RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE 2021

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

CSR-REPORTING IN DEUTSCHLAND 2021

Ranking der Nachhaltigkeitsberichte von Großunternehmen und KMU: Ergebnisse, Trends, Branchen- sowie Sonderauswertungen zu Klimaneutralität und Corona

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

future

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

IMPRESSUM

Autor/innen:
Esther Hoffmann, Patrick Schöpflin, Christian Lautermann (IÖW)
Unter Mitarbeit von Carla Young, Svenja Köhler, Zoe Hoffmann, Caroline Doose (IÖW), Udo Westermann (future)

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 2021 inklusive Grundlagenstudie CDR“ dar. Das Projekt wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert. Wesentliche Projektergebnisse wurden im April 2022 in dem Bericht „CSR-Reporting in Deutschland 2021. Ergebnisse im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte und Trends der Berichterstattung von Großunternehmen und KMU“ veröffentlicht.

Dieser Bericht enthält zusätzlich eine umfassende Auswertung der Ranking-Ergebnisse nach Branchen, Erläuterungen guter Praxis sowie Sonderauswertungen zur Berichterstattung zu Klimaneutralität und Corona.

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

Berlin, Juli 2022

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

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

INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis **3**

Abbildungsverzeichnis **5**

Tabellenverzeichnis **7**

Abkürzungsverzeichnis **8**

1 Einleitung **9**

2 Vorgehen und Bewertungsmethode **10**

2.1 Vorgehensweise 10

2.1.1 Grundgesamtheit der Berichte 10

2.1.2 Bewertungsgegenstand 10

2.1.3 Ablauf des Rankings 2021 11

2.2 Kriterien und Bewertung 12

2.2.1 Kriterienstruktur und Bewertungssystematik 12

2.2.2 Modulkategorien 14

2.2.3 Inhaltliche Überarbeitung der Kriterien im Ranking 2021 15

3 Trends der Berichterstattung **15**

4 Ergebnisse des Rankings der Grossunternehmen 2021 ..... **22**

4.1 Stichprobe und Kommunikationsformate 22

4.2 Ergebnisse des Rankings 25

4.2.1 Vollständige Ergebnisliste 25

4.2.2 Die Top 3 der Grossunternehmen 30

4.3 Stärken und Schwächen der Berichterstattung 33

4.4 Branchenauswertung 42

4.4.1 Automobil 44

4.4.2 Banken 49

4.4.3 Chemie / Pharma 54

4.4.4 Energieversorgung 58

4.4.5 Grundstoffe 63

4.4.6 Handel / Bekleidung 68

4.4.7 Maschinenbau / Technologie 73

4.4.8 Medien / Informationsdienstleister ... 78
4.4.9 Transport / Logistik / Tourismus ... 82
4.4.10 Versicherungen ... 86

5 Ergebnisse des Rankings der kleinen und mittleren Unternehmen 2021 ... 91

5.1 Einreichungen und Berichtsformate ... 91
5.2 Ergebnisse des Rankings ... 92
5.2.1 Vollständige Unternehmensliste ... 92
5.2.2 Die Top 3 der kleinen und mittleren Unternehmen ... 96
5.3 Stärken und Schwächen der Berichterstattung ... 98

6 Sonderauswertungen: Klimaneutralität und Corona ... 107

6.1 Klimaneutralität ... 107
6.2 Corona ... 113

7 Zusammenfassung und Ausblick ... 121

8 Literaturverzeichnis ... 123

9 Anhang ... 124

Gesamttabelle der Grossunternehmen ... 124

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Oberkriterien mit Beispiel für die Ausdifferenzierung auf Unterkriterienebene 12

Abbildung 2: Wie gut berichten die Unternehmen im Durchschnitt zu den unterschiedlichen Modulkategorien? (Skala 0-3) 17

Abbildung 3: Welche Standards beachten die Unternehmen bei der Klimaberichterstattung? 18

Abbildung 4: Welche Standards berücksichtigen die Unternehmen bei der Berichtserstellung? 19

Abbildung 5: Wie lassen Unternehmen ihre Berichte prüfen? 20

Abbildung 6: Wo veröffentlichen berichtspflichtige Unternehmen ihre NFE? 21

Abbildung 7: Klassifizierung der Berichterstattung der Großunternehmen im Ranking 2021 (n=100, Stand: 30.06.2021) 23

Abbildung 8: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zu den materiellen Berichtsanforderungen bei Großunternehmen 2021 und 2018 (n=62) 33

Abbildung 9: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Strategie- und Zielentwicklung (n=62) 34

Abbildung 10: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Governance und Compliance (n=62) 35

Abbildung 11: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Verantwortung für die Mitarbeiter*innen (n=62) 36

Abbildung 12: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Ökologische Verantwortung an den Standorten (n=62) 37

Abbildung 13: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Produktverantwortung (n=62) 38

Abbildung 14: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Verantwortung in der Lieferkette (n=62) 39

Abbildung 15: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Gesellschaftliche Verantwortung (n=62) 40

Abbildung 16: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zur allgemeinen Berichtsqualität bei Großunternehmen 2021 und 2018 (n=62) 41

Abbildung 17: Wie fällt die Nachhaltigkeitsberichterstattung der 100 Großunternehmen im Branchenvergleich aus? 43

Abbildung 18: Klassifizierung der Berichterstattung – Automobil (n=8, Stand: 30.06.2021) 45

Abbildung 19: Branchenergebnisse Automobilhersteller 46

Abbildung 20: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken (n=10, Stand: 30.06.2021) 50

Abbildung 21: Branchenergebnisse Banken 51

Abbildung 22: Klassifizierung der Berichterstattung – Chemie / Pharma (n=11, Stand: 30.06.2021) 55

Abbildung 23: Branchenergebnisse Chemie / Pharma 56

Abbildung 24: Klassifizierung der Berichterstattung – Energieversorgung (n=11, Stand: 30.06.2021) 60

Abbildung 25: Branchenergebnisse Energieversorgung (n=6) 61

Abbildung 26: Klassifizierung der Berichterstattung – Grundstoffindustrie (n=13, Stand: 30.06.2021) 65

Abbildung 27: Branchenergebnisse Grundstoffindustrie 66

Abbildung 28: Klassifizierung der Berichterstattung – Handel / Bekleidung (n=13, Stand: 30.06.2021) 70

Abbildung 29: Branchenergebnisse Handel / Bekleidung 71

Abbildung 30: Klassifizierung der Berichterstattung – Maschinenbau / Technologie (n=14, 30.06.2021) 75

Abbildung 31: Branchenergebnisse Maschinenbau / Technologie 76

Abbildung 32: Klassifizierung der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister (n=6, 30.06.2021) 80

Abbildung 33: Klassifizierung der Berichterstattung – Transport / Logistik/ Tourismus (n=5, 30.06.2021) 83

Abbildung 34: Branchenergebnisse Transport / Logistik / Tourismus 84

Abbildung 35: Klassifizierung der Berichterstattung – Versicherungen (n=10, Stand: 30.06.2021) 87

Abbildung 36: Branchenergebnisse Versicherungen 88

Abbildung 37: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zu den materiellen Berichtsanforderungen bei kleinen und mittleren Unternehmen 2021 und 2018 99

Abbildung 38: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Strategie- und Zielentwicklung (n=39) 100

Abbildung 39: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Governance und Compliance (n=39) 101

Abbildung 40: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Verantwortung für die Mitarbeiter*innen (n=39) 102

Abbildung 41: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Ökologische Verantwortung an den Standorten (n=39) 102

Abbildung 42: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Produktverantwortung (n=39) 103

Abbildung 43: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Verantwortung in der Lieferkette (n=39) 104

Abbildung 44: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Gesellschaftliche Verantwortung (n=39) 105

Abbildung 45: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zur allgemeinen Berichtsqualität bei Großunternehmen 2021 und 2018 105

Abbildung 46: Wie viele Unternehmen setzen sich Ziele zur Klimaneutralität? 109

Abbildung 47: Für welche Scopes formulieren die Unternehmen Klimaneutralitätsziele? 109

Abbildung 48: Welches Zieljahr setzen sich Unternehmen bezüglich Klimaneutralität für Scope-1- und Scope-2-Emissionen? 110

Abbildung 49: Nutzen die Unternehmen Kompensation zur Erreichung der Klimaneutralitätsziele? 111

Abbildung 50: Nutzen die Unternehmen Zertifizierungen für ihre Kompensationsprojekte? 112

Abbildung 51: Setzen sich die Unternehmen Ziele gemäß der SBTi? 113

Abbildung 52: Wie berichten die Unternehmen über Corona? 115

Abbildung 53: Ergebnisse der Großunternehmen und KMU im Modul „Gesundheitsschutz Corona“ 116

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Ebenen und Bezeichnungen im Bewertungssystem des Rankings 13
Tabelle 2: Oberkriterien mit Anzahl Unterkriterien und standardmäßiger Gewichtung 14
Tabelle 3: Fünf Modulkategorien im Überblick 14
Tabelle 4: Klassifizierung der Unternehmen nach Form und Intensität der Berichterstattung 22
Tabelle 5: Nicht-Berichterstatter unter den 100 größten Unternehmen (Stand: Juli 2021) 24
Tabelle 6: Ergebnisse der 50 besten Großunternehmen 26
Tabelle 7: Branchensieger im Ranking 2021 42
Tabelle 8: Ergebnisse der Berichterstattung – Automobil 44
Tabelle 9: Ergebnisse der Berichterstattung – Banken 49
Tabelle 10: Ergebnisse der Berichterstattung – Chemie / Pharma 54
Tabelle 11: Ergebnisse der Berichterstattung – Energieversorgung 59
Tabelle 12: Ergebnisse der Berichterstattung - Grundstoffe 64
Tabelle 13: Ergebnisse der Berichterstattung – Handel / Bekleidung 69
Tabelle 14: Ergebnisse der Berichterstattung – Maschinenbau und Technologie 74
Tabelle 15: Ergebnisse der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister 79
Tabelle 16: Ergebnisse der Berichterstattung – Transport / Logistik / Tourismus 82
Tabelle 17: Ergebnisse der Berichterstattung – Versicherungen 86
Tabelle 18: Übersicht der kleinen und mittleren Unternehmen im Ranking 2021 93
Tabelle 19: Gesamttabelle der Großunternehmen im Ranking 2021 124
Tabelle 20: Zuordnung der Buchstabenkodierungen zu den Kategorien der Berichterstattung 127

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

BMAS	Bundesministerium für Arbeit und Soziales
Capex	Capital expenditures
CDM	Clean Development Mechanism (Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung)
CDP	Carbon Disclosure Project
CO_2	Kohlenstoffdioxid
CR	Corporate Responsibility
CSR	Corporate Social Responsibility
DNK	Deutscher Nachhaltigkeitskodex
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
ESG-Ziele	Ziele aus den Bereich Umwelt (Environmental), Soziales (Social) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (Governance)
EU	Europäische Union
GHG	Greenhouse Gas
GRI	Global Reporting Initiative
GWÖ	Gemeinwohlökonomie
HGB	Handelsgesetzbuch
HR	Human Resources
IIRC	International Integrated Reporting Committee
ILO	International Labour Organization (Internationale Arbeitsorganisation)
IÖW	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
ISAE 3000	International Standard on Assurance Engagements 3000
ISO	International Organization for Standardization
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
KWG	Kreditwesengesetz
NFE	Nichtfinanzielle Erklärung
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OHSAS	Occupational Health and Safety Assessment Series
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
Opex	Operational expenditures
PRI	Principles for Responsible Investment
Scope-1-Emission	Direkte Freisetzung klimaschädlicher Gase im eigenen Unternehmen
Scope-2-Emission	Indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase durch Energielieferanten
Scope-3-Emission	Indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase in der vor- und nachgelagerten Lieferkette
SBTi	Science Based Targets Initiative
SDGs	Sustainable Development Goals
TCFD	Task Force on Climate-related Financial Disclosures
TfS	Together for Sustainability
UN	United Nations
UNGC	United Nations Global Compact

1 EINLEITUNG

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 2021 ist der elfte Durchgang des Wettbewerbs. Für diesen Durchgang wurden die Bewertungskriterien umfassend überarbeitet und aktualisiert. Das Ranking 2021 wurde gefördert vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS).

Seit der Einführung der CSR-Berichtspflicht im Geschäftsjahr 2017 für bestimmte deutsche Großunternehmen sind nun drei Berichtsjahre vergangen. Wie in den ersten drei Jahren kommen die Unternehmen ihrer Berichtspflicht auch für das Jahr 2020 mit unterschiedlichen Formaten nach. Sie integrieren ihre nichtfinanzielle Erklärung (NFE) entweder in den Nachhaltigkeitsbericht, in den Geschäftsbericht oder veröffentlichen sie als ein gesondertes Dokument. Gleichzeitig behalten sie ihre umfangreichere freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Regel bei. Quantitativ wird das Reporting sogar weiter ausgebaut, ohne dass eine Verengung auf die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen zu bemängeln wäre.

Qualitativ zeigt sich allerdings, dass Innovationen und Verbesserungen in der Berichterstattung nur von einzelnen Unternehmen und in Bezug auf einzelne Themen umgesetzt werden. Damit halten die Unternehmen insgesamt nicht mit den gestiegenen Anforderungen im Ranking 2021 Schritt. Die erweiterten Anforderungen, die sich aus der Kriterienüberarbeitung ergeben haben, schärfen den Blick auf die Berichterstattung, indem systematisch die Elemente guter Managementprozesse herausgestellt werden: Für alle wesentlichen Themen erwarten wir zunächst eine begründete Einordnung des jeweiligen Handlungsfeldes in den aus Nachhaltigkeitsperspektive relevanten Kontext. Weiterhin verlangen die Anforderungen jeweils eine Darstellung des Ambitionsniveaus, z. B. in Gestalt konkreter Zielsetzungen, eine Erklärung des Handlungsansatzes, z. B. in Gestalt relevanter Maßnahmen, sowie eine Angabe der Ergebnisse, z. B. anhand geeigneter Leistungsindikatoren. Hinzu kommt, dass für jedes Handlungsfeld eine Reflexion der Nachhaltigkeitsleistungen erwartet wird und gegebenenfalls eine Ableitung von Handlungskonsequenzen. Das Ranking zeichnet dadurch ein präziseres Bild davon, wo Unternehmen bei einem berichteten Thema stehen und vermittelt einen Eindruck von der Konsistenz ihrer diesbezüglichen Managementprozesse.

Der vorliegende Bericht stellt die Ergebnisse des Rankings dar. Nach einer Erläuterung der Ranking-Methodik (Kapitel 2) stellen wir zentrale Reporting-Trends (Kapitel 3), die Ergebnisse des Rankings und insbesondere die Top-3-Berichte der Großunternehmen (Kapitel 4) und KMU (Kapitel 5) sowie Stärken und Schwächen der aktuellen Berichterstattungspraxis dar. Für die Großunternehmen sind außerdem Branchenauswertungen enthalten. Abschließend werden in Form von Sonderauswertungen die Berichterstattung zu Klimaneutralität und Corona genauer beleuchtet (Kapitel 6). Zum diesjährigen Schwerpunktthema „Corporate Digital Responsibility“ gibt es eine eigenständige Veröffentlichung. Alle Publikationen werden veröffentlicht unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen.

2 VORGEHEN UND BEWERTUNGSMETHODE

2.1 VORGEHENSWEISE

2.1.1 GRUNDGESAMTHEIT DER BERICHTE

Im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für Großunternehmen werden die Berichte der **100 größten Unternehmen mit Sitz in Deutschland** berücksichtigt. Dabei wird folgender Verteilungsschlüssel angewandt:

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

Als Informationsquelle wird die Unternehmensstatistik der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (2020) zugrunde gelegt. Auf dieser Grundlage erfolgt die Einteilung der Großunternehmen in Branchen, für die jeweils spezifische Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung gestellt werden.

Parallel wird ein Ranking der Nachhaltigkeitsberichte von **kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aus Deutschland** durchgeführt. Unternehmen, die nicht mehr als 5.000 Personen beschäftigen oder nicht mehr als 500 Mio. Euro Jahresumsatz erwirtschaften, können ihre Berichte für die Bewertung in dieser Kategorie einreichen.

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 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 das PDF-Dokument das Nachhaltigkeitsberichts– 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 2021

Nach Vorarbeiten für die Neukonzeption der Kriterien, begann das Ranking 2021 im Frühjahr 2021 mit der **Überarbeitung und Veröffentlichung der Bewertungskriterien**. Im Zuge der Kriterienüberarbeitung wurden Entwürfe mit Vertreter*innen von Umweltverbänden und anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen, Forschungseinrichtungen, Universitäten und Branchenverbänden diskutiert.

Die Bewertung der Berichte erfolgte von Juli 2021 bis März 2022. Bei den **Großunternehmen wurden alle bis zum 30.06.2021 erschienenen Berichte** berücksichtigt, insgesamt 62. **Der Einreichungstermin für KMU** war der 31.07.2021, der auf Bitten einiger Unternehmen bis zum **15.09.2021** verlängert wurde. 50 KMU reichten einen Bericht zum Ranking ein. Nach einem qualitativen Screening wurden 39 Berichte ausgewählt und bewertet, darunter 22 Unternehmen, die auch im Ranking 2018 vertreten waren.[1] Die Bewertung der Berichte erfolgt in einem Prozess aus mehreren Phasen. Für jeden Bericht wird ein eigener Bewertungsbogen erstellt, der alle ausgewerteten Fundstellen und die jeweiligen Bewertungen zu allen Kriterien detailliert dokumentiert. Nach einer internen Qualitätssicherung werden die Unternehmen eingebunden: Sie erhalten einen erläuterten Bewertungsentwurf und können schriftlich Hinweise geben zu Informationen, die bei der Bewertung möglicherweise übersehen und nicht berücksichtigt wurden. Gut die Hälfte aller Großunternehmen und KMU nutzten die Möglichkeit, während des Bewertungsprozesses Feedback zu ihrem Bewertungsbogen zu geben.[2] Auf Basis der eingegangenen Feedbacks werden die Bewertungen überprüft, gegebenenfalls angepasst sowie einer erneuten internen Qualitätssicherung unterzogen. Zum Abschluss des Bewertungsprozesses werden eine Rangliste erstellt und die detaillierten Auswertungen in einem Ergebnisbericht veröffentlicht. Die Unternehmen erhalten jeweils die überarbeitete finale Version ihres Bewertungsbogens zurück.

Die meisten im Ranking bewerteten Berichte stellen **das Geschäftsjahr 2020** dar – einige auch 2019. Zum Veröffentlichungstermin dieses Ergebnisberichtes haben einige Unternehmen bereits ihre Nachhaltigkeitsberichte für das Geschäftsjahr 2021 veröffentlicht.

[1] Von den ursprünglich 40 ausgewählten Berichten wurde ein Unternehmen aus der Stichprobe genommen, da es entgegen der ersten Recherchen zu groß für das KMU Ranking war und die Teilnahmebedingungen aufgrund von Akquisitionen nicht mehr erfüllte (Deutsche Wohnen).

[2] 32 der 62 bewerteten Großunternehmen sowie 22 der 39 bewerteten KMU haben Feedback zu ihrem Bewertungsbogen gegeben (zusätzlich haben acht KMU zurückgemeldet, dass sie keine Anmerkungen haben).

