbrauch von Energie in der Produktion. Gut gelungen sind in vielen Berichten auch die Darstellungen zum Wassermanagement sowie zu Freisetzungen umweltschädigender Stoffe durch Produktions- und Transportunfälle. Durchweg ungenügende Leistungen zeigen die Unternehmen dagegen beim Thema Rohstoff- und Materialeinsatz. Eine detaillierte Aufstellung der eingesetzten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe legt keines der Chemie- und Pharmaunternehmen vor. Auch die Ausführungen zu Naturschutz und Artenvielfalt sowie zu Logistik und Verkehr bleiben mit wenigen Ausnahmen stark lückenhaft.

Im Bereich **Produktverantwortung** erreichen die Unternehmen der Branche unterdurchschnittliche 1,9 Punkte. Einigen Berichten gelingt es, die systematische Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Produktentwicklung zu verdeutlichen. Vor allem Henkel legt hier umfassend dar, wie Nachhaltigkeitsbewertungen in den Innovationsprozess integriert werden. Positive und zum Teil auch kritische Umweltwirkungen einzelner Produktsegmente werden in den meisten Berichten dargelegt. Die Mengenrelevanz der dargestellten Beispiele wird dabei allerdings nur selten deutlich. Eine systematische Übersicht über die Umweltorientierung des gesamten Portfolios liefern die Berichte

nicht. Etwas besser gelingt es den Berichten, die gesellschaftlichen Wirkungen ihrer Produkte offenzulegen. Unter anderem berichten die Unternehmen zu Fragen der Produkt- und Anwendungssicherheit sowie im Fall der Pharmaunternehmen über den Umgang mit klinischen Studien und den globalen Zugang zu Medikamenten.

Im Oberkriterium **Verantwortung in der Lieferkette** erreichen die Chemie- und Pharmaunternehmen mit durchschnittlich 2,6 Punkte das beste Ergebnis aller Ranking-Branchen. Viele der Berichte geben einen grundlegenden Überblick über ihre Lieferketten, bieten eine grobe regionale Einordnung der Beschaffungen und erläutern spezifische Risiken. Besonders gut gelingt es den Unternehmen der Branche, die Umsetzung von Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards darzulegen. Dabei verweisen die Berichte häufig auf Brancheninitiativen wie „Together for Sustainability“ (TfS) oder die „Pharmaceutical Supply Chain Initiative“ (PSCI). Die beste Bewertung im Bereich Lieferkettenverantwortung erzielt der von Bayer, der unter anderem mit einer transparenten Darstellung der Ergebnisse der Lieferantenbewertungen punkten kann.

Mit ihren Darstellungen zum **gesellschaftlichen Umfeld** erzielen die Chemie- und Pharmaunternehmen 2,1 Punkte. Die Angaben zu Steuerzahlungen sowie zu Steuererleichterungen und Förderungen weisen in allen Berichten Lücken auf. Auch bleiben die Unternehmen der Branche sehr vage, wenn es um ihren Gestaltungsanspruch in den Standortregionen geht. Deutlich besser gelingt die Darstellung der Corporate-Citizenship-Aktivitäten. Henkel überzeugt hier unter anderem mit aussagekräftigen Kennzahlen: Quantifiziert werden nicht nur die geleisteten Spenden und die Freistellungen für Corporate-Volunteering-Aktivitäten, sondern auch die durch das gesellschaftliche Engagement erreichten Menschen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Das Branchencluster „Chemie / Pharma / chemienahe Konsumgüter“ überzeugt insgesamt mit guten Ergebnissen und einer sehr hohen Berichterstatterquote. Der Großteil der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wird in den Berichten umfassend und detailreich dargelegt. Gerade beim zentralen Thema Produktverantwortung sind allerdings noch deutliche Verbesserungspotenziale erkennbar. Die Berichterstatter sollten hier zukünftig noch umfassender und offener auf kritische Auswirkungen ihrer Produkte eingehen und sich bemühen, die ökologischen und sozialen Auswirkungen über die Breite ihres Portfolios darzulegen und soweit möglich auch zu quantifizieren.

3.6.4 ENERGIEVERSORGUNG

Die Ranking-Branche „Energieversorger“ umfasst die deutschen Unternehmen, die Energie für industrielle, gewerbliche und private Kunden erzeugen und Netze zu deren Übertragung betreiben. Einige Unternehmen betreiben zudem Wasser- und Abwassernetze oder sind in der Förderung von Energieträgern aktiv. Im Ranking 2018 werden elf Unternehmen der Branche einbezogen (s. Tabelle 11).

Die Berichterstattung der Branche

Von den elf Energieversorgungsunternehmen im Ranking sind sieben mit einem eigenständigen Bericht vertreten. Drei der Unternehmen legen einen integrierten Unternehmensbericht vor.

Der Übertragungsnetzbetreiber **Tennet TSO** kann auf den integrierten Geschäftsbericht des Mutterkonzerns verweisen. Auf der Website werden zudem die Säulen der CSR-Politik des Unternehmens – Märkte, Gesellschaft, Umwelt und Mitarbeiter – erläutert. Auch der schwedische Mutterkonzern von **Vattenfall Deutschland** kann einen integrierten Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht

vorweisen. Zusätzlich stellt das deutsche Tochterunternehmen auf seiner Website knappe Nachhaltigkeitsinformationen bereit.

Tabelle 11: Ergebnisse der Berichterstattung – Energieversorgung

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Innogy SE	343	1	23	-	-
EnBW Energie Baden-Württemberg AG	315	2	35	55	A
E.ON SE	283	3	46	29	25
RWE AG	280	4	48	14	13
50Hertz Transmission GmbH	-	-	A	66	-
EWE AG	-	-	A	38	D
Uniper SE	-	-	A	-	-
Tennet TSO GmbH	-	-	B	B	-
Vattenfall Deutschland GmbH	-	-	B	52	B
Amprion GmbH	-	-	E	E	-
Thüga-Gruppe	-	-	E	D	X

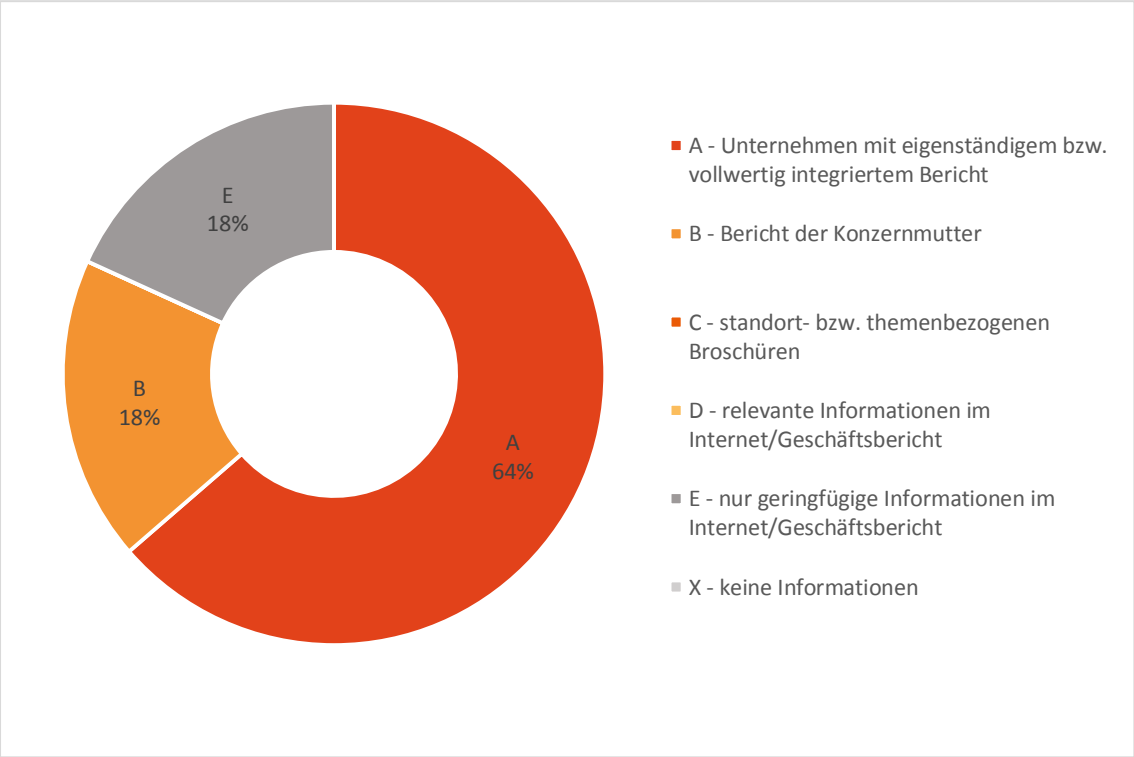

Abbildung 10: Klassifizierung der Berichterstattung – Energieversorgung

Die Bewertungsergebnisse

Mit durchschnittlich 277 Punkten liegen die Energieversorgungsunternehmen deutlich **unter dem Rankingdurchschnitt** von 314 Punkten. Die beste Bewertung der Branche erzielt Innogy. Das 2016 aus dem RWE-Konzern heraus gegründete Unternehmen belegt bei seiner ersten Teilnahme am Ranking Platz 23. Besondere Schwächen der Branche liegen bei der Zielberichterstattung und bei den Darstellungen zur Mitarbeiterverantwortung und zum betrieblichen Umweltschutz.

Abbildung 11: Branchenergebnisse Energieversorgung

In der Kategorie **Vision, Strategie und Management** erreichen die Unternehmen der Branche 2,4 Punkte. Damit liegen sie ungefähr im Rankingdurchschnitt. Schwächen liegen vor allem bei den Anforderungen im Bereich Unternehmensführung und Steuerung. Unter anderem wird hier die Abdeckung von Managementsystemen und Audits in vielen Berichten nicht ausgewiesen. Etwas besser gelingen die Erläuterungen zu zentralen Herausforderungen und Rahmenbedingungen sowie zur strategischen Ausrichtung der Energieversorger, die insbesondere die Positionierung der Unternehmen vor dem Hintergrund der Energiewende thematisieren. Auch die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit werden häufig dargestellt und in Bezug zu den Sustainable Development Goals gesetzt.

Mit ihrer **Zielberichterstattung** erreichen die Energieversorgungsunternehmen lediglich 1,2 Punkte. Keinem der Unternehmen gelingt es, einen vollständigen Überblick über die in den Vorjahren gesetzten Ziele und den aktuellen Zielerreichungsstand zu geben. Zukünftige Zielsetzungen werden zum Teil zwar dargestellt, diese sind häufig aber nicht ausreichend überprüfbar formuliert und klar terminiert.

Mit durchschnittlich 1,4 Punkten erzielen die Energieversorger beim Thema **Mitarbeiterinteressen** das zweitschwächste Ergebnis aller Branchen. Lediglich im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz kommen die meisten Unternehmen den grundlegenden Anforderungen nach. Besonders E.ON kann hier mit umfassenden Darstellungen zu Grundsätzen, Richtlinien, Strukturen und Maßnahmen in den Bereichen Gesundheitsprävention und Arbeitssicherheit überzeugen. Zu Ar-

beitszeitmodellen, Aus- und Weiterbildung, Vielfalt und Gleichstellung liegen dagegen kaum substanzielle Darstellungen vor. Beim Kriterium Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung erreicht Innogy die beste Bewertung, u. a. mit Darstellungen zur Arbeitskultur sowie zur Mitarbeiterbefragung und deren Ergebnissen.

Auch die Darstellungen zum **betrieblichen Umweltschutz** weisen bei den Energieversorgungsunternehmen große Lücken auf (1,5 Punkte). Einzig das Themenfeld Energie und Klimaschutz wird von den Energieversorgern gut abgedeckt. Die Unternehmen berichten umfassend zu Energieverbrauch, CO_2-Emissionen und zum Ausbau erneuerbarer Energien, insbesondere der Windkraft. Sie weisen ihre Klimaschutzziele aus und setzen diese in den Kontext der Energiewende.

Im Oberkriterium **Produktverantwortung** liegen die Energieversorgungsunternehmen mit einem Branchenwert von 2,0 Punkten knapp unter dem Gesamtdurchschnitt. Im Zentrum der Entwicklungsbemühungen stehen neben dem Umbau des Erzeugungsportfolios insbesondere die Entwicklung neuer Lösungen in den Bereichen Smart Home, Energiespeicher und Elektromobilität. Die ökologischen und gesellschaftlichen Wirkungen der dargestellten Angebote werden in vielen Berichten dargestellt. Nicht ausreichend deutlich wird dagegen häufig, welche Relevanz die neuen digitalen Angebote für das Gesamtportfolio des Unternehmens haben.

Zunehmend wird in den Berichten der Energieversorger über Maßnahmen zum Schutz der Kundendaten berichtet. Insgesamt bleibt die Berichterstattung zu den Themen Kundenorientierung und Verbraucherschutz in den Berichten allerdings lückenhaft.

Das Thema **Lieferkettenverantwortung** wird von den meisten Berichterstattern der Branche nur unzureichend abgedeckt (1,6 Punkte). Gut gelungen ist in einigen Berichten die grundsätzliche Darstellung der Lieferkette – beispielsweise durch die regionale Einordnung der Kohlebeschaffung. Die Energieversorger beziehen sich hierbei unter anderem auf die Bettercoal-Initiative, die ethische, soziale und ökologische Grundsätze für die Kohle-Lieferkette definiert und damit eine Grundlage für die Prüfung von Lieferanten bietet. Ein funktionierendes System zur Durchsetzung der Standards wird im Großteil der Berichte allerdings nicht aufgezeigt.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Energieversorgungsunternehmen 2,1 Punkte. Nur vereinzelt wird beispielsweise auf Bürgerdialoge und Beteiligungsverfahren im Kontext des Netzausbaus oder bei der Errichtung neuer Energieerzeugungsanlagen eingegangen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Energieversorgungsunternehmen greifen die wesentlichen Themen der Branche – etwa den Umbau des Energiemarkts, den Ausbau erneuerbarer Energien und die Entwicklung neuer Angebote und Geschäftsmodelle – in ihren Berichten auf. Die Darstellungen bleiben allerdings in vielen Fällen zu sehr auf Leuchtturmprojekte beschränkt. Ein konsistentes Bild der ökologischen und gesellschaftlichen Ausrichtung ihres gesamten Angebotsspektrums können die Unternehmen damit kaum vermitteln.

3.6.5 GRUNDSTOFFE

Die hier betrachteten Unternehmen sind vor allem im Bereich der Extraktion von Rohstoffen oder deren Verarbeitung zu Grundstoffen tätig. Im Ranking 2018 sind zehn Unternehmen der Grundstoffbranche vertreten. Bei fünf der Unternehmen handelt es sich um die deutschen bzw. europäischen Tochterunternehmen internationaler Mineralöl- und Erdgaskonzerne (BP Europa, ExxonMo-

bil Central Europe, GAZPROM Germania, Shell Deutschland und Total Mineralöl und Chemie). Weitere drei Unternehmen, Aurubis, Heraeus und Salzgitter, sind der Metallherstellung und -verarbeitung zuzurechnen. HeidelbergCement und die Knauf Gruppe sind schließlich auch selbst in wesentlichem Umfang in der Extraktion und Weiterverarbeitung von Rohstoffen tätig.

Die Berichterstattung der Branche

Von den 10 Unternehmen im Ranking legen lediglich vier einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht vor: **Aurubis**, **HeidelbergCement**, **Heraeus** sowie **Knauf**. Die deutschen bzw. europäischen Tochterunternehmen der Mineralölkonzerne BP, ExxonMobil, Shell und Total können auf die Berichte der Mutterunternehmen verweisen. **BP** veröffentlicht daneben zahlreiche Online-Informationen zum Engagement des Unternehmens in Deutschland. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem gesellschaftlichen Engagement, einzelne Aspekte werden auch zu Umweltschutz und Mitarbeiterverantwortung in Deutschland berichtet. Auch **ExxonMobil** informiert auf der Website über die Corporate-Citizenship-Aktivitäten des Unternehmens, insbesondere zu den Bereichen gesellschaftliches Engagement, Klima- und Umweltschutzbelange sowie Arbeitsschutz und Gesundheit. **Shell Deutschland** berichtet über den Nachhaltigkeitsansatz des Unternehmens und stellt knappe Informationen zum Umwelt- und Naturschutz sowie zur Arbeitssicherheit bereit. Auf der deutschen Website von **Total** finden sich Erläuterungen zu Klimaschutz und Energiemanagement, zur Forschung & Entwicklung im Bereich nachhaltiger Energiequellen sowie zum gesellschaftlichen Engagement.

Salzgitter berichtet in der im Geschäftsbericht 2017 veröffentlichten Nichtfinanziellen Erklärung über wesentliche Nachhaltigkeitsbelange. Zusätzlich veröffentlichte das Unternehmen im Juni 2018 das Magazin „Verantwortung und Perspektiven“, in dem ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen in Reportagen vertieft werden. **Gazprom Germania** veröffentlich auf der Website knappe Informationen zum gesellschaftlichen Engagement des Unternehmens und verlinkt zusätzlich auf ein PDF mit den „Grundsätzen für Gesundheit, Sicherheit und Nachhaltigkeit“.

Tabelle 12: Ergebnisse der Berichterstattung – Grundstoffe

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
HeidelbergCement AG	347	1	20	45	37
Aurubis AG	339	2	25	49	49
Heraeus Holding GmbH	-	-	A	D	E
Knauf Gruppe	-	-	A	A	X
BP Europa SE	-	-	B	B	B
ExxonMobil Central Europe Holding GmbH	-	-	B	B	B
Shell Deutschland Oil GmbH	-	-	B	B	B
Total Mineralöl und Chemie GmbH	-	-	B	B	B
Salzgitter AG	-	-	D	D	44
Gazprom Germania GmbH	-	-	E	E	-

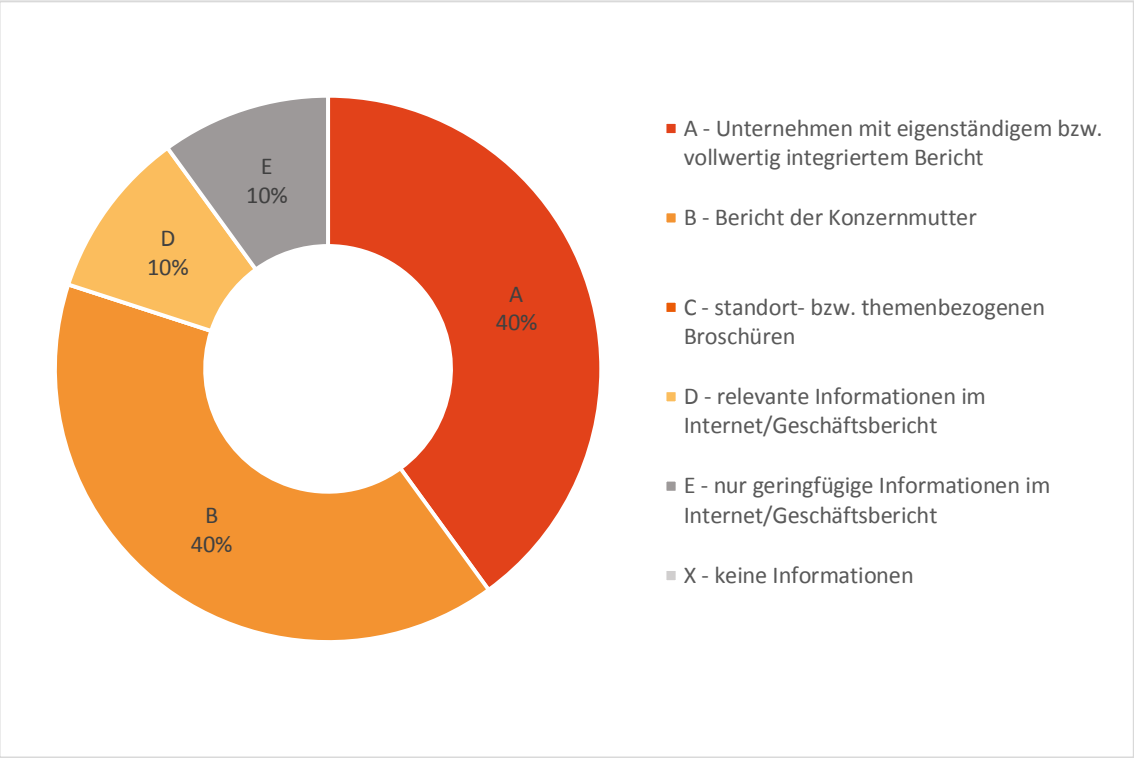

Abbildung 12: Klassifizierung der Berichterstattung – Grundstoffindustrie

Die Bewertungsergebnisse

Die Unternehmen der Grundstoffbranche erreichen mit einem Durchschnittswert von 269 Punkten **eines der schwächsten Branchenergebnisse**. Mit lediglich vier Nachhaltigkeitsberichten zeigt die Branche auch bezüglich der Berichtsanzahl ein schwaches Bild. Als bestes Unternehmen der Branche erreicht HeidelbergCement mit 347 Punkten Rang 20 (vgl. Abbildung 13).

Die vergleichsweise besten Ergebnisse erzielt die Branche bei den managementbezogenen Darstellungen sowie im Bereich Produktverantwortung – hier erreichen die Unternehmen im Gesamtvergleich immerhin durchschnittliche Werte. Die größte Schwachstelle liegt bei der Lieferkettenverantwortung.

In der Kategorie **Vision, Strategie und Management** zeigen die Unternehmen weitgehend solide Leistungen und erreichen durchschnittlich 2,4 Punkte. Gut dargestellt wird in der Regel die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensorganisation. Auch mit ihren Darstellungen der wesentlichen Managementsysteme und deren Abdeckung im Unternehmen können die Berichte punkten. Ausbaufähig sind dagegen die Darstellungen der Stakeholder-Beziehungen: Zwar wird zum Teil auf umfassende Dialogaktivitäten der Unternehmen verwiesen, die konkrete Ausgestaltung und die Ergebnisse dieser Dialoge werden allerdings nur unzureichend deutlich. Auch wird nicht ausreichend aufgezeigt, wie die Einbeziehung der Stakeholder in die Feststellung wesentlicher Themen erfolgt.

Mit ihren Darstellungen im Bereich **Ziele und Programm** erreicht ein deutlich unterdurchschnittliches Ergebnis (1,5 Punkte). Nur HeidelbergCement und mit Abstrichen Aurubis gelingt es, ein konsistentes Bild der bisherigen Zielerreichung und der weiteren Zielsetzungen zu zeichnen.

Abbildung 13: Branchenergebnisse Grundstoffindustrie

Auch beim Kriterium **Interessen der Mitarbeiter/innen** schneidet die Branche mit 1,7 Punkten unterdurchschnittlich ab. Die Unternehmen stellen über fast alle Themen unzureichend etwaige Programme und Maßnahmen dar und bieten zu wenig belegende Daten und Fakten, insbesondere zu internationalen Standorten. Eine der größten Schwachstellen liegt bei den Darstellungen zur Gleichstellung von Frauen und Männern. Maßnahmen zur Qualifikation und Karriereförderung von Frauen werden in den Berichten nicht erläutert und zum Teil fehlen selbst grundlegende Angaben zum Frauenanteil bei Führungskräften. Auch beim Kriterium Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung schneiden die Unternehmen sehr schwach ab. Nur Aurubis kann hier mit vergleichsweise umfangreichen Informationen zum Thema Leih- und Zeitarbeit punkten. Am besten berichten die Unternehmen darüber, wie sie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewährleisten. Umfassendere Angaben finden sich hier insbesondere bei HeidelbergCement, das als einziges Unternehmen auch quantitative Angaben zu Berufskrankheiten macht.

Wenig überzeugend sind auch Darstellungen zu **ökologischen Aspekten der Produktion** (1,5 Punkte). Angesicht der oft energieintensiven Produktionsprozesse der Unternehmen wird in den Berichten zwar durchaus ein Schwerpunkt auf die Themen Energieverbrauch und CO_2-Emissionen gelegt. Die Ausführungen hierzu bleiben allerdings lückenhaft: Beispielsweise fehlen zum Teil nach Energieträgern differenzierte Angaben zum Energieverbrauch, vollständige Angaben zu den CO_2-Emissionen oder Aussagen zum Einsatz erneuerbarer Energien.

Auch gelingt es keinem der Unternehmen, ein aussagekräftiges Bild des Ressourceneinsatzes zu zeichnen. Aurubis bietet immerhin einen Überblick über die eingesetzten Rohstoffe; die mit den Rohstoffen und ihrem Abbau verbundenen ökologischen Probleme werden von diesem und den anderen Unternehmen kaum thematisiert. Der für die Branche relevante Bereich Naturschutz und Flächennutzung wird von HeidelbergCement und Knauf zufriedenstellend abgedeckt. Dargestellt

werden beispielsweise Biodiversitätsanalysen und Maßnahmen zur Begrenzung des Flächenverbrauchs. Vollständige Angaben zum Flächenverbrauch macht jedoch keiner der Berichte.

Mit ihren Darstellungen zur **Produktverantwortung** erreichen die Unternehmen einen Branchenwert von 2,3 Punkten und liegen damit knapp über dem Gesamtdurchschnitt. Positive ökologische und zum Teil auch gesellschaftliche Auswirkungen der Produkte werden in den Berichten durchaus angesprochen, ein systematischer Produktentwicklungsprozess, der auf eine Verbesserung der Nachhaltigkeitswirkung abzielt, wird dabei allerdings kaum deutlich gemacht.

Im Bereich **Lieferkettenverantwortung** konnten sich die Grundstoffunternehmen gegenüber dem letzten Ranking verbessern, erreichen mit 1,3 Punkten allerdings immer noch eines der schwächsten Branchenergebnisse. Aurubis und Heraeus gelingt es zumindest, einen Überblick über ihre Lieferkette zu geben, indem die wichtigsten Rohstoffe und deren Herkunftsländer benannt werden. Auch die Einhaltung der Sorgfaltspflichten bei der Beschaffung wird, sofern relevant, thematisiert. Ein funktionierendes System zur Durchsetzung der Standards in der Lieferkette, das auch mit Zahlenangaben zu Prüfungen und deren Ergebnissen hinterlegt wird, wird jedoch in keinem der Berichte erkennbar.

Mit ihren Darstellungen zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Unternehmen 1,5 Punkte. Erläuterungen zur regionalen Verantwortung, die auch Darstellungen zu Anwohnerdialogen und den Umgang mit Beschwerden darstellen sollten, werden am ehesten von Knauf verdeutlicht.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Berichterstattung der Grundstoff-Unternehmen weist nach wie vor große Lücken über die Breite der Themen auf. Die mit dem Rohstoffabbau verbundenen sozialen und ökologischen Herausforderungen werden von den meisten Unternehmen nicht ausreichend aufgegriffen. Unternehmen, die eigenen Rohstoffabbau betrieben, sollten insbesondere ihre Kernthemen im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes, etwa Schadstoffeinleitungen oder Landschaftsverbrauch, deutlich ausbauen. Bei den Grundstoffunternehmen ohne eigenen Abbau besteht unter anderem im Bereich der sozialen aber auch ökologischen Lieferkettenverantwortung starker Verbesserungsbedarf.

3.6.6 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 2018 gehen 15 Handelsunternehmen ein (s. Tabelle 13).

Die Berichterstattung der Branche

Zehn der 15 Unternehmen aus dieser Branche sind mit einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht im Ranking vertreten. Zur Teilnahme von zweien dieser 15 Unternehmen sind folgende Anmerkungen zu machen: Die **Celesio AG** mit Sitz in Stuttgart befindet sich in der diesem Ranking zugrunde liegenden FAZ-Liste der 100 größten deutschen Unternehmen auf Platz 30. Die US-amerikanische McKesson Corporation hat im Jahre 2014 mehr als 75 % der Anteile an Celesio übernommen. Im Jahre 2017 wurde Celesio dann in **McKesson Europe** umbenannt. Für dieses Jahr (2017) hatte McKesson Europe noch einen eigenen „Corporate Responsibility Report“ herausgegeben. Wegen des deutschen Firmensitzes (Stuttgart) zu jenem Zeitpunkt wird McKesson Europe noch als

deutsches Unternehmen gewertet und nimmt mit dem 2017er-Bericht am Ranking teil.[23] Auf Platz 4 der 100 größten deutschen Unternehmen befindet sich die **Schwarz-Gruppe**. Die gesamte Gruppe hat noch keinen eigenen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, für das Jahr 2017 jedoch erstmals ihre größte Tochtergesellschaft **Lidl Deutschland**. Da Lidl auch alleine unter die 15 größten Handelsunternehmen fällt – und um die Erstellung des ersten eigenen Nachhaltigkeitsberichts von Lidl zu würdigen – nimmt Lidl Deutschland (statt der Schwarz-Gruppe) am Ranking 2018 teil.