2.2 KRITERIEN UND BEWERTUNG

Um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass sich die Nachhaltigkeitsberichterstattung national und international weiterentwickelt, werden die Bewertungskriterien regelmäßig in Abstimmung mit Unternehmen und relevanten Anspruchsgruppen überarbeitet. Im Zuge der diesjährigen Überarbeitung der Rankingkriterien haben wir **weitgehende Veränderungen vorgenommen – nicht nur in inhaltlicher, sondern insbesondere auch in struktureller und methodischer Hinsicht**. Detaillierte Erläuterungen zu der Aktualisierung und Weiterentwicklung der Bewertungsmethodik im Ranking 2021 können dem Kapitel 1 der Veröffentlichung des vollständigen Kriteriensets entnommen werden (IÖW & future 2021). Im Folgenden stellen wir die Kriterienstruktur und die wichtigsten Veränderungen im Vergleich zu 2018 dar.

2.2.1 KRITERIENSTRUKTUR UND BEWERTUNGSSYSTEMATIK

Wie in den vergangenen Ranking-Durchläufen gliedert sich auch das überarbeitete Kriteriensystem in **zwei Blöcke (A und B) mit insgesamt elf Oberkriterien**, die sich wiederum in unterschiedlich viele Unterkriterien aufteilen – so das Oberkriterium „A.2 Strategie- und Zielentwicklung" beispielsweise in drei Unterkriterien (Abbildung 1: Oberkriterien mit Beispiel für die Ausdifferenzierung auf Unterkriterienebene). Bei der jüngsten Überarbeitung neu hinzugekommen ist eine genauere Systematisierung der Anforderungen auf einer neuen Ebene unterhalb der Unterkriterien – den so genannten Modulen.

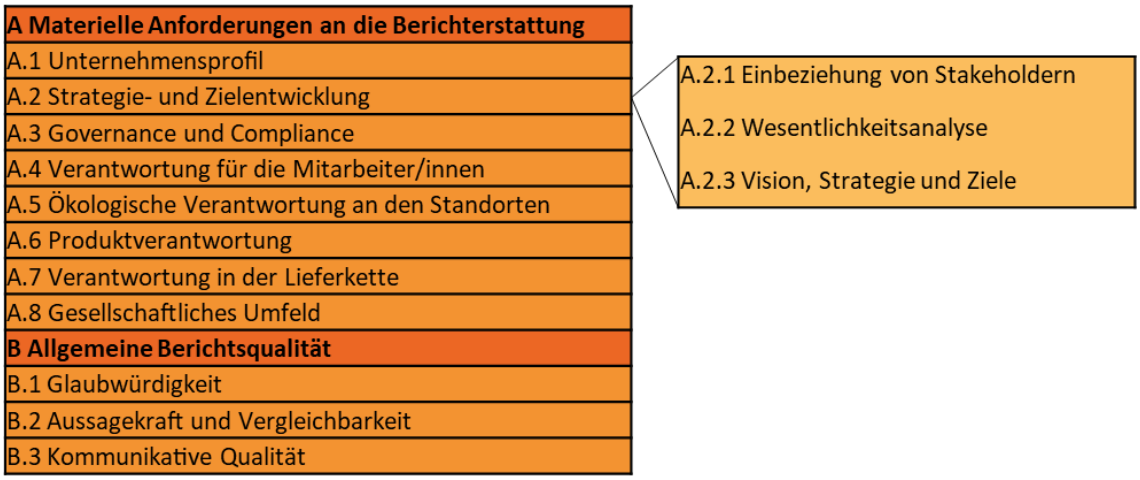

Abbildung 1: Oberkriterien mit Beispiel für die Ausdifferenzierung auf Unterkriterienebene

Um die Methodik und Bewertung im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte besser nachvollziehen zu können, geben wir hier zunächst einen Überblick über die Gesamtstruktur des überarbeiteten Kriteriensets mit seinen verschiedenen Ebenen und Begrifflichkeiten (Tabelle 1). Das **Kriterienset ist modular angelegt**, d. h. alle inhaltlichen Kriterien sind von konkreten Anforderungen im Detail bis hin zu den übergeordneten Anforderungsbereichen über mehrere Ebenen strukturiert. Die Module auf unterster Ebene (grau) benennen konkrete Anforderungen an einzelne Reporting-Aspekte. Sie sind in Unter- und Oberkriterien (gelb-orange) gruppiert. Dadurch lassen sich die konkreten Berichtsanforderungen in thematischen Handlungsbereichen verorten, die wiederum größeren Handlungsfeldern des CSR-Managements zugeordnet werden.

Tabelle 1: Ebenen und Bezeichnungen im Bewertungssystem des Rankings

Ebenen im Kriterienset	Bezeichnungen (auf) jeder Ebene
A B	Materielle Anforderungen an die Berichterstattung Allgemeine Berichtsqualität
A.1 – A.8	Oberkriterien: Handlungsfelder des CSR-Managements
z. B. A.6.0, A.6.1, A.6.2	Unterkriterien: Handlungsbereiche innerhalb der Handlungsfelder (hier: Produktverantwortung)
z. B. A.6.1 Ökologische Wirkung der Produkte	Module: konkrete Anforderungen

Die Bewertung eines Nachhaltigkeitsberichts erfolgt auf der Ebene der Module anhand konkreter Anforderungen. Dabei werden die **Module auf einer Skala von 0-3 Punkten bewertet** (0 – nicht erfüllt, 1 – teilweise erfüllt, 2 – weitgehend erfüllt, 3 – vollständig erfüllt). Sie werden auf **Ebene der Unterkriterien und Oberkriterien auf einer 10er-Skala** aggregiert. In der Summe ergibt sich aus den Werten das **Gesamtergebnis in Form einer Punktzahl, die auf eine 100-Punkte-Skala normiert wird**. Mit diesem Wert geht der bewertete Bericht in die Rangliste ein. Die Gesamtpunktzahl errechnet sich über die aggregierten Punktzahlen und differenzierte Gewichtungen auf den drei unteren Ebenen (Module, Unterkriterien und Oberkriterien). Mit den Gewichtungen tragen wir systematisch Relevanzunterschieden Rechnung, etwa zwischen verschiedenen Branchen oder zwischen Großunternehmen und KMU. Tabelle 2 zeigt die Oberkriterien und deren standardmäßige Gewichtung.[3] Dieses Ranking ermöglicht den Vergleich der Berichte untereinander – und zwar sowohl für das Gesamtergebnis als auch für differenzierte Analysen und Vergleiche der Berichtsqualitäten im Detail.

[3] In den Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung finden sich weitere Details: Eine Übersicht der Oberkriterien mit zugehörigen Unterkriterien ist dort in Tabelle 9 auf S. 32 zu finden. Für die Großunternehmen unterscheidet sich die Gewichtung der Ober- und teilweise Unterkriterien je nach Branche, diese branchenspezifische Gewichtung ist dort in Abschnitt 3 in Tabelle 10 und 11 ab S. 109 dargestellt.

Tabelle 2: Oberkriterien mit Anzahl Unterkriterien und standardmäßiger Gewichtung

Rankingkriterien	Anzahl Unter-kriterien	Gewichtung Großunter-nehmen	Gewichtung KMU
A Materielle Anforderungen an die Berichter-stattung			
A.1 Unternehmensprofil	1	1	1
A.2 Strategie und Zielentwicklung	3	4	4
A.3 Governance und Compliance	2	4	4
A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter*innen	7	**3**	**4**
A.5 Ökologische Verantwortung an den Standor-ten	8	3	3
A.6 Produktverantwortung	3	4	4
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	2	**4**	**3**
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	5	2	2
B Allgemeine Berichtsqualität			
B.1 Glaubwürdigkeit	1	2	2
B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit	1	2	2
B.3 Kommunikative Qualität	1	1	1
Summe	34		

2.2.2 MODULKATEGORIEN

Die konkrete Prüfung und Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten im Ranking erfolgt auf der kleinsten Ebene des Kriteriensets – auf der Ebene der Module. Sie wurden mit dem Ranking 2021 neu eingeführt. Die Module differenzieren und operationalisieren somit ein Unterkriterium weiter. Die Modularisierung der Kriterien nutzen wir auch, um die Anforderungen in Anlehnung an Schritte eines Managementprozesses zu differenzieren: Wir definieren **fünf Kategorien von Modulen, die elementare Anforderungen an eine gute Berichterstattung abbilden** (Tabelle 3).

Tabelle 3: Fünf Modulkategorien im Überblick

1.		Kontext und Relevanz
2.		Ambition und Ziele
3.		Handlungsansatz und Maßnahmen
4.		Leistungen und Ergebnisse
5.		Reflexion und Konsequenzen

Die Modulkategorien gewichten wir standardmäßig unterschiedlich: Module der Kategorien „Hand-lungsansatz und Maßnahmen“ und „Leistungen und Ergebnisse“ werden doppelt so hoch wie die

anderen gewichtet, weil an ihnen der tatsächliche Nachhaltigkeitsbeitrag eines Unternehmens abzulesen ist.[4]

2.2.3 INHALTLICHE ÜBERARBEITUNG DER KRITERIEN IM RANKING 2021

Um Weiterentwicklungen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung Rechnung zu tragen, haben wir im Vorfeld des Rankings 2021 die Kriterien in mehreren Bereichen weiterentwickelt:

Zunächst haben wir geringfügige Verschiebungen zwischen den Ober- und Unterkriterien vorgenommen, um **neue inhaltliche Schwerpunkte zum Ausdruck zu bringen**:

- Auf der Ebene der Oberkriterien haben wir mit der neuen Ausrichtung des Oberkriteriums A.3 auf „Governance und Compliance“ einen inhaltlichen Akzent zu diesem übergreifenden Aspekt des Nachhaltigkeitsmanagements gesetzt.
- Bei den Unterkriterien haben wir etwa mit der „Einbeziehung von Stakeholdern“ (A.2.1) und der „Wesentlichkeitsanalyse“ (A.2.2) als eigenständigen Unterkriterien die grundlegende Bedeutung dieser Handlungsbereiche für CSR-Management und Nachhaltigkeitsberichterstattung unterstrichen.

Darüber hinaus haben wir **bei der inhaltlichen Überarbeitung einige Akzente gesetzt**, indem bei folgenden Themen Anforderungen ergänzt, erweitert oder verschärft wurden:

- Wesentlichkeitsanalyse
- Nachhaltigkeitsstrategie
- Governance und Compliance
- Finanzielle Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung
- Corona-Pandemie
- Circular Economy
- Digitalverantwortung von Unternehmen

3 TRENDS DER BERICHTERSTATTUNG

Gestiegene Anforderungen: Unternehmen können nicht mithalten

Der **Anteil der Berichterstatter** ist gegenüber dem letzten Ranking im Jahr 2018 leicht zurückgegangen, bleibt aber ungefähr auf gleichem Niveau. Gleichzeitig ist der Anteil an Unternehmen mit nur geringfügigen Nachhaltigkeitsinformationen gesunken, was auf eine generell gestiegene Relevanz des Themas hindeutet. Mehr zur Zusammensetzung der Stichprobe und Kommunikationsformaten ist für Großunternehmen in Kapitel 4.1 und für KMU in Kapitel 5.1 zu finden. Die Ergebnisse des Rankings 2021 lassen sich nicht unmittelbar mit denen des Rankings 2018 vergleichen. Die überarbeiteten Kriterien spiegeln deutlich gestiegene Anforderungen wider. Eine geringere durch-

[4] In den Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung finden sich weitere Details: Eine Beschreibung der Berechnungsmethodik ist dort in den Abschnitten 2.1 bis 2.4, S. 29ff. zu finden.

schnittliche Punktzahl deutet somit darauf hin, dass die Berichte mit den gestiegenen Anforderungen nicht mithalten. Es bedeutet aber in den meisten Fällen nicht, dass sich die Qualität der Berichte verschlechtert hat, sondern dass die Kriterien anspruchsvoller geworden sind.

Bei den **Großunternehmen** ergibt sich eine durchschnittliche Bewertung von 44,7 Punkten im Vergleich zu 54,8 Punkten 2018.[5] Hierbei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Branchen, die in den Branchenauswertung in Kapitel 4.4 beleuchtet werden. Einige Großunternehmen konnten sich gegenüber dem letzten Ranking verbessern. Neben den Verschiebungen, die sich aus der weitreichenden Überarbeitung der Bewertungskriterien ergeben, liegt dies teilweise auch am inhaltlichen Ausbau ihrer Berichterstattung. Ein Beispiel hierfür ist Bosch. Das Unternehmen ist von einem kurzen, magazinartigen Bericht zu einem umfassenden Factbook mit ergänzendem Magazin übergangen und landet damit auf dem vierten Platz – während es im letzten Ranking noch nicht für die Top 50 gereicht hat. Deutliche Sprünge nach oben gelingen außerdem Daimler, EnBW und der Münchener-Rück-Gruppe. Unter den Neuberichterstattern schaffte es lediglich die Helios-Kliniken-Gruppe knapp in die Top 50. Die Schwarz-Gruppe sowie die Stadtwerke München befinden sich mit ihren Berichten unter den letzten zwölf des Rankings.

Bei den **kleinen und mittleren Unternehmen** ist eine breite Spanne von Unternehmen vertreten – die Mitarbeiterzahlen liegen zwischen vier (Steinbildhauerei Vincent) und 3.700 (Barmenia). Da es bei den KMU keine branchenspezifischen Gewichtungen und Module gibt, wurden bei diesen stärker als bei den Großunternehmen einzelne Module aus der Bewertung herausgenommen, wenn diese beispielsweise aufgrund der geringen Mitarbeiterzahlen, der geringen Anzahl von Standorten oder der Branchenzugehörigkeit nicht relevant sind. Die KMU erreichen im Ranking 2021 durchschnittlich 58,5 Punkte. Damit konnten sie im Vergleich zu 2018 (69,0 Punkte) ihr Bewertungsniveau besser halten als die Großunternehmen. Trotz der gestiegenen Anforderungen gelingt es den KMU etwa, die Kriterien zur Darstellung ihrer Verantwortung für die Mitarbeiter*innen auf vergleichbarem Niveau wie im letzten Ranking zu erfüllen. Insbesondere vielen etablierten Berichterstattern gelingt es, ihre Inhalte weiter auszubauen und zu vertiefen.

Die Ansprüche im diesjährigen Ranking sind unter anderem durch die **neu entstandenen Modulkategorien** gestiegen. Über alle Berichte zeigt sich, dass Unternehmen besser über ihre Ambitionen und Zielsetzungen berichten als über die Handlungsansätze und Maßnahmen, mit denen sie diese erreichen wollen. Noch dünner ist die Berichterstattung zu den Indikatoren zur Bewertung der tatsächlich erreichten Leistungen und Ergebnisse (Abbildung 2). Eine Ausnahme bildet die Berichterstattung zur ökologischen Verantwortung an den Standorten, wo die Darstellung der Leistungen und Ergebnisse auf vergleichbarem Niveau wie die von Zielen und Maßnahmen gelingt. Hier zeigt sich, dass die Umweltberichterstattung mit den entsprechenden Kennzahlen vergleichsweise lange etabliert ist. Die Kontextualisierung der jeweiligen Handlungsfelder gelingt den Unternehmen zumeist im Ansatz, teilweise auch gut. Reflexionen der eigenen Leistungen und die Ableitung von Handlungskonsequenzen daraus hingegen finden sich – insbesondere bei den Großunternehmen – nur sehr vereinzelt. Die KMU sind hier transparenter. So liefert beispielsweise die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte Wohnstadt eine ausführliche Reflexion der Möglichkeiten, des Erreichten und des Notwendigen im Bereich Klimaschutz durch Gebäudemodernisierung.

[5] Für den Vergleich wurden die Punktwerte auf Ebene der Unterkriterien aus dem Ranking 2018 zunächst auf die neue Bewertungsskala (0,1,2,3 Punkte statt wie 2018 0,1,3,5 Punkte) umgerechnet und anschließend mit der neuen Bewertungssystematik (Gewichtungen und Normierungen) die Punkte für Unter- und Oberkriterien sowie die Gesamtpunktzahl neu berechnet. Dabei wurden auch inhaltliche Verschiebungen berücksichtigt. Die Umrechnung erfolgte für alle Bewertungen, sodass ein Durchschnittswert für das Ranking 2018 mit der Bewertungslogik des Rankings 2021 gebildet werden konnte.

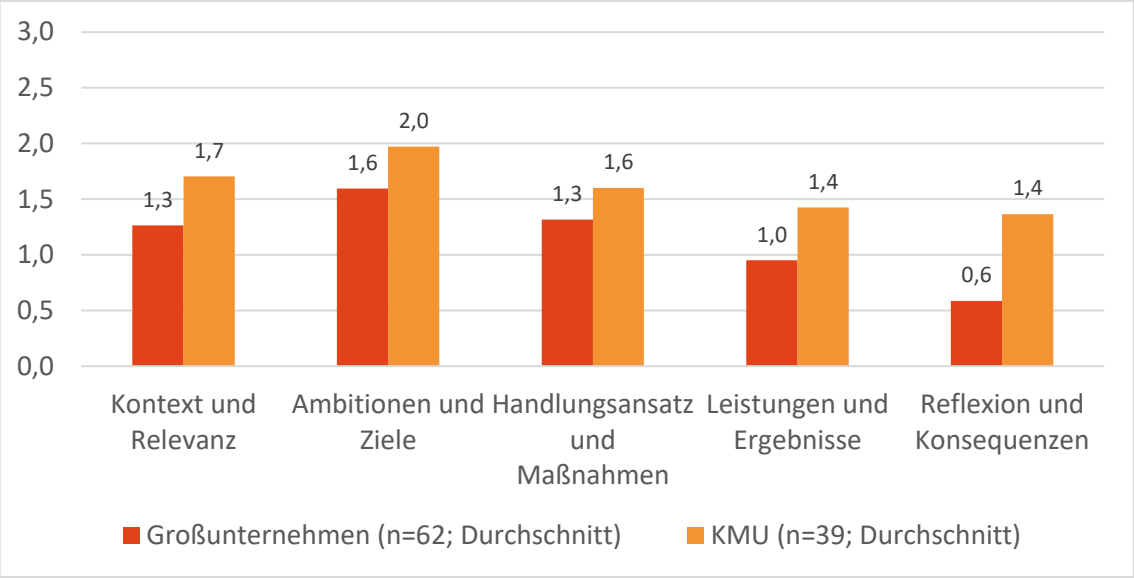

Abbildung 2: Wie gut berichten die Unternehmen im Durchschnitt zu den unterschiedlichen Modulkategorien? (Skala 0-3)[6]

Klimaneutralität und zunehmende Vereinheitlichung der Klimaberichterstattung

Klimaschutz ist das zentrale Thema über alle Unternehmen hinweg. 74 Prozent der Großunternehmen (46 Unternehmen) und 48 Prozent der KMU (19 Unternehmen) haben sich dafür das Ziel der **Klimaneutralität** auf die Fahne geschrieben.[7] Allerdings wird bei dieser Zielformulierung häufig nicht deutlich, was die Unternehmen unter Klimaneutralität genau verstehen, welche Emissionen sie in ihre Betrachtung einbeziehen und welche Rolle die Kompensation von Treibhausgasemissionen dabei spielt. Ohne das genaue Verständnis des Unternehmens zu kennen, kann das Ambitionsniveau nicht beurteilt werden. Mehr Details im Kapitel 6.1 zur Sonderauswertung Klimaneutralität.