Vom **Edeka-Verbund** selbst liegt kein eigenständiger Nachhaltigkeitsbericht vor. Relevante Informationen zur Nachhaltigkeit finden sich aber in der Broschüre „Verantwortungsvolles Handeln im Edeka-Verbund". Außerdem hat die Regionalgesellschaft Edeka Südwest für das Jahr 2016 einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Die **Würth-Gruppe** gibt mit der Broschüre „Mit Herz und Verstand" aus dem Jahr 2017 Auskunft zu relevanten Nachhaltigkeitsaspekten ihrer Geschäftstätigkeit.

Amazon Deutschland stellt nur geringfügige Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten zur Verfügung. Auf der Website berichtet das Unternehmen insbesondere zu den Themen gesellschaftliches Engagement sowie zu umwelt- und kundenfreundlichen Verpackungen. Auch die **Globus-Handels-Gruppe** bietet auf den Internetseiten nur knappe Informationen zu den Themen Energiemanagement, gesellschaftliches Engagement und ökologische Produktverantwortung. Die **Lekkerland Gruppe** präsentiert auf der Unternehmens-Homepage ebenfalls in geringem Umfang Informationen zu ihrem Corporate-Responsibility-Konzept und den sich daraus ergebenden Handlungsfeldern.

Tabelle 13: Ergebnisse der Berichterstattung – Handel / Bekleidung

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Rewe Group	512	1	1	10	33
Aldi Nord	360	2	15	D	E
Lidl Deutschland	343	3	23	X	D
Otto Group	332	4	27	12	10
Adidas AG	311	5	37	27	21
BayWa AG	309	6	38	61	E
Aldi Süd	276	7	49	D	E
Celesio AG/Mc Kesson Europe AG	-	-	A	B	-
Metro AG	-	-	A	53	48
Phoenix Group	-	-	A	A	-
Edeka-Verbund	-	-	C	C	C
Würth-Gruppe	-	-	C	C	E
Amazon Deutschland	-	-	E	E	-
Globus-Handelshof-Gruppe	-	-	E	-	-
Lekkerland Gruppe	-	-	E	E	E

[23] Der aktuellere Bericht für das Geschäftsjahr 2018 ist dagegen von der US-amerikanischen McKesson Corporation. Der McKesson Europe Bericht ist darin integriert. Außerdem ist dieser Bericht in der ersten Version knapp nach dem Stichtag für das Ranking Anfang September erschienen. Aus diesen beiden Gründen nimmt der aktuellere Bericht nicht am Ranking 2018 teil.

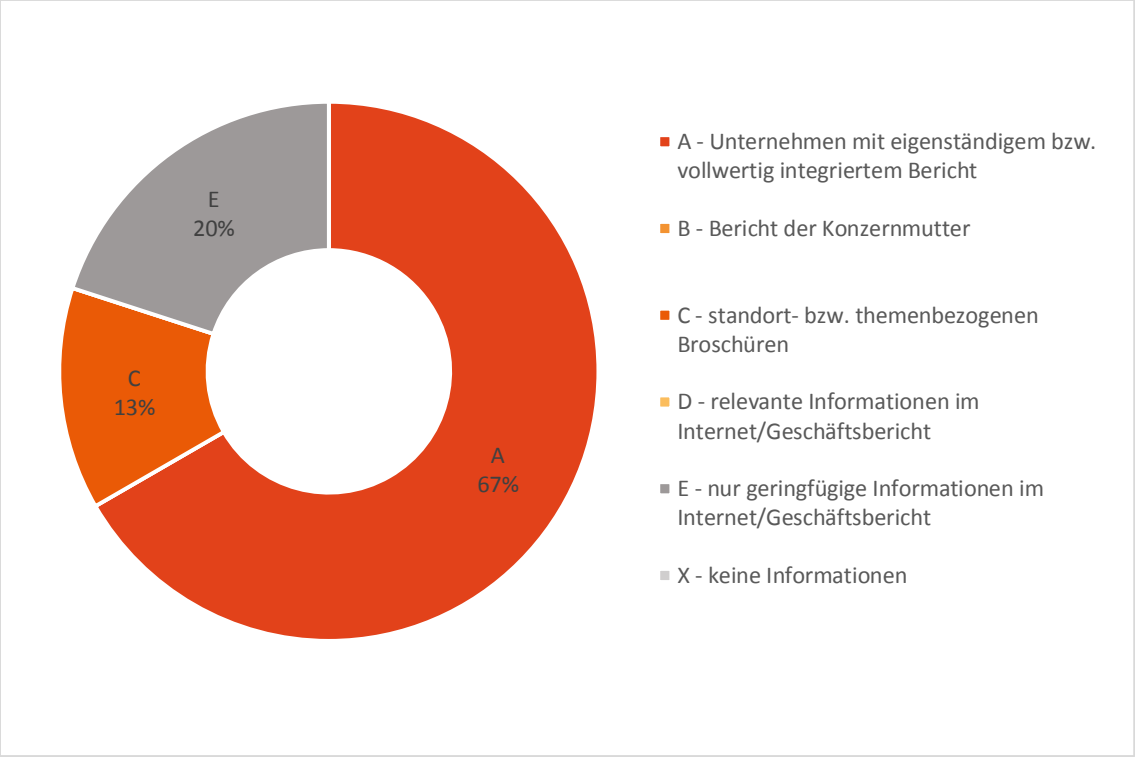

Abbildung 14: Klassifizierung der Berichterstattung – Handel / Bekleidung

Die Bewertungsergebnisse

Mit einer Berichterstatterquote von 67 Prozent liegen die Handels- und Bekleidungsunternehmen **ungefähr im Rankingdurchschnitt**. Die Bewertungsergebnisse der Unternehmen bleiben mit 299 Punkten allerdings unter dem Durchschnitt aller Branchen (vgl. Abbildung 15). Mit Rewe stellt die Branche erstmals den **Rankingsieger**. Eine gute Platzierung gelingt auch Aldi-Nord, das bei seiner ersten Ranking-Teilnahme mit 360 Punkten Rang 15 erreicht.

Ein besonderer Fokus liegt in vielen Berichten im Bereich der **Lieferkettenverantwortung**. Hier zeigen einige Handel- und Bekleidungsunternehmen die besten Leistungen im gesamten Feld der Rankingunternehmen. Unterdurchschnittliche Ergebnisse erzielen die Unternehmen dagegen mit ihren Darstellungen zu den Mitarbeiterinteressen und zum betrieblichen Umweltschutz.

Im Oberkriterium **Vision, Strategie und Management** liegen die Unternehmen des Branchenclusters mit durchschnittlich 2,5 Punkten im Ranking-Durchschnitt. Überwiegend gut gelingt es den Unternehmen, die Identifizierung wesentlicher Themen zu erläutern und ihre normative und strategische Verortung aufzuzeigen. Nicht ausreichend sind in der Regel die Darstellungen zur Stakeholder-Beteiligung. Weder werden die Positionen unterschiedlicher Stakeholder ausreichend transparent gemacht, noch wird das Verfahren zur Einbeziehung der Stakeholder in die Bestimmung wesentlicher Themen ausreichend beschrieben. Schwächen liegen auch im Bereich Unternehmensführung und Steuerung. Den Unternehmen gelingt es kaum, die Managementsysteme für die wesentlichen Nachhaltigkeitsbereiche zu erläutern und ihre Abdeckung anzugeben.

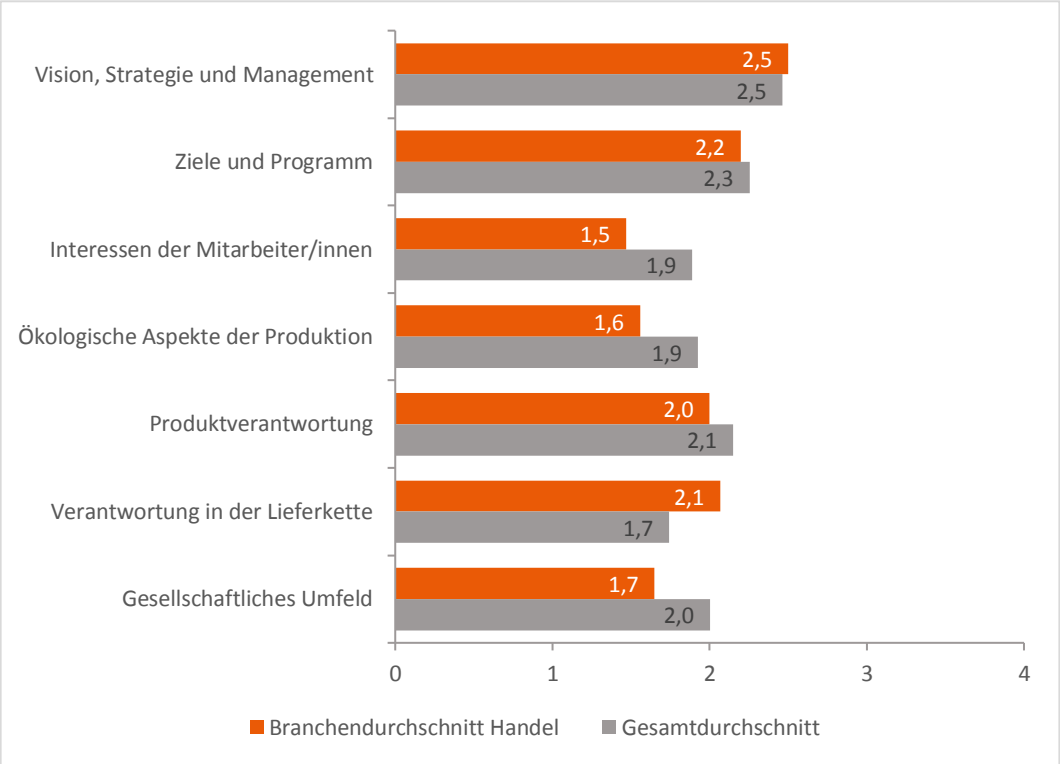

Abbildung 15: Branchenergebnisse Handel / Bekleidung

Mit ihrer **Zielberichterstattung** erreichen die Handels- und Bekleidungsunternehmen 2,2 Punkte. Nur ein Teil der Berichte gibt einen vollständigen Überblick über ehemalige und neu gesetzte Ziele. Eine besonders transparente Berichterstattung gelingt der Otto-Gruppe. Das Unternehmen liefert aussagekräftige Erläuterungen zur Zielerreichung der fünf Teilstrategien der CR-Strategie und stellt dabei auch die Anpassung von Zielwerten gegenüber dem vorherigen Bericht offen dar.

Ein zentrales Branchenthema ist die **Verantwortung gegenüber den Beschäftigten**. Hierzu halten sich die meisten Handelsunternehmen jedoch bedeckt und erzielen im Durchschnitt lediglich 1,5 Punkte. Überzeugen kann bei diesem Oberkriterium lediglich der Bericht von Rewe, der die Anforderungen aller Einzelkriterien weitgehend abdeckt. In den anderen Berichten werden wesentliche Themen der Branche wie etwa Niedriglöhne, Teilzeit- und Stundenarbeit, hohe Arbeitsbelastung oder auch Datenschutz nicht ausreichend abgedeckt. So wird beispielsweise die Angemessenheit der Löhne von kaum einem Unternehmen der Branche ausreichend thematisiert. Die Berichterstattung hierzu beschränkt sich überwiegend auf Verweise auf tarifliche oder Mindestlöhne. Zur Entgeltpolitik an internationalen Standorten schweigen die meisten Berichte sogar vollständig. Auch die Aussagen zu Arbeitszeitregelungen sind wenig aussagekräftig und enthalten kaum konkrete Angaben zur Inanspruchnahme flexibler Arbeitszeitmodelle.

Auch die Anforderungen zum **betrieblichen Umweltschutz** werden von den Händlern nur unzureichend erfüllt. Trotz der im Vergleich zu den produzierenden Unternehmen verminderten Ranking-Anforderungen bei diesem Kriterium bleiben die Handels- und Bekleidungsunternehmen mit 1,6 Punkten unter dem Ranking-Gesamtdurchschnitt. Am besten gelingt den Unternehmen noch die Berichterstattung zu Energieverbrauch und Klimaschutz sowie zum Abfallmanagement. Die Anforderungen der anderen Einzelkriterien werden oft nur ansatzweise erreicht. Neben den Darstel-

lungen zum Rohstoff- und Materialeinsatz wird auch der für die Händler zentrale Bereich der Logistik nur sehr unzureichend abgedeckt. Lediglich BayWa berichtet in ausreichendem Maße über ihre Logistikkonzepte und belegt ihren Verkehrsaufwand mit Zahlen.

Besser schneiden die Händler bei der Erläuterung ihrer **Produktverantwortung** ab. Mit 2,0 Punkten liegen sie hier knapp unter dem Ranking-Durchschnitt. Die besten Ergebnisse erreichen hier Rewe, Lidl und Aldi Nord. Im Vergleich zu anderen Branchen gelingt den Unternehmen insbesondere die Darstellung der ökologischen Ausrichtung ihres Sortiments gut, auch wenn die Darstellungen zum Teil noch auf die Eigenmarken der Handelsunternehmen beschränkt bleiben.

Viele der Händler weisen für zentrale Produktgruppen den Anteil von Artikeln aus, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Von Rewe wird beispielsweise über den Anteil von Lebensmitteln berichtet, die regional bezogen wurden oder die über eine Bio- oder Fair-Trade-Zertifizierung verfügen. Die Otto Group gibt unter anderem den Anteil FSC-zertifizierter Möbelprodukte oder den Anteil effizienter Elektrogroßgeräte im Gesamtsortiment an.

Die Einbeziehung von sozialen und ökologischen Kriterien in die Weiterentwicklung der Sortimentsgestaltung wird in vielen Berichten noch nicht ausreichend deutlich. Zwar werden zahlreiche Produktbeispiele dargestellt, ein übergreifender und systematischer Verbesserungsprozess, der auf klaren Kriterien und Bewertungsmethoden basiert, ist allerdings nur in wenigen Berichten erkennbar. Auch die Anforderungen im Bereich Verbraucherorientierung und Kundeninformation werden nur von einem kleinen Teil der Unternehmen gut erfüllt. Mit seinen Erläuterungen zur kundenbezogenen Nachhaltigkeitskommunikation kann vor allem der Bericht von Rewe überzeugen. Dargestellt wird unter anderem die Information der Kunden zu Nachhaltigkeitsthemen wie Regionalität und Lebensmittelverschwendung sowie zu Labeln und Zertifizierungen.

Die **Lieferkette** als zentrale Herausforderung der Branche wird in den Berichten umfassend thematisiert. Hier erreichen die Händler mit 2,1 Punkten einen der besten Werte aller Branchen. Auch wenn sich das Lieferkettenmanagement häufig noch in der Entwicklung befindet, wird in der Regel doch deutlich, dass die Unternehmen auf dem Weg sind, Lösungen für die unterschiedlichsten Problemstellungen zu finden – oft in Zusammenarbeit mit Partnern wie NGOs oder im Rahmen von Brancheninitiativen.

Die Unternehmen der Branche geben überwiegend einen guten Überblick über ihre Lieferketten und stellen Lieferantenkodizes sowie deren konkrete Anforderungen und die zugrundeliegenden anerkannten Standards dar. Sie benennen in der Regel auch Bewertungs- und Kontrollinstrumente, zeigen Auditergebnisse auf und sprechen in einigen Fällen auch Zielkonflikte und Umsetzungsprobleme offen an. Bei denjenigen Unternehmen, die über textile Lieferketten verfügen, ist eine zunehmende Orientierung am Konzept der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten erkennbar. Eine ähnlich ausgeprägte Orientierung ist bei anderen Produktgruppen noch nicht zu verzeichnen.

Die besten Leistungen über alle drei Einzelkriterien erzielen Adidas und Rewe. Adidas punktet unter anderem mit der ausführlichen Darstellung der durchgeführten Audits, der aufgetretenen Verstöße und des diesbezüglichen Vorgehens. Rewe überzeugt mit einer anschaulichen Darstellung ausgewählter Lieferketten und der jeweils spezifischen Nachhaltigkeitsherausforderungen in den Herkunftsländern.

Mit 1,7 Punkten im Oberkriterium **gesellschaftliche Verantwortung** liegen die Handelsunternehmen unter dem Gesamtdurchschnitt. Lediglich mit ihren Darstellungen im Bereich Corporate Citizenship können die Unternehmen gute Ergebnisse erzielen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Handels- und Bekleidungsunternehmen können unter anderem mit ihrer im Branchenvergleich umfassenden und transparenten Berichterstattung zur Wahrnehmung der Lieferkettenverantwortung überzeugen. Auch die ökologische Ausrichtung der Sortimentsgestaltung wird von vielen Händlern mit substanziellen Angaben hinterlegt. Diese sind allerdings häufig auf die Eigenmarken beschränkt. Zukünftig sollte hier verstärkt das gesamte Angebotsportfolio in den Blick gerückt werden. Großen Verbesserungsbedarf gibt es auch bei den Darstellungen der Beschäftigungsbedingungen, aber der ökologischen Aspekte der Produktion – gerade beim bislang weitgehend ausgesparten Thema Logistik.

3.6.7 HOCH- UND TIEFBAU

Unternehmen des Baugewerbes sind vor allem mit dem Bau oder der Veränderung von Bauwerken befasst. Der Tätigkeitsbereich der Unternehmen liegt insbesondere in der Realisierung großer, 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 oder Industrie- und Energiedienstleistungen sowie das Facility Management zu den Unternehmensaktivitäten.

Die Berichterstattung der Branche

Aus der Baubranche geht mit Hochtief lediglich ein Unternehmen in das Ranking 2018 ein. Das Unternehmen ist mit einem kombinierten Finanz- und Nachhaltigkeitsbericht im Ranking vertreten.

Tabelle 14: Ergebnisse der Berichterstattung – Hoch- und Tiefbau

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Hochtief AG	301	1	43	A	36

Die Bewertungsergebnisse

Die Bewertungsergebnisse zur Branche stützen sich allein auf den Bericht von Hochtief, der sich mit 301 Punkten im unteren Mittelfeld des Rankings einordnet.

Im Bereich **Vision, Strategie und Management** kann das Unternehmen mit einer guten Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie überzeugen: Handlungsfelder und Zielsetzungen werden systematisch abgeleitet und die Einbeziehung von Nachhaltigkeitsbelangen in die strategische Unternehmensausrichtung verdeutlicht. Auch bietet das Unternehmen einen guten Überblick über die Managementsysteme für wesentliche Nachhaltigkeitsbereiche und gibt deren Abdeckung an. Ausbaufähig sind dagegen die Darstellungen zur Stakeholdereinbeziehung sowie zum Auftreten und Umgang mit Korruptionsrisiken.

Eine systematische **Zielberichterstattung** ist bei Hochtief in Ansätzen erkennbar. Das Unternehmen legt in seinem CR-Programm die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens bis 2030 dar und erläutert den aktuellen Status der Zielerreichung. Ein vollständiger Abgleich mit den vormals festgelegten Zielsetzungen wird mit der Übersicht allerdings nicht ermöglicht.

Im Bereich **Interessen der Mitarbeiter/innen** zeigen sich beim Großteil der Einzelkriterien große Lücken. In dem für die Branche wesentlichen Thema Arbeitsschutz kann das Unternehmen immerhin durch eine ausführliche Darstellung von Richtlinien, Strukturen, Maßnahmen und entsprechender Kennzahlen punkten.

Auch bei den Kriterien zu den **ökologischen Aspekten der Produktion** bleibt die Berichterstattung ausbaufähig. Zentrale Themen der Branche, wie der Umgang mit Bau-Abfällen oder die Reduzierung von Lärm-, Staub- und Abgasemissionen, werden von Hochtief nur lückenhaft thematisiert. Gute Ansätze sind dagegen bei den Darstellungen zur Renaturierung und bei der systematischen Kategorisierung von Umweltschäden erkennbar.

In der Berichterstattung zur **Produktverantwortung** führt das Unternehmen ein breites Spektrum an Bauprojekten an und erläutert dabei relevante Nachhaltigkeitsaspekte. Insbesondere Projekte, die zur Energie- und Ressourcenschonung beitragen, werden dargestellt. Hierbei erfolgt auch eine quantitative Einordnung durch die Angabe zertifizierter Projekte. Der Stellenwert nachhaltigkeitsorientierter Projekte für die Gesamtaktivitäten des Unternehmens wird insgesamt jedoch nicht ausreichend verdeutlicht, so dass kein Gesamtbild über die ökologische Ausrichtung des Portfolios entsteht.

Die Umsetzung der **Lieferkettenverantwortung** wird von Hochtief nur sehr lückenhaft verdeutlicht. Grundsätzliche Anforderungen an Nachunternehmer und Lieferanten sowie Ansätze zur deren Überprüfung werden zwar aufgezeigt. Insgesamt gelingt es dem Unternehmen allerdings nicht, einen Überblick über das gesamte Lieferanten- und Auftragnehmersystem zu geben und ein funktionierendes System zur Umsetzung der Anforderungen darzustellen und mit entsprechenden Kennzahlen zu belegen.

Bei der Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** kann Hochtief mit umfassenden Darstellungen zu den Corporate-Citizenship-Aktivitäten punkten, die sich unter anderem dadurch hervorheben, dass sie den konkreten Nutzen für die Bevölkerung darstellen und quantifizieren.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Mit Hochtief ist aktuell nur ein Unternehmen der Baubranche im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte vertreten. Aufbauend auf den guten Ansätzen in den Bereichen Strategie und Management, gesellschaftliches Umfeld und zum Teil auch im Bereich Produktverantwortung sollte die Berichterstattung zu den wesentlichen Themen der Branche, darunter etwa die Themen Korruptionsrisiken, Bauabfälle oder auch Arbeitsbedingungen bei Nachunternehmern, weiter ausgebaut werden.

3.6.8 MASCHINENBAU / TECHNOLOGIE

In diesem Cluster technologieorientierter Branchen werden diejenigen Unternehmen zusammengefasst, die ihre Wertschöpfung vor allem durch die Herstellung von Produkten und Systemen der Elektronik, Elektrotechnik oder des Maschinenbaus generieren. Die Palette reicht hierbei von Maschinen zur Herstellung unterschiedlichster Produkte über Systeme zur Erzeugung, Verteilung und Umwandlung elektrischer Energie bis hin zu elektrischen Haushaltsgeräten und Geräten der Unterhaltungselektronik. Aus dem Technologiecluster gehen elf Unternehmen in das aktuelle Ranking ein (siehe Tabelle 15).

Die Berichterstattung der Branche

Einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen sieben der zwölf Unternehmen. Neben **Continental**, **Infineon**, **Robert Bosch**, **Siemens**, **ThyssenKrupp** und **ZF Friedrichshafen**, ist im diesjährigen Ranking erstmals auch **Schaeffler** vertreten.

Airbus Operations veröffentlicht keine eigenständigen Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten. Allerdings liegt von der Konzernmutter Airbus Group der integrierte Konzernbericht 2017 „Connecting the skies" vor.

Die **Freudenberg Gruppe** veröffentlicht einen Fortschrittsbericht zum UN Global Compact als Teil des Geschäftsberichts 2017 und informiert in diesem insbesondere über Fragen des Umweltschutzes, des Arbeits- und Gesundheitsmanagements sowie des gesellschaftlichen Engagements. Auch auf der Website stellt das Unternehmen Informationen zu zentralen Nachhaltigkeitsaspekten bereit.

Mahle berichtet im Geschäftsbericht insbesondere über die Bereiche Mitarbeiterinteressen und Corporate Citizenship, in geringerem Umfang auch über produktbezogene Nachhaltigkeitsaspekte. Auf der Website können darüber hinaus die Umwelterklärungen der Produktionsstandorte heruntergeladen werden.

Liebherr veröffentlichte bis zum Juni 2018 nur geringfügige Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten. Nach Ende der Einreichungsfrist des Rankings legte das Unternehmen allerdings den Corporate Responsibility Bericht 2017 vor.

Tabelle 15: Ergebnisse der Berichterstattung – Maschinenbau / Technologie

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Siemens AG	387	1	11	17	2
ZF Friedrichshafen AG	328	2	29	36	D
Continental AG	323	3	31	68	A
Infineon Technologies AG	308	4	39	57	C
Schaeffler AG	306	5	40	C	C
Robert Bosch GmbH	-	-	A	65	A
ThyssenKrupp AG	-	-	A	42	C
Airbus Operations GmbH	-	-	B	B	B
Freudenberg Gruppe	-	-	C	C	E
Mahle GmbH	-	-	D	C	E
Liebherr-International	-	-	E	E	X

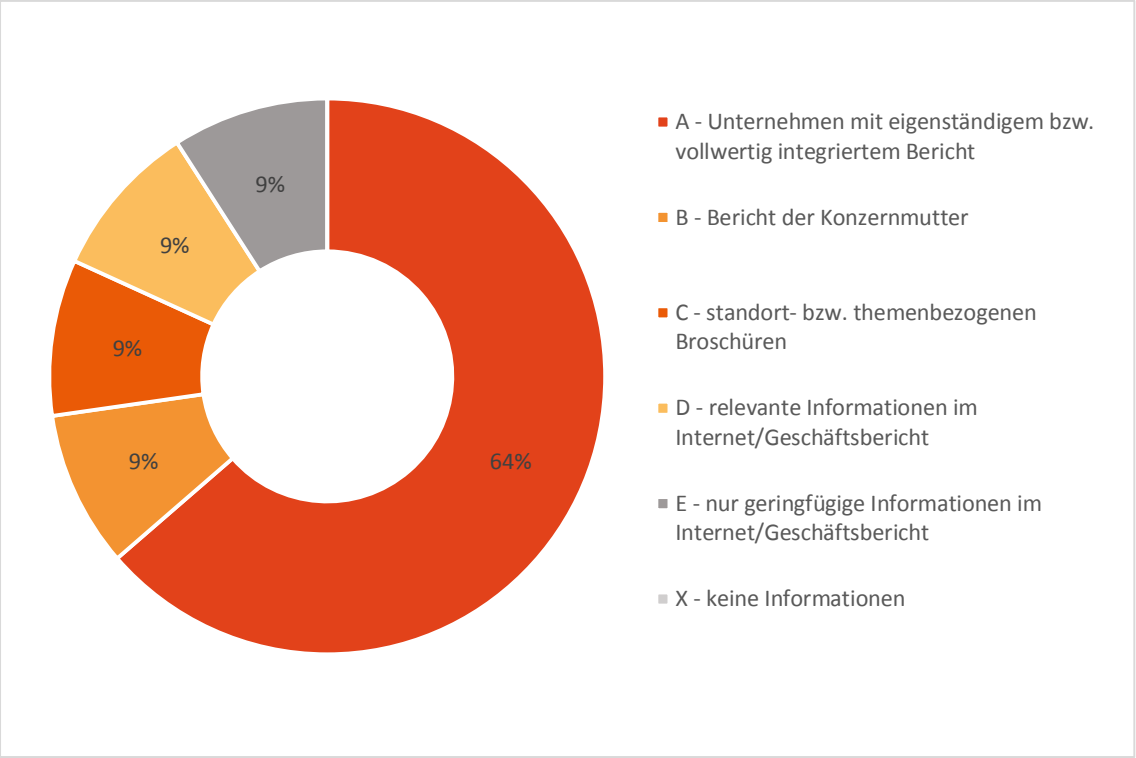

Abbildung 16: Klassifizierung der Berichterstattung – Maschinenbau / Technologie

Die Bewertungsergebnisse

Das Branchencluster Maschinenbau / Technologie stellt mit zwölf Unternehmen **die größte Gruppe** im Ranking. Mit 298 Punkten und einer Berichterstatterquote von nur 58 Prozent schneiden die Unternehmen unterdurchschnittlich ab. Das beste Ergebnis des Branchenclusters erreicht Siemens, das mit 387 Punkten Rang 11 belegt (vgl. Abbildung 17).

Die Bewertung der Technologieunternehmen liegt in vielen Kategorien im Rankingdurchschnitt. Deutlich unterdurchschnittlich sind die Ergebnisse im Bereich Ökologische Aspekte der Produktion. Vergleichsweise überzeugend ist dagegen die Zielberichterstattung der Branche.

Die Anforderungen des Kriteriums **Vision, Strategie und Management** werden unterschiedlich gut erfüllt (2,4 Punkte). Eine große Schwäche liegt bei den Darstellungen zur Wesentlichkeitsanalyse. Hier gelingt es keinem der Unternehmen, den Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen transparent zu machen und aufzuzeigen, auf welche Weise die Einschätzungen von Stakeholdern einbezogen werden. Gut dargestellt werden dagegen in der Regel die Managementsysteme und -instrumente der Unternehmen. Bei den Erläuterungen zu Compliance und Korruptionsvermeidung zeigen die meisten Berichte eine solide Leistung. Mit einer sehr detailreichen und kennzahlengestützten Darstellung sticht hier insbesondere der Bericht von Continental heraus. Unter anderem legt der Bericht Anzahl und Themen von Kundenbeschwerden sowie die Anzahl der Meldung im Bereich Korruption offen.

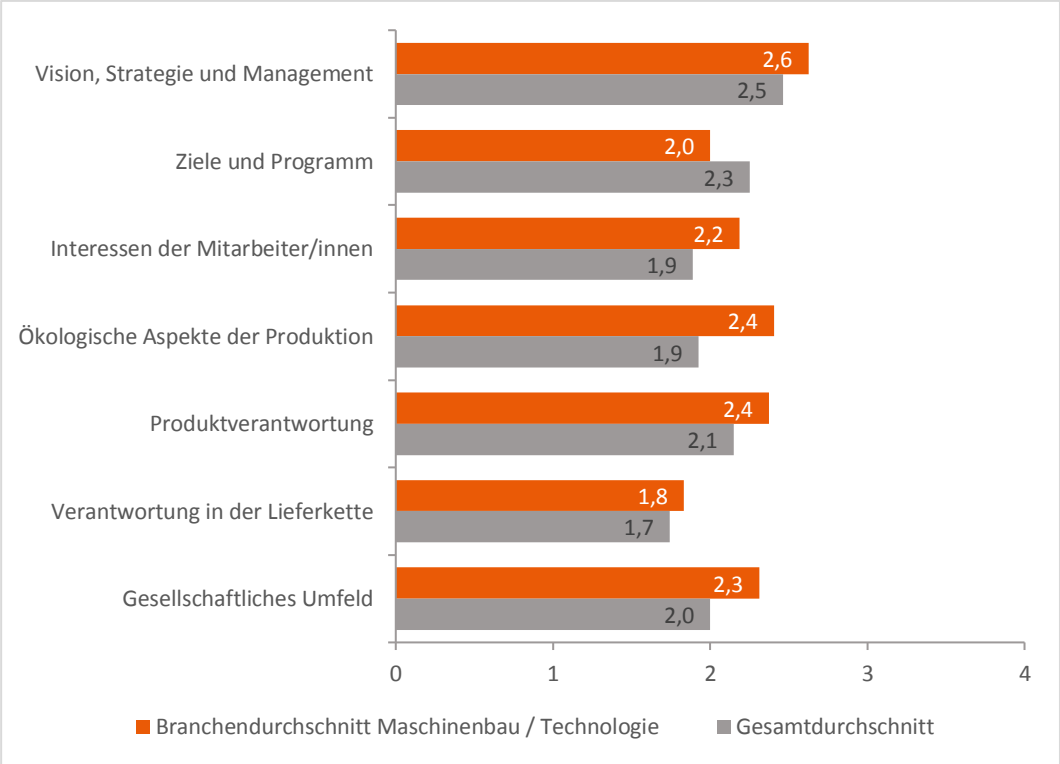

Abbildung 17: Branchenergebnisse Maschinenbau / Technologie

Auch mit ihrer **Zielberichterstattung** erzielen die meisten Maschinenbau- und Technologieunternehmen gute Ergebnisse (2,4 Punkte). Insbesondere der Status der Zielerreichung wird von vielen Unternehmen systematisch und übersichtlich dargestellt. Auch eine Übersicht über neu gesetzte Ziele ist in den meisten Berichten enthalten, die Zielformulierungen bleiben allerdings zum Teil vage oder decken nicht alle wesentlichen Handlungsfelder ab.

Mit durchschnittlich 1,9 Punkten für ihre Darlegungen zur **Verantwortung als Arbeitgeber** bewegt sich das Branchencluster im Mittelfeld des Rankings. Gute Ergebnisse werden vor allem im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz erzielt. Die größte Schwachstelle liegt im Themenbereich Gleichstellung von Frauen und Männern. Konkrete Maßnahmen zur Gleichstellungsförderung werden nicht berichtet und auch eine detaillierte Aufgliederung des Frauenanteils nach Beschäftigtengruppen (z. B. nach Managementebenen) fehlt in allen Berichten. Auch die Aussagen zur Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten sind bei den meisten Technologieunternehmen zu wenig aussagekräftig und weitgehend auf die Entwicklung des Führungskräftenachwuchses beschränkt. Bei vielen Berichten fehlen selbst grundlegende Daten zum Umfang der Weiterbildung.

Für ihre Angaben zu **ökologischen Aspekten der Produktion** erhalten die Technologieunternehmen durchschnittlich 1,6 Punkte. Der Schwerpunkt der Berichterstattung liegt hier bei den Themen Klimaschutz und Energie. In diesem Bereich können fast alle Unternehmen Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz aufzeigen und grundlegende Daten zu Energieverbrauch und CO_2-Emissionen vorweisen. Auch der Verbrauch selbst erzeugter oder eingekaufter erneuerbarer Energien wird in der Regel ausgewiesen. Andere Aspekte bleiben allerdings lückenhaft – etwa die Benennung klarer Klimaschutzziele oder detaillierte Angaben zur Art der Erzeugung bzw. der Zertifizierung erneuerbarer Energien.

Schwache Ergebnisse werden mit den überwiegend wenig aussagekräftigen Erläuterungen zu den Themen Rohstoff- und Materialeinsatz erzielt. Ein Überblick über die wesentlichen eingesetzten

Rohstoffe wird von den meisten Unternehmen nicht gegeben und auch Ansätze zur Ressourcenschonung und zum Einsatz umweltschonender oder recycelter Materialien werden nur in wenigen Berichten aufgezeigt**.** Andere Themenbereiche sind in der Berichterstattung des Branchenclusters fast vollständig ausgeklammert: Darstellungen zum Themenbereich Naturschutz findet sich mit Ausnahme von Continental in keinem Bericht und auch auf Angaben zu Logistikkonzepten verzichten fast alle Unternehmen.

Fragen der **Produktverantwortung** nehmen in den Berichten der Technologieunternehmen zwar besonders viel Raum ein, mit durchschnittlich 2,0 Punkten werden hierbei aber überwiegend schwache Ergebnisse erzielt. Gut gelingen den meisten Unternehmen die Darstellungen zur Produktentwicklung: Viele Berichte gehen systematisch auf die Herausforderungen einer nachhaltigkeitsorientierten Produktentwicklung und deren Berücksichtigung im F&E-Prozess ein. Als wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte heben sie vor allem die Themen Energie- und Ressourceneffizienz sowie Produktsicherheit hervor. Um zu zeigen, wie in diesen Bereichen gezielt Verbesserungen erreicht werden, stellen die Unternehmen zum Teil lebenszyklusbezogene Analysen vor allem ökologischer Leistungswerte und vereinzelt auch die entsprechenden Vorgaben zum unternehmensweiten Einsatz solcher Instrumente vor. Wie sich die Entwicklungsanstrengungen im Produktportfolio widerspiegeln, wird überwiegend anhand von Produktbeispielen dargestellt. Einen quantitativen Überblick über die ökologische Ausrichtung des Gesamtportfolios gibt jedoch nur ein Teil der Berichte – Continental, Infineon und vor allem Siemens.

Siemens erzielt insgesamt das mit Abstand beste Gesamtergebnis bei dem Kriterium Produktverantwortung. Der Bericht stellt Instrumente zur systematischen Integration von Nachhaltigkeitsbelangen in die Produktentwicklung dar und gibt deren Abdeckungsgrad an. Siemens kann zudem mit umfassenden Erläuterungen zur Definition und Ausgestaltung des umweltorientierten Produktportfolios überzeugen. Auch stellt das Unternehmen den Beitrag des Unternehmens und seiner Produkte zur Lösung gesellschaftlicher Problemlagen, beispielsweise in den Bereichen Krankheitsbekämpfung oder Verkehrssicherheit, dar und erläutert die Methodik des Business-to-Society-Ansatzes, mit dem die Auswirkungen der Projekte, Standorte und Betriebe gemessen wird.

Im Bereich der **Lieferkettenverantwortung** (1,6 Punkte) gelingt es den Berichterstattern kaum, den Leser/innen einen Überblick über ihre Lieferketten zu vermitteln. Auch die Prozesse zur Lieferantenüberprüfung werden meistens nur ansatzweise deutlich. Konkrete Angaben etwa zur Anzahl durchgeführter Audits und zu deren Ergebnissen fehlen dabei in der Regel jedoch. Überzeugen kann hier lediglich Siemens mit einer umfassenden Darstellung seines Systems aus Nachhaltigkeits-Selbsteinschätzungen, Risikobewertungen und Audits, dessen Umsetzung mit differenzierten Zahlenangaben unterfüttert wird.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Technologieunternehmen durchschnittlich schwache 1,9 Punkte. Den eigenen Beitrag zu Politik und zum Ordnungsrahmen kann kein Unternehmen überzeugend darlegen. Umfassende Angaben zu Steuerzahlungen und Subventionen legt nur ZF Friedrichshafen vor. Die Aktivitäten im Bereich Corporate Citizenship werden immerhin von einem Teil der Unternehmen erläutert sowie konzeptionell und finanziell eingeordnet.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Ein Großteil der Berichterstatter im Branchencluster Maschinenbau / Technologie steht vor der Herausforderung, die Berichterstattung zu wesentlichen Themen der Branche auszubauen. Mit Ausnahme von Siemens gelingt es bislang keinem Unternehmen der Branche aufzuzeigen, wie ökologische Belange in der Produktentwicklung über die gesamte Breite ihres Portfolios berücksichtigt

werden. Auch bei der Berichterstattung zur Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten, zum betrieblichen Umweltschutz und zur Durchsetzung von Umwelt- und Sozialstandards in den Lieferketten liegen deutliche Verbesserungspotenziale.

3.6.9 MEDIEN / INFORMATIONSDIENSTLEISTER

Dem Branchencluster Medien / Informations- und Kommunikationsdienstleister werden im Ranking diejenigen Unternehmen zugerechnet, die Print- und elektronische Medien herstellen sowie Informations- und Kommunikationstechnik bzw. -dienstleistungen anbieten.

Im Ranking 2018 sind sechs Unternehmen des Branchenclusters vertreten. Dies umfasst die Telekommunikationsunternehmen Deutsche Telekom, Telefónica Deutschland und Vodafone, das Medienunternehmen Bertelsmann und den IT-Dienstleister SAP. Ebenfalls in dieses Branchencluster einbezogen wird die Deutsche Leasing Gruppe, die Leasing-Lösungen zum Beispiel für Immobilien oder Informationstechnologien anbietet.

Die Berichterstattung der Branche

Von den sechs Unternehmen sind vier mit einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht im Ranking vertreten: **Bertelsmann**, die **Deutsche Telekom**, **Telefónica Deutschland** sowie **SAP**.

Vodafone kann auf den „Sustainable Business Report 2018“ der britischen Konzernmutter verweisen und veröffentlicht zusätzlich einige Informationen auf der eigenen Website. Diese umfassen unter anderem die Bereiche Klimaschutz, Handyrecycling, Abfallmanagement, Eco-Rating für Mobiltelefone sowie Informationen zum gesellschaftlichen Engagement des Unternehmens.

Die **Deutsche Leasing Gruppe** stellt auf der Website lediglich geringfügige Informationen zum gesellschaftlichen Engagement und wenigen anderen Nachhaltigkeitsthemen bereit.

Tabelle 16: Ergebnisse der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister

Unternehmen	Punkte	Rang 2015		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Deutsche Telekom AG	477	1	3	8	6
Telefónica Deutschland Holding AG	346	2	22	B	24
SAP SE	304	3	41	55	23
Bertelsmann SE & Co. KGaA	-	-	A	59	46
Vodafone GmbH	-	-	B	B	26
Deutsche Leasing Gruppe	-	-	E	X	-

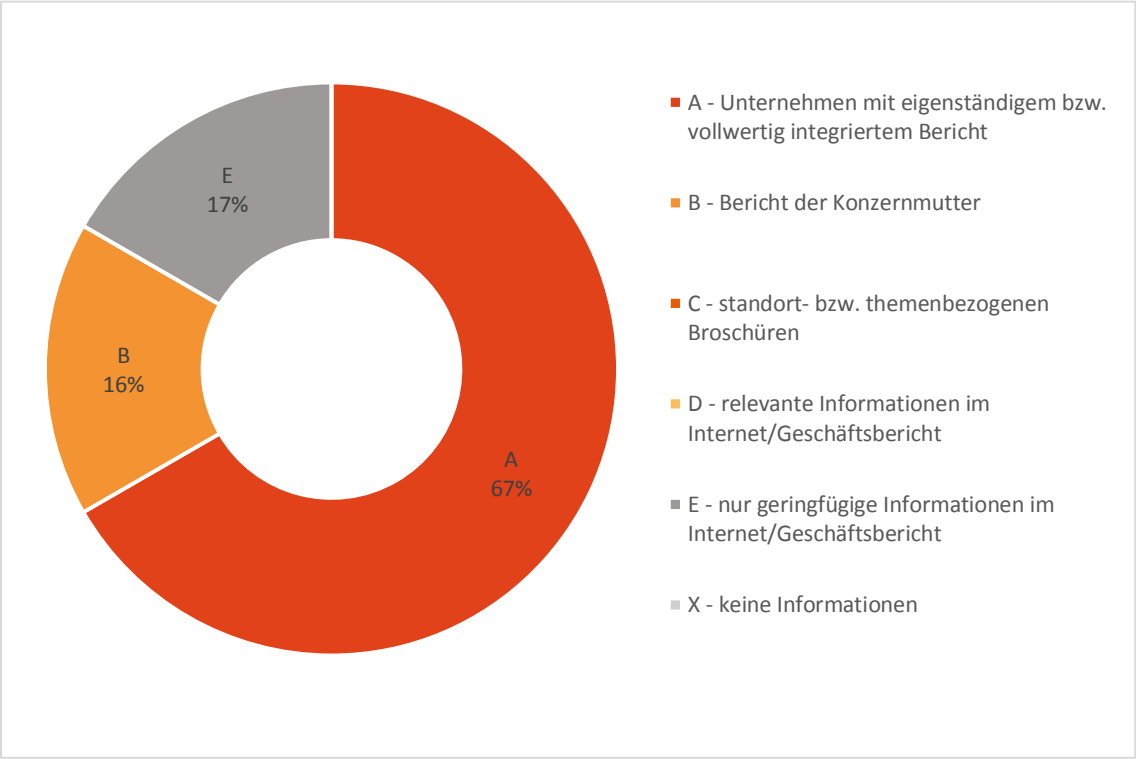

Abbildung 18: Klassifizierung der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister

Die Bewertungsergebnisse

Mit einem Durchschnittswert von 346 Punkten erreichen die Unternehmen das **drittbeste Branchenergebnis** im Ranking (vgl. Abbildung 19). Der beste Bericht der Branche kommt wie bereits 2015 von der Deutschen Telekom, die 2018 mit 477 Rang 3 erreicht.

Bei fast alle Oberkriterien liegen die Unternehmen des Branchenclusters über dem Gesamtdurchschnitt des Rankings; am deutlichsten in den Bereichen betrieblicher Umweltschutz und gesellschaftliches Umfeld. Nur bei der Zielberichterstattung bleiben die Unternehmen hinter dem Ranking-Gesamtergebnis zurück.

In der Kategorie **Vision, Strategie und Management** liegen die Unternehmen des Branchenclusters mit 2,6 Punkten knapp über dem Gesamtdurchschnitt. Gute Ergebnisse erzielen die meisten Unternehmen bei dem Einzelkriterium „Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, Werte, Vision und Strategie“: Die Berichte gehen gut nachvollziehbar auf die jeweils zentralen Nachhaltigkeitsherausforderungen ein, benennen die wichtigsten Handlungsfelder und legen ihre teilweise im Dialog mit den Stakeholdern entwickelte Strategie dar. Sehr lückenhaft sind dagegen die Ausführungen zur Compliance und Korruption. Zwar wird hier auf entsprechende Leitlinien und Gremien verwiesen, eine detaillierte Berichterstattung zum Auftreten von und Umgang mit Korruptionsfällen und weiteren Rechtsverstößen findet jedoch kaum statt.

Im Oberkriterium **Ziele und Programm** erreicht die Branche unterdurchschnittliche 2,0 Punkte. Während die Deutsche Telekom und Telefónica Deutschland eine übersichtliche Aufstellung ihrer ehemaligen und aktuellen Ziele vorlegen, bleiben die Darstellungen bei Bertelsmann und SAP stark lückenhaft und sind nur wenig überprüfbar formuliert.

Abbildung 19: Branchenergebnisse Medien / Informationsdienstleister

Mitarbeiterthemen finden in den Berichten eine vergleichsweise breite Berücksichtigung, wobei sich Umfang und Tiefe der Berichterstattung zu den einzelnen Aspekten stark unterscheiden (durchschnittliche Bewertung: 2,2 Punkte). Über die Breite der Einzelkriterien überzeugt vor allem der Bericht der Deutschen Telekom. Auch in den meisten anderen Berichten finden sich gute Darstellungen zu Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung, zur Aus- und Weiterbildung, zum Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie zu Vielfalt und Chancengleichheit. Bei den anderen Aspekten der Arbeitgeberverantwortung, etwa im Bereichen Entgeltpolitik und Arbeitnehmerrechte, besteht dagegen noch deutlicher Verbesserungsbedarf. Die Darstellungen zu den Arbeitnehmerrechten beschränken sich überwiegend auf Verweise auf Kodizes und tarifvertragliche Regelungen. Ein Einblick in die Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner in der betrieblichen Praxis wird dagegen kaum gewährt, und auch die Gewährleistung der Datenschutzrechte der Mitarbeiter/innen wird nicht ausreichend erläutert.

Gegenüber den produzierenden Unternehmen bestehen bei der Berichterstattung zum **betrieblichen Umweltschutz** verminderte Anforderungen an die Medienunternehmen und Kommunikationsdienstleister. Mit einem Branchenwert von 2,3 Punkten liegen die Unternehmen knapp vor der Durchschnittsleistung im Gesamtranking. Das dominierende Thema ist für die Unternehmen ihr Beitrag zu Energieeffizienz und Klimaschutz. Die Unternehmen geben einen guten Einblick in ihre Ziele und Aktivitäten, um die Energieeffizienz zu steigern und die CO_2-Emissionen zu vermindern. Andere Aspekte des betrieblichen Umweltschutzes, wie der Rohstoff- und Materialeinsatz oder Logistik und Verkehr, werden in den Berichten allerdings oft nur kursorisch behandelt.

Mit ihren Darstellungen zur **Produktverantwortung** erzielen die Unternehmen 2,4 Punkte. Insbesondere der Deutschen Telekom gelingt es, einen guten Einblick in ihren Ansatz zur Entwicklung eines nachhaltigen Produktportfolios, in die Verankerung von Nachhaltigkeit in produktrelevanten Kernprozessen und in ihr aktuelles Leistungsangebot zu geben. Auch Telefónica Deutschland und

Bertelsmann zeigen hier gute Ansätze. Eine übergreifende Quantifizierung des nachhaltigkeitsorientierten Angebotsportfolios wird allerdings lediglich von der Deutschen Telekom vorgenommen. Die größten Verbesserungspotenziale liegen in den Bereichen Verbraucherorientierung und Kundeninformationen. So wird zwar häufig auf Kundenbefragungen und ein Beschwerdemanagement verwiesen, aussagekräftige Erläuterungen zu den Ergebnissen und dem Umgang mit diesen sind jedoch kaum vorhanden.

Im Bereich **Lieferkettenverantwortung** erzielt das Branchencluster ein Gesamtergebnis von 1,8 Punkten und liegt damit im Gesamtdurchschnitt des Rankings. Auch bei diesem Kriterium kann lediglich die Telekom mit aussagekräftigen Erläuterungen sowohl von Prozessen zur Risikoermittlung als auch zur Umsetzung sozialer und ökologischer Verantwortung überzeugen.

Mit der Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Engagement** erreichen die Unternehmen 2,3 Punkte und damit eines der besten Branchenergebnisse. Gute Ergebnisse werden vor allem im Themenbereich Corporate Citizenship erzielt. Hier sticht erneut die Deutsche Telekom mit detaillierten Erläuterungen zur Wirkungsmessung heraus. Auch im Einzelkriterium „Beitrag zu Politik und Ordnungsrahmen“ erzielen die Unternehmen gute Ergebnisse.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Unternehmen des Branchenclusters Medien / Informations- und Kommunikationsdienstleister zeigen überwiegend gute Ergebnisse. Die Berichterstattung der Unternehmen greift wesentliche Themen in der Regel auf, darunter z. B. Energieeffizienz und Klimaschutz, aber auch die Themen Digitalisierung, Datenschutz, Informationsfreiheit und Medienkompetenz. Ein vollständiges Bild ihres Nachhaltigkeitsengagements können die meisten Unternehmen allerdings nicht bieten. Hierfür weist das Informations- und Datenangebot der Berichte über die Breite der Themen, beispielsweise in den Bereichen Rohstoffeinsatz und Materialeffizienz oder nachhaltige Mobilität, zu große Lücken auf.

3.6.10 NAHRUNGSMITTEL

Nahrungsmittelhersteller 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.

Die Berichterstattung der Branche

In das Ranking 2018 gehen **nur zwei Unternehmen** der Nahrungsmittelindustrie ein: Die Oetker-Gruppe und Südzucker. Beide Unternehmen sind mit einem eigenständigen Bericht im Ranking vertreten.

Tabelle 17: Ergebnisse der Berichterstattung – Nahrungsmittel

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Oetker-Gruppe	-	-	A	C	A
Südzucker AG	-	-	A	C	C

Die Bewertungsergebnisse

Die Bewertungsergebnisse zur Branche stützen sich nur auf die Berichte von Dr. Oetker und Südzucker (vgl. Tab. 17). Da beide Berichte nicht unter die Top 50 fallen, weisen wir die Punktwerte für die Branchenleistung nicht aus.

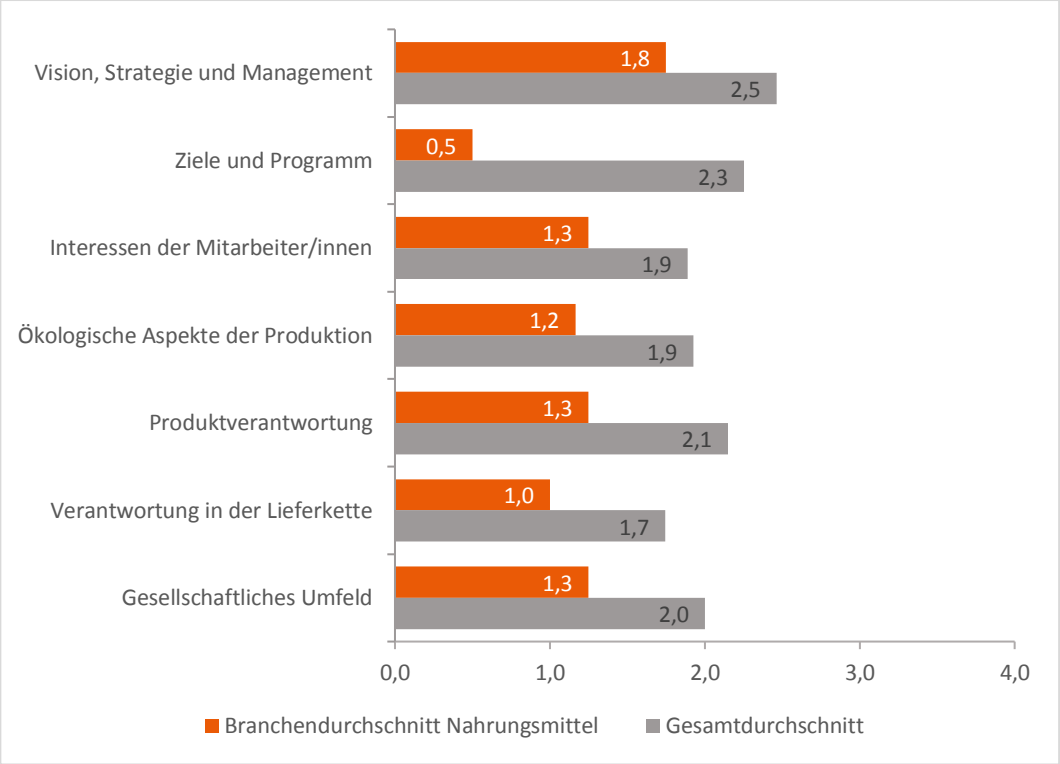

Abbildung 20: Branchenergebnisse Nahrungsmittel

Im Bereich **Vision, Strategie und Management** weisen die Berichte große Lücken auf. Weder werden die nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit systematisch erfasst, noch erfolgt die klare Ableitung einer Nachhaltigkeitsstrategie. Die Integration von Nachhaltigkeit in die Unternehmensprozesse wird nur ansatzweise deutlich und auch auf den Austausch mit Stakeholdern wird nur knapp eingegangen. Gut gelungen sind die Darstellungen zum Compliance-Management im integrierten Bericht von Südzucker.

Auch mit ihrer **Zielberichterstattung** können die Berichte nicht überzeugen. Ziele werden nicht vollständig aufgeführt und sind, sofern vorhanden, nur wenig konkret und überprüfbar formuliert.

Zum Oberkriterium **Mitarbeiterinteressen** enthalten die Berichte kaum substanzielle Angaben. Der Bericht von Südzucker liefert immerhin zu den Themen Arbeitnehmervertretungen und Arbeitssicherheit aussagekräftige Erläuterungen und Daten.

Die Ausführungen zum **betrieblichen Umweltschutz** sind ähnlich lückenhaft. Im Einzelkriterium Energiemanagement und Klimaschutz fehlen beispielsweise die Benennung konkreter Klimaziele und vollständige Angaben zum Energieeinsatz. Bei anderen Themen (Abfall- und Wassermanagement) kann der Bericht von Südzucker die Anforderungen besser erfüllen.

Als zentrale Aspekte der **Produktverantwortung** werden in den Berichten insbesondere Produktqualität und -sicherheit, gesunde Ernährung sowie nachhaltig angebaute Agrarrohstoffe thematisiert. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei der Entwicklung der eigenen Produkte

wird allerdings lediglich anhand einzelner Produktbeispiele dargestellt. Ein Überblick über die ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen des gesamten Produktportfolios wird in den Berichten nicht gegeben.

Im Bereich **Lieferkettenverantwortung** erläutern die Unternehmen die Anforderungen an ihre Lieferanten. Das System zur Durchsetzung dieser Anforderungen wird jedoch nicht ausreichend deutlich. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien beim Bezug von Agrarrohstoffen wird zumindest anhand von Einzelbeispielen dargestellt.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** können die Berichte nur einen kleinen Teil der Anforderungen erfüllen. Südzucker legt seinen Beitrag zur Wertschöpfung im ländlichen Raum dar und Dr. Oetker gibt ein Überblick über das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die im Ranking vertreten Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie legen beide einen Nachhaltigkeitsbericht vor. Der inhaltliche Gehalt der Berichte ist allerdings stark ausbaufähig. Die Auseinandersetzung mit wesentlichen Branchenthemen wie Nachhaltigkeit in den Lieferketten, Biodiversität oder Klimawandel sollte zukünftig deutlich vertieft werden. Unter anderem sollten die Unternehmen deutlicher herausstellen, wie sich diese Themen in ihrer Geschäftsstrategie widerspiegeln und dabei auch Bezug zu gesellschaftlichen Diskursen und internationalen Rahmen- und Zielsetzungen nehmen.