Unabhängig von der Klimaneutralität zeigt sich eine weitere Vereinheitlichung der Klimaberichterstattung, insbesondere bei den Großunternehmen (Abbildung 3). Rund 80 Prozent (49 Unternehmen) der Großunternehmen bilanzieren ihre berichteten Treibhausgasemissionen gemäß dem Greenhouse Gas Protocol (GHG-Protocol). Der Anteil fällt mit 46 Prozent (18 Unternehmen) bei den KMU geringer aus. Weiterhin nehmen viele der Großunternehmen Bezug auf die Empfehlungen und Anforderungen von CDP (ehemals Carbon Disclosure Project) (65 %) und der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD, 48 %) oder integrieren bzw. verweisen auf eine entsprechende Berichterstattung. Bei den KMU ist die Orientierung an CDP (3 KMU) und TCFD (5 KMU) deutlich weniger verbreitet.

[6] Hierbei sind die Werte für alle Kriterien zusammengefasst, die nach den fünf Modulkategorien (s. Tabelle 3) untergliedert sind, dies sind A.3.2 Compliance (inkl. Anti-Korruption) sowie die Oberkriterien A.4 bis A.8 (s. Tabelle 2)

[7] Im Kurzbericht zum Ranking (IÖW & future 2022) werden bei den KMU nur 18 Unternehmen aufgeführt, bei der detaillierten Analyse für diesen Bericht stellte sich heraus, dass ein Unternehmen, das angibt bereits klimaneutral zu sein, übersehen wurde.

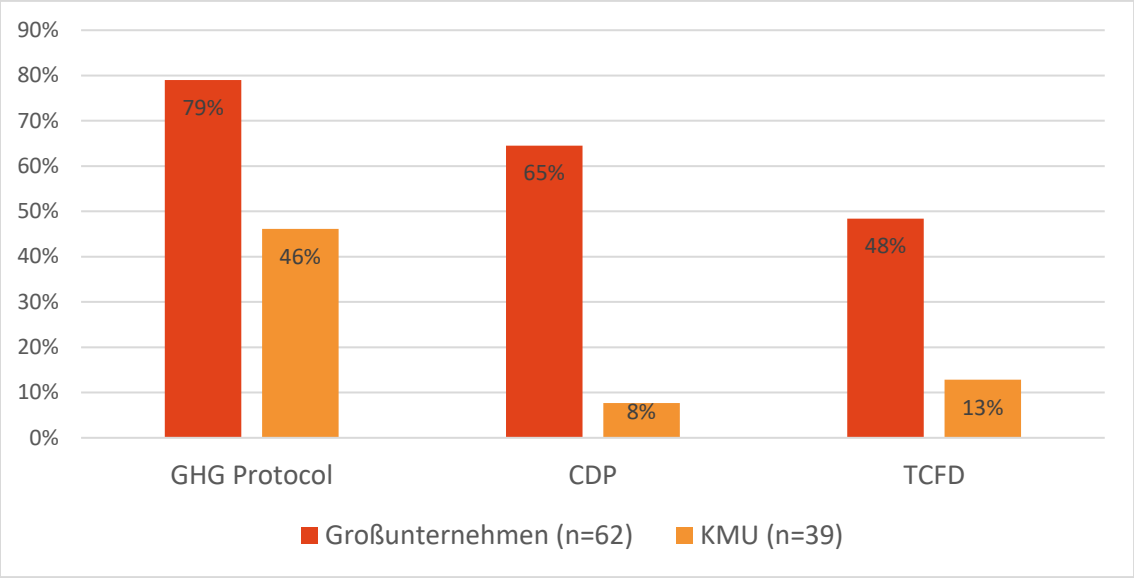

Abbildung 3: Welche Standards beachten die Unternehmen bei der Klimaberichterstattung?

Corona-Pandemie ist Thema der Berichterstattung

Auch die Nachhaltigkeitsberichterstattung wird von der Corona-Pandemie beeinflusst. Überwiegend gehen die Unternehmen bei spezifischen Themen wie Arbeitsbedingungen oder Gesundheitsschutz auf die Auswirkungen der Pandemie auf das Unternehmen sowie die ergriffenen Schutzmaßnahmen ein. Dabei berichten sie häufig über neu eingesetzte Pandemiestäbe oder ähnliches. Während sie ausführlich über ihre umfangreichen **Homeoffice-Regelungen** berichten, reflektieren nur wenige Unternehmen über eventuelle negative Auswirkungen dieser Regelungen. Einige Unternehmen stellen ihre Unterstützungsangebote für Beschäftigte dar. Über Schutzmaßnahmen für die Mitarbeiter*innen, die nicht im Homeoffice arbeiten konnten, wird weniger informiert. Viele Unternehmen denken in Folge der Erfahrungen über eine Ausweitung von Homeoffice-Möglichkeiten und entsprechende Regelungen oder Betriebsvereinbarungen auch nach Abklingen der Pandemie nach.

Einige Unternehmen fassen die Auswirkungen der Pandemie und den Umgang damit in einem **Corona-Sonderteil** zusammen. Der Fokus der Corona-Sonderteile liegt auf den Themen Gesundheitsschutz der Mitarbeiter*innen und Spendenaktionen für Corona-Hilfsmaßnahmen, z. B. in Form von Masken und Desinfektionsmitteln. Des Weiteren wird der Einfluss der Pandemie auf die Geschäftstätigkeit thematisiert: Audi, Siemens und Porsche berichten unter anderem über die kurzzeitige Schließung von Produktionsstandorten. Mehr Details in Kapitel 6.2 zur Sonderauswertung Corona.

Standardisierung und Prüfung

Die Standardisierung der Nachhaltigkeitsberichte bleibt weiterhin auf einem hohen Niveau (Abbildung 4): Mit Ausnahme von vier Unternehmen (Debeka Versicherungen, Heraeus Holding, NRW-Bank, TUI) folgen alle 62 Berichterstatter unter den Großunternehmen den Standards der **Global Reporting Initiative (GRI)**. Der Anteil der GRI-Berichterstatter hat sich mit circa 94 Prozent kaum gegenüber dem Wert von 2018 geändert. Von den 39 bewerteten KMU-Berichten folgen 27 den GRI-Richtlinien. Der Anteil ist damit von 80 Prozent im Ranking 2018 auf 70 Prozent im Ranking 2021 gesunken. Dabei wenden die Unternehmen weitgehend die Option „Kern“ an, nur jeweils drei Großunternehmen (BASF, BMW, Daimler) und KMU (Adva, GLS Bank, Stadtreinigung Hamburg) berichten nach der Option „umfassend“.

Darüber hinaus ist die Orientierung an **internationalen Rahmenwerken** insbesondere bei den Großunternehmen weit verbreitet: 85 Prozent der Großunternehmen (53 von 62) und 54 Prozent der KMU (21 von 39) nehmen auf die Sustainable Development Goals (SDGs) Bezug. Zudem werden bei der Darstellung des Selbstverständnisses der Unternehmen in der Regel weitere Rahmenwerke wie die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN) oder die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) herangezogen. Viele Großunternehmen nutzen ihren Bericht auch als UN-Global-Compact-Fortschrittsbericht (41, KMU: 5) während KMU häufiger ihre Entsprechungserklärung für den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) integrieren (11, Großunternehmen: 6).

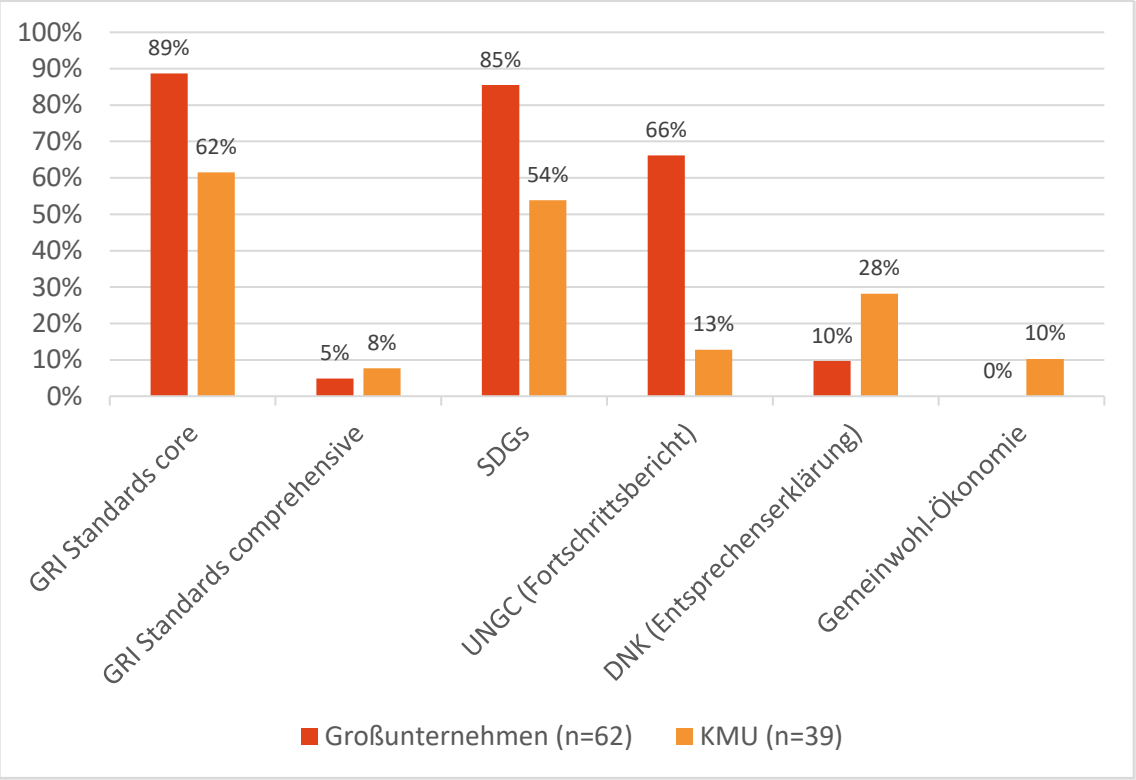

Abbildung 4: Welche Standards berücksichtigen die Unternehmen bei der Berichtserstellung?

41 Großunternehmen (66 %) haben ihren Nachhaltigkeitsbericht oder zumindest Teile des Berichts einer **externen Prüfung** unterzogen. Damit ist der Anteil gegenüber dem Ranking 2018 leicht gesunken, damals waren es noch 71 Prozent der Berichte. Davon wurden 14 Berichte mit begrenzter Sicherheit[8] und zwei Berichte mit hinreichender Sicherheit geprüft (EnBW und ThyssenKrupp), zusätzlich sind sieben Berichte teilweise mit hinreichender und teilweise mit begrenzter Sicherheit geprüft und 17 Unternehmen lassen nur Teile ihres Berichtes (z.B. die NFE) mit begrenzter Sicherheit prüfen. Für die Prüfung wurde zumeist der Prüfstandard ISAE 3000 (Revised) zugrunde gelegt. Bei den Unternehmen, die ihre Nachhaltigkeitsinformationen im Bericht zumindest teilweise mit hinreichender Sicherheit prüfen lassen, gehören überwiegend Unternehmen mit integriertem Bericht, aber auch Bosch, Continental und Daimler.

Bei den KMU ist eine Zunahme von externen Prüfungen erkennbar. So hat sich der Anteil der geprüften Berichte von etwa 30 Prozent im Ranking 2018 auf 56 Prozent im Ranking 2021 erhöht,

[8] Umfasst auch Berichte mit begrenzter Sicherheit, bei denen die Finanzkennzahlen bzw. der Lagebericht mit hinreichender Sicherheit geprüft wurden (u. a. BMW, Hochtief, Lufthansa, SAP).

darunter acht komplett mit begrenzter Sicherheit geprüfte Berichte, sechs Berichte, in denen Teile mit begrenzter Sicherheit geprüft wurden, vier validierte EMAS-Umwelterklärungen und vier validierte Gemeinwohl-Bilanzen. Im Gegensatz zu den Großunternehmen finden sich bei den KMU häufiger weitere Prüfungsformen wie die Audits nach EMAS und Gemeinwohlökonomie (GWÖ) (Abbildung 5).

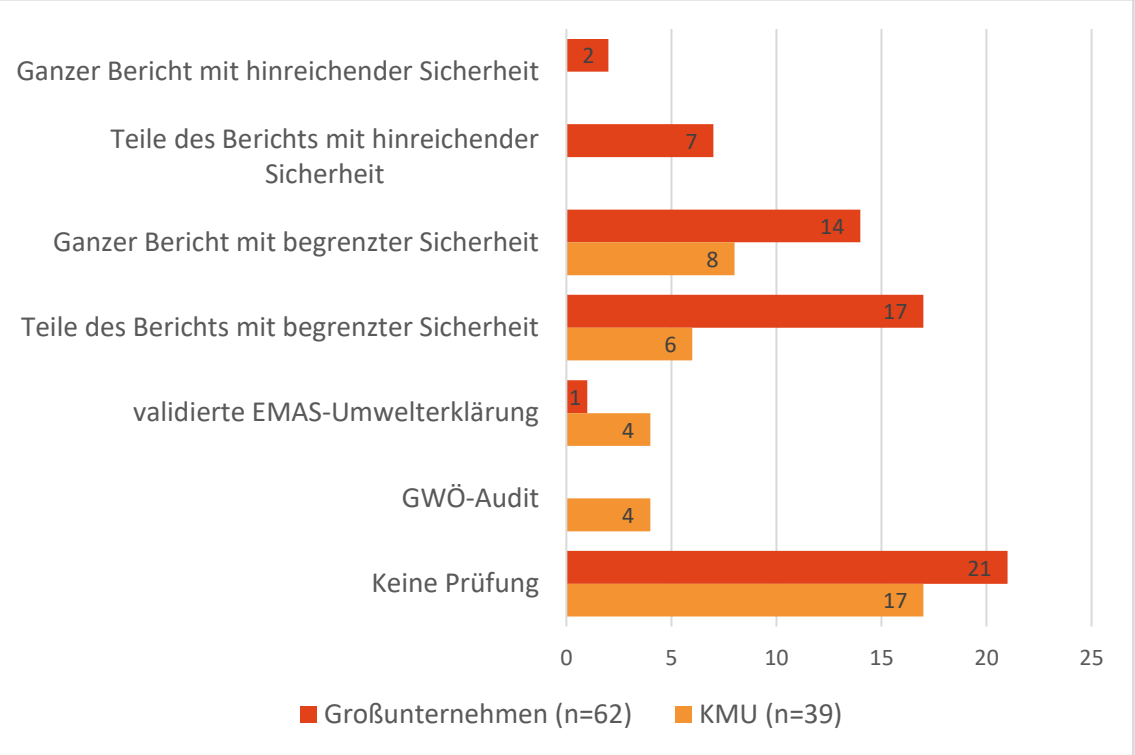

Abbildung 5: Wie lassen Unternehmen ihre Berichte prüfen?

Ein hohes Maß an Transparenz bieten diejenigen KMU, die auf alternative Ansätze der gesellschaftsbezogenen Berichterstattung zurückgreifen. Vier der bewerteten KMU berichten nach den Prinzipien der **Gemeinwohl-Ökonomie** (Elobau, Gebäudeservice Wodara, Gerüstbau Gemeinhardt, Sonnendruck). Der Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie zielt auf eine Darstellung eines Wirtschaftens, das sich an Anspruchsgruppen und gesellschaftlichen Grundwerten orientiert. In Gemeinwohl-Berichten und -Bilanzen legen die Unternehmen ihren Beitrag zum Gemeinwohl anhand normativ geleiteter Kriterien offen. Allgemein überzeugen die Gemeinwohl-Berichte durch ihre ausgeprägte Offenheit, indem sie noch bestehende Defizite benennen und explizit zu den in der Gemeinwohl-Bilanzierung angefragten Negativaspekten Stellung beziehen. Die Stärken der Gemeinwohl-Berichte liegen in der Darstellung ihrer Werteorientierung und mit Abstrichen auch der Nachhaltigkeitsstrategien und der verfolgten Handlungsansätze. Schwächen liegen bei den Wesentlichkeitsanalysen sowie der Stakeholder-Beteiligung und der Darstellung der Stakeholder-Ansprüche, hier bietet der Gemeinwohl-Standard keine explizite Orientierung.

Nichtfinanzielle Erklärungen als Teil der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Bereits seit 2017 müssen viele Großunternehmen der CSR-Berichtspflicht gemäß dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) nachkommen. Bestimmte deutsche Großunternehmen sind seitdem dazu verpflichtet, Nachhaltigkeitsbelange in einer **nichtfinanziellen Erklärung (NFE)** offenzulegen. Unter den 62 Großunternehmen mit eigenständigem Nachhaltigkeitsbericht im Ranking 2021 fielen 46 Unternehmen unter die CSR-Berichtspflicht, von den übrigen 16 Unternehmen sind

knapp die Hälfte nicht selbst berichtspflichtig, da sie Teil eines Konzerns sind, für den der Mutterkonzern berichtspflichtig ist. Für andere entfällt die Berichtspflicht, weil sie nicht kapitalmarktorientiert sind. Von den im Ranking berücksichtigten KMU waren sechs Unternehmen dazu verpflichtet, eine NFE zu veröffentlichen.

24 Großunternehmen und fünf KMU integrieren die Inhalte der NFE in den Nachhaltigkeitsbericht bzw. in den integrierten Unternehmensbericht. Alle weiteren Unternehmen kommen ihrer Berichtspflicht durch eine separate nichtfinanzielle Erklärung oder durch deren Integration in den Geschäftsbericht nach. Davon verweisen 18 Großunternehmen und kein KMU innerhalb des Nachhaltigkeitsberichts auf die externe nichtfinanzielle Erklärung. Abbildung 6 zeigt auf, wie viele Großunternehmen und KMU berichtspflichtig sind und wie die Berichtspflicht jeweils umgesetzt wird.

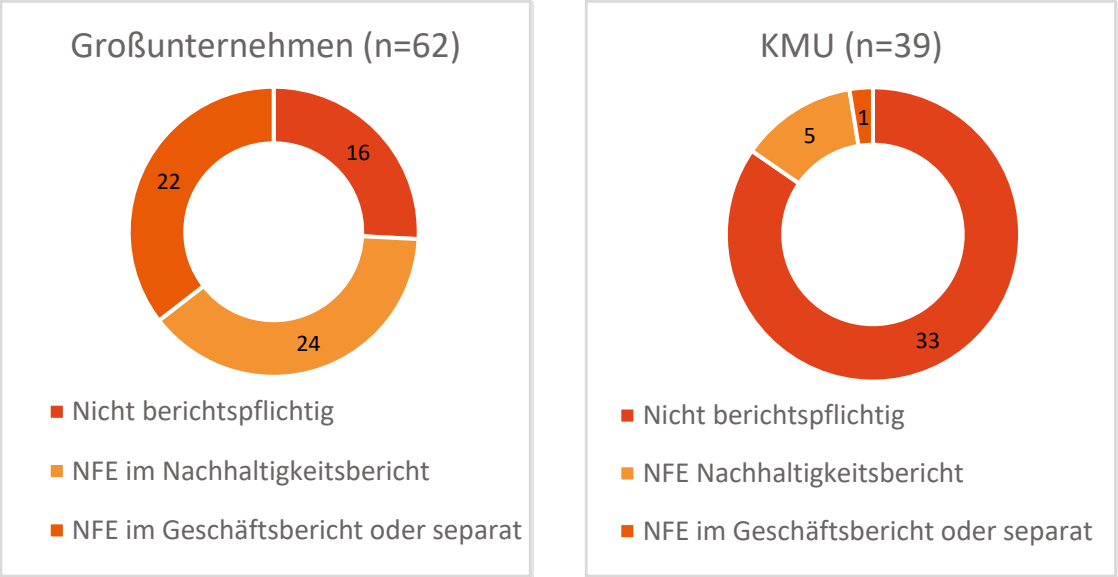

Abbildung 6: Wo veröffentlichen berichtspflichtige Unternehmen ihre NFE?