3.6.11 TRANSPORT / LOGISTIK / TOURISMUS

Zum Branchencluster „Transport / Logistik / Tourismus“ zählen Unternehmen, die ihre Wertschöpfung hauptsächlich mit der Beförderung von Personen oder Gütern oder mit der Durchführung touristischer Dienstleistungen am Urlaubsort erzielen. Die meisten der Unternehmen erbringen Transportdienstleistungen zu Wasser, zu Luft, auf der Straße oder Schiene bzw. sind als Reiseunternehmen aktiv. Im Ranking 2018 sind fünf Unternehmen des Branchenclusters vertreten: Die Deutsche Bahn, die Deutsche Post, Hapag-Lloyd, Lufthansa sowie TUI.

Die Berichterstattung der Branche

Die fünf Unternehmen des Branchenclusters sind alle mit eigenständigen Berichten im Ranking vertreten.

Tabelle 18: Ergebnisse der Berichterstattung – Transport / Logistik / Tourismus

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Deutsche Bahn AG	419	1	7	34	A
Deutsche Post AG	323	2	31	46	18
Lufthansa Group	281	3	47	51	44
Hapag-Lloyd AG	-	-	A	C	D
TUI AG	-	-	A	67	41

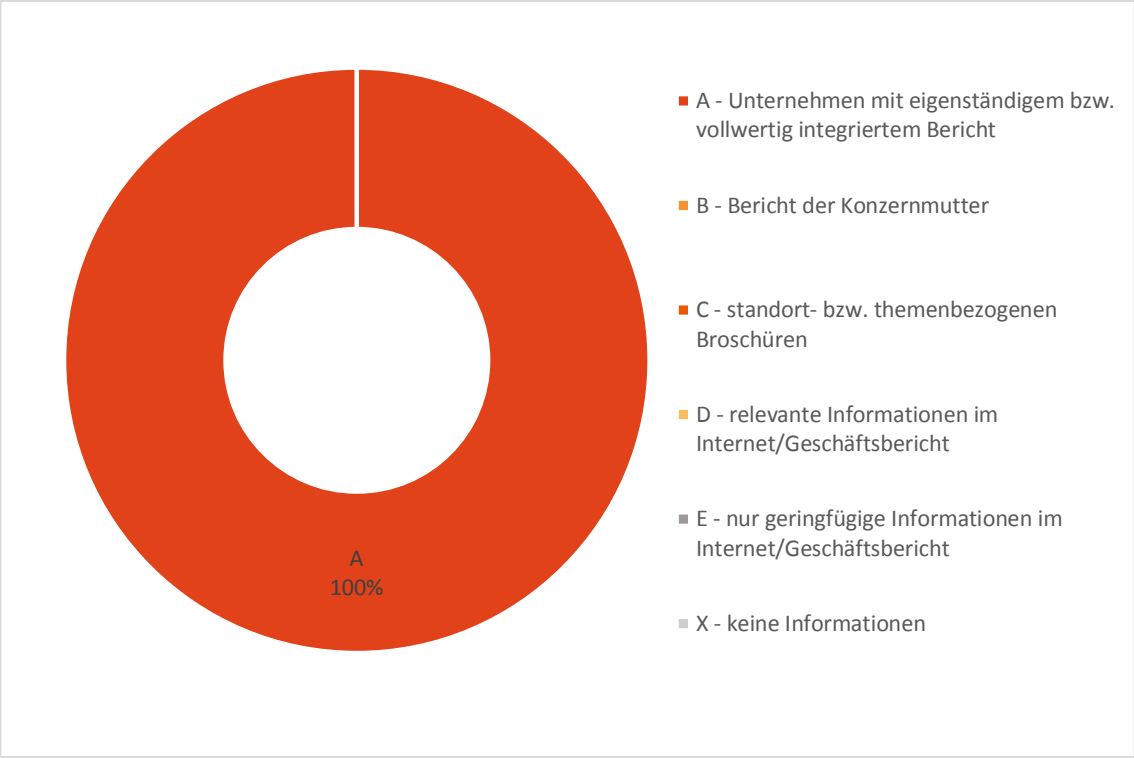

Abbildung 21: Klassifizierung der Berichterstattung – Transport / Logistik / Tourismus

Die Bewertungsergebnisse

Die Unternehmen der Branche erreichen mit durchschnittlich 296 Punkten ein nur **unterdurchschnittliches Ergebnis** (vgl. Abbildung 22). Die beste Platzierung erreicht die Deutsche Bahn. Mit 419 Punkte erreicht der integrierte Bericht des Unternehmens Rang 7.Besondere Schwächen des Branchenclusters liegen in den Bereichen Produkt- und Lieferkettenverantwortung. Mit ihrer Zielberichterstattung und ihren Darstellungen zum gesellschaftlichen Umfeld erreichen die Unternehmen dagegen im Branchenvergleich gute Ergebnisse.

Bei dem Kriterium „**Vision, Strategie und Management**“ erreichen die Unternehmen der Branche durchschnittlich 2,5 Punkte. Sowohl mit ihren Ausführungen zu grundlegenden Werten und Strategien als auch mit ihren Darstellungen der Managementsysteme erfüllen die Berichte weitgehend die Anforderungen. Die Unternehmen zeigen vielfältige Formate der Stakeholdereinbeziehung auf und stellen dar, wie Stakeholderanforderungen in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens einbezogen werden. Ausbaufähig ist insbesondere die Berichterstattung zu Compliance und Anti-Korruption. Hier wird in der Regel nicht auf spezifische Risiken eingegangen und auch eingetretene Korruptionsfälle werden nicht erläutert.

Mit ihrer **Zielberichterstattung** schneiden die Berichte der Branche leicht überdurchschnittlich ab (2,4 Punkte). Vor allem die Berichte von der Deutschen Bahn, der Deutschen Post und TUI überzeugen mit einer übersichtlichen und kompakten Ziel- und Programmerläuterung, die zum Teil Bezug zu den Sustainable Development Goals herstellt.

Mit durchschnittlich 1,8 Punkten bleiben die Transport-, Logistik- und Touristikunternehmen im Bereich **Interessen der Mitarbeiter/innen** knapp hinter dem Gesamtdurchschnitt der Rankingunternehmen zurück. Am besten gelingt es der Deutschen Bahn die Breite der Mitarbeiterthemen mit aussagekräftigen Erläuterungen und Daten zu hinterlegen. Die anderen Berichte weisen bei den meisten Einzelkriterien große Lücken auf. Die Berichte der Branche enthalten etwa kaum aussagekräftige Darstellungen zur Angemessenheit der Löhne, und die Entgeltpraxis bei Leih- und Zeitarbeit

wird von den Unternehmen nicht erläutert. Sehr lückenhaft sind auch die Darstellungen zu Arbeitszeitregelungen sowie zur Aus- und Weiterbildung. Besser gelingen den Unternehmen die Ausführungen zur Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung. Auch die Gewährleistung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, etwa durch die Reduzierung hoher Arbeitsbelastungen und Risiken im Fahrbetrieb, wird von der Mehrheit der Unternehmen zufriedenstellend dargestellt.

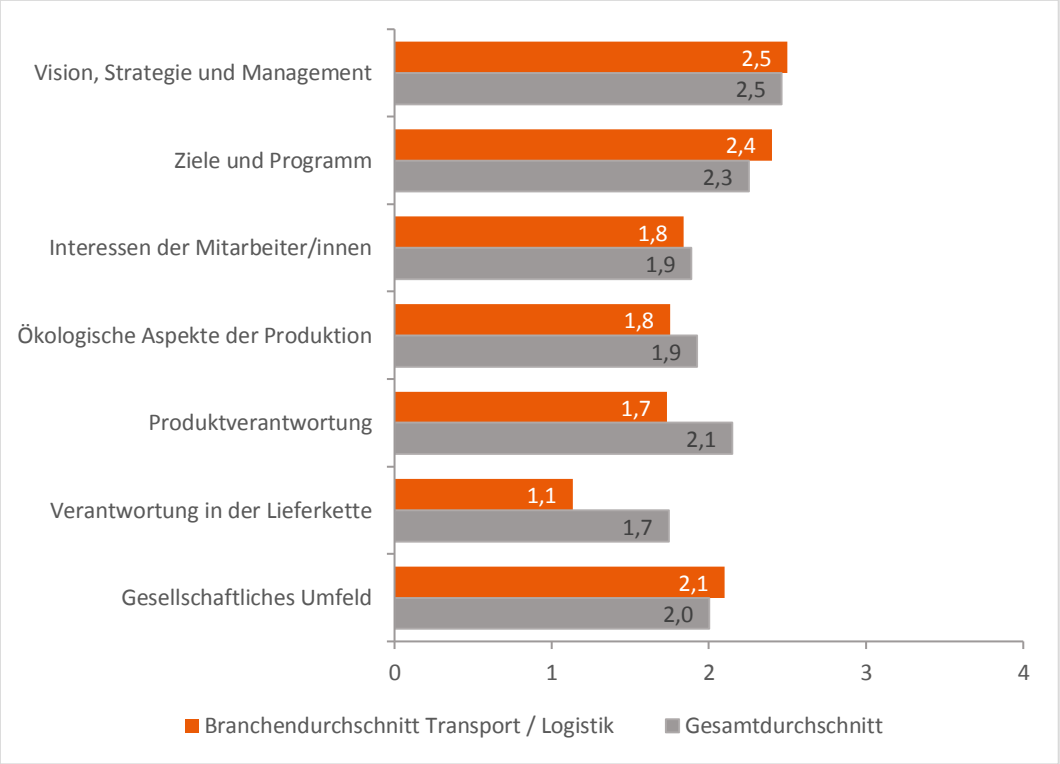

Abbildung 22: Branchenergebnisse Transport / Logistik / Tourismus

Die Bewertungen im Bereich **ökologische Aspekte der Produktion** liegen bei durchschnittlich 1,8 Punkten. Überzeugen können die Unternehmen vor allem mit ihrer umfassenden Berichterstattung zu Energiemanagement und Klimaschutz. Die meisten Unternehmen berichten über ihre Klimaschutzziele, Energieverbrauchs- und Emissionsdaten sowie über relevante Maßnahmenbereiche wie Energieeinsparung im Gebäude- und Infrastrukturbestand, Energieeffizienz bei Neubauten oder die Verringerung des Energieverbrauchs oder der CO_2-Emissionen durch den eigenen Fuhrpark. Auch die Darstellungen zu den Schadstoff- und Lärmemissionen erfüllen in vielen Fällen die Ranking-Anforderungen. Die Deutsche Bahn erreicht hier mit Angaben zur Schadstoff-Klassifizierung der eingesetzten Fahrzeuge und der Darstellung von Maßnahmen zur Lärmreduzierung die Höchstbewertung. Für andere Aspekte des betrieblichen Umweltschutzes, etwa Abfall- und Wassermanagement oder Naturschutz und Flächennutzung, zeigen die Berichte nur ein lückenhaftes Bild der Unternehmensleistung auf.

Beim Oberkriterium **Produktverantwortung** erreichen die Unternehmen des Branchenclusters durchschnittlich 1,7 Punkte. Die nachhaltige Ausrichtung des Kerngeschäfts wird von den Transport-, Logistik- und Touristikunternehmen nur ansatzweise verdeutlicht. Zwar erläutern die Berichte einzelne Entwicklungsvorhaben, thematisieren ökologische und gesellschaftliche Wirkungen ihrer Produkte und stellen Angebote mit ökologischem oder sozialem Zusatznutzen dar. Dennoch geht aus den Berichten nicht ausreichend hervor, welchen Stellenwert Nachhaltigkeit für die gesamte Produktentwicklung hat, welche Instrumente hierbei zum Einsatz kommen und wie das aktuelle Gesamtportfolio bezüglich Nachhaltigkeitsaspekten zu bewerten ist. Auch im Bereich Verbraucherorientierung und Kundeninformationen kann keines der Unternehmen überzeugen, trotz

vereinzelt guter Darstellungen zum Beschwerdemanagement bei der Deutschen Bahn und der Lufthansa.

Im Oberkriterium **Lieferkettenverantwortung** erzielen die Unternehmen mit 1,1 Punkten eines der schwächsten Branchenergebnisse. Keiner der Berichterstatter kann überzeugend darlegen, wie ökologische und soziale Standards in den Beziehungen zu Lieferanten und externen Dienstleistern sichergestellt werden.

Für ihre Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erhalten die Unternehmen des Branchenclusters leicht überdurchschnittliche 2,1 Punkte. Durchgängig gute Bewertungen erhalten die Unternehmen für ihre Darstellungen ihres gesellschaftlichen Engagements. Die Berichte stellen die Konzepte und Aktivitäten im Bereich Corporate Citizenship dar und verdeutlichen die finanzielle Bedeutung der Aktivitäten für das Unternehmen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Wesentliche Aspekte der Branche, wie z. B. Schadstoffemissionen und Klimaschutz sowie Fachkräftemangel und Gesundheitsmanagement, werden in der Berichterstattung aufgegriffen und zum Teil auch mit Zielen hinterlegt. Die Berichterstattung zu diesen Themen bleibt jedoch in weiten Teilen lückenhaft. Deutlich ausgebaut werden sollte zukünftig unter anderem die Berichterstattung zu Arbeitsbedingungen, zu den Beziehungen zu Lieferanten und Dienstleistern sowie zu Umweltschutzaspekten jenseits des effizienten Energieeinsatzes.

3.6.12 VERSICHERUNGEN

Unternehmen der Ranking-Branche „Versicherer“ generieren ihre Umsätze im Wesentlichen aus dem Angebot von Versicherungsdienstleistungen. Hierbei werden von den Versicherungsnehmern für klar definierte Schadensfälle risikoabhängige Prämien gezahlt, aus deren Gesamtsumme der Versicherer die Schäden der Versicherten begleicht. Innerhalb der Branche ist zwischen Erst- und Rückversicherungen zu unterscheiden. Erstversicherungen umfassen die Sparten Lebens-, Schaden-/Unfall-, Krankenversicherungen sowie Pensions- und Sterbekassen. Rückversicherungen übernehmen einen Teil der Risiken der Erstversicherungen gegen Prämienzahlungen.

In das Ranking 2018 geht die feste Anzahl von zehn Versicherern ein (s. Tabelle 19). Die Auswahl richtet sich nach der Summe der Beitragseinnahmen.

Die Berichterstattung der Branche

Von den zehn einbezogenen Versicherern können sieben einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht oder integrierten Bericht vorweisen. Diese sind die **Allianz**, **Debeka**, **Ergo**, **Hannover Rück**, **Münchener-Rück-Gruppe**, **R+V** sowie **Talanx**.

Tabelle 19: Ergebnisse der Berichterstattung – Versicherungen

Unternehmen	Punkte	Rang 2018		Rang 2015	Rang 2011
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Allianz Group	358	1	16	25	28
Hannover Rück SE	357	2	17	19	-
Talanx AG	347	3	20	D	X
R+V Versicherung AG	335	4	26	47	E
ERGO Group AG	327	5	30	22	0
Münchener Rückversi-cherungs-Gesellschaft AG	302	6	42	41	35
Debeka Versicherungen	274	7	50	E	X
Axa Konzern AG	-	-	B	B	B
Generali Deutschland AG	-	-	B	B	B
Versicherungskammer Bayern	-	-	D	E	E

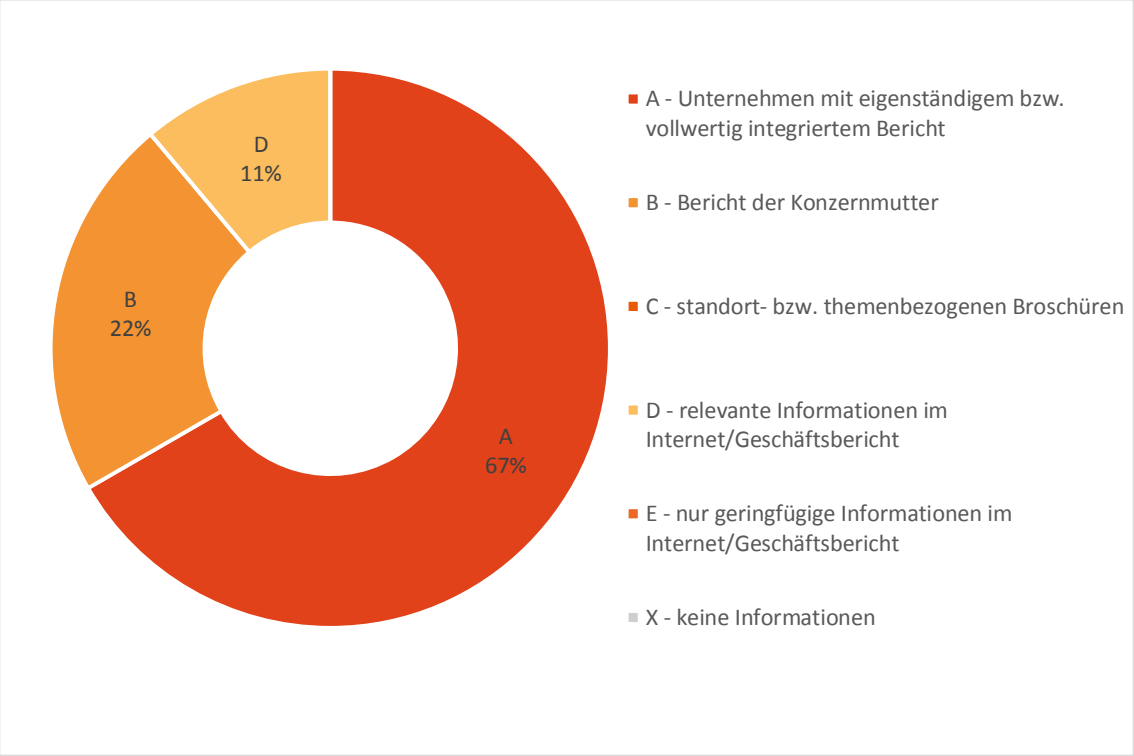

Abbildung 23: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken

Bei zwei weiteren Unternehmen publiziert der Mutterkonzern einen Nachhaltigkeitsbericht: **Axa** kann auf den integrierten Bericht 2017 „In Real Life“ der französischen Konzernmutter verweisen. Daneben veröffentlicht die deutsche Tochter knappe Informationen zu den Schwerpunkten des CR-Engagements auf der eigenen Website. Auch **Generali Deutschland** stellt zusätzlich zum Integrierten Bericht 2017 der italienischen Generali Gruppe eigene Informationen auf der Website bereit, darunter umfangreiche Erläuterungen zur Nachhaltigkeitsstrategie, zu Maßnahmen im Bereich Mitarbeiterinteressen, zum Umweltmanagement sowie zur gesellschaftlichen Verantwortung. Ergänzt werden die Informationen durch Nachhaltigkeitskennzahlen.

Die **Versicherungskammer Bayern**, die 2015 noch als Nichtberichterstatter gewertet wurde, legt nun in ihrem Geschäftsbericht 2017 eine Nichtfinanzielle Erklärung vor.

Die Bewertungsergebnisse

Die Versicherungsbranche weist einen **hohen Anteil an Berichterstattern** auf. Die Unternehmen ohne eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht können zumindest auf die Berichterstattung ihres Mutterkonzerns oder auf die verpflichtende Nichtfinanzielle Erklärung verweisen. Auch wenn keine der Versicherungen unter den Top 10 landet – die besten Platzierungen erreichen Allianz und Hannover Rück nahezu punktgleich auf Rang 16 und 17 –, erzielen die Berichterstatter mit 329 Punkten einen im Branchenvergleich **überdurchschnittlichen** Wert.

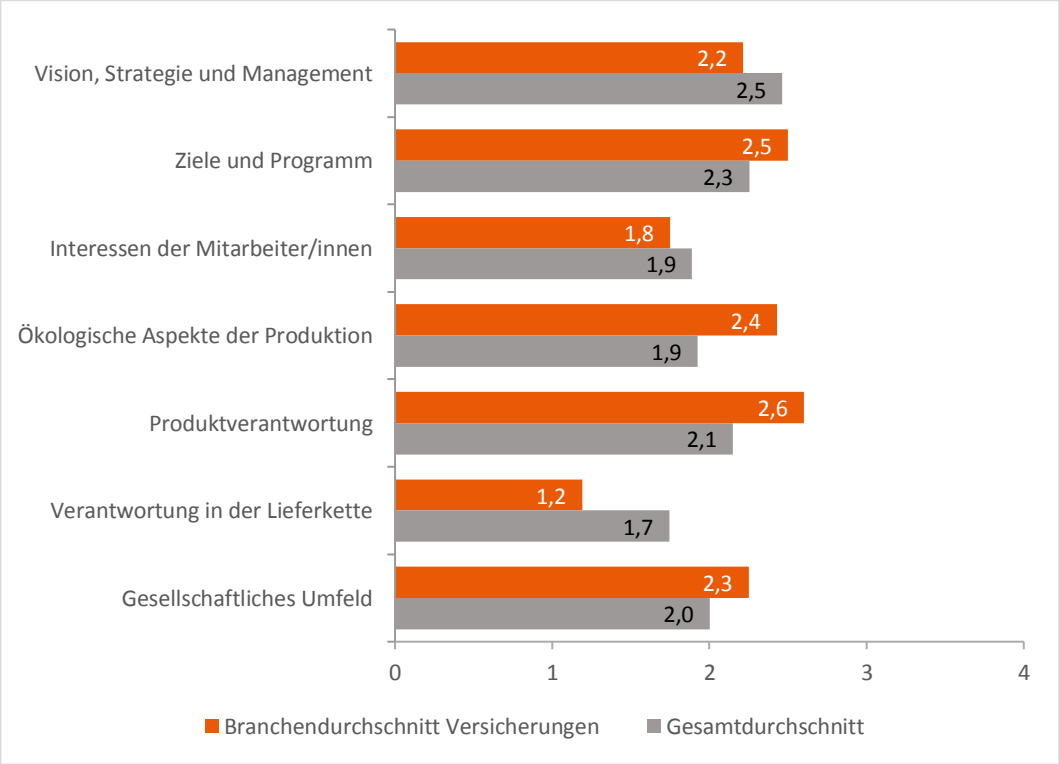

Abbildung 24: Branchenergebnisse Versicherungen

In der Kategorie **Vision, Strategie und Management** erreichen die Versicherer leicht unterdurchschnittliche 2,2 Punkte. Den Unternehmen gelingen überwiegend solide Darstellungen ihrer Strategie und ihres Nachhaltigkeitsmanagements sowie dessen operativer Umsetzung durch Managementsysteme, zu denen häufig auch der Abdeckungsgrad angegeben wird. Auch die Berichterstattung zum Thema Compliance nimmt in den Berichten großen Raum ein: Während Regeln und Strukturen des Compliance-Systems umfassend dargelegt werden, bleibt die Nennung und Erläuterung konkreter Verstöße in vielen Berichten aus. Unzureichend dargestellt werden von den meisten

Versicherungen auch Aktivitäten im Bereich Stakeholderdialog und die Einbeziehung von Stakeholdern in Prozesse zur Feststellung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen.

Mit ihrer **Zielberichterstattung** erreichen die Versicherungen überwiegend gute Ergebnisse (2,5 Punkte). Den meisten Unternehmen gelingt eine übersichtliche Darstellung ihrer Nachhaltigkeitsprogramme, die überwiegend die wesentlichen Themenfelder abdecken. Verbesserungspotenzial liegt aber bei der akkuraten und vollständigen Darstellung der bisherigen Ziele und ihres aktuellen Zielerreichungsstands. Auch die neu gesetzten Ziele sind zum Teil nicht ausreichend verbindlich formuliert und nicht mir entsprechenden Maßnahmen hinterlegt.

Mit der Berichterstattung im Bereich **Mitarbeiterinteressen** erreichen die Versicherungsunternehmen durchschnittlich 1,8 Punkte. Ein Schwerpunkt der Berichte liegt beim Thema Mitarbeiterbindung, das häufig mit aussagekräftigen Zahlen hinterlegt wird. Ein gutes Beispiel hierfür bietet der Bericht von R+V, der nach Austrittsgründen differenzierte Angaben zur Mitarbeiter-Fluktuation macht und diese entsprechenden Branchenwerten vergleicht. Gute und mit Kennzahlen hinterlegte Darstellungen gibt es in einigen Berichten auch zur Entgeltpolitik sowie zu Arbeitszeitregelungen. Allerdings umfassen diese nicht die gesamte Belegschaft. Insbesondere die Arbeitsbedingungen der Außendienstmitarbeiter werden dabei nicht ausreichend konkret dargelegt. Schwach sind in den meisten Berichten die Darstellungen im Bereich Aus- und Weiterbildung: Zwar gibt es häufig Darstellungen zu dualen Studiengängen und auch zu einzelnen Weiterbildungsmaßnahmen, Angaben zur klassischen Berufsausbildung sind jedoch in den meisten Berichten kaum zu finden.

Beim **betrieblichen Umweltschutz** erreichen die Versicherungen durchschnittlich 2,4 Punkte. Der Schwerpunkt der Berichterstattung liegt beim Themenbereich Klimaschutz und Energiemanagement. Auch andere Umweltaspekte wie beispielsweise der Materialeinsatz (insbesondere Papier) werden in ausreichendem Maße thematisiert. Schwach sind dagegen die Darstellungen zu Dienstreisen und Mitarbeiterverkehr.

Die Darstellungen im Bereich **Produktverantwortung** nehmen in den Nachhaltigkeitsberichten der Branche den größten Raum ein und erzielen mit 2,6 Punkten einen deutlich überdurchschnittlichen Wert. Dargestellt werden in den Berichten unter anderem Ansätze zur Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialstandards im Underwriting (z. B. negative Auswirkungen auf die Umwelt durch versicherte Objekte, insbesondere bei Industrie- und Gewerbeversicherungen) und es wird darauf eingegangen, nach welchen sozialen und ökologischen Kriterien die Kapitalanlage der von den Versicherern verwalteten Gelder erfolgt und welche Ausschlusskriterien angewendet werden. Die beste Bewertung im Bereich Produktverantwortung erzielt der Nachhaltigkeitsbericht der Allianz, der mit umfassenden und aussagekräftigen Darstellungen zur Integration von ökologischen, sozialen und Governance-Kriterien (ESG) in das Assetmanagement überzeugen kann. Mit Ausnahme der Rückversicherer, die hauptsächlich im Business-to-Business-Segment tätig sind, gehen die meisten Versicherer auch auf das Thema Verbraucherschutz ein und stellen beispielweise Beschwerdesysteme dar.

Schwache Ergebnisse erzielen die Versicherungsunternehmen im Bereich **Lieferkettenverantwortung** (1,2 Punkte). Zwar ist die Relevanz in der Versicherungsbranche begrenzt, da das Geschäftsmodell der Versicherer abgesehen vom Papierverbrauch und dem Einkauf von IT-Ausrüstung kaum physische Warenströme verursacht. Aber auch in diesen begrenzten Bereichen sind die Darstellungen ausbaufähig. Zudem wird auf die eingesetzten Dienstleister wie z. B. externe Call Center oder Reinigungsunternehmen in den Berichten kaum eingegangen.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Versicherungsunternehmen überdurchschnittliche 2,3 Punkte. Neben den oft gelungenen Darstellungen der Corporate-

Citizenship-Ansätze und vergleichsweise umfassenden Angaben zu Steuerzahlungen und erhaltenen Subventionen können die Versicherer auch bei anderen Einzelkriterien überzeugen, die Münchener Rück beispielsweise mit einer transparenten Darstellung der Strukturen und Positionen ihrer Lobbyarbeit inklusive Angaben zur Höhe der diesbezüglichen Ausgaben.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Versicherungsunternehmen erzielen mit ihrer Berichterstattung über den Großteil der Kriterien solide Ergebnisse. Die Berichterstatter decken die wesentlichen Themen der Branche in der Regel gut ab. Insbesondere die Nachhaltigkeitskriterien im Kerngeschäft werden oft detailliert und nachvollziehbar vermittelt. Verbesserungspotenziale liegen dagegen insbesondere bei der transparenten Darstellung der Bereiche Mitarbeiter- und Lieferkettenverantwortung.