Wie auch im Ranking 2018 ist nur im Fall von Henkel der Nachhaltigkeitsbericht vollständig deckungsgleich mit der NFE. Alle weiteren Unternehmen, die eine NFE integriert in den Nachhaltigkeitsbericht bzw. Unternehmensbericht veröffentlichen, ordnen die Inhalte des Berichts nur teilweise der NFE zu. Die Zuweisung der Berichtsinhalte erfolgt auf drei unterschiedliche Weisen: Zumeist wird mithilfe eines **NFE-Index** auf die relevanten Textpassagen hingewiesen. An dieser Stelle kann der Bericht von Merck überzeugen: Ein detaillierter NFE-Index mit Erläuterungen und Verlinkungen zu den entsprechenden Textstellen erleichtert die Navigation zwischen den berichtspflichten Inhalten. Häufig werden die relevanten Textpassagen zudem durch Markierungen hervorgehoben. In einem Bericht geschieht dies durch einen farbigen Hintergrund (Volkswagen), zumeist jedoch durch Symbole, Linien oder Rahmen (u. a. Brenntag, Hapag-Lloyd, Schaeffler). In einigen Berichten wird die NFE in einem eigenen Kapitel abgegrenzt (u. a. Hochtief, Lufthansa, Adva).

Berichtsformate: Weniger Print, mehr Online

Von den Großunternehmen veröffentlichen die meisten ihre Berichte als PDF-Version im Internet. 16 Unternehmen haben einen Onlinebericht, zu dem sie teilweise zusätzlich eine PDF-Version zum Download anbieten. Nur noch wenige geben einen Printbericht heraus.[9] Bei den KMU veröffent-

[9] Dies wurde nicht vollständig erfasst. Neun Unternehmen geben an, einen Printbericht zu veröffentlichen, zahlreiche andere, dass sie dies inzwischen eingestellt haben, vor allem um Ressourcen bei Papier und Druck einzusparen.

lichen 22 Unternehmen Printberichte, zwölf einen PDF-Bericht und fünf Unternehmen haben einen Onlinebericht. Auch bei den KMU gibt es teilweise Mischformen, etwa indem zusätzlich zu einem kurzen Printbericht eine längere PDF-Version angeboten wird. Die meisten Unternehmen verweisen aus den Berichten oder ihrem GRI-Index auf weitere Veröffentlichungen und Dokumente wie den Geschäftsbericht, Kennzahlentools oder Excelsheets mit Kennzahlen, frühere Nachhaltigkeitsberichte oder ergänzende Webseiten. Viele stellen auch ihren Verhaltenskodex, Lieferantenkodex oder andere unternehmensspezifische Leitlinien online. Leider gelingt es ihnen nicht immer, die Dokumente gut zu verknüpfen. So fehlen teilweise Verweise auf grundsätzlich durchaus vorhandene Dokumente, teilweise werden die Leser*innen im Kreis geführt oder auf Webseiten verwiesen, auf denen der Berichtstext wiederholt oder nur unwesentlich ergänzt wird.

4 ERGEBNISSE DES RANKINGS DER GROSSUNTERNEHMEN 2021

4.1 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 (UNGC))	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).

Abbildung 7 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 in Tabelle 19 im Anhang.

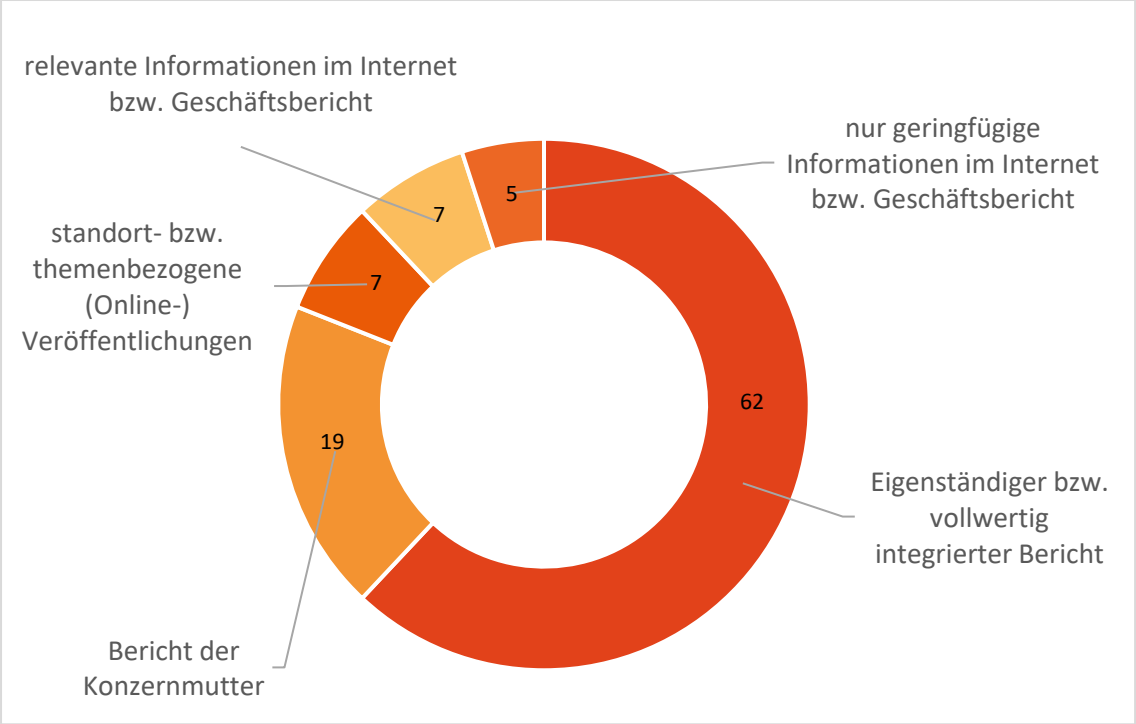

Abbildung 7: Klassifizierung der Berichterstattung der Großunternehmen im Ranking 2021 (n=100, Stand: 30.06.2021)

Von den 100 größten deutschen Unternehmen legen mehr als zwei Drittel einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht oder einen integrierten Unternehmensbericht vor. Der **Anteil der Berichterstatter** hat sich gegenüber dem letzten Ranking im Jahr 2018 von 69 Prozent wieder leicht auf 62 Prozent zurück entwickelt. Durch Veränderungen der Top-100 Liste der FAZ sind zehn Berichterstatter aus der Stichprobe gefallen, sechs neue kamen hinzu (Helios Kliniken Gruppe, Schwarz-Gruppe, Stadtwerke München, Beiersdorf, Kion und NRW-Bank). Außerdem wurden drei Unternehmen nicht mehr als Berichterstatter gewertet: McKesson Europe (Bericht jetzt über internationalen Mutterkonzern McKesson Corporation), Aldi-Süd (geringfügige Informationen wurden nicht als eigenständiger Nachhaltigkeitsbericht bewertet) und Knauf KG (kein neuer Nachhaltigkeitsbericht seit 2015/2016).

Unter den berichtenden Unternehmen befinden sich drei Neuberichterstatter, die ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht nach dem letzten Ranking veröffentlicht haben: Helios-Kliniken-Gruppe, Schwarz-Gruppe und die Stadtwerke München. Aufgrund von Veränderungen in der Unterneh-

mensstichprobe sind zudem erstmals Beiersdorf, Kion und die NRW-Bank mit ihren Nachhaltigkeitsberichten vertreten.[10] Von den 38 Top-100-Unternehmen ohne eigenständigen oder integrierten Nachhaltigkeitsbericht können 19 auf einen Bericht ihres (internationalen) Mutterkonzerns verweisen. Sieben Unternehmen veröffentlichen zumindest standort- bzw. themenbezogene Broschüren, sieben kommunizieren relevante Nachhaltigkeitsinformationen auf ihrer Website, im Geschäftsbericht oder im Rahmen einer nichtfinanziellen Erklärung. Die Anzahl der integrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte unter den Berichten der Großunternehmen ist mit 13 Berichten konstant geblieben.[11] Mit 20 Prozent liegt der Anteil der integrierten Berichte ungefähr auf dem Niveau von 2018 (19 Prozent). Vier Großunternehmen greifen dabei auf die vom „International Integrated Reporting Committee“ (IIRC) vorgegebenen Richtlinien zurück (BMW, BASF, EnBW, SAP).

Die Quote der **Nichtberichterstatter** sinkt gleichzeitig kontinuierlich von 15 Prozent im Jahr 2015 über acht Prozent im Jahr 2018 auf derzeitig fünf Prozent.[12] Diese Unternehmen stellten zum Stichtag lediglich in geringfügigem Umfang Nachhaltigkeitsinformationen auf ihren Internetseiten oder im Geschäftsbericht zur Verfügung. Tabelle 5 führt alle aktuellen Nicht-Berichterstatter unter den 100 größten deutschen Unternehmen und deren Eingruppierung in den Vorjahren auf.[13] Wie im Ranking 2018 ist auch in diesem Jahr kein Unternehmen vertreten, das vollständig auf die Veröffentlichung nachhaltigkeitsbezogener Informationen verzichtet.

Tabelle 5: Nicht-Berichterstatter unter den 100 größten Unternehmen (Stand: Juli 2021)

Nr.	Unternehmen	Rankingbranche	Rang				
			2018	2015	2011	2009	2007
1	Amazon Deutschland	Handel / Bekleidung	E	-	-	-	-
2	Amprion GmbH	Energieversorgung	E	-	-	-	-
3	Deutsche Leasing Gruppe	Medien / Informationsdienstleister	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 / Technologie	E	E	X	X	D
8	Thüga-Gruppe	Energieversorgung	E	D	X	-	-

[10] Helios Kliniken Gruppe, Schwarz-Gruppe und Stadtwerke München sind auf Grund der Veränderungen in der Top 100 Liste der größten Unternehmen (FAZ) neu in der Stichprobe. Die NRW-Bank, Kion und Beiersdorf sind ebenfalls neu in der Stichprobe, haben aber schon länger Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht.

[11] Folgende Unternehmen sind mit sind mit integrierten Unternehmensberichten im Ranking vertreten: Adidas, Audi, BASF, BMW, Covestro, Deutsche Bahn, Deutsche Post, EnBW, Hochtief, Lufthansa, Porsche, SAP, ThyssenKrupp.

[12] Die Zahl von 2015 bezieht sich auf die Stichprobe der 150 größten deutschen Unternehmen.

[13] Die Thüga-Gruppe und Amprion GmbH haben ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht nach dem Stichtag für das Ranking 2021 veröffentlicht.

4.2 ERGEBNISSE DES RANKINGS

4.2.1 VOLLSTÄNDIGE ERGEBNISLISTE

Eine Übersicht über die 50 besten der insgesamt 62 bewerteten Berichte von Großunternehmen findet sich in Tabelle 6, eine vollständige Liste der Großunternehmen in Tabelle 19 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, die diese Transparenz nicht bzw. nur sehr eingeschränkt praktizieren.

Tabelle 6: Ergebnisse der 50 besten Großunternehmen

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

Ergebnisse Großunternehmen

2021

Rang 2021	Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung: Unternehmensprofil	Strategie- und Zielentwicklung	Governance und Compliance	Verantwortung für die Mitarbeiter*innen	Ökologische Verantwortung an den Standorten	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Allgemeine Berichtsqualität: Glaubwürdigkeit	Aussagekraft und Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität
1	3	8	6	24	37	10	Deutsche Telekom AG	72,2	Corporate Responsibility Bericht 2020	5,6	6,9	6,3	6,5	7,1	8,1	8,3	5,9	8,3	7,8	7,9
2	1	10	33	21	C	X	Rewe Gruppe	65,1	REWE Group – Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	6,8	4,8	6,6	6,7	8,6	7,0	4,7	7,2	3,3	8,3
3	6	18	32	13	12	26	Merck KGaA	63,5	Nachhaltigkeitsbericht 2020	10,0	6,0	7,1	6,7	6,0	6,6	3,8	3,5	8,9	7,8	7,9
4	A	A	A	15	15	12	Robert Bosch GmbH	62,2	Shifting Paradigms – Nachhaltigkeitsbericht 2020 | Factbook	8,9	5,1	5,3	5,5	5,8	8,0	6,6	4,4	7,9	5,6	7,9
5	14	33	3	1	3	13	BASF-Gruppe	61,9	BASF-Bericht 2020	10,0	6,0	6,5	4,6	5,1	7,1	5,0	4,4	7,2	8,9	7,1
6	12	21	11	11	14	1	Henkel AG & Co. KGaA	59,1	Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	5,0	5,6	4,6	4,9	7,8	4,5	3,5	8,3	8,9	7,9
7	45	13	4	7	27	14	Daimler AG	57,3	SpurWechsel – Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2020	5,6	5,0	6,5	6,8	5,1	5,8	4,5	5,9	6,7	5,6	7,1
8	4	7	8	9	38	33	Landesbank Baden-Württemberg (LBBW)	57,2	Nachhaltiges Handeln – Der Nachhaltigkeitsbericht der Landesbank Baden-Württemberg 2020	4,4	7,1	6,3	6,1	6,3	5,9	1,9	3,6	4,4	7,8	5,8
9	35	A	A	A	28	A	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	55,8	Ambition – Integrierter Geschäftsbericht 2020 Erweiterte Fassung	8,9	4,8	6,0	5,0	4,8	6,3	4,4	3,5	7,4	7,8	5,4
10	10	3	A	28	31	16	KfW-Konzern	55,5	Nachhaltigkeitsbericht 2020 – Daten nach GRI, HGB und TCFD	7,8	5,0	5,8	5,5	4,2	6,7	4,1	3,0	4,4	7,8	6,3
11	8	14	5	12	7	31	Bayer AG	55,0	Nachhaltigkeitsbericht 2020	6,7	6,0	5,5	5,2	4,9	4,3	6,0	3,8	5,0	7,8	7,5
12	13	26	30	29	17	15	Evonik Industries AG	54,8	Next Generation Solutions – Nachhaltigkeitsbericht 2020	10,0	6,0	6,1	6,1	4,8	3,3	5,0	2,4	5,6	8,9	6,3

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

Ergebnisse Großunternehmen

2021

Rang 2021	Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung: Unternehmensprofil	Strategie- und Zielentwicklung	Governance und Compliance	Verantwortung für die Mitarbeiter*innen	Ökologische Verantwortung an den Standorten	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Allgemeine Berichtsqualität: Glaubwürdigkeit	Aussagekraft und Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität
13	16	25	28	41	C	A	Allianz Group	53,6	Collaborating for a sustainable future – Allianz Group Sustainability Report 2020	2,2	6,6	5,3	4,7	5,3	5,2	3,3	4,9	6,7	6,7	7,1
13	2	1	1	3	10	9	BMW Group	53,6	Unsere Verantwortung. Unsere Zukunft. BMW Group Bericht 2020	8,9	4,7	6,5	4,2	4,4	6,3	5,4	2,9	5,6	5,6	6,3
15	19	9	30	44	D	X	DZ Bank Gruppe	52,4	Nachhaltigkeitsbericht 2020	3,3	5,0	5,4	5,2	4,0	6,7	3,4	3,7	5,6	6,7	4,6
16	42	41	35	46	33	23	Münchener-Rück-Gruppe	51,9	Corporate Responsibility Report 2020	3,3	5,0	5,6	5,2	5,0	6,0	2,1	4,5	5,0	6,7	6,7
17	A	36	40	36	29	A	Deutsche Bank AG	51,8	Nichtfinanzieller Bericht 2020	8,9	4,7	5,4	3,6	4,7	6,4	1,0	3,7	5,6	8,9	5,4
18	11	17	2	2	C	A	Siemens AG	51,3	Nachhaltigkeitsinformationen 2020	7,8	4,1	5,8	4,9	3,9	6,3	3,7	4,4	5,6	7,8	4,6
19	37	27	21	30	17	5	Adidas AG	51,1	Geschäftsbericht 2020	6,7	4,3	5,8	3,4	3,5	4,9	6,4	3,9	6,1	7,8	4,6
20	7	34	A	5	12	A	Deutsche Bahn AG	51,0	Ein starkes Team für eine starke Schiene – Deutsche Bahn Integrierter Bericht 2020	8,9	4,8	4,3	4,9	3,6	5,3	4,1	2,6	5,9	10,0	6,3
21	5	4	22	25	46	D	Commerzbank AG	49,7	GRI-Bilanz 2020	6,7	5,0	6,7	4,7	3,1	5,0	2,3	4,7	3,9	6,7	5,4
22	20	D	X	E	X	-	Talanx AG	49,3	Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	5,4	5,4	4,8	4,5	5,2	1,3	3,5	2,8	7,8	6,7
23	31	-	-	-	-	X	Covestro AG	48,5	One Circular Vision – Geschäftsbericht 2020	8,9	5,0	4,5	3,9	3,0	3,9	5,0	2,4	7,2	8,9	5,4
24	15	D	E	X	X	X	Aldi-Gruppe (Aldi-Nord)	47,3	Nachhaltigkeitsbericht 2019	5,6	5,5	3,3	3,3	5,5	5,4	5,1	1,8	5,0	6,7	5,8
24	17	19	-	-	-	X	Hannover Rück SE	47,3	somewhat different – Nachhaltigkeitsbericht 2020	8,9	5,2	4,8	5,5	1,6	4,8	4,0	3,0	4,4	5,6	5,0
26	25	49	49	42	C	-	Aurubis AG	46,7	Fokus Nachhaltigkeit – Nachhaltigkeitsbericht 2019/20	6,7	3,8	4,8	5,5	5,2	4,4	4,0	3,4	3,3	5,6	7,9
27	40	C	C	C	E	C	Schaeffler AG	46,4	We pioneer motion – Nachhaltigkeitsbericht 2020	8,9	3,9	5,2	3,5	3,8	5,1	4,2	1,7	5,6	6,7	6,7