4 ERGEBNISSE DES RANKINGS DER KLEINEN UND MITTLEREN UNTERNEHMEN 2018

4.1 EINREICHUNGEN UND BERICHTSFORMATE

Wie bei den Großunternehmen ist auch bei den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) eine **kontinuierliche Zunahme** der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu beobachten. Nachdem 2011 insgesamt 127 KMU-Berichte und 2015 165 Berichte erfasst wurden, liegt die Zahl im aktuellen Ranking bei 175 Berichten[24]. Eine Aufstellung der erfassten Berichte findet sich in Tabelle 23 im Anhang 7.2.

Gesamtliste der Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand 2015 (im Ranking bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
1	Abfallwirtschaftsbetrieb München	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2015 – 125 Jahre Verantwortung
2	ADVA Optical Networking SE	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
3	Alnatura GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
4	Alstria office REIT-AG	Immobilien	Building your future - future of offices. Nachhaltigkeitsbericht 2016
5	Assmann Büromöbel GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltig 2017. Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung. Auswertungsjahr 2016
6	Bionade GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
7	Bischof + Klein SE & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung 2016 – Nachhaltigkeit leben
8	Bodan Großhandel für Naturkost GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 mit Umwelterklärung; Gemeinwohl-Bericht 2015/2016 mit Testat
9	Bremenports GmbH & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2016
10	Bremer Straßenbahn AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Bremen bewegen. Nachhaltigkeitsbericht mit vereinfachter Umwelterklärung
11	Carglass GmbH	Dienstleister	Wir machen den Unterschied. Nachhaltigkeitsbericht 2017
12	DEA Deutsche Erdoel AG	Grundstoffe	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
13	Deutsche Wohnen AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Jetzt. Stadt. Morgen.
14	DSD – Duales System Holding GmbH & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2015 / 2016
15	elobau GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeit ist kein Müsli. elobau Nachhaltigkeitsbericht
16	Evangelische Akademie Bad Boll	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2017
17	Flughafen Stuttgart GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Dranbleiben Bericht 2015 – inklusive konsolidierter Umwelterklärung
18	Francotyp-Postalia Holding AG	Verarbeitendes Gewerbe	Verantwortlich handeln – Nachhaltig wachsen.
19	Gundlach GmbH & Co. KG	Bau	Nachhaltigkeitsbericht 2018

[24] Die Zahl beinhaltet die von IÖW und future erfassten Berichte (Stand: März 2019) und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Gesamtliste der Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand 2015 (im Ranking bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
20	Hakro GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Wirkstoff. Nachhaltigkeitsstrategie 2017-2022
21	Hamburg Port Authority AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Global denken. Regional Handeln. Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
22	Handwerkskammer Stuttgart KdöR	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
23	Igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht
24	Lebensbaum GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016
25	Mainova AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
26	Märkisches Landbrot GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2018 + Gemeinwohl-Bericht mit Bilanz 2014-16 + Managementreview 2018 + Ökobilanzzahlen 2017 + Umwelterklärung 2017
27	Memo AG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
28	Neumarkter Lammsbräu / Gebr. Ehrnsperger KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Nachhaltigkeit als Kern
29	Rapunzel Naturkost AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2013-2017
30	Rinn Beton- und Naturstein GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016
31	Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Echt Gut Gemacht. Unser Nachhaltigkeitsbericht 2017
32	Sedus Stoll AG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltig seit 1871. Nachhaltigkeitsbericht 2016 nach GRI 4 Standard
33	Stadtreinigung Hamburg AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Konzern- und Nachhaltigkeitsbericht 2017. Nachhaltig für Hamburg
34	Stadtwerke Göttingen AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltige Lebensqualität für Göttingen. Nachhaltigkeitsbericht 2015-2016
35	Studiosus Reisen München GmbH	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018 mit integrierter Umwelterklärung gemäß EMAS III
36	TLG Immobilien AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
37	Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte/Wohnstadt mbH	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Wohnraum schaffen. Lebensqualität steigern.
38	Vaude GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017
39	VfL Wolfsburg-Fußball GmbH	Sonstiges	Der Nachhaltigkeitsbericht des VFL Wolfsburg 2016
40	Wilkhan Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Konsolidierte Umwelterklärung 2017-2019 mit Nachhaltigkeitsbericht, Fortschreibung/Aktualisierung 2018

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
41	Aareal Bank Gruppe	Banken	Zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Bericht 2017
42	Adler Modemärkte AG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 feel good
43	AIDA S.p.A.	Tourismus	Aida cares 2018
44	Alfred Ritter GmbH & Co. KG.	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Fortschritts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
45	Alpensped GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2015 2016 2017
46	Altana AG	Chemie / Pharma	Unternehmensbericht 2017

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
47	Andechser Molkerei Scheitz GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Entwicklungs- und Transformationsbericht der Andechser Molkerei Scheitz GmbH 2015-2018
48	Apetito AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigketsbericht 2018
49	August Faller GmbH & Co. KG	Chemie / Pharma	Nachhaltigkeitsbericht 2017 Next Level Solutions
50	Awista GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäftsbericht 2016 Street Worker
51	badenova AG & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Ökologie- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
52	Bahlsen GmbH & Co. KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht
53	Barmenia AG	Versicherung	Nichtfinanzieller Bericht Barmenia-Konzern Nachhaltigkeitsbericht 2015
54	Baufritz GmbH & Co. KG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
55	Baur Versand GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Verantwortung Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019
56	Berlin Hyp AG	Immobilien	Grün.Stabil.Zukunftsorientiert. Nachhaltigkeitsbericht 2016 der Berlin Hyp Ag
57	Berliner Wasserbetriebe AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Eine Welle voraus. Nachhaltigkeitsbericht 2018
58	Biesterfeld AG	Chemie / Pharma	Nachhaltigkeitsbericht 2017
59	biss Aktivreisen GbR	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2015
60	Bitburger Braugruppe GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Bericht zur Nachhaltigkeit 2018
61	BLANCO CS GmbH + Co KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht für 2016/2017
62	Blechwarenfabrik Limburg GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Verantwortung für die Zukunft Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
63	Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA	Sonstige	Zukunft gestalten. Umbruch und Aufbruch beim BVB
64	BRAX Leineweber GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Together Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
65	Brita GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Corporate Responsibility Bericht 2018
66	Bundesverband Leichtbeton e.V.	Sonstige	Massiv ökologisch. Nachhaltigkeitsbeicht des Bundesverbandes Leichtbeton
67	Carl von Ossietzky University Oldenburg	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeit an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
68	Cemex Deutschland AG	Bau	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
69	cewe color Holding AG	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
70	Chocolats Halba	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016
71	COM Software GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2015
72	Contargo GmbH & Co. KG	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2018
73	Davert GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	So leben wir Nachhaltigkeit 2017
74	Denios Group	Handel / Bekleidung	Sustainability Report 16.17
75	Deutscher Fußball Bund	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht 2016
76	Deutsches Jugendherbergswerk e.V.	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
77	Dibella GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
78	DIC Asset AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
79	Dienste für Menschen H.W.D. GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2015 mit integrierter Umwelterklärung
80	DLG e.V.	Sonstige	DLG Nachhaltigkeitsbericht 2016

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
81	Dortmund Airport GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
82	Drägerwerk AG & Co. KGaA	Verarbeitendes Gewerbe	Sustainability Report 2017
83	Duravit AG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2014-2016
84	DVB Dresdner Verkehrsbetriebe AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeit 2017
85	Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
86	Ecofair consulting e.K.	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2016
87	ELG Haniel Gruppe	Verarbeitendes Gewerbe	Sustainability Report 2017
88	Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	WIN-Charta Nachhaltigkeitsbericht 2017
89	Evangelische Kreditgenossenschaft	Banken	Nachhaltigkeitsbericht der Evangelischen Bank 2017
90	FAI rent a jet AG	Dienstleister	Sustainability Report 2018 for 2017
91	FES Frankfurt GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Einer für Alle. Alle für mehr Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeitsbericht 2018
92	Forschungszentrum Jülich GmbH	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
93	Frankfurter Heinzelmännchen GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2016
94	Fraunhofer Umsicht	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2015
95	Fuchs Petrolub SE	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
96	Gambro Dialysatoren GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Making a Meaningful Difference Baxter 2016 Corporate Responsibility Report
97	GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
98	Gesobau AG	Immobilien	Seite an Seite für unsere Stadt Nachhaltigkeitsbericht 2017
99	GeWoBa (CSR Bericht)	Immobilien	Tätigkeitsbericht 2017
100	GLS Bank eG	Banken	Nachhaltigkeitsbericht 2017
101	Gonder Facility Services GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2018
102	H.C. Starck GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Zahlen und Fakten 2015/2016/2017 zur Nachhaltigkeitsberichterstattung
103	Halfar GmbH	Handel / Bekleidung	Zukunft Nachhaltigkeitsbericht 2017
104	Halloren Schokoladenfabrik AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2015
105	HAMBORNER REIT AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
106	Haniel GmbH	Handel / Bekleidung	Werte teigern Werte leben Corporate Responsbility Bericht 2017
107	Hansgrohe GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2015-2016
108	HEAG Südhessische Energie AG entega	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
109	Heinz Sielmann Stiftung	Sonstige	Jahresbericht 2017
110	Hessen-Forst Landesbetrieb	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht für 2017
111	Hess-Naturtextilien GmbH	Handel / Bekleidung	Sozialbericht für das Geschäftsjahr 2015/2016
112	Hevert GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	CSR Jahresbericht 2016
113	Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht Hipp Deutschland 2018
114	Hofpfisterei GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2018
115	Holcim Deutschland GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2015

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
116	HOWOGE mbH	Immobilien	Mehr als Perspektiven. Gewohnt tatkräftig. Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
117	HUMANA Kleidersammlung GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2014-2016
118	IK Industrievereinigung	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht 2018
119	Jack Wolfskin GmbH	Handel / Bekleidung	Sozialbericht 2014/2015
120	Jenoptik AG	Verarbeitendes Gewerbe	Lagebericht 2017
121	Joh. Barth&Sohn GmbH & Co. KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Sustainability Report 2016
122	Kirchner Konstruktionen GmbH	Dienstleister	Gemeinwohlbilanz 2015
123	Klasmann-Deilmann GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Wachstum fördern, Perspektiven entwickeln Nachhaltigkeitsbericht 2016
124	KLB Klimaleichtblock GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Werte leben Werte schaffen Nachhaltigkeitsbericht 2018
125	Knorr-Bremse Group AG	Verarbeitendes Gewerbe	Shaping Sustainability UN Global Compact Fortschrittsbericht 2017
126	KPMG Germany AG	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
127	Kreis Unna AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	3. Nachhaltigkeitsbericht Kreis Unna
128	KWS Saat AG	Verarbeitendes Gewerbe	KWS Gruppe Kombinierter Finanz und Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
129	L-Bank Landeskreditbank Baden-Württemberg AöR	Banken	Geschäftsbericht/Nachhaltigkeitsbericht 2016
130	Leipziger Verkehrsbetriebe GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeit bei den Leipziger Verkehrsbetrieben 2015
131	Leuphana Universität SöR	Forschungseinrichtungen	Schritte in die Zukunft Nachhaltigkeitsbericht 2015
132	Löwen Entertainment GmbH	Sonstige	CR Bericht 2017
133	Lyreco GmbH	Handel / Bekleidung	Lyreco Nachhaltigkeitsbericht 2017
134	Marc O`Polo GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
135	Molkerei Ammerland eG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Verantwortung mit Weitblick Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
136	Neue Wege Reisen GmbH	Tourismus	4. Nachhaltigkeitsbericht 2017
137	Nölken Hygiene Products GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
138	oekom research AG	Forschungseinrichtungen	Corporate Responsibility Review 2016
139	orsay GmbH	Handel / Bekleidung	Corporate Responsibility bei Orsay 2016
140	Oswald GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
141	Palmberg Büroeinrichtungen GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2016
142	Reiss Büromöbel GmbH	Handel / Bekleidung	Reiss Nachhaltigkeitsbericht 2018
143	ReNatour	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2017
144	RSAG AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
145	Salewa	Handel / Bekleidung	Contribute Oberalp Group Sustainability Report 2017
146	Sartorius AG	Verarbeitendes Gewerbe	Sustainability Report 2017
147	Schmalz	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
148	Schreiner Group	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
149	Schülke & Mayr GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
150	Schwan Cosmetics GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	CSR Bericht 2016

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
151	Scout 24 AG	Dienstleister	Ready to Connect GRI Bericht 2017
152	Sea Breeze Travel® GmbH	Tourismus	Reisen für Entdecker Nachhaltigkeitsbericht 2015
153	SLV GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
154	Soennecken eG	Verarbeitendes Gewerbe	Gemeinsam Verantwortung tragen. Nachhaltigkeitsbericht 2017
155	Spaleck GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016
156	Sparkasse Trier AöR	Banken	Werte erhalten. Zukunft gestalten. Nachhaltigkeitsbericht 2015
157	Stada Arzneimittel AG	Verarbeitendes Gewerbe	Stada Geschäftsbericht 2017
158	Stadtwerke Hannover (enercity) AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Energiezukunft aus Hannover Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
159	Stadtwerke Hattingen GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
160	Stadtwerke Heidelberg GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	möglich machen Digitalisierung für den Menschen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2017
161	Südpack Verpackungen GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	2016 Nachhaltigkeitsbericht
162	TAG Immobilien AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
163	TAKKT AG	Handel / Bekleidung	Takkt Nachhaltigkeitsbericht 2017
164	Topstar GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	GRI Report 2014/2015
165	Tyczka Totalgaz GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht Tyczka Totalgaz 2015
166	üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
167	UVEX GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
168	Volkswagen Immobilien GmbH	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
169	Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Update 2015 Nachhaltigkeitsbericht der Warsteiner Brauerei
170	WashTec AG Gruppe deutschland	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
171	Werkhaus GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	2016 Nachhaltigkeitsbericht
172	Werner & Mertz GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
173	Witzenmann GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	2017 WI Nachhaltigkeitsbericht
174	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2016
175	Zentis GmbH & co. KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittlerer Unternehmen bewertet freiwillig eingereichte Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen, die bis zu 5.000 Personen beschäftigen oder bis zu 500 Mio. Euro Jahresumsatz erwirtschaften. Für das Ranking 2018 wurden 64 Berichte eingereicht. In einem Pre-Screening entlang des Kriteriensets wurde überprüft, inwieweit die eingereichten Berichte den umfassenden Nachhaltigkeits- und Berichterstattungsanforderungen prinzipiell entsprechen. Auf der Basis des Screenings wurden schließlich 40 Nachhaltigkeitsberichte für die Teilnahme am Ranking ausgewählt.

Folgende **Branchen** sind im Teilnehmerfeld am stärksten vertreten: (öffentliche) Versorgung und Infrastruktur mit neun Berichten, das verarbeitende Gewerbe mit acht Unternehmen, die Nahrungs- und Genussmittelindustrie und das Branchencluster Handel und Bekleidung mit jeweils sechs Berichten sowie Immobilienunternehmen (vier Berichte).

Wie auch die Großunternehmen verwenden die KMU zum Teil unterschiedliche **Berichtsformate**. Von den 40 bewerteten Berichten liegen 37 als Nachhaltigkeitsberichte vor, drei als integrierte Unternehmensberichte[25]. Acht der Berichte beinhalten gleichzeitig eine EMAS-Umwelterklärung. Ein Unternehmen, Elobau, ist mit einem Gemeinwohl-Bericht im Ranking vertreten[26]. Die Mehrzahl der Berichte wird als Printversion und PDF publiziert. Fünf Unternehmen – Bremenports, Lebensbaum, Igefa, Rinn und Vaude – veröffentlichen einen Onlinebericht.

[25] Folgende KMU sind mit integrierten Unternehmensberichten im Ranking vertreten: Abfallwirtschaftsbetrieb München, Flughafen Stuttgart, Stadtreinigung Hamburg.

[26] Drei weitere KMU verweisen in ihren Nachhaltigkeitsberichten auf Gemeinwohl-Berichte oder -Bilanzen (Bodan, Märkisches Landbrot, Vaude).

4.2 ERGEBNISSE DES RANKINGS

4.2.1 VOLLSTÄNDIGE UNTERNEHMENSLISTE

Die nachfolgende Tabelle enthält die Gesamtübersicht der Unternehmen und Berichte, die in die Bewertung des Rankings der KMU-Berichte 2018 einbezogen wurden. Punktzahlen weisen wir lediglich für die zehn bestplatzierten Berichte aus. Alle Unternehmen, die sich mit ihrem Nachhaltigkeitsbericht dem Ranking stellen, sehen wir als Vorreiter in der großen Masse deutscher KMU an. Die Liste aller eingereichten und zusätzlich recherchierten Nachhaltigkeitsberichte sind im Anhang dieses Dokuments (7.2) zu finden.

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future
2018

Ergebnisse KMU

Tabelle 20: Übersicht der bewerteten kleinen und mittleren Unternehmen im Ranking 2018

Beste Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittelständischer Unternehmen				
Rang	Unternehmen	Punkt-zahl	Rankingbranche	Berichtstitel
1	Vaude GmbH & Co. KG	**671**	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017
2	Lebensbaum GmbH	**660**	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016
3	Memo AG	**633**	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
4	Neumarkter Lammsbräu/ Gebr. Ehrnsperger KG	**627**	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Nachhaltigkeit als Kern
5	Märkisches Landbrot GmbH	**602**	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2018 + Gemeinwohl-Bericht mit Bilanz 2014-16 + Managementreview 2018 + Ökobilanzzahlen 2017 + Umwelterklärung 2017
6	Rinn Beton- und Naturstein GmbH & Co. KG	**596**	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016
7	Studiosus Reisen München GmbH	**581**	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018 mit integrierter Umwelterklärung gemäß EMAS III
8	Assmann Büromöbel GmbH & Co. KG	**558**	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltig 2017. Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung. Auswertungsjahr 2016
9	Hakro GmbH	**542**	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Wirkstoff. Nachhaltigkeitsstrategie 2017-2022
10	Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte/Wohnstadt mbH	**516**	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Wohnraum schaffen. Lebensqualität steigern.

Weitere bewertete Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittlerer Unternehmen		
Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
Abfallwirtschaftsbetrieb München	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2015 – 125 Jahre Verantwortung
ADVA Optical Networking SE	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
Alnatura GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
Alstria office REIT-AG	Immobilien	Building your future - future of offices. Nachhaltigkeitsbericht 2016
Bionade GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
Bischof + Klein SE & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung 2016 – Nachhaltigkeit leben
Bodan Großhandel für Naturkost GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 mit Umwelterklärung; Gemeinwohl-Bericht 2015/2016 mit Testat
Bremenports GmbH & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2016
Bremer Straßenbahn AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Bremen bewegen. Nachhaltigkeitsbericht mit vereinfachter Umwelterklärung
Carglass GmbH	Dienstleister	Wir machen den Unterschied. Nachhaltigkeitsbericht 2017
DEA Deutsche Erdoel AG	Grundstoffe	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
Deutsche Wohnen AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Jetzt. Stadt. Morgen.
DSD – Duales System Holding GmbH & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2015 / 2016
elobau GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeit ist kein Müsli. elobau Nachhaltigkeitsbericht
Evangelische Akademie Bad Boll	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2017
Flughafen Stuttgart GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Dranbleiben Bericht 2015 – inklusive konsolidierter Umwelterklärung
Francotyp-Postalia Holding AG	Verarbeitendes Gewerbe	Verantwortlich handeln – Nachhaltig wachsen.
Gundlach GmbH & Co. KG	Bau	Nachhaltigkeitsbericht 2018

Weitere bewertete Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittlerer Unternehmen		
Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
Hamburg Port Authority AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Global denken. Regional Handeln. Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
Handwerkskammer Stuttgart KdöR	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
Igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht
Mainova AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
Rapunzel Naturkost AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2013-2017
Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Echt Gut Gemacht. Unser Nachhaltigkeitsbericht 2017
Sedus Stoll AG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltig seit 1871. Nachhaltigkeitsbericht 2016 nach GRI 4 Standard
Stadtreinigung Hamburg AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Konzern- und Nachhaltigkeitsbericht 2017. Nachhaltig für Hamburg
Stadtwerke Göttingen AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltige Lebensqualität für Göttingen. Nachhaltigkeitsbericht 2015-2016
TLG Immobilien AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
VfL Wolfsburg-Fußball GmbH	Sonstiges	Der Nachhaltigkeitsbericht des VFL Wolfsburg 2016
Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Konsolidierte Umwelterklärung 2017-2019 mit Nachhaltigkeitsbericht, Fortschreibung/Aktualisierung 2018

4.2.2 DIE TOP 3 DER KLEINEN UND MITTLEREN UNTERNEHMEN

Der Hersteller von Sportausrüstung **Vaude** erreicht mit seinem Nachhaltigkeitsbericht 2017 den Höchstwert von 671 Punkten und stellt damit den besten Bericht im Ranking der KMU-Berichte.

Vaude macht seinen Anspruch transparent, Nachhaltigkeit ganzheitlich in der Unternehmensstrategie zu verankern und den langfristigen Markenwert über kurzfristige Gewinne zu stellen. Explizit formuliert das Unternehmen sein Ziel, einen Beitrag zum Gemeinwohl zu leisten und macht diesen in einer Gemeinwohl-Bilanz nachvollziehbar.

Der Bericht gibt einen Überblick, welche Stakeholder als bedeutend identifiziert wurden, benennt deren Kernanliegen und macht die mit ihnen geführten Dialoge transparent. Anschaulich erläutert das Unternehmen den Prozess der Wesentlichkeitsanalyse und macht dabei auch deutlich, inwiefern die Stakeholder bei der Bewertung wesentlicher Themen eingebunden wurden.

Der Nachhaltigkeitsbericht beschreibt die wesentlichen sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen in der Lieferkette und am Firmenhauptsitz. Systematisch leitet Vaude daraus seine Handlungsfelder ab und stellt überprüfbare Ziele und Maßnahmen vor. Ob die Ziele für den Berichtszeitraum 2017 erreicht wurden, wird mittels eines Ampelsystems anschaulich dargestellt. Auch nicht erreichte Ziele werden dabei offen angesprochen und erläutert.

Beim zentralen Thema Lieferkettenverantwortung berichtet Vaude zu ökologischen und sozialen Ansprüchen und wie diese unter Zuhilfenahme von Standards verfolgt werden. Der Bericht gibt einen Überblick über die regionale Verteilung der Lieferanten, erläutert die Kriterien der verwendeten Standards und berichtet transparent zu den in Risikoländern durchgeführten Audits und deren Ergebnissen.

Auch bei den mitarbeiterbezogenen Themen kann der Bericht mit hoher Durchsichtigkeit überzeugen: Er berichtet über den internen Mindestlohn, macht Angaben zur Gehaltsspreizung, zur Förderung von Frauen in Führungspositionen und zu Einstiegsmöglichkeiten für Geflüchtete.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2016 des Bio-Herstellers von Kräutern, Gewürzen, Tee und Kaffee **Lebensbaum** erreicht 660 Punkte und belegt damit im Ranking 2018 nach dem ersten Rang im Ranking 2015 erneut einen Spitzenplatz. Formulierter Anspruch des Berichtes ist einerseits eine inhaltliche Fokussierung, um den Berichtsumfang zu begrenzen, aber auch der Anspruch „nichts Wesentliches zu vergessen“.

In die Bestimmung der wesentlichen Themen bindet das Unternehmen seine Stakeholder umfangreich über Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie Gespräche mit Partnern und Lieferanten ein. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse werden in einer selbst entwickelten Grafikstruktur dokumentiert. Diese ermöglicht es die komplexen Informationen schnell zu erfassen. Der Bericht greift etwa durch Interviews mit externen Fachleuten auch Diskussionen zu Problemstellungen der Branche auf und verdeutlicht damit den branchenbezogenen Gestaltungswillen des Unternehmens.

Geclustert in fünf Handlungsfelder berichtet Lebensbaum über die strategische Ausrichtung und überprüfbare Zielsetzungen; u.a. soll ein systematisches Management von Zielkonflikten aufgebaut werden. Nicht erreichte Zielsetzungen begründet das Unternehmen und stellt gegebenenfalls Korrekturmaßnahmen dar.

Im Fokus der Berichterstattung stehen die Produktverantwortung und die Lieferkette. Beschriebene Handlungsansätze sind die Bioqualität der Produkte, die Verwendung möglichst regionaler

Rohstoffe, der faire Handel und die Einhaltung hoher Sozial- und Arbeitsstandards. Das Unternehmen stellt dar, in welchem Umfang die Rohstoffversorgung und das Produktportfolio umweltverträglich ausgerichtet ist, berichtet über relevante Kennzahlen und weist Produktzertifizierungen quantitativ aus.

Lebensbaum berichtet zudem über seine Umweltwirkungen am Standort und benennt als Klimaschutzziele die Erreichung einer Klimaneutralität und die Förderung erneuerbarer Energien.

Der Versandhändler **Memo** erreicht mit seinem Nachhaltigkeitsbericht 2017/18 im KMU-Ranking 633 Punkte und belegt damit den dritten Platz. Der Bericht vermittelt eine am Leitbild der Nachhaltigkeit orientierte Unternehmensstrategie. Er beschreibt die wesentlichen Herausforderungen und Auswirkungen des Unternehmens, leitet aus diesen zentrale Handlungsfelder und konkrete, quantifizierte Unternehmensziele ab.

Ein Handlungsfokus des Handelsunternehmens und zentraler Berichtsgegenstand ist die Sortimentsgestaltung. Das Unternehmen beschreibt die Ansprüche an sein Produktsortiment und berichtet auch quantitativ über den aktuellen Status seines Portfolios. Dabei werden sowohl ökologische als auch soziale Standards in der Zulieferkette berücksichtigt.

Auch die Nachhaltigkeitsleistung in den anderen Handlungsfeldern macht der Bericht transparent: Unter anderem beschreibt Memo konkrete Ansätze zur Reduzierung des Transport- und Personenverkehrs sowie zur Minderung der diesbezüglichen Umweltbelastungen und hinterlegt diese mit Zahlenangaben. In dem Kapitel „Menschen bei memo“ beschreibt das Unternehmen die Ermittlung von Weiterbildungsbedarfen und macht konkrete Angaben zur Entgeltpolitik und zur Lohnspreizung. Memo stellt ausführlich dar, wie es die Ansprüche der Mitarbeiter/innen beispielsweise über eine regelmäßige Mitarbeiterbefragung erfasst. Glaubwürdig verdeutlicht Memo sein Bemühen, diese Ansprüche zu erfüllen. Die Mitarbeiterzufriedenheit ist im Unternehmen als wesentlicher Leistungsindikator definiert und wird in Bezug zu einem gesetzten Zielwert angegeben.

Der Bericht stellt alle wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens fokussiert dar und geht dabei auch auf Problemstellungen und ungelöste Fragen offen ein. So berichtet Memo, dass das eingeführte monetäre Zielvereinbarungssystem wieder aufgehoben wurde, da hiermit nicht die erwünschten Verbesserungen erzielt werden konnten. Der neue Fokus wird auf die Weiterentwicklung der werteorientierten Führungsmodelle gelegt.

4.3 TRENDS DER BERICHTERSTATTUNG

Hohe Qualität der Berichterstattung

Die kleinen und mittleren Unternehmen erreichen im Ranking 2018 durchschnittlich 446 Punkte und können sich damit gegenüber den bereits guten Bewertungen von 2015 erneut verbessern (431 Punkte). Insbesondere vielen der etablierten Berichterstatter gelingt es, ihre Inhalte weiter auszubauen und zu vertiefen. Der **Anstieg der Durchschnittspunktzahl** lässt sich zum Teil aber auch mit der Zusammensetzung der Stichprobe erklären: Während im Ranking 2015 22 der 40 bewerteten KMU Neuberichterstatter waren, sind dies im Ranking lediglich sechs Unternehmen.[27]

[27] Als Neuberichterstatter wurden 2015 diejenigen KMU gefasst, die ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht nach dem vorherigen Ranking 2011 veröffentlicht haben. Im KMU-Ranking 2018 sind sechs Unternehmen vertreten, die ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht 2015 oder später veröffentlich haben (Bodan, Carglass, Elobau, Frankotyp Postalia, Hakro und TLG Immobilien).

Bei mehreren Kriterien ist eine Verbesserung der Durchschnittswerte zu erkennen (vgl. 4.4). Die größten Verbesserungen erreichen die KMU mit ihren Darstellungen im Bereich Lieferkettenverantwortung. Vorreiter sind in diesem Bereich die Unternehmen mit ausdrücklich nachhaltigkeitsorientierten Geschäftsmodellen wie Vaude, Lebensbaum, Memo, Neumarkter Lammsbräu, Bodan, Märkisches Landbrot und Alnatura. Aber auch einige KMU mit eher konventionellem Geschäftsmodell zeigen hier ein hohes Maß an Transparenz, indem sie beispielsweise die Einkaufsumsätze regional zuordnen.

Standardisierung der Berichterstattung

Die hohe Qualität der Berichterstattung und deren zunehmende Professionalisierung zeigen sich auch daran, dass sich eine hohe Anzahl von Berichten an etablierten Berichtsstandards orientiert. Auch eine leichte Zunahme von externen Prüfungen ist bei den KMU erkennbar: der Anteil der geprüften Berichte in der betrachteten Stichprobe liegt bei etwa 30 Prozent (2015: ca. 25 Prozent).

Insbesondere die **Bedeutung der GRI-Leitlinien** nimmt zu. 33 der 40 KMU berichten nach den Standards der Global Reporting Initiative. Der Anteil hat sich damit von 70 Prozent im Ranking 2015 auf 80 Prozent im Ranking 2018 erhöht. Bei der Erfüllung der Indikatoren bestehen deutliche Unterschiede bezüglich Informationsumfang und -tiefe. Einigen KMU gelingt gerade zu mitarbeiterbezogenen GRI-Indikatoren eine substanziellere Berichterstattung als den meisten Großunternehmen. Das gilt insbesondere für öffentliche Unternehmen aus den Bereichen Wohnungsbau, Häfen, Entsorgung oder Stadtreinigung, die ihre Verantwortung für die Mitarbeiter/innen mit Angaben zur Gehaltsspreizung, zur Höhe der Eintrittsgehälter oder zum Anteil der Leiharbeit transparent machen.

Neben den GRI-Standards nehmen die KMU auf **weitere Berichtsstandards** Bezug, etwa den Deutsche Nachhaltigkeitskodex (u. a. Abfallwirtschaftsbetrieb München, DSD – Duales System Holding GmbH & Co. KG, Elobau) oder EMAS (Assmann Büromöbel, Bodan, Bremer Straßenbahn, Evangelische Akademie Bad Boll, Flughafen Stuttgart, Lebensbaum, Märkisches Landbrot, Wilkhahn). Das höhere Maß der Standardisierung drückt sich auch in einer transparenteren Wesentlichkeitsfeststellung aus. Eine größere Anzahl der KMU-Berichterstatter stellt seine identifizierten Stakeholder, deren formulierte Ansprüche sowie die Bewertung der wesentlichen Themen differenzierter dar.

Berichterstattung nach den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie

Ein hohes Maß an Transparenz bieten auch diejenigen KMU, die ihrem Bericht nach den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie erstellen oder in ihrem Nachhaltigkeitsbericht auf eine zusätzliche Gemeinwohlbilanz verweisen (Bodan, Elobau, Märkisches Landbrot, Vaude). Der Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie zielt auf ethisches und kooperatives Wirtschaften. In Berichten und Bilanzen legen die Unternehmen ihren Beitrag zum Gemeinwohl anhand festgelegter Kriterien offen, die von den Unternehmen ein hohes Maß an Transparenz und kritischer Reflektion einfordern. Die Unternehmen berichten unter anderem offen über die innerbetriebliche Einkommensspreizung, über die gemeinwohlorientierte Verwendung ihres Gewinns oder setzen sich mit dem Sinn und dem gesellschaftlichen Nutzen ihrer Produkte oder Dienstleistungen auseinander.

4.4 KRITERIENAUSWERTUNG

Die folgende Abbildung zeigt, wie gut die Berichte der KMU die Ranking-Oberkriterien erfüllen. Bei den materiellen Kriterien (A.1 bis A.8) werden besonders die Anforderungen in den Bereichen Unternehmensprofil und Gesellschaftliches Umfeld weit überdurchschnittlich erfüllt, aber auch die

Kriterien Vision, Strategie und Management sowie Produktverantwortung erzielen hohe Durchschnittswerte. Schwächen liegen insbesondere bei den Darstellungen zu den Interessen der Mitarbeiter/innen sowie bei der Zielberichterstattung. Im Vergleich zu 2015 hat sich das Durchschnittsergebnis bei einigen Oberkriterien verbessert, allen voran bei den Kriterien Verantwortung in der Lieferkette sowie kommunikative Qualität.[28] Gute Ergebnisse erzielen die KMU bezüglich der Anforderungen zur allgemeinen Berichtsqualität (B.1 bis B.4).

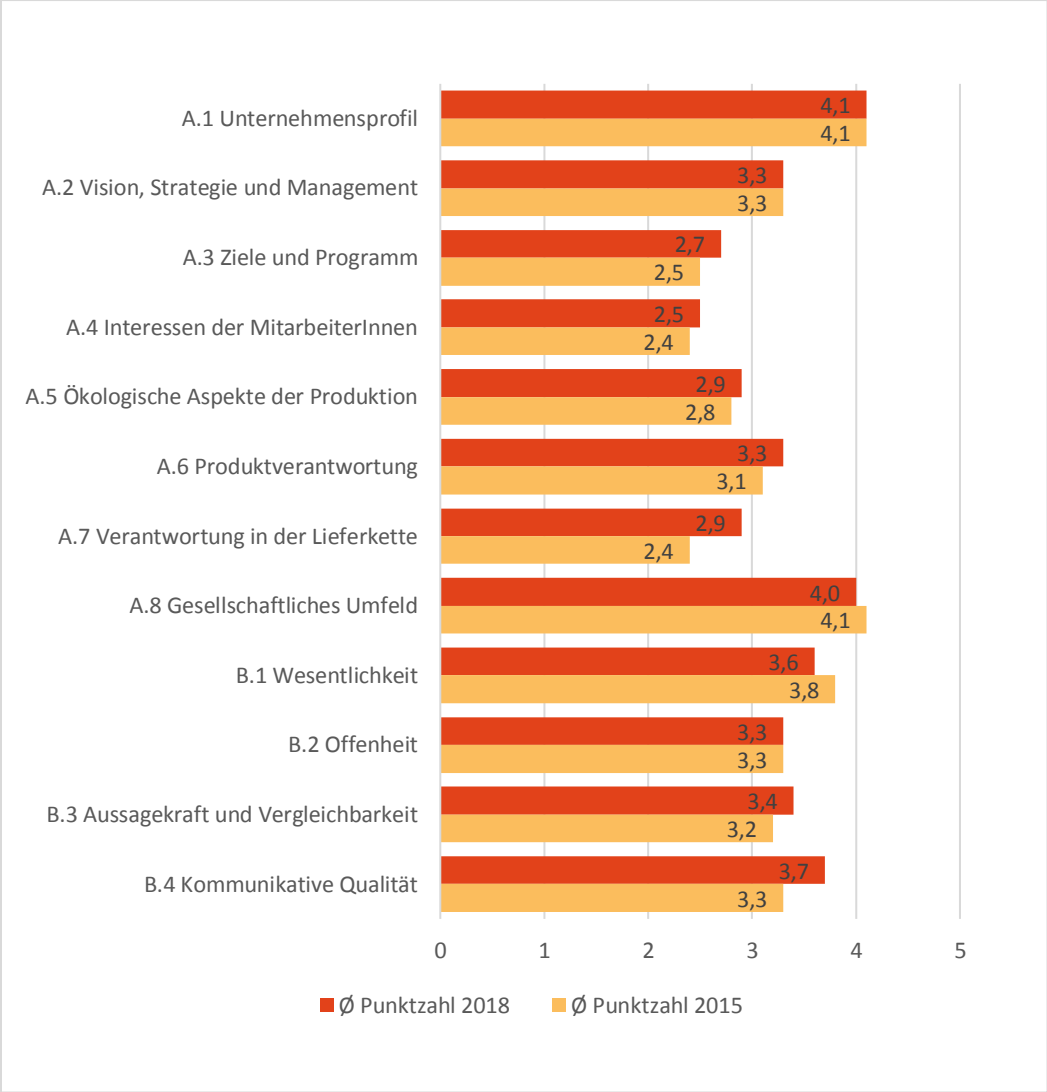

Abbildung 25: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien bei KMU 2018 und 2015

Im Folgenden werden die Ergebnisse des KMU-Ranking für alle Oberkriterien im Detail erläutert.

A.1 Unternehmensprofil

Beim Kriterium Unternehmensprofil kommen die KMU auf einen sehr guten Durchschnittswert von 4,1 Punkten. Allen Berichterstattern gelingt es, zumindest ein grundsätzliches Bild des Unternehmens und seiner Geschäftsbereiche und Produkte zu vermitteln. Gut die Hälfte der KMU erfüllen das Kriterium sogar vollständig, indem sie umfassende und detaillierte Angaben zu ökonomischen

[28] Der Vergleich der Ergebnisse von 2015 und 2018 ist allerdings nur eingeschränkt aussagekräftig, da sich die Gruppe der bewerteten KMU unterscheidet.

Leistungskennzahlen machen, ihre geografische Aufstellung abbilden und die ökonomische Bedeutung der Geschäftsbereiche bzw. Produkte verdeutlichen.

A.2 Vision, Strategie und Management

Auch im Bereich Vision, Strategie und Management können die meisten KMU überzeugen. Mit einem Gesamtdurchschnitt von 3,3 Punkten ist es eines der am besten bewerteten Oberkriterien. Zwei der Unternehmen – Lebensbaum und Assmann Büromöbel – erreichen mit 5 Punkten in allen drei Einzelkriterien die höchstmögliche Bewertung.

Die besten Bewertungen erzielen die KMU bei dem Einzelkriterium **Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, Werte, Vision und Strategie**: Mit der Erläuterung ihrer grundlegenden Unternehmenswerte, ihrer Nachhaltigkeitsvision und der nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensstrategie erzielen 17 Unternehmen die Höchstwertung bei diesem Unterkriterium. Auch die wesentlichen sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit werden in vielen Berichten thematisiert. Eine wachsende Zahl von Unternehmen stellt dabei unter anderem dar, welchen Beitrag das Unternehmen leistet, um die Sustainable Development Goals (SDGs) zu erreichen (vgl. auch Kap. 5).

Überwiegend gute Ergebnisse werden auch im Einzelkriterium **Stakeholder-Beziehungen und Wesentlichkeitsanalyse** erzielt. 14 der Unternehmen erreichen hier die Höchstpunktzahl, indem sie wichtige Stakeholdergruppen benennen, die Formate des Stakeholderdialogs erläutern, deren Ergebnisse darstellen und auch die Beteiligung von Stakeholdern an der Feststellung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen deutlich machen. Ein gutes Umsetzungsbeispiel bietet der Bericht von Assmann Büromöbel: In einer übersichtlichen Abbildung gibt das Unternehmen einen detaillierten Überblick über die für verschiedene Stakeholdergruppen relevanten Themen.

Etwas schwächer schneiden die KMU bei den Darstellungen ihrer **Unternehmensführung und Managementsysteme** ab. Die strukturelle und personelle Integration von Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen wird nur in einem Teil der Berichte ausreichend deutlich auch die nachhaltigkeitsbezogenen Managementsysteme werden häufig nicht umfassend dargestellt.

A.3 Ziele und Programm

Beim Kriterium Ziele und Programm erreichen die KMU durchschnittlich 2,7 Punkten. Vier KMU erreichen bei diesem Oberkriterium die Höchstpunktzahl (Gundlach Holding, Neumarkter Lammsbräu, Lebensbaum und Vaude). Anderen KMU gelingt es oft nur ansatzweise, ihre Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeit systematisch und konsistent darzulegen. Die Schwächen liegen insbesondere im Einzelkriterium Zielerreichung. Vielen der Berichte fehlt ein systematischer Zielabgleich: Altziele werden in vielen der Berichte entweder gar nicht aufgeführt oder der Erfüllungsgrad und die Konsequenzen, wie beispielsweise Korrekturmaßnahmen, werden nicht ausreichend deutlich gemacht. Insbesondere verfehlte Ziele werden nur selten transparent kommuniziert.

Besser gelingt die Darstellung der **Ziele und Maßnahmen**. Zumindest eine Übersicht der neu gesetzten oder fortgeführten Ziele ist in den meisten Berichten enthalten. Sieben der Unternehmen erreichen in diesem Einzelkriterium 5 Punkte, indem sie ihre Ziele überprüfbar formulieren und mit klaren Terminen belegen und zusätzlich Informationen zum aktuellen Status und den weiteren geplanten Schritten zur Zielerreichung bieten. Eine gute Berichtspraxis zeigen hier unter anderem Lebensbaum und Vaude.

A.4 Interessen der Mitarbeiter/innen

Im Oberkriterium Interessen der Mitarbeiter/innen erzielen die KMU mit 2,5 Punkten ihr schwächstes Ergebnis. Hinter Vaude erzielen Assmann Büromöbel, Märksiches Landbrot und memo bei A.4 die besten Gesamtergebnisse. Aber auch andere KMU können mit guten Darstellungen zur Mitarbeiterverantwortung punkten, darunter Bischof + Klein, Elobau, Rinn, Studiosus und TLG Immobilien. Vielen anderen Berichterstattern gelingt es dagegen kaum, ihre Verantwortung als Arbeitgeber über die Breite der Einzelkriterien deutlich zu machen und entsprechende Strukturen, Programme und Maßnahmen darzustellen.

Die höchsten Bewertungen erzielen die KMU in den Bereichen **Aus- und Weiterbildung**, **Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung** sowie **Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**. Beispielsweise werden hier von Unternehmen die Schwerpunkte der Aus- und Weiterbildung verdeutlicht, Programme und Maßnahmen zur Gesundhaltung der Beschäftigten erläutert und auch ausreichend mit Zahlenangaben hinterlegt. Eine gute Berichterstattung zum Themenbereich Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbeteiligung gelingt unter anderem Hakro und Memo.

Überwiegend schwache Ergebnisse erzielen die KMU dagegen mit ihren Darstellungen zu **Vielfalt und Chancengleichheit**. Die Höchstpunktzahl wird hier nur von Hakro und Vaude erreichen. Die Hälfte der KMU kann die Anforderungen nur zu einem geringen Teil erfüllen. Auch bei den Einzelkriterien **Arbeitszeitmodelle** sowie **Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung** können nur wenige der KMU überzeugen. In den meisten Berichten werden weder die Angemessenheit der Löhne und Gehälter noch die Teilnahme der Beschäftigten an betrieblichen Gestaltungs- und Entscheidungsprozessen ausreichend erläutert. Positive Ausnahmen sind hier unter anderem die Stadtreinigung Hamburg und Bodan, die unter anderem differenzierte Angaben zur Gehaltsstruktur veröffentlichen, indem sie beispielsweise das Verhältnis der Standardeintrittsgehälter zum Branchenmindestlohn angeben.

A.5 Ökologische Aspekte der Produktion

Das Oberkriterium „Ökologische Aspekte der Produktion“ wird mit durchschnittlich 2,9 Punkten überwiegend gut abgedeckt. Die besten Ergebnisse erzielen Rinn, Wilkhahn, Hakro, Studiosus und Neumarkter Lammsbräu.

Die besten Ergebnisse werden im Einzelkriterium **Energiemanagement und Klimaschutz** erzielt. Fast die Hälfte der Unternehmen erreicht hier die Höchstpunktzahl, indem sie differenzierte Angaben zum Energieverbrauch und zu den CO_2-Emissionen machen und über ihre Ziele und Maßnahmen berichten. Auch mit ihren Angaben zum **Abfallmanagement** kommen die Berichte den Ranking-Anforderungen überwiegend nach. Im Einzelkriterien **Logistik und Verkehr** fällt die Leistung der Berichterstatter dagegen hinter den Durchschnitt des Oberkriteriums zurück. Am schwächsten ist die Berichterstattung zum Einzelkriterium **Schadstoffeinträge in Luft und Wasser sowie Lärmemissionen**. Einen umfassenden Überblick über ihre wesentlichen Emissionen und über Maßnahmen zu deren Minimierung bieten lediglich Assmann Büromöbel, Bischof + Klein, Märkisches Landbrot sowie Wilkhahn.

Ein gemischtes Bild ergibt sich beim Einzelkriterium **Verbrauch stofflicher Ressourcen**. Während etwa die Hälfte hierzu kaum substanzielle Angaben macht, liefern andere Unternehmen detaillierte Aufstellungen ihres Materialverbrauchs (z. B. Assmann Büromöbel, Bodan, Rinn, Wilkhahn).

A.6 Produktverantwortung

Im Oberkriterium Produktverantwortung erreichen die meisten KMU-Berichte gute Bewertung. Die durchschnittliche Bewertung hat sich gegenüber 2015 leichtverbessert und liegt nun bei 3,3 Punkten. Gleich sechs der KMU erreichen über alle drei Einzelkriterien die Maximalbewertung: Lebensbaum, Märkisches Landbrot, Memo, Neumarkter Lammsbräu, Studiosus und Vaude.

Zu den **sozialen und ökologischen Aspekten der Produktentwicklung** enthalten die meisten Berichte aussagekräftige Darstellungen. Hierfür werden wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte erläutert und ihre systematische Integration in die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen dargestellt. Einige KMU zeigen dabei auch den Einsatz von Instrumenten wie etwa Ökobilanzen oder Lebenszyklusanalysen auf. Besonders gut gelingt es vielen Unternehmen, die **ökologischen Wirkungen der Produkte** und Dienstleistungen darzustellen. Verstärkt bemühen sich die Unternehmen, die ökologische Ausrichtung ihres Gesamtportfolios übergreifend zu quantifizieren. Dies gelingt kleineren Unternehmen mit dezidiert ökologisch ausgerichtetem Geschäftsmodell besonders gut, wie etwa Anbieten von Biolebensmitteln. Auch mit ihren Darstellungen zur **Verbraucherorientierung und Kundeninformation** können viele KMU überzeugen. Zwölf Unternehmen erreichen bei diesem Kriterium die Höchstpunktzahl, indem sie beispielsweise ihre Preisgestaltung erläutern, die Vermittlung von Nachhaltigkeitsinformationen an die Kund/innen darstellen oder den Umgang mit Reklamationen und Rückrufen transparent machen.

A.7 Verantwortung in der Lieferkette

Die Berichterstattung zur Lieferkettenverantwortung zeigt bei den KMU eine deutliche Tendenz nach oben. Gegenüber dem Ranking 2015 hat sich die durchschnittliche Bewertung von 2,4 auf 2,9 Punkte erhöht.

Vorreiter sind hier die Unternehmen mit ausdrücklich nachhaltigen Geschäftsmodellen wie Vaude, Lebensbaum, memo, Neumarkter Lammsbräu, Bodan, Märkisches Landbrot und Alnatura. Aber auch KMU mit klassischen Geschäftsmodellen wie der Bekleidungskonfektionär Hakro, der Betonsteineproduzent Rinn und das Technologieunternehmen Elobau zeigen, dass Transparenz der Lieferkette möglich ist. Elobau schlüsselt die Einkaufsumsätze beispielsweise nach den Standorten der direkten Lieferanten und deren Ursprungsländern auf. Hakro überzeugt mit expliziten Angaben zur Nachverfolgung und Einhaltung sozialer Standards bei seinen Lieferanten.

A.8 Gesellschaftliches Umfeld

Der Großteil der KMU erzielt mit der umfassenden Erläuterung der Corporate-Citizenship-Aktivitäten eine gute Bewertung im Bereich gesellschaftliches Umfeld (4 Punkte). Gut die Hälfte der KMU erreicht hier die Höchstpunktzahl. Auch fast alle anderen erfüllen die Anforderungen zumindest weitgehend. Vor allem nachhaltigen Pionierunternehmen gelingt es zudem oft gut, ihr Engagement in Nachhaltigkeitsinitiativen und ihren Beitrag zur Entwicklung von Nachhaltigkeitsstandards darzustellen und sich damit als Akteure mit gesellschaftlichem Gestaltungswillen zu positionieren.

B.1 Berichterstattung zu wesentlichen Themen

Die KMU-Berichte fokussieren in der Regel auf die wesentlichen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsthemen. Die Tiefe der Berichterstattung erreicht hierbei jedoch nicht immer das erforderliche Maß. Durchschnittlich erreichen die Berichterstatter bei diesem Kriterium 3,6 Punkte. Ein großer Teil der Berichterstatter vollzieht einen systematischen Prozess zur Identifizierung der wesentlichen Themen. Die Mehrzahl der Berichte – 33 von 40 – orientiert sich zudem an den Leitlinien der GRI.

B.2 Offenheit

Die durchschnittliche Bewertung beim Kriterium „Offenheit“ liegt wie bereits 2015 bei 3,3 Punkten. Ein Teil der KMU berichtet offen über die vom Unternehmen ausgehenden ökologischen, sozialen und ökonomischen Auswirkungen und die damit verbundenen Herausforderungen. Kritisch-reflektierende Darstellungen von Problemen, ungelösten Fragen oder Zielkonflikten sind allerdings nur in Einzelfällen anzutreffen. Positiv hervorzuheben ist hier der Bericht von Lebensbaum, der aktuelle Diskussionen offen thematisiert und in jedes Kapitel mit Stakeholder- bzw. Experteninterviews ergänzt.

B.3 Aussagekraft und Vergleichbarkeit der Daten

Mit 3,4 Punkten erreichen die KMU auch hinsichtlich ihrer Datenqualität einen guten Durchschnittswert. Viele Berichte machen eindeutige Angaben zu den Bilanzierungsgrenzen, machen Angaben zu Berechnungsmethoden, bilden Entwicklungen über die Zeit ab und gehen auf externe Prüfungen ein. Etwa 30 Prozent der Berichte weisen eine externe Berichtsprüfung nach. Den Positivbeispielen steht allerdings auf der anderen Seite eine recht große Anzahl von Berichten gegenüber, denen es nicht gelingt, ihre Nachhaltigkeitsleistung mit aussagekräftigen Daten zu hinterlegen, da sie beispielsweise keine Klarheit über die in den Bericht einbezogenen Unternehmensteile herstellen oder keine Zeitreihenvergleiche ermöglichen.

B.4 Kommunikative Qualität

Die durchschnittliche Bewertung der kommunikativen Qualität hat sich gegenüber 2015 deutlich verbessert und liegt nun bei 3,7 Punkten. Fast die Hälfte der Berichte überzeugt mit einer übersichtlichen Struktur sowie einer sehr hohen textlichen und gestalterischen Qualität und erreicht hier die Maximalbewertung. Der Nachhaltigkeitsbericht von Rinn zeigt beispielhaft, wie sich Onlineberichte logisch und leicht verständlich strukturieren lassen und den Leser/innen einen schnellen Überblick über die wesentlichen Themen ermöglichen.

5 SONDERAUSWERTUNG ZUM SDG-REPORTING

5.1 EINFÜHRUNG ZUR SONDERAUSWERTUNG

Die Sustainable Development Goals und die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen

Die globale Ökonomie auf den Pfad einer nachhaltigen Entwicklung zu bringen – das ist eine Aufgabe, an der nicht alleine die Staaten dieser Welt, sondern insbesondere auch die Akteure der Wirtschaft mitwirken sollten. Daher haben die Vereinten Nationen (UN) mit dem UN Global Compact bereits seit dem Jahr 2000 zahlreiche Unternehmen auf kooperative Weise in ihre globale Pflicht genommen. Auch mit den 17 Entwicklungszielen, den Sustainable Development Goals (SDGs), die sie im Jahre 2015 verabschiedet haben, adressieren die Vereinten Nationen die Wirtschaft und jedes einzelne Unternehmen. Mit dem **SDG Compass** liegt ein Leitfaden vor – The guide for business action on the SDGs –, an dem sich Unternehmen bei der praktischen Umsetzung orientieren können. Der fünfte Schritt in dieser Handlungsanleitung betrifft das Aufgabenfeld „Reporting and communicating". Die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen erscheint für Außenstehende als ein hilfreiches Instrument, um abzulesen, wie diese Unternehmen sich in Bezug auf die SDGs positionieren, also welche Strategien sie verfolgen und welche Maßnahmen sie ergreifen, um die globalen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Zielsetzung und Methodik

Vor diesem Hintergrund haben wir im Rahmen des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte 2018 erstmals die Berichterstattung hinsichtlich der Behandlung der Sustainable Development Goals untersucht.[29] Nach dem letzten Ranking der Nachhaltigkeitsberichte im Jahre 2015 konnte im aktuellen Durchgang eine erste Generation von Berichten berücksichtigt werden, die sich auf die SDGs beziehen (konnten). Bislang liegen erst wenige systematische Analysen der SDG-Berichterstattung von Unternehmen vor (vgl. GRI & UN Global Compact 2017a[30]; Oxfam 2018[31]). Daher wurde dieser ersten Untersuchung der Berichterstattung über die SDGs durch deutsche Unternehmen ein explorativer und analytisch deskriptiver Ansatz zugrunde gelegt. Das Ziel dieser Sonderauswertung zum SDG-Reporting ist es somit, einen grundlegenden Überblick über die Auseinandersetzung mit den SDGs in Nachhaltigkeitsberichten zu geben: In welchem Umfang, auf welche Weisen und mit welchen Schwerpunkten berichten die Unternehmen über die SDGs? Darüber hinaus werden Besonderheiten, die als (vergleichsweise) gute Berichterstattungspraxis aufgefallen sind, herausgestellt, um Anhaltspunkte für die Weiterentwicklung der SDG-Berichterstattung zu erhalten.

Methodisch wurde folgendermaßen vorgegangen: Für die Sonderauswertung wurden alle Unternehmen berücksichtigt, die mit ihren Berichten im Ranking der Großunternehmen und im KMU-Ranking bewertet wurden. All diese Nachhaltigkeitsberichte sowie relevante Zusatzdokumente

[29] Wesentliche Ergebnisse dieser Auswertung des SDG-Reportings sind am 27. Mai 2019 als Gastbeitrag für UnternehmensGrün e. V. veröffentlicht worden. https://www.unternehmensgruen.org/blog/2019/05/27/sdg-reporting-von-deutschen-unternehmen/

[30] GRI & UN Global Compact 2017a: Business Reporting on SDGs. An Analysis of the Goals and Targets

[31] Oxfam 2018: Walking the Talk. Assessing companies' progress from SDG rhetoric to action.

wurden mittels einer qualitativen Textanalyse mithilfe der Software MAXQDA ausgewertet. Die Seitenzahlen der folgenden Quellenangaben beziehen sich jeweils auf den Nachhaltigkeitsbericht des entsprechenden Unternehmens, der in den Ergebnistabellen für die Großunternehmen (vgl. 3.2.1) und die KMU (vgl. 4.2.1) im Ranking 2018 untersucht wurde.

5.2 UMFANG DER BERICHTERSTATTUNG ÜBER SDGS

Als erstes stellt sich die Frage, wie viele der 69 Großunternehmen und 40 KMU überhaupt die Sustainable Development Goals (SDGs) in ihren Berichten behandelt haben. Die Analyse hat ergeben, dass die SDGs nur in 53 der insgesamt 109 Nachhaltigkeitsberichte explizit thematisiert werden, d.h. in etwas mehr als der Hälfte aller Berichte finden sich keinerlei Erwähnungen der SDGs oder Bezüge zu ihnen. Bemerkenswert ist dabei die Verteilung zwischen Großunternehmen und Mittelständlern: Von den Großunternehmen berichten 44, also rund 64 Prozent, zu den SDGs, bei den mittelständischen Unternehmen indessen neun, also rund 23 Prozent.

Da sich die Behandlung der SDGs in den Berichten häufig auf mehrere Textstellen verteilt und manchmal zahlreiche, aber eher sporadische Bezüge (oft nur Erwähnungen, einzelne Sätze oder kurze Absätze) zu finden sind, ist der Umfang der Berichterstattung über die SDGs schwer zu bemessen. Als Indikatoren für die Ausführlichkeit, mit der sich ein Unternehmen in seinem Nachhaltigkeitsbericht mit den SDGs auseinandersetzt, kann man den Umfang von zusammenhängenden Passagen, die ausschließlich den SDGs gewidmet sind, heranziehen: also Kapitel, tabellarische Übersichten und gesonderte Dokumente eigens zu den SDGs.