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

Ergebnisse Großunternehmen

2021

Rang 2021	Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung: Unternehmensprofil	Strategie- und Zielentwicklung	Governance und Compliance	Verantwortung für die Mitarbeiter*innen	Ökologische Verantwortung an den Standorten	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Allgemeine Berichtsqualität: Glaubwürdigkeit	Aussagekraft und Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität
28	20	45	37	47	23	A	HeidelbergCement AG	45,6	Verantwortung übernehmen. Chancen sichern – Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	5,8	5,5	4,4	4,2	4,4	2,1	3,4	3,9	5,6	6,3
29	A	30	43	50	47	A	MAN SE	45,3	Driving Responible Transportation – MAN GRI-Bericht 2020	5,6	4,0	3,8	5,0	3,7	3,3	5,4	3,2	5,0	7,8	6,3
30	46	29	25	14	20	C	E.ON SE	44,6	Enabling a sustainable future – 2020 Sustainability Report	3,3	5,1	5,9	5,4	3,3	3,4	4,6	3,3	2,8	5,6	6,3
31	41	A	23	43	C	E	SAP SE	44,5	Integrierter Bericht der SAP 2020	8,9	3,9	5,6	3,3	5,1	4,1	2,9	2,1	4,1	8,9	3,3
32	9	5	9	6	9	7	Volkswagen AG	43,5	Nachhaltigkeitsbericht 2020	4,4	3,4	5,2	4,7	3,6	3,8	5,2	2,0	4,4	6,7	4,6
33	48	14	13	4	2	6	RWE AG	42,7	Neue Wege für eine nachhaltige Zukunft. Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	3,4	5,3	4,0	3,9	3,6	3,2	3,5	2,8	7,8	5,8
34	38	A	E	D	C	X	BayWa AG München	42,2	Verantwortlich handeln Veränderung leben – Nachhaltigkeitsbericht 2020	6,7	3,1	5,8	3,9	5,2	2,5	2,6	3,1	6,1	5,6	7,1
35	A	A	C	C	C	A	Porsche AG	41,9	Mut. Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht der Porsche AG 2020	5,6	4,0	3,6	4,6	3,9	3,8	3,6	3,1	3,9	7,8	5,0
36	A	A	-	-	-	-	50Hertz Transmission GmbH	41,7	Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	2,7	4,6	3,6	4,6	4,2	2,8	4,2	3,3	6,7	5,4
37	31	A	A	A	C	C	Continental AG	41,5	Chancen konsequent nutzen – Nachhaltigkeit leben. Integrierter Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	3,0	5,4	3,8	3,2	4,2	4,3	2,8	3,3	5,6	4,6
37	47	A	44	A	26	18	Lufthansa Group	41,5	Transforming the way we connect people, cultures and economies – Geschäftsbericht 2020	8,9	3,2	4,1	3,3	1,2	4,7	2,9	1,8	5,0	10,0	6,7

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

Ergebnisse Großunternehmen

2021

Rang 2021	Rang 2018	Rang 2015	Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunktzahl	Berichtstitel	Kriterien: Materielle Anforderungen an die Berichterstattung: Unternehmensprofil	Strategie- und Zielentwicklung	Governance und Compliance	Verantwortung für die Mitarbeiter*innen	Ökologische Verantwortung an den Standorten	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Allgemeine Berichtsqualität: Glaubwürdigkeit	Aussagekraft und Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität
37	26	47	E	E	X	X	R + V Konzern	41,5	Nachhaltig.Verantwortlich.Genossenschaftlich. Der R+V-Nachhaltigkeitsbericht 2020	4,4	3,9	2,4	5,1	6,0	3,7	1,6	4,0	4,4	7,8	4,6
40	29	36	D	D	C	20	ZF Friedrichshafen AG	41,3	Next Generation Mobility – Responsible Transformation. Sustainability Report 2020	7,8	4,5	4,3	4,7	4,3	4,2	3,6	2,4	2,2	4,4	4,6
41	36	24	-	-	49	-	Audi AG	39,2	Report 2020, kombinierter Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht	8,9	3,7	4,0	3,1	3,6	4,0	3,4	1,7	4,4	4,4	7,1
42	31	46	18	44	45	34	Deutsche Post AG	38,7	Resilient – Geschäftsbericht 2020	6,7	3,4	3,9	4,3	3,1	3,6	2,9	1,8	2,2	8,9	5,0
43	18	23	39	38	C	28	Bayerische Landesbank	38,0	BayernLB – Nachhaltigkeitsbilanz nach GRI 2019	6,7	3,1	4,6	3,5	6,2	3,6	2,8	1,8	3,3	4,4	3,8
44	A	C	D	D	-	B	Hapag-Lloyd AG	37,8	Nachhaltigkeitsbericht 2020	3,3	3,6	4,3	3,9	1,6	4,1	3,7	2,7	4,9	4,4	4,6
45	-	A	A	33	35	A	Beiersdorf AG	37,3	Care beyond Skin – Für eine nachhaltige Zukunft – 2020	8,9	4,0	5,0	2,6	4,3	4,4	3,2	1,7	2,2	1,1	5,8
45	-	-	-	-	-	-	HELIOS Kliniken Gruppe	37,3	Stark in die Zukunft. Nachhaltigkeitsbericht 2020	8,9	2,0	4,5	4,1	2,7	4,4	1,8	0,4	3,3	8,9	6,7
47	-	A	A	49	-	-	NRW-BANK	36,8	Wir fördern nachhaltig – Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	1,6	2,7	4,9	4,6	4,4	0,5	3,0	2,8	5,6	6,3
48	-	C	E	E	-	-	Kion Group AG	36,2	Nachhaltigkeitsbericht 2020	7,8	2,7	4,6	3,0	1,9	4,7	3,4	0,4	5,0	4,4	5,0
49	50	E	X	E	X	X	Debeka Versicherungen	36,1	Nachhaltigkeitsbericht 2019	7,8	1,6	3,6	3,8	3,9	3,7	1,1	3,2	3,3	6,7	5,8
49	A	-	-	-	-	33	Uniper SE	36,1	Empower Energy Evolution –Nachhaltigkeitsbericht 2020	5,6	4,3	5,6	4,2	3,6	2,9	3,2	1,2	1,7	2,2	4,6

4.2.2 DIE TOP 3 DER GROSSUNTERNEHMEN

Platz 1: Deutsche Telekom AG

Die **Deutsche Telekom** erreicht mit ihrem Corporate Responsibility Bericht 2020 im Ranking 72,7 Punkte und stellt damit den besten Bericht des Wettbewerbs. Der Onlinebericht punktet mit umfassenden und detailreichen Darstellungen über alle wesentlichen Themenbereiche. Der umfangreiche Onlineauftritt mit HR-Factbook und interaktivem Kennzahlentool sowie vertiefenden Themenseiten lädt an verschiedenen Stellen mit Kontaktdaten relevanter Ansprechpartner*innen zur Kontaktaufnahme ein.

Die Verantwortung für Kund*innen und Produkte bleiben zentrales Element der Berichterstattung. Neben Servicequalität und Infrastrukturausbau umfasst dies auch den Themenbereich Verbraucher- und Jugendschutz sowie Sicherheit. Neben den in der Branche wichtigen Strukturen und Maßnahmen zum Datenschutz und zur IT-Sicherheit stellt die Telekom auch quantifiziert dar, welche Nachhaltigkeitsvorteile verschiedene Produktgruppen und Dienstleistungen haben. So werden für Breitbandausbau oder Cloud-Lösungen Angaben zu Einsparungen von CO_2-Emissionen, Material oder Kosten gemacht. Die Nachhaltigkeitsorientierung des Produktportfolios wird auch übergreifend anhand eines „Enablement-Faktors“ eingeordnet, der die Ermöglichung emissionsarmer Prozesse durch die Telekom messen soll. So wird zum einen der Anteil der Produkte mit Nachhaltigkeitsnutzen quantifiziert, zum anderen wird die Gesamtleistung des Unternehmens im Klimaschutz gemessen, indem die CO_2-Minderungen auf Kundenseite ins Verhältnis zu den eigenen CO_2-Emissionen gesetzt werden.

Der Bericht und das ergänzende HR-Factbook der Telekom sowie vertiefende Themenseiten decken viele Anforderungen im Bereich Mitarbeiterverantwortung vorbildlich ab. Auch beim Themenfeld Lieferkette stellt der Bericht herausragend Transparenz über Lieferanten und Herausforderungen in der Lieferkette her und reflektiert diese nachvollziehbar. Der Telekom-Bericht zeichnet sich durch die vorausschauende Behandlung der EU-Taxonomie[14] sowie durch eine ausführliche Berichterstattung zu finanzieller Verantwortung aus, die sich auch auf das Anlagenportfolio erstreckt: Hier nimmt die Telekom eine klare Vorreiterrolle ein.

Auch mit ihrer Darstellung des Corporate Responsibility 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*innen mit dem Corporate Responsibility Engagement. Ihr Kennzahlensystem setzt die Telekom in Bezug zu den Sustainable Development Goals und 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.

[14] Verordnung (EU) 2020/852 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18 Juni 2020 über die Einrichtung eines Rahmens zur Erleichterung nachhaltiger Investitionen und zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/2088

Platz 2: Rewe-Gruppe

Das Handelsunternehmen Rewe-Gruppe erreicht mit seinem Nachhaltigkeitsbericht 2020 im Onlineformat 65,1 Punkte und belegt damit nach dem Sieg im letzten Ranking den zweiten Platz. Der GRI-Bericht legt überzeugend und transparent dar, wie das Unternehmen Stakeholder einbindet und wie diese die relevanten Handlungsfelder und die Leistung der Rewe-Gruppe darin einschätzen. Außerdem wird deutlich, wie die Bedenken von Stakeholdern im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements adressiert werden, beispielsweise über den Fachbeirat Nachhaltigkeit.

Weiterhin überzeugt der Bericht durch seine umfassende Berichterstattung zu sozialen und ökologischen Aspekten seiner Produkte und Lieferketten. Die Zusammensetzung und Ausrichtung des gesamten Produktportfolios auf soziale und ökologische Kriterien werden dabei nicht nur als Ziel formuliert, sondern auch mit aussagekräftigen Zahlenangaben hinterlegt. Ökologische Aspekte stehen dabei im Vordergrund, das Unternehmen verdeutlicht aber auch seine Maßnahmen und Ergebnisse zur Verbesserung von Arbeitsbedingungen, der Ausweitung regional bezogener Lebensmittel und tierwohlfördernden Haltungsformen sowie der Reduktion des Zucker- und Salzgehalts im Eigenmarkensortiment.

Über Risikoanalysen und Score-Cards für ausgewählte Produkte und Rohstoffe werden die sozialen und ökologischen Auswirkungen und Risiken nachvollziehbar und gut zugänglich dargestellt. Neben den im Bericht dargestellten Maßnahmen zur Adressierung dieser Auswirkungen und Risiken verlinkt der Bericht außerdem auf umfassende thematische und rohstoffbezogene Leitlinien, die Herausforderungen und Handlungsansätze für diese Bereiche darstellen. Insbesondere verdeutlicht die Rewe-Gruppe dabei ihr Engagement zur Unterstützung und Entwicklung von Lieferanten über die reine Überprüfung hinaus. Dazu werden nicht nur Maßnahmen zur Beratung und Qualifizierung von Lieferanten beschrieben, sondern auch ein Handlungsansatz zur Förderung von existenzsichernden Einkommen in der Lieferkette deutlich. Die Darstellungen nehmen dabei immer wieder Bezug auf die Zusammenarbeit in Brancheninitiativen wie etwa dem Forum Nachhaltiges Palmöl, dem Forum Nachhaltiger Kakao oder dem Textilbündnis.

Hervorzuheben ist auch die Berichterstattung zur Nachhaltigkeitskommunikation: die Rewe-Gruppe legt dar, welche Maßnahmen sie zur Stärkung des Nachhaltigkeitsbewusstseins von Kund*innen ergreift und wie sie eine bewusste Ernährung gezielt fördern will. Die Darstellung von gezielten Produktinformationen und die Bewerbung von Regionalität und bio-zertifizierten Produkten werden durch Tracking-Codes zur Nachverfolgbarkeit, beispielsweise bei Obst und Fisch, ergänzt.

Platz 3: Merck KGaA

Das Chemie- und Pharmaunternehmen **Merck** erreicht mit seinem Corporate Responsibility Bericht 2020 im Ranking 63,5 Punkte und belegt damit den dritten Platz. Der Bericht punktet mit umfassenden und detailreichen Darstellungen über nahezu alle wesentlichen Themenbereiche. Die systematische und konsistente Darstellung von Kennzahlen trägt zur Glaubwürdigkeit des Berichts und zu seiner Vergleichbarkeit bei.

Zum Themenfeld Compliance berichtet Merck mit vorbildlicher Ausführlichkeit sowie mit vollständigen Kennzahlenangaben. Merck berichtet informativ zur Einbindung von Stakeholdern, wobei Verweise auf thematisch spezifische Dialogformate und Allianzen die konkrete Ausgestaltung der Einbeziehung veranschaulichen.

Einem Bioethics Advisory Panel wurde beispielsweise im Jahr 2019 ein neues Digital Ethics Advisory Panel zur Seite gestellt. Hier berichtet Merck transparent über ein konfliktträchtiges Thema wie die Gründung eines Joint Venture mit einem kontroversen Partner. Im Sinne einer Reflexion wird dargestellt, wie ein Ethik-Kodex für digitale Themen entlang dieser neuen Kooperation entwickelt worden ist, der die Überprüfung von ethischen Fragen in digitale Prozesse laufend integriert. Auch hier beweist Merck eine Offenheit, sowie ein Interesse, in der Digitalethik eine Vorreiterrolle einzunehmen.

Der Bericht glänzt im Bereich Mitarbeiterverantwortung: Insbesondere Arbeitnehmerrechte sowie Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit werden sehr gut dargestellt. Auch die Berichterstattung zu Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Chancengerechtigkeit, Gleichstellung und Inklusion punktet mit vollständigen Angaben und einer Vielzahl von Kennzahlen. In einem eigenen Abschnitt zum Thema „gute Führung“ stellt Merck aussagekräftige Informationen über erwartete Kompetenzen, Verhaltensweisen und für die Entwicklung genutzte Tools dar.

Unter den Umweltbelangen ist das Thema Stoffströme und Kreislaufwirtschaft hervorzuheben. Hier punktet Merck mit Details zu Produkten und Neuerungen. Das Kapitel zum Thema Wassermanagement ist herausragend in der Branche und deckt alle Anforderungen an gute Berichterstattung ab: Es erläutert die Rahmenbedingungen, den Handlungsansatz, relevante Kennzahlen sowie Zielerreichung und Zielformulierung. Merck reflektiert sein eigenes Handeln und berichtet über externe Bewertungen.

Merck berichtet zudem ausführlich über soziale Aspekte seiner Produktverantwortung, die für die Branche kennzeichnend sind. Hierbei kommen auch kontroverse Themen und Zielkonflikte zur Sprache. Bei der Darstellung seines gesellschaftlichen Engagements inklusive der Bewertung der Auswirkungen überzeugt Merck wiederum mit aussagekräftigen Kennzahlen.

Die solide Berichterstattung von Kennzahlen, zusammen mit der zielführenden Einordnung der Berichtsthemen durch Einführungsabsätze in den Kapiteln, ermöglichen ein umfassendes Verständnis von Mercks Nachhaltigkeitsmanagement. Es wird auch deutlich, dass Merck als Unternehmen in Familienbesitz seine Handlungsspielräume nutzt, wenn es darum geht, eigene Wege zu gehen und Prioritäten zu setzen, wie dies beispielsweise mit dem Vorstoß im Bereich Digitalethik der Fall ist.

4.3 STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DER BERICHTERSTATTUNG

Die Großunternehmen im Ranking erreichen im Durschnitt 44,7 Punkte. Im Folgenden geben wir einen Gesamtüberblick über die Ergebnisse der Großunternehmen und erläutern Stärken und Schwächen entlang der Oberkriterien.

Abbildung 8 zeigt, wie gut die Berichte der Großunternehmen die Ranking-Oberkriterien bezüglich der materiellen Anforderung der Berichterstattung (Block A) erfüllen. Zum Vergleich sind die Punktwerte des letzten Rankings aus dem Jahr 2018 angegeben.[15]

Abbildung 8: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zu den materiellen Berichtsanforderungen bei Großunternehmen 2021 und 2018 (n=62)

Neben der Darstellung ihres Unternehmensprofils erzielen die Großunternehmen die besten Ergebnisse in den Handlungsfeldern Governance und Compliance sowie Produktverantwortung. In den anderen Handlungsfeldern schneiden sie schlechter ab – besonders bei den Oberkriterien Gesellschaftliches Umfeld und Verantwortung in der Lieferkette. Im Folgenden werden die Stärken und

[15] Für den Vergleich wurden die Punktwerte auf Ebene der Unterkriterien aus dem Ranking 2018 zunächst auf die neue Bewertungsskala 2021 (0,1,2,3 Punkte statt wie 2018 0,1,3,5 Punkte) umgerechnet und anschließend mit der neuen Bewertungssystematik und den entsprechenden Gewichtungen auf einer Zehnerskala normiert. Dabei wurden auch inhaltliche Verschiebungen zwischen den Unterkriterien berücksichtigt. Die Umrechnung erfolgte für alle Unter- und Oberkriterien sowie die Gesamtpunktzahl, sodass ein Durchschnittswert für das Ranking 2018 mit der Bewertungslogik des Rankings 2021 gebildet werden konnte. Die Ergebnisse des Rankings 2021 lassen sich allerdings trotzdem nicht unmittelbar mit denen des Rankings 2018 vergleichen, da die überarbeiteten Kriterien deutlich gestiegene Anforderungen widerspiegeln.

Schwächen der Berichterstattung entlang der Oberkriterien erläutert. Für die Abbildungen zu den Oberkriterien A.2-A.8 sind die auf der 10er-Skala erreichten Punktzahlen in Quartile eingeteilt (unzureichend, teilweise, weitgehend und vorbildlich erfüllt).

A.1 Unternehmensprofil

Die Anforderung des Oberkriteriums Unternehmensprofil werden in den Berichten mehrheitlich gut erfüllt. Allerdings wird teilweise die wirtschaftliche Bedeutung von einzelnen Produktgruppen nicht deutlich. Außerdem werden Eigentumsverhältnisse sowie Beteiligungen nicht immer offengelegt.

A.2 Strategie- und Zielentwicklung

Mehr als drei von vier Unternehmen (78 %) erfüllen die Anforderungen im Bereich Strategie- und Zielentwicklung nur teilweise oder gar unzureichend (Abbildung 9). Darzustellen, wie sie **Stakeholder** in das Nachhaltigkeitsmanagement einbeziehen, gelingt den Großunternehmen nicht gut. Häufig wird nicht deutlich, ob und in welchem Umfang nicht-marktliche Stakeholder eingebunden werden und welche konkreten Bedenken diese äußern. Gute Beispiele findet man bei der Rewe-Gruppe, die ihre Leistung in besonders relevanten Themen von verschiedenen Stakeholdern bewerten lässt. Auch die Aldi-Gruppe beschreibt den Stellenwert des intensiven Austausches mit ihren Stakeholdern und führt auf, welche Anspruchsgruppen sie in welchen Formaten einbezieht.

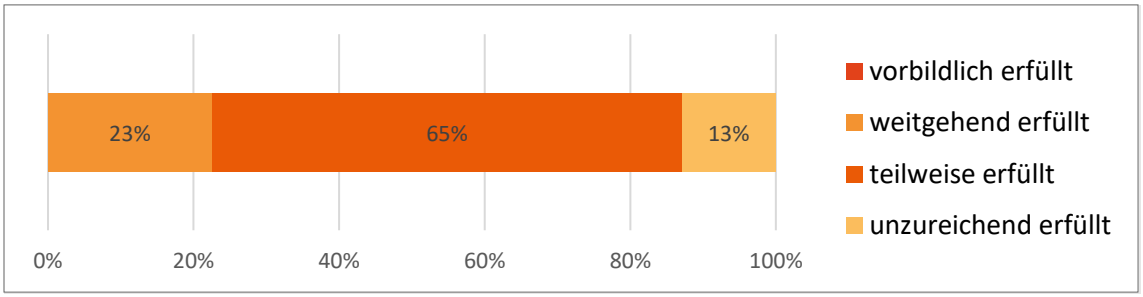

Abbildung 9: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Strategie- und Zielentwicklung (n=62)

Die Darstellung der **Wesentlichkeitsanalyse** erfüllt bei den meisten Unternehmen Mindestanforderungen. Wie sich die Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft auswirkt und wie Unternehmen die Geschäftsrelevanz bewerten, machen fast alle Berichte zumindest in Grundzügen deutlich. Allerdings findet sich nur selten eine einfach zugängliche Präsentation der Ergebnisse aller relevanten Dimensionen der Wesentlichkeitsanalyse. Aber es gibt Ausnahmen: Besonders gut stellt die Allianz die Outside-In-Perspektive im Bereich Klimarisiken dar, bei der DZ Bank ist die Impactmessung im Kreditgeschäft hervorzuheben. Unter den Erstberichterstattern überzeugt der Ansatz für die Wesentlichkeitsanalyse der Schwarz-Gruppe.

Bei der **Strategieentwicklung** zeigt sich bei allen Großunternehmen ein ähnliches Muster: Die Darstellung des Selbstverständnisses und der Unternehmenswerte gelingt gut, die meisten Berichte beziehen sich dabei auf internationale Rahmenwerke wie die SDGs. Wie die Unternehmen daraus eine Nachhaltigkeitsstrategie ableiten, wird aber nur teilweise deutlich. Dies gelingt allenfalls für einzelne Themen etwa in Form einer Klimastrategie, ein umfassender strategischer Zugang zu allen wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen ist hingegen kaum zu finden. Eine Ausnahme ist

der Bericht von BASF, der neben einer Klimastrategie auch Strategien zur Kreislaufwirtschaft und zu Menschenrechten enthält.

Auch die **Zielprogramme** bleiben häufig lückenhaft. Wie es um den aktuellen Grad der Erreichung bestehender Ziele steht, bleibt häufig ebenso vage wie die weiteren geplanten Schritte auf dem Weg zur Zielerreichung. Und wenn Ziele verfehlt werden, nennen nur wenige Unternehmen Ursachen und zeigen, welche Korrekturmaßnahmen sie ergreifen. Zum Teil werden in den Berichten neue Zielprogramme aufgesetzt, ohne die Zielerreichung des vorhergehenden Nachhaltigkeitsprogramms abschließend darzustellen. Anders bei HeidelbergCement: Das Unternehmen zeichnet sich mit einer übersichtlichen und ausführlichen Zielberichterstattung in den relevanten Handlungsfeldern aus, die auch ehemals gesetzte Ziele aufgreift und bei Abweichungen Korrekturmaßnahmen erläutert. Eine generelle Schwachstelle der Berichterstattung ist, dass Ziele häufig weich formuliert sind oder Basis- und Zieljahre unklar bleiben. Nur für zwei Aspekte liefern vergleichsweise viele Unternehmen quantifizierte Ziele mit klaren Zieljahren: Treibhausgasemissionen und Frauenanteile in Führungspositionen.

A.3 Governance und Compliance

Im Handlungsfeld **Governance und Compliance** erfüllen fast alle Unternehmen die Anforderungen weitgehend oder zumindest teilweise (Abbildung 10). Die Darstellungen zur **Unternehmensführung und Steuerung** der Nachhaltigkeitsthemen erfüllen die Anforderungen überwiegend gut. Die organisationalen Strukturen und Verantwortlichkeiten werden in der Regel deutlich, ebenso wie ein grundlegender Überblick über installierte Managementsysteme in den relevanten CSR-Bereichen. Die Qualität der Angaben zu Vorstandsvergütung und Arbeit des Kontrollorgans ist sehr unterschiedlich und insgesamt ausbaufähig. Während einige Unternehmen gar keine Angaben dazu machen, stellen andere beispielsweise Vergütungsstruktur und -höhe transparent dar und zeigen auch auf, wie Nachhaltigkeitsaspekte bei der Vorstandsvergütung berücksichtigt werden. Ein gutes Beispiel für die Darstellung, wie Nachhaltigkeitsleistungen in die Vergütung der Vorstände einfließen, findet sich bei Continental. Nur sehr wenigen Großunternehmen gelingt es außerdem darzustellen, inwiefern sich ihre Finanzplanung an Nachhaltigkeitskriterien orientiert, indem sie etwa den Anteil der Investitions- und Betriebsausgaben (Capex und Opex) ausweisen, die Nachhaltigkeitskriterien entsprechen. Als eines von wenigen Großunternehmen nennt beispielsweise EnBW die ökologisch nachhaltigen Anteile für Capex und Opex in verschiedenen Segmenten.

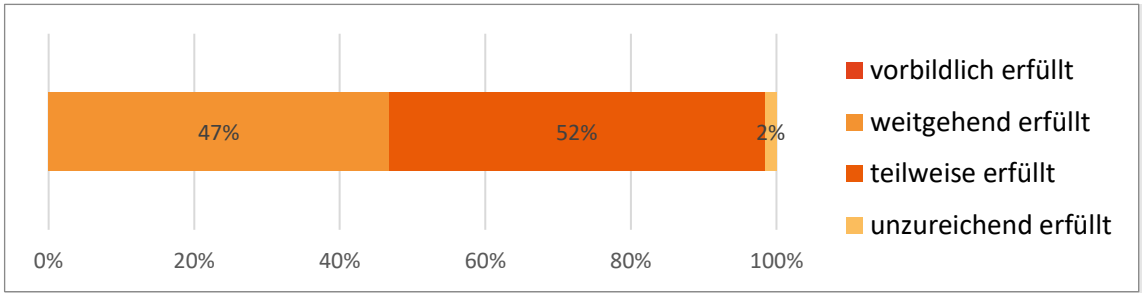

Abbildung 10: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Governance und Compliance (n=62)

Der Großteil der Berichte erläutert umfassend das **Compliance-Management**. Allerdings fehlt es 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. Ein gutes Beispiel der Compliance-Berichterstattung gelingt der Deutschen Telekom: Sie führt u. a. auf, wie viele Vorkommnisse gezählt wurden und welche Maßnahmen dagegen eingesetzt wurden.

A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter*innen

Im Bereich Mitarbeiterverantwortung erfüllt die Mehrheit der Großunternehmen die Anforderungen nur teilweise, allerdings gibt es auch kein Unternehmen, dass die Angaben unzureichend erfüllt (Abbildung 11). Die beste Berichterstattung gelingt den meisten Unternehmen in den Handlungsbereichen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie Personalentwicklung.

Insgesamt ist in diesem Handlungsfeld deutlich das Muster erkennbar, dass Ambitionen und Ziele gut formuliert werden, während es an der Offenlegung von Leistungsindikatoren, die die Wirksamkeit der dafür ergriffenen Maßnahmen verdeutlichen, häufig mangelt. Ziele zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie und das Angebot von **flexiblen Arbeitszeitmodellen** betonen zwar die meisten Unternehmen, machen jedoch häufig nicht klar, von welchen Beschäftigtengruppen und in welchem Umfang diese Arbeitszeitmodelle tatsächlich in Anspruch genommen werden. Ein Beispiel guter Berichterstattungspraxis liefert die Firma Merck: Sie berichtet aufgeschlüsselt nach Geschlecht, wie viele Mitarbeiter*innen Elternzeit in Anspruch genommen haben und wie die Rückkehr- bzw. Haltequote nach der Elternzeit ist. Weiterhin fehlen in den Berichten der Unternehmen in vielen Fällen Angaben zu **Beschwerden und festgestellten Verstößen** bezüglich Menschen- oder Arbeitnehmerrechten sowie zur sozialen Absicherung und zur Arbeitszufriedenheit.

Ein besonderer Fokus im Ranking 2021 lag auf dem **pandemiebedingten Gesundheitsschutz** und der **Entgeltpolitik sowie Regelungen zu Arbeitszeit- und Arbeitsort** im Zuge der Pandemie. Während die meisten Unternehmen Maßnahmen zum Gesundheitsschutz und zu Homeoffice-Regelungen darstellen, berichten wenige über die soziale Absicherung von Beschäftigten und Kurzarbeit im Kontext der Pandemie. Mehr zur Corona-Berichterstattung in Kapitel 6.2.

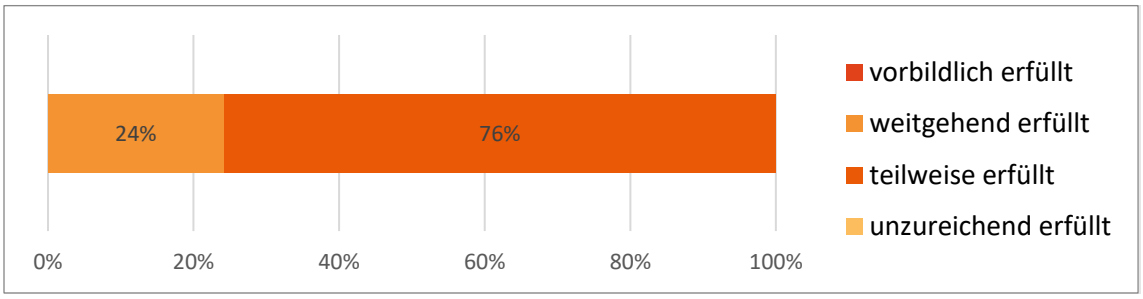

Abbildung 11: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Verantwortung für die Mitarbeiter*innen (n=62)

A.5. Ökologische Verantwortung an den Standorten

Im Handlungsfeld der ökologischen Verantwortung an den Standorten zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Verantwortung für die Mitarbeiter*innen: Die Mehrheit der Großunternehmen erfüllt die Reporting-Anforderungen nur teilweise oder gar unzureichend (Abbildung 12). Im Vergleich zu 2018 fallen die Bewertungen aufgrund der gestiegenen Anforderungen schwächer aus.

Die mit Abstand besten Ergebnisse erzielen Großunternehmen zum **Energiemanagement und Klimaschutz**. Die Unternehmen formulieren klare – und teilweise wissenschaftsbasierte – Klimaziele, nehmen dabei häufig Bezug auf das Pariser Klimaabkommen und bilanzieren ihre standortbezogenen Treibhausgasemissionen. Viele Unternehmen setzen sich Ziele zu Klimaneutralität, was wir in Kapitel 6.1 detaillierter betrachten. Konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz werden in den Berichten nur teilweise deutlich.

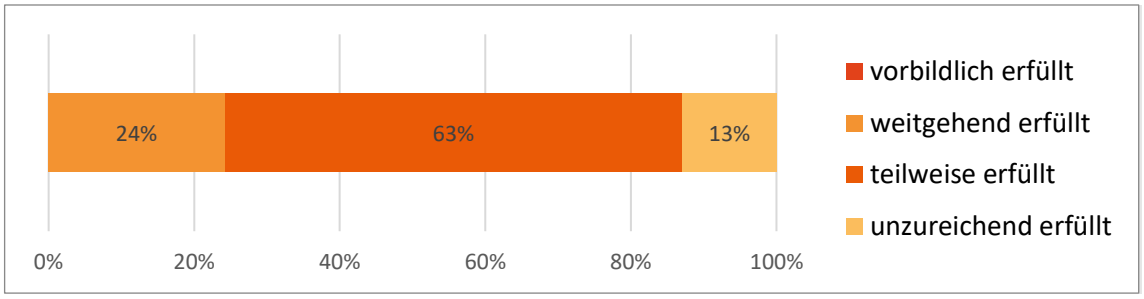

Abbildung 12: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Ökologische Verantwortung an den Standorten (n=62)

Angesichts der hohen strategischen Relevanz, die ein Großteil der Unternehmen dem Thema **Kreislaufwirtschaft** zumisst, bleibt die Berichterstattung dazu stark ausbaufähig. Schwach sind vor allem die Angaben zu den Indikatoren der Materialnutzung – also welche Materialien und Rohstoffe eingesetzt werden und welche Verbräuche durch die ergriffenen Maßnahmen reduziert werden konnten, insbesondere bei aus Nachhaltigkeitssicht kritischen Materialien. Auch weisen die Handlungsansätze zur Reduktion des Materialverbrauchs und zur Kreislaufführung zumeist noch Lücken auf. Eine Ausnahme stellt BASF dar: Der Bericht zeigt über zahlreiche Projekte und Kooperationen, wie Kreislaufführung und Recycling-Rohstoffe im Unternehmen eingesetzt werden. Daten zu Abfallaufkommen und -entsorgung stellen die Unternehmen zumeist detaillierter dar.

Beim Thema **Logistik und Verkehr** berichten viele Unternehmen über Ansätze, ihren Fuhrpark auf Elektromobilität umzustellen. Zudem zeigen sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie: In den meisten Unternehmen ist das Dienstreiseaufkommen im Jahr 2020 deutlich zurückgegangen. In der Folge streben einige Unternehmen an, auch zukünftig durch vermehrte Videokonferenzen Dienstreisen zu vermeiden. Über Logistik und Mitarbeitermobilität wird hingegen vergleichsweise weniger berichtet – auch wenn die daraus resultierenden Treibhausgasemissionen zumindest teilweise in den Scope-3-Bilanzen auftauchen. Henkel widmet dem Thema Logistik und Verkehr ein ganzes Kapitel im Nachhaltigkeitsbericht und geht darin der Frage nach, wie verkehrsbezogene Auswirkungen reduziert werden können.

Biodiversität und Naturschutz an den Standorten erachten viele Großunternehmen trotz des teilweise großen Flächenverbrauchs als nicht wesentlich und lassen es in ihren Berichten aus. Sie verweisen stattdessen darauf, dass die größten Auswirkungen auf die Biodiversität häufig in der Lieferkette liegen. Gleichwohl benennen manche Großunternehmen Ansätze, wie sie einzelne Standorte begrünen und naturnah gestalten, wobei sie die Ergebnisse nur selten mit Indikatoren belegen.

A.6 Produktverantwortung

Schwerpunkt vieler Berichte ist die Produktverantwortung. 6 Prozent der Unternehmen erfüllen die Reporting-Anforderungen hierzu vorbildlich (Abbildung 13) und machen es somit zum Oberkriterium mit der höchsten Rate an vorbildlicher Berichterstattung.

Den meisten Unternehmen gelingt es grundsätzlich darzustellen, welche Auswirkungen ihre Produkte haben und inwieweit sich die Produktentwicklung an Nachhaltigkeitsanforderungen orientiert. Im Fokus stehen dabei die **ökologischen Wirkungen**, was sich auch an den häufig genutzten Instrumenten wie Ökobilanzen oder Lebenszyklusanalysen zeigt. Besonders überzeugen kann beispielsweise der „Design for Environment"-Ansatz von Bosch, der die umweltgerechte Produktentwicklung sicherstellen soll.

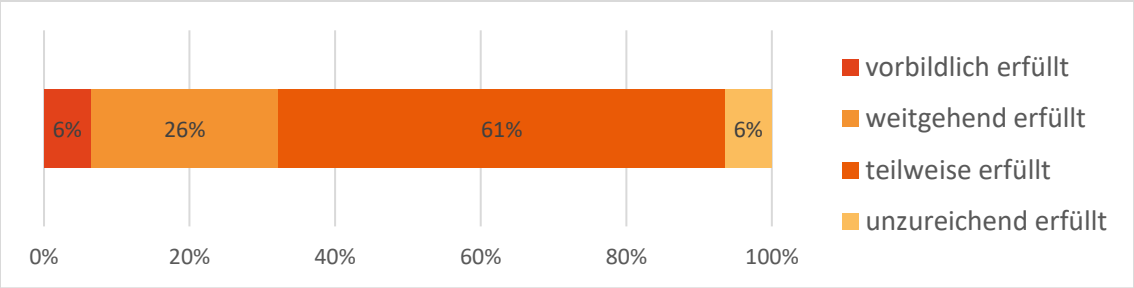

Abbildung 13: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Produktverantwortung (n=62)

Viele Berichten stellen die positiven Auswirkungen ausgewählter Produkte oder Dienstleistungen umfassend dar. Dafür werden auch eigens entwickelte Methoden zur Bewertung präsentiert, die neben den ökologischen Wirkungen in einigen Fällen auch die sozialen Auswirkungen der Produkte darlegen, beispielsweise anhand von Beiträgen zu den SDGs. Dabei gelingt es aber nur in seltenen Fällen über die ausgewählten Produkte hinaus die **Nachhaltigkeitsausrichtung des Gesamtportfolios** zu demonstrieren. Wenige Unternehmen greifen bereits die Anforderungen der **EU-Taxonomie** in der Berichterstattung auf und berichten über Investitionen für Innovationen in Produkte oder Dienstleistungen, die einen substanziellen Beitrag zu mindestens einem der sechs Umweltziele gemäß EU-Taxonomie leisten.[16] Neben einigen Banken und Versicherungen wie Allianz Gruppe, Münchener-Rück-Gruppe oder NRW-Bank gelingt dies auch BASF und EnBW überzeugend. Andere Unternehmen verweisen auf die Auseinandersetzung mit der Taxonomie-Verordnung und kündigen entsprechende Darlegungen für ihre nächsten Berichte an.

Wie Unternehmen die **gesellschaftlichen Wirkungen** ihrer Produkte darstellen und insbesondere auf den **Schutz der Daten** und der Privatsphäre von Kund*innen eingehen, bleibt ausbaufähig. So fehlen in vielen Berichten Angaben zum Umgang mit Kundendaten und zu Systemen zur Datensicherheit. Die strategische Bedeutung, die die meisten Unternehmen der Digitalisierung zuschreiben, zeigt sich nicht in ihrer Berichterstattung zur Übernahme digitaler Verantwortung. Überzeugen kann in diesem Punkt das Unternehmen Bertelsmann, das in seiner Vorstandsrichtlinie Informationstechnologie und -sicherheit sowie weitere Maßnahmen zum Schutz von Kundendaten in den Fokus stellt. Auch bleiben die Darstellungen zu Kundendialogen oder Einbindung von Kund*innen in Entwicklungsprozesse ausbaufähig. Zwar erwähnen die meisten Unternehmen Kundenbefragungen, aber nur wenige stellen Ergebnisse konkret dar oder machen deutlich, wie Erkenntnisse daraus in der Produktentwicklung aufgegriffen werden, um ökologische oder soziale Verbesserungen an Produkten und Dienstleistungen umzusetzen. Ein gutes Beispiel dafür ist Siemens, das Kund*innen mit Methoden der Customer Value Co-Creation bei der Entwicklung neuer Produkte einbezieht.