Eigene Kapitel zum Thema SDGs findet man in den Nachhaltigkeitsberichten von 16 Unternehmen. Davon sind zwölf Großunternehmen und vier mittelständische Unternehmen. Der Umfang dieser Kapitel variiert allerdings beträchtlich und reicht von einer Seite (Telefónica) bis 26 Seiten (Vaude). Der Großteil der Kapitel ist ein bis drei Seiten lang. Einige Unternehmen veröffentlichen auch **tabellarische Übersichten**, in denen durchgehend Bezug auf die SDGs genommen wird. Dies ist bei zwölf Unternehmen (ein KMU und elf Großunternehmen) der Fall, bei manchen Unternehmen mehrfach. Auch hier variiert der Umfang dieser Übersichten und reicht von nur einer halben Seite (Deutsche Bank) bis zu neun Seiten (Audi). Zu unterscheiden ist hierbei zwischen tabellarischen Übersichten, bei denen die SDGs im Mittelpunkt stehen (9) und solchen, bei denen neben anderen Inhalten am Rande auch auf die SDGs verwiesen wird (6). Bei der ersten Gruppe handelt es sich vorrangig um Tabellen, die die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und Handlungsfelder für das Unternehmen darstellen; die zweite Gruppe von tabellarischen Übersichten stellt vor allem die Beiträge des Unternehmens zu den von ihnen als relevant eingestuften SDGs dar (vgl. 5.5 und 5.6).

Neben den Bezügen zu den SDGs innerhalb des Nachhaltigkeitsberichts, verweisen sieben Unternehmen auf zusätzliche **Formate außerhalb des Berichts**, die ausschließlich den SDGs gewidmet sind (davon sechs Großunternehmen und ein mittelständisches). Sechs von den sieben Unternehmen verweisen dabei auf Online-Inhalte, deren Länge etwa zwei bis fünf Seiten entspricht.

5.3 ART UND WEISE DER BEHANDLUNG UND DARSTELLUNG DER SDGS

In den untersuchten Nachhaltigkeitsberichten werden die SDGs auf unterschiedliche Arten und in verschiedenen Formen behandelt – sowohl in textlicher als auch in grafischer Hinsicht. Eine sporadische Erwähnung der SDGs im Laufe des Berichtstextes kommt häufiger vor, soll hier aber keine weitere Berücksichtigung erfahren. Erwähnenswert ist, dass acht Unternehmen an prominenter Stelle Bezug auf die SDGs nehmen, nämlich in den **Statements** des Vorstandes am Anfang des Nachhaltigkeitsberichts. Im Bericht der Allianz nehmen auch Corporate-Responsibility-Verantwortliche an drei Stellen in kurzen Statements Bezug auf die SDGs. Im Bericht der Commerzbank findet sich ein **Interview** mit Georg Kell, einem Mitbegründer des UN Global Compact, in dem es um die SDGs und ihre Bedeutung für die Finanzwirtschaft geht. Die Unternehmen Deutsche Bahn, Schaeffler und Neumarkter Lammsbräu platzieren in einem Glossar am Ende des Berichts eine **Definition** bzw. kurze Erklärung der SDGs.

Bevor die textliche Behandlung der SDGs unter ausgewählten inhaltlichen Gesichtspunkten in den folgenden Abschnitten analysiert wird, soll noch auf die häufig anzutreffenden **grafischen Darstellungen** zur Auseinandersetzung mit den SDGs eingegangen werden. Zu unterscheiden sind Schaubilder und tabellarische Darstellungen. Meistens sind die Schaubilder rein bildliche Darstellungen der SDG-Icons mit wenig Informationsgehalt. Auf die wenigen interessanteren, weil aussagekräftigeren Schaubilder wird an passender Stelle im Folgenden einzeln eingegangen.

21 Unternehmen verwenden in ihrem Nachhaltigkeitsbericht **tabellarische Darstellungen** mit Bezügen zu den SDGs. Tabellen, in denen die SDGs aufgeführt werden, sind vor allem Übersichten über die Nachhaltigkeitsthemen sowie Ziele und Maßnahmen des jeweiligen Unternehmens. Manche Unternehmen haben für ihren Bericht einen **Index** erstellt, in dem die SDGs angeführt werden. Aldi Nord beispielsweise listet alle 17 SDGs auf mit Verweisen zu den Textstellen mit weiteren Informationen dazu (S. 69), während Volkswagen und Talanx die SDG-Bezüge in den GRI-Index integrieren. Diese Indizes beziehen sich in manchen Berichten auf alle 17 SDGs (z. B. Aldi Nord, Linde und Vaude) und teilweise nur auf für das Unternehmen als relevant eingestufte SDGs (z. B. Innogy, Deutsche Telekom, Merck).

5.4 SDGS IN WESENTLICHKEITSANALYSEN

In vielen Nachhaltigkeitsberichten wird im Rahmen der Erläuterungen zu den **Wesentlichkeitsanalysen** der Unternehmen auf die SDGs eingegangen. Das heißt, sie spielen eine Rolle bei der Ermittlung der Themen, die für die Berichterstattung bzw. für die Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmen als wesentlich eingestuft werden. Eine explizite Bezugnahme auf die SDGs im Rahmen der Wesentlichkeitsanalysen kann in den Berichten von elf Unternehmen festgestellt werden (Audi, BayernLB, Baywa, BMW, Hochtief, KFW, Lidl, Münchner Rück, Siemens, TUI und Uniper). Der Touristikkonzern TUI kündigt in seinem 2017er Bericht für das Folgejahr an, seine Wesentlichkeitsanalyse im Lichte der SDGs zu überarbeiten (S. 8).

Welche Rolle die SDGs nun genau bei den Wesentlichkeitsanalysen der Unternehmen gespielt haben, wird insgesamt eher oberflächlich dargestellt. Wenngleich in Gestalt von ansprechenden Abbildungen ordnen etwa Hochtief (S. 34) und Uniper (S. 28/29) die relevanten SDGs den wesentli-

chen Themen lediglich zu – ohne zu erklären oder zu begründen, wie es zu dieser Zuordnung gekommen ist. In anderen Fällen wird im Text eine Orientierung an den SDGs bei der Wesentlichkeitsanalyse behauptet – wie diese genau ausgefallen ist, bleibt jedoch verborgen. Exemplarisch mag dies ein Zitat aus dem Bericht der Münchener Rück veranschaulichen: „Bei der Entwicklung unserer neuen Strategie haben wir uns von diesen SDGs leiten lassen." (S. 6) – ähnlich: BayernLB (S. 238)[32], BMW (S. 17)[33] und Lidl (S. 25)[34]. Audi hat im Rahmen seiner Wesentlichkeitsanalyse „beispielsweise auch bewerten lassen, zu welchen Zielen der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (SDGs) die Automobilindustrie den größten Beitrag leisten kann und soll." (S. 14)

Erläuterungen zur Methodik finden sich nur bei drei Unternehmen: Die KFW erklärt die Vorgehensweise bei der Bewertung des möglichen Umfangs, zur Erreichung der SDGs beizutragen, mit unterschiedlichen Scopes für die Nachhaltigkeitsthemen: global beim Bankgeschäft und standortbezogen beim Bankbetrieb (S. 13). Siemens erläutert, wie die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse durch die Bewertung des SDG-Beitrages teils bestätigt, teils erweitert wurden (S. 10). Am ausführlichsten behandelt die BayWa, welche Rolle die SDGs methodisch bei der Wesentlichkeitsanalyse gespielt haben. Zunächst hält sie fest, dass im Zuge der Überprüfung ihrer strategischen Ausrichtung „die Definition der wesentlichen Themen für Steuerung und Reporting entlang von elf ausgewählten SDGs" aktualisiert worden sei (S. 10) und gibt Informationen zur methodischen Vorgehensweise wie den Verweis auf eine 10-Punkte-Skala und die Arbeit eines Steuerkreises (S. 11). Das Ergebnis wird dann in einem Schaubild zusammengefasst, in dem die relevanten SDGs den wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen des Konzerns zugeordnet werden (S. 12).

5.5 IDENTIFIKATION VON SCHLÜSSEL-SDGS

Schlüssel-SDGs oder „Focus SDGs" (Allianz) meinen eine Auswahl aus den 17 SDGs, der das Unternehmen eine besondere Bedeutung beimisst. Schlüssel-SDGs haben eine direkte Relevanz bei der Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse. Gleichwohl wird die Bestimmung der wesentlichen Themen und die Bestimmung der wesentlichen SDGs nur in einigen Fällen zusammenhängend dargestellt. Die Identifikation einer Reihe von Schlüssel-SDGs ist in den Berichten weit verbreitet – auch jenseits von Wesentlichkeitsanalysen: 28 Unternehmen benennen ihre Schlüssel-SDGs, davon 23 Großunternehmen und fünf KMU. Die Anzahl der angegebenen Schlüssel-SDGs reicht von zwei bei Bayer (SDGs 2&3), Eon (SDGs 7&13) und Lufthansa (SDGs 12&13) bis zu elf bei der Deutschen Telekom und bei Infineon, zwölf bei Talanx und sogar 13 bei Telefónica. Die meisten Unternehmen, die Schlüssel-SDGs identifiziert haben, berichten dann schwerpunktmäßig über diese Auswahl. Es kommt aber auch vor, dass Unternehmen nach der Identifikation ihrer Schlüssel-SDGs dann doch etwas zu allen 17 SDGs schreiben (Deutsche Telekom, Evonik). Die Münchner Rück betrachtet ein einzelnes SDG, und zwar Nummer elf „Sustainable Cities and Communities", als so wesentlich, dass sie es in einem eigenen Kapitel behandelt (S. 114f.).

In vielen Fällen werden die Schlüssel-SDGs einfach nur genannt, aber nicht hergeleitet oder begründet. Dort, wo **Erklärungen zum Zustandekommen der Schlüssel-SDGs** angegeben werden, unterscheiden sich die Ausführungen in Umfang und Qualität. In wenigen Fällen werden die Schlüssel-

[32] BayernLB: „Ausgangspunkt für die Festlegung der wesentlichen Themen sind dabei die UN Sustainable Development Goals (SDGs), die die gem. CSR-RUG relevanten Aspekte umfassen." (S. 238)

[33] BMW: „Als Grundlage der Wesentlichkeitsanalyse 2015 diente eine Themenliste auf Basis der [...] der UN Sustainable Development Goals (SDGs)." (S. 17)

[34] Lidl: „Orientiert an den „Sustainable Development Goals (SDGs), den UN-Nachhaltigkeitszielen, haben wir für unsere Nachhaltigkeitsstrategie die für unser Unternehmen wesentlichen Themen herausgefiltert und definiert." (S. 25)

SDGs mit dem Verweis auf einen Abgleich mit den Nachhaltigkeitsmaßnahmen (Bosch, S. 7) oder mit den Nachhaltigkeits- und Umweltzielen bzw. dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsprogramm (Assmann, S. 85) hergeleitet. Eine weitere Variante ist, die Schlüssel-SDGs schlicht als Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse auszuweisen, wie es Uniper (S. 7), BMW (S. 16) und Alstria (S. 10) getan haben. Ähnlich kurz gehalten ist die ebenfalls methodische Begründung, die Schlüssel-SDGs seien aus Stakeholder-Befragungen hervorgegangen, bei Audi (S. 14) und der Deutschen Bahn (S. 32).

Eine wirklich **inhaltliche Begründung** der Schlüssel-SDGs in den Berichten ist die Ausnahme. Eine solche hat Linde gegeben: „Im Mittelpunkt stehen dabei unsere Auswirkung auf Aspekte der Ziele sowie die Möglichkeit, einen positiven Beitrag zum Erreichen der Ziele zu leisten. Linde hat Einfluss auf die Entwicklungsziele über Produkte und Services, eine verantwortungsvolle Produktion, die Kooperation mit Partnern sowie über das gesellschaftliche Engagement." (S. 19) Dieses Zitat macht darauf aufmerksam, wie bedeutsam die Semantik ist, die in den Umschreibungen der Schlüssel-SDGs zu finden ist. So werden sie teils eher pragmatisch schlicht als diejenigen SDGs verstanden, „auf die wir uns in unserer künftigen Arbeit fokussieren wollen" (Evonik, S.18) oder als die mit einer „für das Unternehmen besondere[n] Relevanz" (Bosch, S. 7). Stärker inhaltlich begründet sind dagegen solche Verständnisse, die Einfluss und Wirkung als Maßstäbe für die Bedeutung der SDGs heranziehen: So schreibt BMW von den „größten Wirkungsmöglichkeiten bei der Umsetzung der folgenden SDGs" (S. 16) und Audi führt die „größten Auswirkungen bzw. den größten Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung" (S. 14) als Kriterium an. Ähnliche Formulierungen finden sich bei der Deutschen Bahn (S. 32)[35] und Daimler (S. 7)[36].

Aus dem Maßstab „größtmöglicher Einfluss" kann man dann eine entsprechende Darstellungsform ableiten, der gemäß die SDGs graduell nach ihrer Bedeutung für das Unternehmen abgestuft werden. Dies zeigt Covestro (S. 13) in einem Schaubild auf; auch Siemens unterscheidet in relativ ausführlichen Textpassagen zwischen SDGs, auf die sie einen großen, einen mittleren und einen geringen Einfluss haben (S. 6ff.).

Neben den erwähnten methodischen Herleitungen, die eher oberflächlich gehalten sind, wird in wenigen Fällen die **Methodik bei der Bestimmung der Schlüssel-SDGs** ausführlicher dargestellt. Dazu gehören interessanterweise die beiden Unternehmen, die als einzige explizit angeben, sich an dem offiziellen Leitfaden „Integrating the Sustainable Development Goals into Corporate Reporting"[37] orientiert zu haben: die Allianz (S. 8) und Covestro (S. 12f.). Erläuterungen zur Methodik bei der Bestimmung der Schlüssel-SDGs macht auch die Rewe Group (S. 10). Besonders hervorhebenswert ist in diesem Zusammenhang schließlich eine eigene Internetseite von Evonik, die den „konzernrelevanten Sustainable Development Goals" gewidmet ist. Denn dort wird „ein eigenständiger Methodenansatz, der uns anhand qualitativer quantitativer Kriterien hilft, die für Evonik besonders relevanten SDGs zu identifizieren", textlich erläutert und als detailliertes Schaubild grafisch dargestellt.

[35] „Hier können wir [...] über unsere Produkte und Services die größte Wirkung entfalten." (Deutsche Bahn, S. 32)

[36] „Fokussierung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten auf jene SDGs [...], die durch unser Geschäftsmodell und unsere Wertschöpfungskette maßgeblich beeinflusst werden und bei denen wir tatsächlich Veränderungen bewirken können." (Daimler, S. 7)

[37] GRI & UN Global Compact 2017b: Business Reporting on SDGs. Integrating the SDGs into Corporate Reporting: A Practical Guide.

5.6 DARSTELLUNG DER BEITRÄGE ZU DEN SDGS

16 Unternehmen stellen ihren Beitrag zur Erreichung der SDGs gebündelt in Form einer Tabelle oder Übersicht dar, davon zwölf Großunternehmen und vier KMU. Die Unternehmen verwenden dabei teilweise eine unterschiedliche **Terminologie**: Neben dem am häufigsten gebrauchten Begriff „Beitrag“ (Allianz, Bayer, Commerzbank, Deutsche Telekom, Henkel, Linde, Schaeffler, Talanx, TUI sowie Alstria, Stadtreinigung Hamburg, Vaude) werden die entsprechenden Passagen auch mit „Maßnahmen“ (Talanx sowie Hakro), „Aktivitäten“ (Henkel, Merck) oder „Umsetzung“ (Infineon) überschrieben.

In einem Teil der Fälle werden die Beiträge der Unternehmen in diesen Übersichten für alle 17 SDGs aufgeführt (Bayer, Commerzbank, Deutsche Telekom, Henkel, Linde und Vaude), in einem anderen Teil nur für die identifizierten Schlüssel-SDGs (Allianz, Infineon, Merck, RWE, Schaeffler, Talanx, TUI sowie Alstria, Hakro, Stadtreinigung Hamburg). Dort, wo die Maßnahmen nur (stichwortartig) aufgelistet sind, gibt es Verweise auf die Seiten im Bericht (Innogy, Merck, RWE, Talanx sowie Hakro) oder Links zu Internetseiten (Linde und Vaude), wo die jeweiligen Maßnahmen erläutert werden. Die Stadtreinigung Hamburg stellt den Absätzen zu ihren Beiträgen noch jeweils einen Absatz zur Relevanz der jeweiligen SDGs voran.

Manche Unternehmen geben für ihre **CSR-Handlungsfelder** oder **Unternehmensbereiche** an, welche SDGs jeweils (besonders) relevant sind. Eine interessante Darstellungsform wählt Covestro, das in einer Tabelle für seine fünf Handlungsfelder den Beitrag zu allen 17 SDGs jeweils mit „hoch“, „mittel“ oder „niedrig“ einstuft (S. 13). Die Schaeffler Gruppe verweist zu Beginn eines jeden Kapitels – und damit für jeden CSR-Handlungsbereich – darauf, inwiefern das Unternehmen, seine Aktivitäten und seine Produkte zur Erreichung einzelner SDGs beitragen. Der Mittelständler Elobau nennt in einer Übersichtstabelle (S. 46f.) Beispiele für alle Branchen, in denen seine Produkte eingesetzt werden, und ordnet diese einzelnen SDGs und Grundbedürfnissen von Menschen (nach dem Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie) zu.

Als vergleichsweise **beste Behandlung des SDG-Beitrages** von Unternehmen sind die Darstellungen von Siemens und Vaude hervorzuheben, weil sie besonders umfassend und aussagekräftig ausfallen. Der Bericht von Siemens erläutert in jedem Kapitel und damit für jeden Handlungsbereich den Beitrag des Unternehmens zur Erreichung der SDGs relativ ausführlich. Vaude gibt in seinem (englischsprachigen) Extradokument „Our contribution to Sustainable Development Goals“ für jedes einzelne SDG systematisch Antworten auf die Fragen, wie das Unternehmen seine Verantwortung auf nationaler und globaler Ebene wahrnimmt und wie die konkreten Beiträge sowohl im Unternehmen als auch in der Lieferkette aussehen.

Manche Unternehmen bringen die SDGs in einen Zusammenhang mit **Kennzahlen und Messgrößen**. Die Deutsche Bahn, die Deutsche Telekom und Metro stellen diesen Zusammenhang in tabellarischen Übersichten dar: Während Metro im Kapitel zu Kennzahlen einfach hinter ausgewählten Kennzahlen ein zugehöriges SDG angibt (z. B. „Arbeitsunfälle (1.000-Mann-Quote) SDG3“ oder „Investitionen in das Gemeinwesen SDG17“), führt die Deutsche Bahn eine Index-Tabelle an (S. 31), in der den wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen sowohl einzelne SDGs als auch steuerungsrelevante Kennzahlen (mit Seitenverweisen) zugeordnet sind. Die Deutsche Telekom verweist auf das bestehende CR-Controlling mit seinen Kennzahlen und ordnet in einer Tabelle jedem der 17 SDGs eine oder mehrere (mehr oder weniger aussagekräftige) Mess- oder Steuerungsgrößen zu (S. 40f.).

Die KFW skizziert für ihre Tochterfirma DEG (Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft mbH), wie diese mit einem neu entwickelten „Development Effectiveness Rating“, das an den SDGs

ausgerichtet ist, „die Entwicklungsbeiträge jedes Kunden über fünf Wirkungskategorien bewertet“ (S. 45). Ähnlich kündigt die Otto Group an, bei der Weiterentwicklung ihres „fact based CR Management“ mit dem Namen *impACT* zum Zwecke der sozialen und ökologischen Wirkungsbewertung die SDGs einzubeziehen.

Manche Unternehmen stellen in ihren Berichten dar, inwiefern **einzelne Produkte** in Zusammenhang mit den SDGs stehen. So gibt die Deutsche Bank in einer Tabelle an, welche ihrer Nachhaltigkeitsfonds zu welchen SDGs beitragen (S. 32). Die Munich Re erläutert in einem Abschnitt, wie ihr 2017 gegründetes Tochterunternehmen Sustainable Finance Risk Consulting mit Partnern „Risikotransferlösungen“ entwickelt, „um Privatinvestitionen in SDG Projekte zu mobilisieren“ (S. 116). In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass Evonik eine neue Methodik erläutert, „die es uns ermöglicht, Wertschöpfungsketten hinsichtlich ihrer Beiträge zu den SDGs zu bewerten“, wobei das Unternehmen begonnen habe, „erste Wertschöpfungsketten ausgewählter Produkte zu analysieren“ (S. 18).

Ein weiterer Ansatz, den Beitrag eines Unternehmens zur Erreichung der SDGs darzustellen, findet sich beim Chemiekonzern Henkel, der seine gesellschaftlichen Förderprojekte in einer Tabelle prozentual nach den 17 SDGs aufteilt (S. 148). Erwähnenswert in der Reihe der Aktivitäten mit SDG-Bezug, über die Unternehmen berichten, sind auch **kommunikative Maßnahmen**. Aktivitäten zur Information der Mitarbeiter über die SDGs finden sich in den Berichten der Deutschen Telekom (Posteraktion, S. 40) und der Deutschen Bahn (Photowettbewerb, S. 32), die zudem angibt, auch SDG-bezogene Kommunikationsaktivitäten in Richtung Kunden zu planen.

5.7 FAZIT ZUM SDG-REPORTING

Nur drei Jahre, nachdem die SDGs verabschiedet wurden, bezieht sich eine nennenswerte Anzahl von deutschen Unternehmen in ihren Nachhaltigkeitsberichten auf die globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen. Die Art der Darstellung lässt vermuten, dass in den künftigen Nachhaltigkeitsberichten dieser Unternehmen die SDGs auch weiterhin eine Rolle spielen werden. Eine systematische, ausführliche und tiefgehende Behandlung der SDGs ist zum jetzigen Zeitpunkt allerdings noch nicht zu konstatieren. Allenfalls wenige Ausnahmen – so insbesondere die Berichte der Unternehmen Allianz, Siemens und Vaude – demonstrieren, wie eine gründliche Auseinandersetzung mit den SDGs die Nachhaltigkeitsberichterstattung bereichern kann.

Die Auseinandersetzung mit den SDGs kann für die betreffenden Unternehmen eine motivierende Wirkung haben und führt bestenfalls dazu, dass sie ihr Nachhaltigkeitsmanagement systematisch darauf ausrichten. Als Ziele, zu deren Erreichen die Unternehmen beitragen können, verleiten die SDGs jedoch dazu, allein in positiven Kategorien zu denken. Das bedeutet: Wenn die Auseinandersetzung mit den SDGs dazu führt, dass die Unternehmen einseitig über ihre Beiträge, Einflussmöglichkeiten und positiven Wirkungen auf die SDGs berichten, dann kann – bei allen wünschenswerten Effekten – darin auch ein Wermutstropfen liegen: Es droht ein grundlegendes Merkmal anspruchsvoller Nachhaltigkeitsberichterstattung unter den Tisch zu fallen – nämlich die (selbst)kritische Auseinandersetzung mit den Unzulänglichkeiten, Zielkonflikten und nachhaltigkeitsschädlichen Wirkungen von Unternehmen. Die Zukunft wird zeigen, ob Unternehmen auch die andere Seite der Medaille bearbeiten und offen über ihren negativen Einfluss auf die SDGs berichten werden.

6 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2018 haben das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und die Unternehmensvereinigung future die Nachhaltigkeitsberichte von 69 Großunternehmen und von 40 kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) auf Basis umfassender Kriteriensets analysiert. Die **Spitzenplatzierungen** im Ranking 2018 haben sich zum letzten Ranking 2015 leicht verändert – sie werden insgesamt aber von Unternehmen eingenommen, die sich bereits in der Vergangenheit durch eine gute Berichterstattung ausgezeichnet haben. Bei den KMU belegen die Nachhaltigkeitsberichte von Vaude, Lebensbaum und Memo die ersten drei Ränge. Die besten drei Berichte der Großunternehmen stellen Rewe, BMW und die Deutsche Telekom.

Im Ergebnis zeigt das Ranking der Großunternehmen, dass die **Anzahl der Nachhaltigkeitsberichte deutlich zunimmt**. Von den 100 größten deutschen Unternehmen veröffentlichen 69 einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht oder einen integrierten Geschäftsbericht. Umgekehrt ist die **Quote der Nichtberichterstatter weiter rückläufig**. Die 31 Großunternehmen ohne Nachhaltigkeitsbericht können größtenteils auf Berichterstattung ihrer Mutterkonzerne oder auf andere Berichtsformate, wie z. B. nichtfinanzielle Erklärungen oder Umweltberichte, verweisen. Acht Großunternehmen werden als Nichtberichterstatter gewertet, da sie nur geringfügige Nachhaltigkeitsinformationen auf ihren Websites veröffentlichen.

Die **Berichtsqualität bei den Großunternehmen bleibt weitgehend stabil**. Bei den Großunternehmen bleibt die Berichtsqualität ungefähr auf dem Niveau des letzten Rankings. Der durchschnittliche Punktwert liegt 2018 mit 314 Punkten leicht unter dem Wert von 2015 (322 Punkte). Insbesondere bei den Anforderungen zur Mitarbeiterverantwortung sowie zum gesellschaftlichen Umfeld haben sich die Bewertungen gegenüber 2015 verschlechtert. Leichte Verbesserungen sind dagegen bei der managementbezogenen Berichterstattung und den Darstellungen zur Verantwortung in der Lieferkette erkennbar. Viele **KMU** haben ihre Berichterstattung in den letzten Jahren professionalisiert und ausgebaut. So hat sich auch die durchschnittliche Bewertung der KMU gegenüber dem letzten Ranking **weiter verbessert**. Die größten Fortschritte gab es bei der Berichterstattung zur Lieferkettenverantwortung.

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte von Großunternehmen unterscheidet zwölf Branchen bzw. Branchencluster. Die **Branchenauswertung** hat ergeben, dass die **Banken** mit durchschnittlich 374 Punkten im Branchenvergleich **am besten abschneiden**. Die Automobilunternehmen, die in den letzten Ranking-Durchgängen das beste Branchenergebnis erzielten, rangieren nun dagegen mit durchschnittlich 330 Punkten nur noch auf dem vierten Rang der Ranking-Branchen. Im Vergleich der Branchen zeigen sich auch deutliche Unterschiede bei den Berichterstatterquoten. Der Anteil an berichterstattenden Unternehmen ist in den Branchen bzw. Branchenclustern Transport / Logistik / Tourismus, Chemie / Pharma und Automobil sehr hoch, während in der Grundstoffindustrie eine sehr geringe Quote vorzufinden ist.

Diverse **Faktoren** tragen dazu bei, dass sich die Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher Unternehmen dynamisch weiterentwickelt. Auffällig im Rahmen des Rankings 2018 sind dabei insbesondere die Implikationen aus der 2017 in Kraft getretenen **CSR-Berichtspflicht** (für die Großunternehmen), die neuen Möglichkeiten durch eine Bezugnahme auf die Sustainable Development Goals (**SDGs**) der Vereinten Nationen (bei Großunternehmen wie KMU) sowie die fortgesetzte **Standardisierung** durch die Anwendung der GRI-Leitlinien (gerade auch bei den KMU) und die Orientierung an den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie (bei einigen KMU).

Die Ergebnisse des Rankings haben gezeigt, dass die **berichtspflichtigen Großunternehmen überdurchschnittlich gute Bewertungen** erzielen konnten. Vor allem mit ihrer Berichterstattung zu Managementsystemen und Compliance sowie mit ihrem Fokus auf wesentliche Themen können diese Unternehmen punkten. Die **Sonderauswertung der Berichterstattung zu den SDGs** hat ferner gezeigt, dass die Unternehmen insbesondere bei ihren Wesentlichkeitsanalysen und bei der inhaltlichen Strukturierung ihrer Berichte auf die SDGs Bezug nehmen. Allerdings lässt sich bislang allenfalls in wenigen Ausnahmefällen eine systematische, ausführliche und tiefgehende Behandlung der SDGs feststellen.

Die Gesamtschau auf die Nachhaltigkeitsberichte im Ranking macht weiterhin deutlich, dass die **Standardisierung weiter zunimmt**. Mit wenigen Ausnahmen richten die Großunternehmen ihre Berichterstattung an den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) aus. Genau wie die Großunternehmen orientieren sich die KMU zunehmend an den GRI-Standards. Bei ihnen ist der Anteil der GRI-Berichterstatter auf 80 Prozent angestiegen. Die GRI-Anforderungen werden dabei zum Teil von kleinen Unternehmen mit einem noch höheren Maß an Transparenz und Offenheit erfüllt als bei den Großunternehmen. Zunehmend werden die Berichte auch externen Prüfungen unterzogen. Einige KMU haben zudem begonnen, ihre Berichte nach den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie zu erstellen. Diese Berichte können mit substanziellen Aussagen zu vielen gesellschaftlich und unternehmensethisch relevanten Themen überzeugen.