[16] Klimaschutz, Anpassung an den Klimawandel, nachhaltige Nutzung und Schutz der Wasser- und Meeresressourcen, Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung, Schutz und Wiederherstellung der biologischen Vielfalt und der Ökosysteme

A.7 Verantwortung in der Lieferkette

Über alle Unternehmen hinweg bleibt die Berichterstattung zur Lieferkette weiterhin ein Schwachpunkt, 29 Prozent der Unternehmen erfüllen die Anforderungen in diesem Bereich unzureichend (Abbildung 14). Im Vergleich zum Ranking 2018 wurden die Anforderungen erheblich differenzierter formuliert und verschärft, wodurch sich eine schlechtere Bewertung in 2021 ergibt. Überzeugend berichten die Unternehmen in der Breite nur über ihre **Verhaltenskodizes und Grundsatzerklärungen** für die Lieferkette. Diese spiegeln häufig international anerkannte Normen und Standards zu Umwelt-, Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards wider, wie die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen oder die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte.

Mangelhaft ist bei den Großunternehmen insbesondere die Transparenz über die **Strukturen** ihrer wesentlichen Lieferketten und die damit verbundenen potenziellen menschenrechtlichen und ökologischen Risiken. Eine Ausnahme bildet Adidas, das ausführliche Lieferantenlisten auf seiner Website veröffentlicht und im Nachhaltigkeitsbericht verlinkt. Informationen darüber, wie die Erfüllung der sozialen und ökologischen Anforderungen in der Lieferkette sichergestellt wird, bleiben hinter den Erwartungen zurück. Zur **Überprüfung** von Lieferanten wird in der Regel ein grundlegender Handlungsansatz dargestellt, häufig fehlen jedoch aussagekräftige Angaben, die dessen Umsetzung und Wirksamkeit verdeutlichen – etwa zur Anzahl von Lieferantenprüfungen, festgestellten Verstößen oder erreichten Verbesserungen. Die meisten Unternehmen erwähnen zwar Beschwerdemechanismen – wie mit eingegangenen Beschwerden umgegangen wird, bleibt dabei aber oft vage.

Ob und wie Großunternehmen ihre Lieferanten bei sozialen und ökologischen Herausforderungen unterstützen, wird in der Breite ebenfalls nicht deutlich. Gute Ansätze der Berichterstattung zur **Lieferantenentwicklung** sind hierbei unter anderem bei Chemie- und Handelsunternehmen zu erkennen, die sich in Brancheninitiativen für eine nachhaltige Gestaltung der Lieferketten engagieren. Die Rewe-Gruppe stellt als weiteres gutes Beispiel dar, wie sie die Zahlung existenzsichernder Löhne in der Lieferkette sicherstellt.

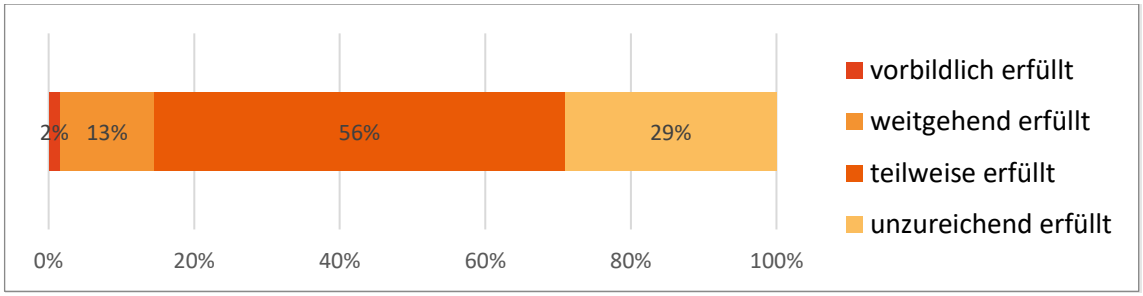

Abbildung 14: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Verantwortung in der Lieferkette (n=62)

A.8 Gesellschaftliches Umfeld

Die Berichterstattung zum gesellschaftlichen Umfeld ist bei den Großunternehmen sehr lückenhaft und wird von 39 % unzureichend erfüllt (Abbildung 15). Zumeist ausführlich dargestellt **gesellschaftliche Engagement** (Corporate Citizenship) und die Aktivitäten in Nachhaltigkeitsinitiativen. Die meisten Unternehmen legen die Verbände und Nachhaltigkeitsinitiativen offen, in denen sie sich engagieren, aber nur wenige stellen dar, welche Rolle sie dort einnehmen und was ihr Engagement bewirkt. Teilweise finden sich auch Ansätze zur Bewertung der Auswirkungen und Kontinuität der Aktivitäten. Dagegen genügen die Angaben zur **politischen Interessenvertretung** (Lobbying)

nur in den seltensten Fällen den Anforderungen. Mit wenigen Ausnahmen bleiben die personellen Verantwortlichkeiten und organisationalen Strukturen der Lobbyarbeit sowie die dafür von den Unternehmen ausgegebenen finanziellen Mittel unklar. Allerdings verweisen einige Unternehmen auf ihre Einträge im Transparenzregister der EU. Vorbildlich stellt unter anderem die Deutsche Telekom ihre Instrumente zur politischen Interessenvertretung dar: Sowohl die Mitgliedschaften und dazugehörigen Verbandsbeiträge als auch die zentralen Themen werden aufgelistet. Bei den für die Großunternehmen erweiterten Anforderungen zur Wahrnehmung der **finanziellen Verantwortung**, also zu Steuerzahlungen, dem Erhalt von Subventionen und Kriterien für eigene Geldanlagen, zeigen sich ebenfalls Schwachstellen: Steuern werden häufig nur summarisch angegeben und nicht nach Ländern differenziert, Angaben zu Subventionen fehlen in vielen Berichten und – abgesehen von Banken und Versicherungen, bei denen dies unter Produktverantwortung betrachtet wurde – macht kaum ein Unternehmen Angaben zur Nachhaltigkeitsorientierung der eigenen Finanzverwaltung. Eine Ausnahme dazu bildet Siemens, dessen Anlagestrategie einem ESG-Framework folgt und deren Vermögensverwalter Siemens Pensionsfonds AG und Siemens Fonds Invest Mitglied in der von den Vereinten Nationen unterstützten Investoreninitiative „Principles for Responsible Investment“ (PRI) sind.

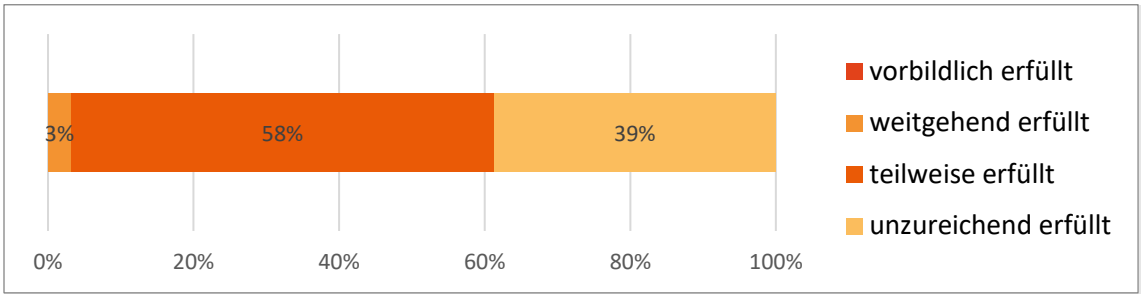

Abbildung 15: Berichtsqualität der Großunternehmen zum Oberkriterium Gesellschaftliche Verantwortung (n=62)

Allgemeine Berichtsqualität

Die Oberkriterien zur allgemeinen Berichtsqualität erfüllen die Großunternehmen solide, im Gegensatz zum Ranking 2018 schneiden die Unternehmen aufgrund der gestiegenen Anforderungen allerdings schlechter ab (Abbildung 16).

B.1 Glaubwürdigkeit

Das Kriterium der Glaubwürdigkeit weist den größten Verbesserungsbedarf bezüglich der allgemeinen Berichtsqualität bei den Großunternehmen auf (4,6 Punkte). Die meisten Unternehmen fokussieren in der Berichterstattung auf die positiven Aspekte. Erhebliche Mängel weisen die Berichte im Hinblick auf eine ausgewogene, offene und kritische Berichterstattung auf. Die Anforderung zur Schwerpunktsetzung ihres Berichts auf die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen erfüllen die Großunternehmen unterschiedlich gut. Sie legen zwar überwiegend einen Fokus auf die wesentlichen Themen, jedoch fehlt es teilweise deutlich an Tiefe der Berichterstattung für einzelne Themen. Die Mehrheit der Unternehmen führt externe Bewertungen ihrer Nachhaltigkeitsleistung wie Auszeichnungen oder Ratings auf, ordnet diese jedoch häufig nicht ein. Die Darstellung solcher Bewertungen sind wenig aussagekräftig, wenn Ambitionslevel der Bewertung und die Relationen zu Vorjahresergebnissen oder zu anderen Unternehmen nicht genannt werden. Eine positive Ausnahme stellt Henkel dar: Informationen zur durchführenden Institution und Methodik der externen Bewertung werden bei den Nachhaltigkeitsindizes, -ratings, etc. ebenso wie Branchenvergleiche aufgeführt.

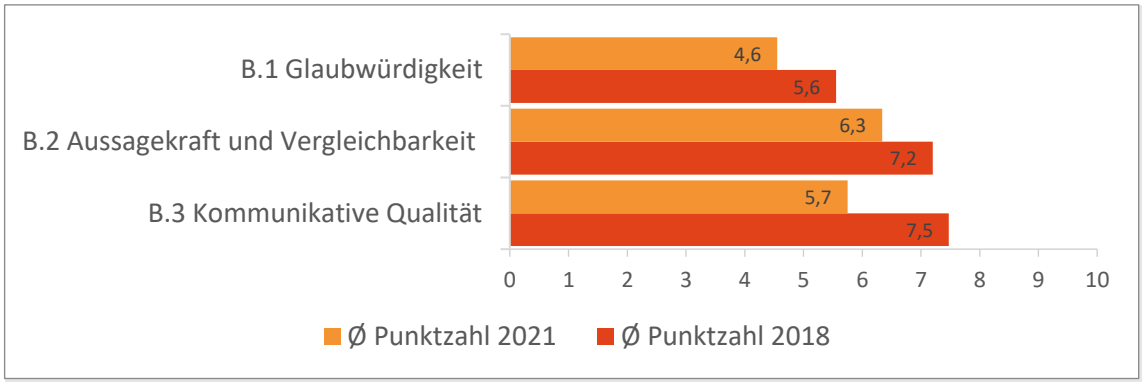

Abbildung 16: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zur allgemeinen Berichtsqualität bei Großunternehmen 2021 und 2018 (n=62)

Bezüglich der Datenqualität und -prüfung können viele Großunternehmen auf eine unabhängige Prüfung verweisen. Diesem Ansatz stehen aber auch zwölf Unternehmen entgegen, die die Anforderungen zur Sicherung der Informations- und Datenqualität unzureichend erfüllen und ihren Prüfungsansatz sowie die Ergebnisse der Prüfung nicht transparent darstellen.

B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit

Das Kriterium Aussagekraft und Vergleichbarkeit der Berichterstattung erfüllen die Großunternehmen mit durchschnittlich 6,3 Punkten. Die zeitlichen Berichtsgrenzen und die organisatorischen Bilanzierungsgrenzen stellen sie überwiegend dar. Mängel weisen einige Unternehmen bei den Erläuterungen zu Abweichungen der Berichtsgrenzen auf. Manche Unternehmen berichten nicht über Tochtergesellschaften mit Mehrheitsbeteiligung ohne eigenständigen Bericht und/oder Minderheitsbeteiligungen mit Relevanz aus Nachhaltigkeitsperspektive.

Indem Berechnungsmethoden offengelegt und teilweise Bezug auf Bewertungsstandards wie das Greenhouse Gas Protocol genommen wird, werden die Daten überwiegend nachvollziehbar dargestellt. Viele Unternehmen ermöglichen adäquate Zeitreihenvergleiche, indem sie Daten im Dreijahrestrend angeben. Allerdings nennen viele Unternehmen lediglich Vorjahresangaben und ermöglichen somit nur eine eingeschränkte zeitliche Vergleichbarkeit. Ein Abgleich mit Zielvorgaben oder Branchenvergleiche zur Einordnung der Daten findet sich in den Berichten nicht systematisch, sondern nur punktuell.

B.3 Kommunikative Qualität

Für ihre kommunikative Qualität erhalten die Berichte im Durschnitt 5,7 Punkte. Die Anforderungen an eine logische und verständliche Berichtsstruktur, die eine schnelle Übersicht und den gezielten Zugang zu Einzelaspekten bietet, erfüllt die Mehrheit der Großunternehmen. Vielen Berichte gelingt es allerdings weniger gut, externe Inhalte durch Verlinkungen an den passenden Stellen innerhalb des Berichts leicht zugänglich zu integrieren. Die Struktur der Berichte könnte bei einigen Unternehmen verbessert werden, indem sie etwa den GRI-Index sowie Querverweise innerhalb des Berichtsverwenden. Die Anforderungen an das Layout erfüllt kein Unternehmen vorbildlich, was in den meisten Fällen daran liegt, dass die Berichte nicht barrierefrei sind. Abgesehen davon tragen aber die meisten Unternehmen mit dem Berichtslayout und Abbildungen zur Lesefreundlichkeit bei.

4.4 BRANCHENAUSWERTUNG

Im Ranking sind Großunternehmen aus elf Branchen bzw. Branchenclustern vertreten.[17] Tabelle 7 fasst die jeweils besten Berichte der Branchen zusammen.

Tabelle 7: Branchensieger im Ranking 2021

Rankingbranche	Unternehmen	Bericht	Punktzahl
Automobil	Daimler AG	SpurWechsel – Daimler Nachhaltigkeitsbericht 2020	57,3
Banken	Landesbank Baden-Württemberg (LBBW)	Nachhaltiges Handeln - Der Nachhaltigkeitsbericht der Landesbank Baden-Württemberg 2020	57,2
Chemie / Pharma	Merck KGaA	Nachhaltigkeitsbericht 2020	63,5
Energieversorgung	EnBW Energie Baden-Württemberg AG	Ambition Integrierter Geschäftsbericht 2020 Erweiterte Fassung	55,8
Grundstoffe	Aurubis AG	Fokus Nachhaltigkeit - Nachhaltigkeitsbericht 2019/20	46,7
Handel / Bekleidung	REWE Gruppe	REWE Group Nachhaltigkeitsbericht 2020	65,1
Maschinenbau / Technologie	Robert Bosch GmbH	Shifting Paradigms – Nachhaltigkeitsbericht 2020 | Factbook	62,2
Medien / Informationsdienstleister	Deutsche Telekom AG	Corporate Responsibility Bericht 2020	72,2
Transport / Logistik / Tourismus	Deutsche Bahn AG	Ein starkes Team für eine starke Schiene – Deutsche Bahn Integrierter Bericht 2020	51
Versicherungen	Allianz Group	Collaborating for a sustainable future – Allianz Group Sustainability Report 2020	53,6

Hierbei zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Branchen. Im Ranking unterscheiden wir elf Branchen, dabei sind in den einzelnen Branchen unterschiedlich viele Unternehmen vertreten (was an der Zusammensetzung der 100 größten deutschen Unternehmen liegt). Abbildung 17 zeigt eine Übersicht über die Verteilung der Unternehmen nach Branchen und differenziert dabei die Anzahl der Unternehmen im Ranking und ohne eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht. Für die Unternehmen mit Bericht wird zusätzlich angezeigt, wie viele Berichte unter den Top 10, den Top 50 und den hinteren Rängen des Rankings landen. Viele Unternehmen ohne eigenständigen Bericht (Nichtberichterstatter und Unternehmen mit anderen Informationen) gibt es in den Branchen Handel / Bekleidung, Maschinenbau / Technologie und Grundstoffe.

[17] In den branchenspezifischen Analysen wird die Branche Hoch- und Tiefbau nicht gesondert betrachtet, da sie mit nur zwei Unternehmen in den Top 100 vertreten ist, von denen nur eins einen eigenständigen Bericht veröffentlicht: Hochtief ist mit einem kombinierten Finanz- und Nachhaltigkeitsbericht im Ranking vertreten. Die Strabag AG kann auf den kombinierten Geschäftsbericht des österreichischen Mutterkonzerns verweisen.

Den besten Durchschnittswert erzielen die Chemie- und Pharmaunternehmen (50,0 Punkte), die mit 3 Unternehmen in den Top 10 vertreten sind (Merck, BASF und Henkel), gefolgt von den Banken (48,8 Punkte) mit zwei Unternehmen in den Top 10 (Landesbank Baden-Württemberg und KfW-Konzern). Die nächstbesten Bewertungen erhalten dicht gefolgt die Medienunternehmen und Informationsdienstleister (48,7 Punkte) sowie die Unternehmen der Automobilindustrie (46,8 Punkte). Am unteren Ende der Skala rangieren die Unternehmen der Branchen Grundstoffe und Hoch- und Tiefbau.

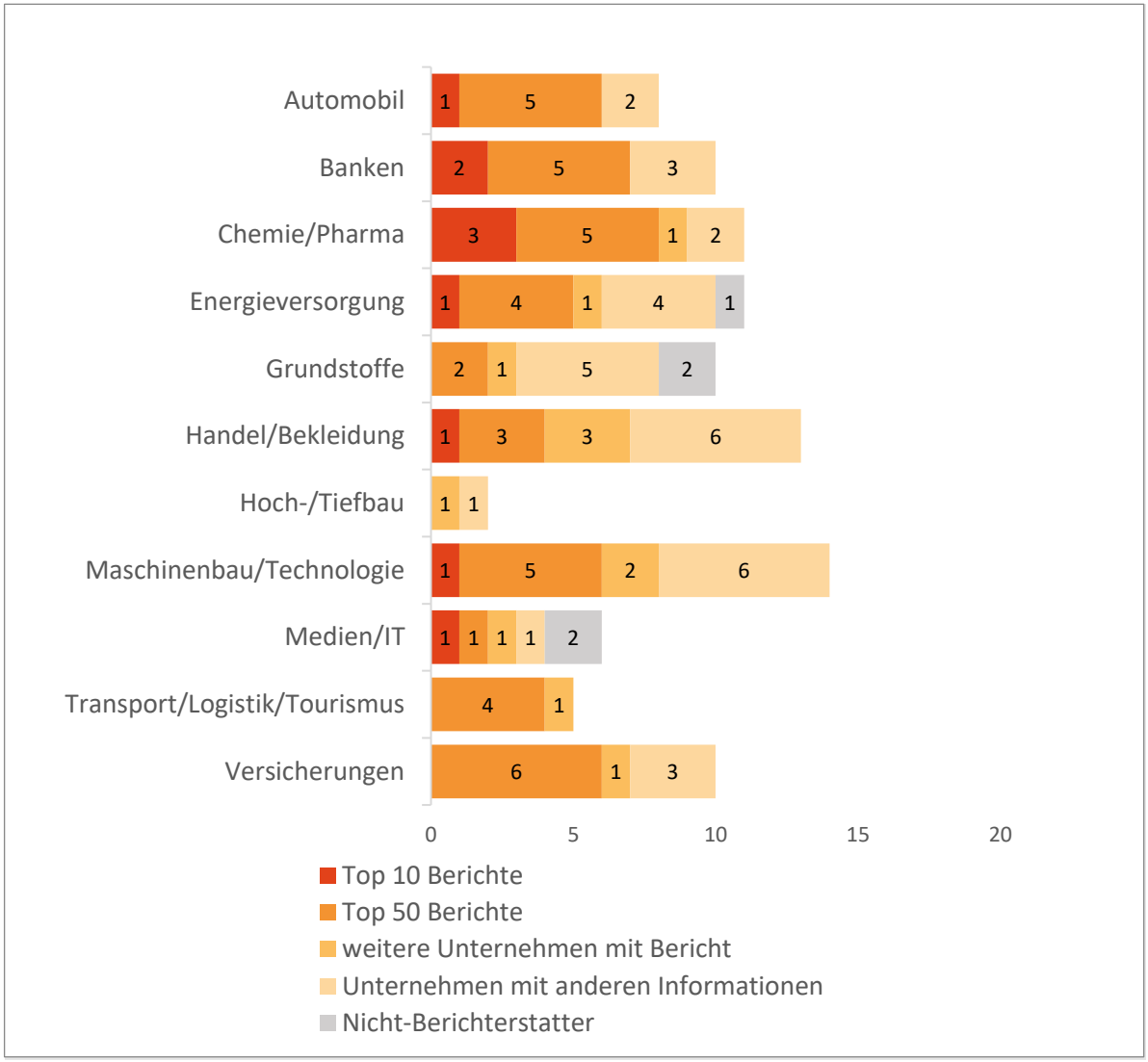

Abbildung 17: Wie fällt die Nachhaltigkeitsberichterstattung der 100 Großunternehmen im Branchenvergleich aus?