Die Informationsbedürfnisse, die an Unternehmen gerichtet werden, nehmen weiter zu und differenzieren sich aus. Viele der an sie gestellten Anforderungen können Unternehmen erfüllen, indem sie ihre Berichte nach den GRI-Kriterien ausgestalten und die Vorgaben der CSR-Berichtspflicht befolgen. Aber um den stetig steigenden **Erwartungen gesellschaftlicher Stakeholder** an eine glaubwürdige Darstellung der Unternehmensverantwortung gerecht zu werden, reicht das oft nicht aus. Wie die Kriterien und Ergebnisse des Rankings verdeutlichen, findet eine transparente Offenlegung kontroverser Themen und negativer Auswirkungen sowie eine Reflektion von Zielkonflikten und Misserfolgen in den meisten Berichten (von Großunternehmen) nur unzureichend statt.

Die **zukünftige Berichterstattung** steht also vor der Herausforderung, ihre Glaubwürdigkeit weiter zu verbessern, indem sie neben den formalen Anforderungen der Berichtspflicht und der GRI-Standards noch stärker auf Stakeholder-Einbindung, Nachvollziehbarkeit, Vergleichbarkeit und Selbstkritik setzt. Dabei geht es darum, die unterschiedlichen Ansprüche an Themen, Formate und textliche Gestaltung zu einem stimmigen Gesamtkonzept der Nachhaltigkeitskommunikation zusammenfügen – sei es durch eine weitgehende Integration aller Anforderungen innerhalb eines Berichts oder durch ein Plattformkonzept, das verschiedene Kommunikationsformate wie GRI-Bilanzen, Nachhaltigkeitsmagazine oder nichtfinanzielle Erklärungen verknüpft.

Schließlich wird es für die Qualität der zukünftigen Berichterstattung auch darauf ankommen, inwieweit es ihr gelingt, neue gesellschaftliche Herausforderungen und entsprechende Verantwortungsbereiche als neue Themen ihres Nachhaltigkeitsmanagements plausibel zu machen. Dazu zählen sicherlich die gestiegenen Anforderungen an die **menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten** von Unternehmen. Dazu gehört ferner, das teilweise begonnene **SDG-Reporting** von einem eher oberflächlichen Strukturierungsmerkmal der Berichterstattung zu einer nachvollziehbaren Darstellung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie weiterzuentwickeln.

Nicht zuletzt wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Zukunft durch den **Megatrend der Digitalisierung** weiter geprägt werden. Digitalisierung hat weitreichende Implikationen für das Reporting sowohl auf der technisch-operativen als auch auf der inhaltlichen Ebene. Das heißt: Mit den verbesserten Möglichkeiten der Erhebung, Verarbeitung und Aufbereitung nachhaltigkeitsrelevanter Daten durch Digitalisierung werden die unternehmensinternen Managementprozesse wie auch

die unternehmensübergreifenden Kommunikations- und Analyseprozesse erleichtert. Eine Nachhaltigkeitsberichterstattung, die sich dieses Trends annimmt, wird **systematische Vergleiche und Nachhaltigkeitsbenchmarkings** – und damit den Wettbewerb um die beste Nachhaltigkeitsperformance – befördern. Auf der inhaltlichen Ebene wird sich zeigen, inwiefern die neuen Verantwortungen von Unternehmen, die sich aus den neuen Möglichkeiten und Begleiteffekten der Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse ergeben, glaubwürdig als die Übernahme einer **Corporate Digital Responsibility** in den Berichten dargestellt werden.

7 ANHANG

7.1 GESAMTTABELLE DER GROßUNTERNEHMEN

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future
2018

Tabelle 21:Gesamttabelle der Großunternehmen

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-punktzahl	Rang				
				2018	2015	2011	2009	2007
1	Rewe Group	Handel	512	1	10	33	21	C
2	BMW Group	Automobilhersteller	502	2	1	1	3	10
3	Deutsche Telekom AG	Medien und Informations-dienstleister	477	3	8	6	24	37
4	Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) AöR	Banken	461	4	7	8	9	38
5	Commerzbank AG	Banken	456	5	4	22	25	46
6	Merck KGaA	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	426	6	18	32	13	12
7	Deutsche Bahn AG	Transport, Logistik, Tourismus	419	7	34	A	5	12
8	Bayer AG	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	417	8	14	5	12	7
9	Volkswagen AG	Automobilhersteller	412	9	5	9	6	9
10	KFW Bankengruppe	Banken	403	10	3	A	28	31
11	Siemens AG	Maschinenbau und Technolo-gie	387	11	17	2	2	C
12	Henkel AG & Co. KGaA	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	382	12	21	11	11	14
13	Evonik Industries AG	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	374	13	26	30	29	17
14	BASF-Gruppe	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	370	14	33	3	1	3
15	Aldi-Gruppe (Aldi-Nord)	Handel	360	15	D	E	X	X
16	Allianz Group	Versicherer	358	16	25	28	41	C
17	Hannover Rück SE	Versicherer	357	17	19	-	-	-
18	Bayerische Landesbank AöR	Banken	355	18	23	39	38	C
19	DZ Bank Gruppe	Banken	351	19	9	30	44	D
20	HeidelbergCement AG	Grundstoffindustrie	347	20	45	37	47	23
20	Talanx AG	Versicherer	347	20	D	X	E	X

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-punktzahl	Rang				
				2018	2015	2011	2009	2007
22	Telefónica Deutschland Holding AG	Medien und Informations-dienstleister	346	22	B	24	17	35
23	Innogy SE	Energieversorger	343	23	-	-	-	-
23	Lidl Deutschland	Handel	343	23	X	D	X	X
25	Aurubis AG	Grundstoffindustrie	339	25	49	49	42	C
26	R+V Versicherung AG	Versicherer	335	26	47	E	E	X
27	Otto Group	Handel	332	27	12	10	10	1
28	Norddeutsche Landesbank (NordLB) AöR	Banken	330	28	31	A	A	E
29	ZF Friedrichshafen AG	Maschinenbau und Technolo-gie	328	29	36	D	D	C
30	ERGO Group AG	Versicherer	327	30	22	-	-	-
31	Continental AG	Maschinenbau und Technolo-gie	323	31	A	A	A	C
31	Covestro AG	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	323	31	-	-	-	-
31	Deutsche Post AG	Transport, Logistik, Tourismus	323	31	46	18	44	45
34	Linde AG	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	321	34	A	47	A	39
35	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	Energieversorger	315	35	A	A	A	28
36	Audi AG	Automobilhersteller	312	36	24	-	-	49
37	Adidas AG	Handel	311	37	27	21	30	17
38	BayWa AG München	Handel	309	38	A	E	D	C
39	Infineon Technologies AG	Maschinenbau und Technolo-gie	308	39	A	C	D	C
40	Schaeffler AG	Maschinenbau und Technolo-gie	306	40	C	C	C	E
41	SAP SE	Medien und Informations-dienstleister	304	41	A	23	43	C
42	Münchener-Rück-Gruppe	Versicherer	302	42	41	35	46	33
43	Hochtief Aktiengesellschaft	Hoch- und Tiefbau	301	43	A	36	37	10
44	Lanxess AG	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	298	44	50	50	C	C
45	Daimler AG	Automobilhersteller	285	45	13	4	7	27
46	E.ON SE	Energieversorger	283	46	29	25	14	20
47	Lufthansa Group	Transport, Logistik, Tourismus	281	47	A	44	A	26
48	RWE AG	Energieversorger	280	48	14	13	4	2
49	Aldi-Gruppe (Aldi-Süd)	Handel	276	49	D	E	X	X
50	Debeka Versicherungen	Versicherer	274	50	E	X	E	X
51	50Hertz Transmission GmbH	Energieversorger	-	A	A	-	-	-
52	Bertelsmann SE & Co. KGaA	Medien und Informations-dienstleister	-	A	A	46	A	40
53	Brenntag AG	Chemie, Pharma, chemienahe Konsumgüter	-	A	A	E	-	-
54	Celesio AG	Handel	-	A	B	-	-	-
55	Deutsche Bank AG	Banken	-	A	36	40	36	29

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-punktzahl	Rang				
				2018	2015	2011	2009	2007
56	EWE AG	Energieversorger	-	A	38	D	D	X
57	Hapag-Lloyd AG	Transport, Logistik, Tourismus	-	A	C	D	D	-
58	Heraeus Holding GmbH	Grundstoffindustrie	-	A	D	E	D	E
59	Knauf Gruppe	Grundstoffindustrie	-	A	A	X	E	X
60	MAN SE	Automobilhersteller	-	A	30	43	50	47
61	Metro AG	Handel	-	A	A	48	40	31
62	Oetker-Gruppe	Nahrungsmittel	-	A	C	A	D	E
63	Phoenix Group	Handel	-	A	A	-	-	-
64	Porsche AG	Automobilhersteller	-	A	A	C	C	C
65	Robert Bosch GmbH	Maschinenbau und Technologie	-	A	A	A	15	15
66	Südzucker AG	Nahrungsmittel	-	A	C	C	C	A
67	ThyssenKrupp AG	Maschinenbau und Technologie	-	A	42	C	32	34
68	TUI AG	Transport, Logistik, Tourismus	-	A	A	41	A	21
69	Uniper SE	Energieversorger	-	A	-	-	-	-
70	Airbus Operations GmbH	Maschinenbau/Technologie	-	B	B	B	B	B
71	Axa Konzern AG	Versicherung	-	B	B	B	B	B
72	BP Europa SE	Grundstoffe	-	B	B	B	B	41
73	ExxonMobil Central Europe Holding GmbH	Grundstoffe	-	B	B	B	B	B
74	Ford-Werke GmbH	Automobil	-	B	B	B	B	B
75	Generali Deutschland AG	Versicherung	-	B	B	B	B	X
76	Opel Automobile GmbH	Automobil	-	B	-	-	-	-
77	ING-DiBA AG	Banken	-	B	B	-	-	-
78	Shell Deutschland Oil GmbH	Grundstoffe	-	B	B	B	B	B
79	Tennet TSO GmbH	Energieversorgung	-	B	B	-	-	-
80	Total Mineralöl und Chemie GmbH	Grundstoffe	-	B	B	B	B	B
81	Unicredit Bank AG	Banken	-	B	16	20	20	22
82	Vattenfall Deutschland GmbH	Energieversorgung	-	B	A	B	A	A
83	Vodafone GmbH	Medien/Informationsdienstleister	-	B	B	26	25	16
84	Edeka-Verbund	Handel/Bekleidung	-	C	C	C	C	X
85	Freudenberg Gruppe	Maschinenbau/Technologie	-	C	C	E	E	E
86	Würth-Gruppe	Handel/Bekleidung	-	C	C	E	E	C
87	Boehringer Ingelheim AG & Co. KG	Chemie/Pharma	-	D	D	D	C	48
88	Fresenius SE & Co. KGaA	Chemie/Pharma	-	D	D	D	D	C
89	Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale AöR	Banken	-	D	D	E	D	E
90	Mahle GmbH	Maschinenbau/Technologie	-	D	C	E	C	C
91	Salzgitter AG	Grundstoffe	-	D	D	44	D	A
92	Versicherungskammer Bayern	Versicherung	-	D	E	E	E	E

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-punktzahl	Rang				
				2018	2015	2011	2009	2007
93	Amazon Deutschland	Handel/Bekleidung	-	E	E	-	-	-
94	Amprion GmbH	Energieversorgung	-	E	E	-	-	-
95	Deutsche Leasing Gruppe	Medien/Informationsdienst-leister	-	E	X	-	-	E
96	Gasprom Germania GmbH	Grundstoffe	-	E	E	-	-	-
97	Globus-Handelshof-Gruppe	Handel/Bekleidung	-	E	-	-	-	-
98	Lekkerland Gruppe	Handel/Bekleidung	-	E	E	E	D	C
99	Liebherr-International	Maschinenbau/Technologie	-	E	E	X	X	D
100	Thüga-Gruppe	Energieversorgung	-	E	D	X	-	-

Anmerkung zur Tabelle: Die Reihenfolge der Unternehmen ist nur für die TOP 50 nach der Punktzahl, die im Ranking erreicht wurde, geordnet. Ab Platz 51 erfolgt sie absteigend nach der Berichterstattungskategorie jeweils alphabetisch. Die Zuordnung der Buchstabenkodierungen zu den Kategorien der Berichterstattung ist der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 22: Zuordnung der Buchstabenkodierungen zu den Kategorien der Berichterstattung

Form und Intensität der Berichterstattung bzw. Informationsbereitstellung zu sozialen und ökologischen Unternehmensleistungen	**Kategorie**
Unternehmen mit **eigenständigem** bzw. **vollwertig integriertem** Print-, PDF- oder Online-Bericht	A
Unternehmen, dessen **internationaler Mutterkonzern** einen Bericht im Sinne der Kategorie A publiziert hat	B
Unternehmen mit **relevanten standort- bzw. themenbezogenen (Online-) Veröffentlichungen** (z.B. Umweltbericht, Fortschrittsbericht des Global Compact)	C
Unternehmen mit **relevanten** Informationen zu nichtfinanziellen Aspekten, insbesondere im Lage- oder Geschäftsbericht oder im gesonderten nichtfinanziellen Bericht sowie relevanten Informationen im Internet.	D
Unternehmen mit nur **geringfügigen** Informationen im Internet, im Lage- oder Geschäftsbericht oder im gesonderten nichtfinanziellen Bericht.	E
Unternehmen **ohne** Informationen	X

7.2 GESAMTTABELLE DER KMU

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future
2018

Tabelle 23: Gesamttabelle der KMU (Stand März 2019)

Gesamtliste der Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand 2015 (im Ranking bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
1	Abfallwirtschaftsbetrieb München	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2015 – 125 Jahre Verantwortung
2	ADVA Optical Networking SE	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
3	Alnatura GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
4	Alstria office REIT-AG	Immobilien	Building your future - future of offices. Nachhaltigkeitsbericht 2016
5	Assmann Büromöbel GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltig 2017. Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung. Auswertungsjahr 2016
6	Bionade GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
7	Bischof + Klein SE & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung 2016 – Nachhaltigkeit leben
8	Bodan Großhandel für Naturkost GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 mit Umwelterklärung; Gemeinwohl-Bericht 2015/2016 mit Testat
9	Bremenports GmbH & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2016
10	Bremer Straßenbahn AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Bremen bewegen. Nachhaltigkeitsbericht mit vereinfachter Umwelterklärung
11	Carglass GmbH	Dienstleister	Wir machen den Unterschied. Nachhaltigkeitsbericht 2017
12	DEA Deutsche Erdoel AG	Grundstoffe	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
13	Deutsche Wohnen AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Jetzt. Stadt. Morgen.
14	DSD – Duales System Holding GmbH & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2015 / 2016
15	elobau GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeit ist kein Müsli. elobau Nachhaltigkeitsbericht
16	Evangelische Akademie Bad Boll	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2017
17	Flughafen Stuttgart GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Dranbleiben Bericht 2015 – inklusive konsolidierter Umwelterklärung
18	Francotyp-Postalia Holding AG	Verarbeitendes Gewerbe	Verantwortlich handeln – Nachhaltig wachsen.
19	Gundlach GmbH & Co. KG	Bau	Nachhaltigkeitsbericht 2018
20	Hakro GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Wirkstoff. Nachhaltigkeitsstrategie 2017-2022
21	Hamburg Port Authority AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Global denken. Regional Handeln. Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
22	Handwerkskammer Stuttgart KdöR	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017

Gesamtliste der Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand 2015 (im Ranking bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
23	Igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht
24	Lebensbaum GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016
25	Mainova AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
26	Märkisches Landbrot GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2018 + Gemeinwohl-Bericht mit Bilanz 2014-16 + Managementreview 2018 + Ökobilanzzahlen 2017 + Umwelterklärung 2017
27	Memo AG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
28	Neumarkter Lammsbräu / Gebr. Ehrnsperger KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Nachhaltigkeit als Kern
29	Rapunzel Naturkost AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2013-2017
30	Rinn Beton- und Naturstein GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016
31	Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Echt Gut Gemacht. Unser Nachhaltigkeitsbericht 2017
32	Sedus Stoll AG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltig seit 1871. Nachhaltigkeitsbericht 2016 nach GRI 4 Standard
33	Stadtreinigung Hamburg AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Konzern- und Nachhaltigkeitsbericht 2017. Nachhaltig für Hamburg
34	Stadtwerke Göttingen AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltige Lebensqualität für Göttingen. Nachhaltigkeitsbericht 2015-2016
35	Studiosus Reisen München GmbH	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018 mit integrierter Umwelterklärung gemäß EMAS III
36	TLG Immobilien AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
37	Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte/Wohnstadt mbH	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017 – Wohnraum schaffen. Lebensqualität steigern.
38	Vaude GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017
39	VfL Wolfsburg-Fußball GmbH	Sonstiges	Der Nachhaltigkeitsbericht des VFL Wolfsburg 2016
40	Wilkhan Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Konsolidierte Umwelterklärung 2017-2019 mit Nachhaltigkeitsbericht, Fortschreibung/Aktualisierung 2018

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
41	Aareal Bank Gruppe	Banken	Zusammengefasster gesonderter nichtfinanzieller Bericht 2017
42	Adler Modemärkte AG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2017 feel good
43	AIDA S.p.A.	Tourismus	Aida cares 2018
44	Alfred Ritter GmbH & Co. KG.	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Fortschritts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
45	Alpensped GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2015 2016 2017
46	Altana AG	Chemie / Pharma	Unternehmensbericht 2017
47	Andechser Molkerei Scheitz GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Entwicklungs- und Transformationsbericht der Andechser Molkerei Scheitz GmbH 2015-2018
48	Apetito AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigketsbericht 2018
49	August Faller GmbH & Co. KG	Chemie / Pharma	Nachhaltigkeitsbericht 2017 Next Level Solutions

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
50	Awista GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäftsbericht 2016 Street Worker
51	badenova AG & Co. KG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Ökologie- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
52	Bahlsen GmbH & Co. KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht
53	Barmenia AG	Versicherung	Nichtfinanzieller Bericht Barmenia-Konzern Nachhaltigkeitsbericht 2015
54	Baufritz GmbH & Co. KG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
55	Baur Versand GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Verantwortung Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019
56	Berlin Hyp AG	Immobilien	Grün.Stabil.Zukunftsorientiert. Nachhaltigkeitsbericht 2016 der Berlin Hyp Ag
57	Berliner Wasserbetriebe AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Eine Welle voraus. Nachhaltigkeitsbericht 2018
58	Biesterfeld AG	Chemie / Pharma	Nachhaltigkeitsbericht 2017
59	biss Aktivreisen GbR	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2015
60	Bitburger Braugruppe GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Bericht zur Nachhaltigkeit 2018
61	BLANCO CS GmbH + Co KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht für 2016/2017
62	Blechwarenfabrik Limburg GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Verantwortung für die Zukunft Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
63	Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA	Sonstige	Zukunft gestalten. Umbruch und Aufbruch beim BVB
64	BRAX Leineweber GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Together Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
65	Brita GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Corporate Responsibility Bericht 2018
66	Bundesverband Leichtbeton e.V.	Sonstige	Massiv ökologisch. Nachhaltigkeitsbeicht des Bundesverbandes Leichtbeton
67	Carl von Ossietzky University Oldenburg	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeit an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg
68	Cemex Deutschland AG	Bau	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
69	cewe color Holding AG	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
70	Chocolats Halba	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016
71	COM Software GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2015
72	Contargo GmbH & Co. KG	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2018
73	Davert GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	So leben wir Nachhaltigkeit 2017
74	Denios Group	Handel / Bekleidung	Sustainability Report 16.17
75	Deutscher Fußball Bund	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht 2016
76	Deutsches Jugendherbergswerk e.V.	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
77	Dibella GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
78	DIC Asset AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
79	Dienste für Menschen H.W.D. GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2015 mit integrierter Umwelterklärung
80	DLG e.V.	Sonstige	DLG Nachhaltigkeitsbericht 2016
81	Dortmund Airport GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
82	Drägerwerk AG & Co. KGaA	Verarbeitendes Gewerbe	Sustainability Report 2017
83	Duravit AG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2014-2016

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
84	DVB Dresdner Verkehrsbetriebe AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeit 2017
85	Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016
86	Ecofair consulting e.K.	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2016
87	ELG Haniel Gruppe	Verarbeitendes Gewerbe	Sustainability Report 2017
88	Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	WIN-Charta Nachhaltigkeitsbericht 2017
89	Evangelische Kreditgenossenschaft	Banken	Nachhaltigkeitsbericht der Evangelischen Bank 2017
90	FAI rent a jet AG	Dienstleister	Sustainability Report 2018 for 2017
91	FES Frankfurt GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Einer für Alle. Alle für mehr Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeitsbericht 2018
92	Forschungszentrum Jülich GmbH	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
93	Frankfurter Heinzelmännchen GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2016
94	Fraunhofer Umsicht	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2015
95	Fuchs Petrolub SE	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
96	Gambro Dialysatoren GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Making a Meaningful Difference Baxter 2016 Corporate Responsibility Report
97	GASAG Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
98	Gesobau AG	Immobilien	Seite an Seite für unsere Stadt Nachhaltigkeitsbericht 2017
99	GeWoBa (CSR Bericht)	Immobilien	Tätigkeitsbericht 2017
100	GLS Bank eG	Banken	Nachhaltigkeitsbericht 2017
101	Gonder Facility Services GmbH	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2018
102	H.C. Starck GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Zahlen und Fakten 2015/2016/2017 zur Nachhaltigkeitsberichterstattung
103	Halfar GmbH	Handel / Bekleidung	Zukunft Nachhaltigkeitsbericht 2017
104	Halloren Schokoladenfabrik AG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2015
105	HAMBORNER REIT AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
106	Haniel GmbH	Handel / Bekleidung	Werte teigern Werte leben Corporate Responsbility Bericht 2017
107	Hansgrohe GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2015-2016
108	HEAG Südhessische Energie AG entega	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
109	Heinz Sielmann Stiftung	Sonstige	Jahresbericht 2017
110	Hessen-Forst Landesbetrieb	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht für 2017
111	Hess-Naturtextilien GmbH	Handel / Bekleidung	Sozialbericht für das Geschäftsjahr 2015/2016
112	Hevert GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	CSR Jahresbericht 2016
113	Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht Hipp Deutschland 2018
114	Hofpfisterei GmbH	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2018
115	Holcim Deutschland GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2015
116	HOWOGE mbH	Immobilien	Mehr als Perspektiven. Gewohnt tatkräftig. Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
117	HUMANA Kleidersammlung GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2014-2016
118	IK Industrievereinigung	Sonstige	Nachhaltigkeitsbericht 2018

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
119	Jack Wolfskin GmbH	Handel / Bekleidung	Sozialbericht 2014/2015
120	Jenoptik AG	Verarbeitendes Gewerbe	Lagebericht 2017
121	Joh. Barth&Sohn GmbH & Co. KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Sustainability Report 2016
122	Kirchner Konstruktionen GmbH	Dienstleister	Gemeinwohlbilanz 2015
123	Klasmann-Deilmann GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Wachstum fördern, Perspektiven entwickeln Nachhaltigkeitsbericht 2016
124	KLB Klimaleichtblock GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Werte leben Werte schaffen Nachhaltigkeitsbericht 2018
125	Knorr-Bremse Group AG	Verarbeitendes Gewerbe	Shaping Sustainability UN Global Compact Fortschrittsbericht 2017
126	KPMG Germany AG	Dienstleister	Nachhaltigkeitsbericht 2017
127	Kreis Unna AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	3. Nachhaltigkeitsbericht Kreis Unna
128	KWS Saat AG	Verarbeitendes Gewerbe	KWS Gruppe Kombinierter Finanz und Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018
129	L-Bank Landeskreditbank Baden-Württemberg AöR	Banken	Geschäftsbericht/Nachhaltigkeitsbericht 2016
130	Leipziger Verkehrsbetriebe GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeit bei den Leipziger Verkehrsbetrieben 2015
131	Leuphana Universität SöR	Forschungseinrichtungen	Schritte in die Zukunft Nachhaltigkeitsbericht 2015
132	Löwen Entertainment GmbH	Sonstige	CR Bericht 2017
133	Lyreco GmbH	Handel / Bekleidung	Lyreco Nachhaltigkeitsbericht 2017
134	Marc O`Polo GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
135	Molkerei Ammerland eG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Verantwortung mit Weitblick Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015
136	Neue Wege Reisen GmbH	Tourismus	4. Nachhaltigkeitsbericht 2017
137	Nölken Hygiene Products GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
138	oekom research AG	Forschungseinrichtungen	Corporate Responsibility Review 2016
139	orsay GmbH	Handel / Bekleidung	Corporate Responsibility bei Orsay 2016
140	Oswald GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
141	Palmberg Büroeinrichtungen GmbH	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2016
142	Reiss Büromöbel GmbH	Handel / Bekleidung	Reiss Nachhaltigkeitsbericht 2018
143	ReNatour	Tourismus	Nachhaltigkeitsbericht 2017
144	RSAG AöR	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
145	Salewa	Handel / Bekleidung	Contribute Oberalp Group Sustainability Report 2017
146	Sartorius AG	Verarbeitendes Gewerbe	Sustainability Report 2017
147	Schmalz	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
148	Schreiner Group	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
149	Schülke & Mayr GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
150	Schwan Cosmetics GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	CSR Bericht 2016
151	Scout 24 AG	Dienstleister	Ready to Connect GRI Bericht 2017
152	Sea Breeze Travel® GmbH	Tourismus	Reisen für Entdecker Nachhaltigkeitsbericht 2015
153	SLV GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017

Weitere Nachhaltigkeitsberichterstatter im deutschen Mittelstand (im Ranking nicht bewertet)			
Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
154	Soennecken eG	Verarbeitendes Gewerbe	Gemeinsam Verantwortung tragen. Nachhaltigkeitsbericht 2017
155	Spaleck GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016
156	Sparkasse Trier AöR	Banken	Werte erhalten. Zukunft gestalten. Nachhaltigkeitsbericht 2015
157	Stada Arzneimittel AG	Verarbeitendes Gewerbe	Stada Geschäftsbericht 2017
158	Stadtwerke Hannover (enercity) AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Energiezukunft aus Hannover Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2016
159	Stadtwerke Hattingen GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
160	Stadtwerke Heidelberg GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	möglich machen Digitalisierung für den Menschen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2017
161	Südpack Verpackungen GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	2016 Nachhaltigkeitsbericht
162	TAG Immobilien AG	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
163	TAKKT AG	Handel / Bekleidung	Takkt Nachhaltigkeitsbericht 2017
164	Topstar GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	GRI Report 2014/2015
165	Tyczka Totalgaz GmbH	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht Tyczka Totalgaz 2015
166	üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe AG	(öffentliche) Versorgung / Infrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2017
167	UVEX GmbH & Co. KG	Handel / Bekleidung	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
168	Volkswagen Immobilien GmbH	Immobilien	Nachhaltigkeitsbericht 2017
169	Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Update 2015 Nachhaltigkeitsbericht der Warsteiner Brauerei
170	WashTec AG Gruppe deutschland	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2017
171	Werkhaus GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	2016 Nachhaltigkeitsbericht
172	Werner & Mertz GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017
173	Witzenmann GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	2017 WI Nachhaltigkeitsbericht
174	Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH	Forschungseinrichtungen	Nachhaltigkeitsbericht 2016
175	Zentis GmbH & co. KG	Nahrungs- / Genussmittelindustrie	Nachhaltigkeitsbericht 2016/2017

RANKING DER
NACHHALTIGKEITSBERICHTE

www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
Potsdamer Straße 105
10785 Berlin
Tel: +49 (0)30 - 884 594-0
Fax: +49 (0)30 - 882 54-39
ranking@ioew.de
www.ioew.de

future e. V. – verantwortung unternehmen
Spiekerhof 5
48143 Münster
Tel: +49 (0)251 - 973 16-34
Fax: +49 (0)251 - 973 16-35
ranking@future-ev.de
www.future-ev.de