In den folgenden **zehn Branchenanalysen** führen wir zunächst jeweils kurz in die Branche ein und nennen die aufgrund ihrer Größe im Ranking vertretenen 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 bewerteten 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 im Vergleich zum Rankingdurchschnitt ausweisen.

Weil das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte seinen Fokus auf gute Berichterstattung legt, werden die erzielten Punktzahlen in der Gesamttabelle der Großunternehmen (Tabelle 19 im Anhang) nur für die 50 bestplatzierten Unternehmen angegeben. Daher werden auch in den folgenden Branchentabellen die Ränge und Punktzahlen für die Plätze 51-62 nicht ausgewiesen.

4.4.1 AUTOMOBIL

Die Ranking-Branche „Automobil“ 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 2021 mit acht Unternehmen im Ranking vertreten (Tabelle 8).

Die Berichterstattung der Branche

Von den acht Autoherstellern veröffentlichen mit **Daimler, Volkswagen** und **MAN SE** drei einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht sowie mit **Audi, BMW** und **Porsche** drei einen integrierten Unternehmensbericht (Abbildung 18).

Tabelle 8: Ergebnisse der Berichterstattung – Automobil

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Daimler AG	57,3	1	7	45	13
BMW Group	53,6	2	13	2	1
MAN SE	45,3	3	29	A	30
Volkswagen AG	43,5	4	32	9	5
Porsche AG	41,9	5	35	A	A
Audi AG	39,2	6	41	36	24
Ford-Werke GmbH	-	-	B	B	B
Opel Automobile GmbH	-	-	B	B	-

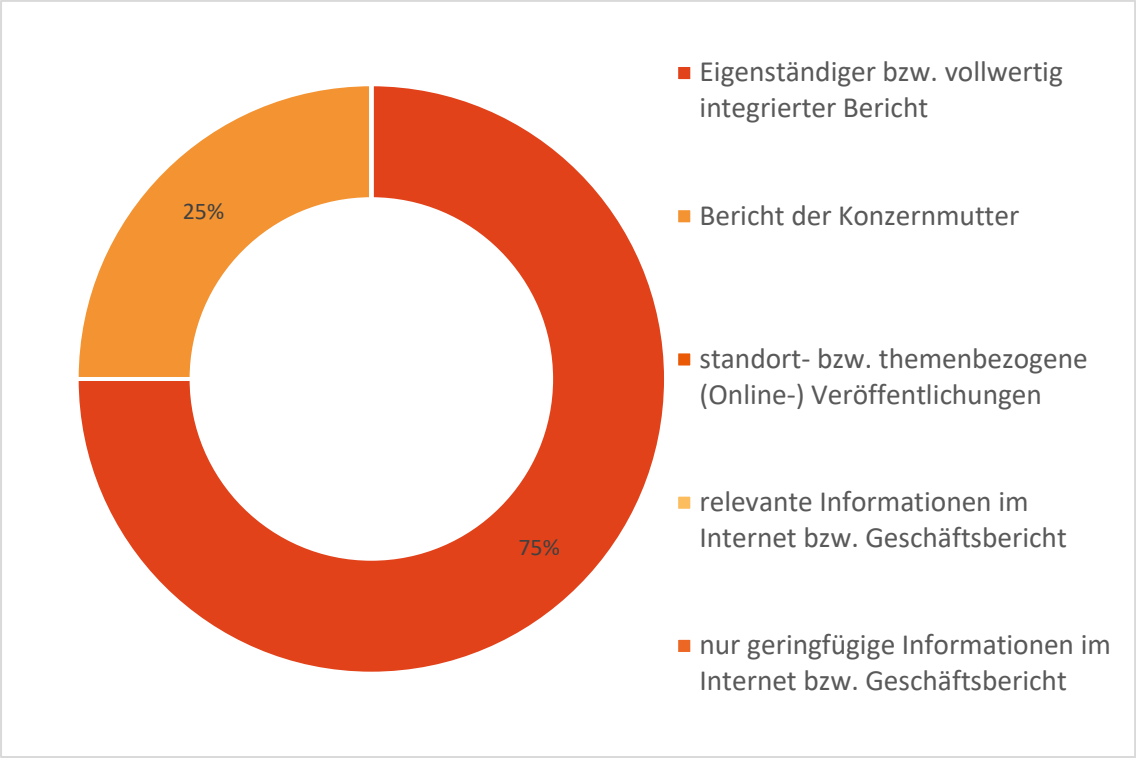

Abbildung 18: Klassifizierung der Berichterstattung – Automobil (n=8, Stand: 30.06.2021)

Ford-Werke verweist auf den „Integrated Sustainability and Financial Report 2021“ des US-amerikanischen Mutterkonzerns Ford Motor Company und stellt auf ihrer Website selbst Informationen zur Klimastrategie, zur Mitarbeiter- und Lieferkettenverantwortung, zum gesellschaftlichen Engagement sowie zur Produktverantwortung zur Verfügung.

Auch **Opel Automobile** veröffentlicht keine eigenständigen Publikationen zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen. Dafür veröffentlicht der internationale Mutterkonzern Stellantis N.V. 2020 einen Nachhaltigkeitsbericht.

Die Bewertungsergebnisse

Der Anteil der Berichterstatter ist unter den Automobilherstellern mit sechs von acht Unternehmen nach wie vor überdurchschnittlich hoch. Mit durchschnittlich 46,8 Punkten liegt die Automobilbranche wie 2018 auf dem **vierten Rang** der Ranking-Branchen. Daimler hat sich stark verbessert und landet mit dem besten Branchenbericht auf Platz sieben des Gesamt-Rankings. BMW und Volkswagen sind hingegen deutlich abgerutscht. Der thematische Fokus liegt insgesamt stark auf ökologischen Nachhaltigkeitsthemen, insbesondere Klimaschutz. Zentrales Thema ist der Übergang hin zur Elektromobilität, wie dieser Weg konkret aussieht und welche Auswirkungen das beispielsweise auf die Belegschaft haben wird. In fast allen Themenbereichen erreichen die Berichte der Branche leicht überdurchschnittliche Ergebnisse, die Darstellungen zur Verantwortung für die Lieferkette gelingen den Unternehmen allerdings deutlich besser als in anderen Branchen (Abbildung 19). Durchweg gute Angaben finden sich auch zu einzelnen Unterkriterien wie dem Energiemanagement und Klimaschutz an den Standorten, Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung sowie Corporate Citizenship. 2018 wurde insbesondere kritisiert, dass die Unternehmen zu wenig auf das Thema Abgasmanipulation eingehen. Das ist auch in den 2020er Berichten nicht grundlegend an-

ders, auch wenn einige Unternehmen in diesem Zusammenhang verstärkt auf das Thema Compliance eingehen. Lücken zeigen sich in der Automobilbranche außerdem bei den Angaben zur Produktions-, Transport- und Lagersicherheit sowie im zentralen Bereich Produktverantwortung.

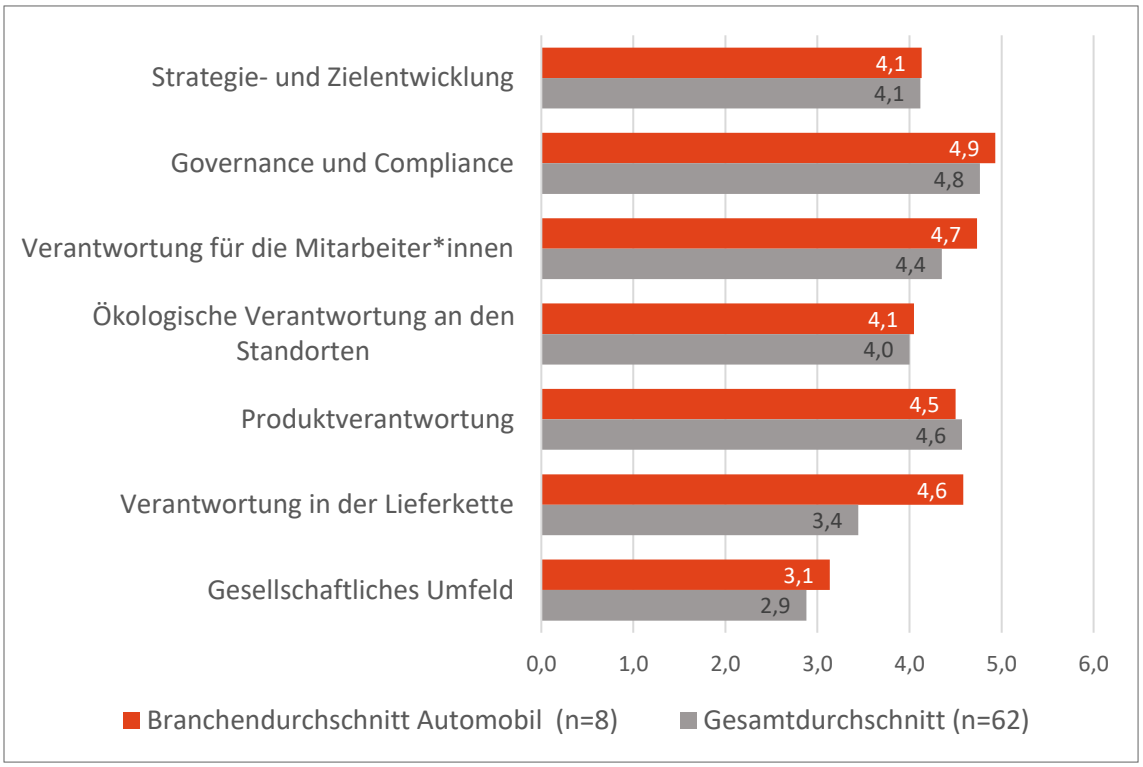

Abbildung 19: Branchenergebnisse Automobilhersteller

In der Kategorie **Strategie- und Zielentwicklung** erreichen die Autohersteller mit 4,1 Punkten einen im Branchenvergleich durchschnittlichen Wert. Die Unternehmen stellen die zentralen Nachhaltigkeitsherausforderungen in der Regel strukturiert dar. Allerdings gelingt es dabei keinem Unternehmen das dahinterliegende Verfahren der Wesentlichkeitsanalyse, mit den dazugehörigen Bewertungen des eigenen sozial-ökologischen Impacts sowie der Geschäftsrelevanz von Nachhaltigkeitsthemen für des Unternehmen, nachvollziehbar und transparent darzulegen. Die Aktivitäten zur Einbeziehung von verschiedenen Stakeholdern werden zwar von der Mehrzahl der Unternehmen erläutert, in vielen Fällen bleiben aber die Ergebnisse der Einbeziehung und die Integration dieser in die Strategie- und Zielentwicklung unklar. Die Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie und –ziele ist in der Regel ebenfalls lückenhaft. Häufig werden wesentliche Handlungsfelder ausgelassen oder es fehlt eine Angabe zum konkreten Stand des Erreichungsgrads ehemals gesetzter Ziele.

Im Branchenvergleich durchschnittliche Ergebnisse erreichen die Automobilhersteller im Bereich **Governance und Compliance** (4,9 Punkte), in dem die Unternehmen vor dem Hintergrund der Abgasmanipulationen allerdings besonders gefordert sind. Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Berichten. So können nur BMW und mit Abstrichen Volkswagen mit guten Erläuterungen zu Zusammensetzung, Rolle und Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie den implementierten Managementsystemen überzeugen. Eine sehr gute Darstellung des Compliance-Managements und zu Anti-Korruption gelingt nur Daimler, während bei vielen Unternehmen insbesondere aussagekräftige Kennzahlen und Erläuterungen zu tatsächlichen Compliance- und Kor-

ruptionsvorfällen fehlen. So wird die Thematik der Abgasmanipulationen von den meisten Unternehmen in die Darstellungen einbezogen, eine offene und selbstkritische Auseinandersetzung zum eigenen Umgang mit den Betrugsfällen ist dabei allerdings allenfalls ansatzweise erkennbar. Volkswagen beschreibt beispielsweise wie es im Rahmen eines Monitorships diverse Vorschriften und Richtlinien überarbeitet oder neu eingeführt hat.

Bei der Berichterstattung zur **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** erzielen die Automobilhersteller mit 4,7 Punkten bessere Ergebnisse als der Gesamtdurchschnitt. Die Stärken liegen insbesondere bei den Darstellungen zur Personalentwicklung, Chancengleichheit und Vielfalt sowie Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung. Den meisten Unternehmen gelingt es ihren Handlungsansatz zur Personalentwicklung mit Blick auf die sich verändernden Qualifizierungsanforderungen der Beschäftigten darzustellen. Kennzahlen oder Erläuterungen, die die Umsetzung und Wirksamkeit der Handlungsansätze belegen, bleiben aber häufig lückenhaft. Mit Zielen und Leitlinien zur Förderung der Vielfalt können die Automobilhersteller in der Breite punkten, wirklich aussagekräftige Darstellungen von umgesetzten Maßnahmen und in Ansätzen auch Leistungsindikatoren bieten allerdings nur BMW und Daimler. Die Berichte der Branche überzeugen außerdem mit Handlungsansätzen zur Förderung einer dialogorientierten Unternehmenskultur sowie zur Erfassung und Förderung der Arbeitszufriedenheit. So erläutern Volkswagen und Porsche beispielsweise ihren konzernweiten Stimmungsbarometer und die jeweiligen Ansätze zum unternehmensinternen Ideenmanagement.

Die Darstellungen der Automobilhersteller zur **ökologischen Verantwortung an den Standorten** liegen mit 4,1 Punkten knapp über dem Ranking-Durchschnitt. Der Schwerpunkt der Berichte liegt hierbei im Bereich Klimaschutz und Energiemanagement. Hier können die Unternehmen mit guten Darstellungen ihrer Handlungsansätze und Leistungsindikatoren insbesondere zu den CO_2-Emissionen überzeugen. Im Vergleich zu anderen Branchen werden außerdem auch Maßnahmen zur Reduzierung von Luftschadstoffen sowie Logistik- und Verkehrskonzepte gut dargestellt. Schwach bleiben die Angaben zu Produktions-, Transport- und Lagersicherheit sowie zu Biodiversität und Naturschutz. Lediglich Audi berichtet mit einer expliziten Fehlanzeige über Freisetzungen von Chemikalien, Ölen oder Abfällen in die Umwelt im Berichtszeitraum. Im Bereich Biodiversität kann lediglich Porsche einen Handlungsansatz aufweisen, bei dem Standorte nach definierten Biodiversitätskriterien bewertet und Maßnahmen zur Förderung der Artenvielfalt ergriffen werden. Anwendung wird allerdings nur für den Standort Zuffenhausen in Aussicht gestellt.

Dem für die Branche wesentlichen Bereich der **Produktverantwortung** räumen die Autohersteller große Aufmerksamkeit in ihren Berichten ein. Mit 4,5 Punkten erreichen sie allerdings nur ein durchschnittliches Ergebnis. Wie schon in früheren Berichten geben die Unternehmen in der Regel einen systematischen Überblick über Ziele, Schwerpunkte und Instrumente ihrer Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Im Fokus stehen alternative Antriebsformen, insbesondere Elektromobilität, sowie Fahrassistenzsysteme bis hin zum autonomen Fahren. Ausführlich dargestellt werden auch die Handlungsansätze, um diese Entwicklungen in das Produktportfolio zu integrieren. Dazu werden häufig einzelne Modelle beispielsweise im Bereich der Elektromobilität herausgestellt. Aussagekräftige Zahlenangaben, die den Anteil von verbrauchsarmen Modellen oder von Elektro- oder Hybridfahrzeugen im Gesamtportfolio verdeutlichen, liefern allerdings nicht alle Unternehmen. Im Vergleich zu 2018 sind hier aber leichte Verbesserungen zu erkennen. Im Zuge der zunehmenden Digitalisierungen und damit einhergehenden Datenströmen werden zudem meist einseitig die Chancen für Sicherheit, Emissionsreduzierungen und Komfort der Produkte dargestellt und Risiken der Digitalisierung ausgeblendet. Eine Ausnahme stellt der Bericht von Daimler dar, der dem Thema Datenverantwortung ein eigenes Kapitel widmet.

Im Bereich der **Lieferkettenverantwortung** erreichen die Automobilhersteller das beste Ergebnis aller Branchen. Wie in der Vergangenheit werden hierbei vor allem die an die Lieferanten gestellten ökologischen Anforderungen und das System zur deren Durchsetzung dargestellt. MAN beschreibt beispielsweise sein konzernweites Sustainability-Rating für Lieferanten, inklusive quantitativer Zielsetzung und Statusangabe zum Umsatzanteil von Lieferanten mit positiver Bewertung. Zwar wird in diesem Zuge, wie auch in den meisten anderen Berichten, betont, dass Lieferanten bei ihrer Entwicklung unterstützt werden sollen, allerdings bleiben die Darstellung zu dieser Lieferantenentwicklung häufig zu vage. Gute Ansätze sind dazu in den gemeinsamen Aktivitäten von Brancheninitiative wie Drive Sustainability dargestellt. Auch mit aussagekräftigen Grundsatzerklärungen und Kodizes können viele Automobilhersteller punkten. Besonders gut gelingt dies beispielsweise BMW mit dem BMW GROUP Kodex zu Menschenrechten und Arbeitsbedingungen, der im Bericht zum Download verlinkt ist. Einen noch stärkeren Schwerpunkt wie im letzten Ranking bilden in den Berichten die Erläuterungen zur Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten. Oft bleibt es dabei aber bei Grundsatzerklärungen und allgemeinen Beschreibungen der Due-Dilligence-Prozesse, konkrete Maßnahmen oder gar Indikatoren, die Hinweise auf die Wirksamkeit der Prozesse zulassen, fehlen häufig.

Mit der Berichterstattung zum Bereich **gesellschaftliches Umfeld** erreicht die Branche 3,1 Punkte, was leicht über dem Durschnitt des Gesamt-Rankings liegt. Gute Ergebnisse werden bei den Darstellungen der Corporate-Citizenship-Konzepte erzielt. Ziele und Maßnahmen werden in der Regel mit ihren Schwerpunkten gut dargestellt. Ansätze zu einer systematischen Wirkungsmessung finden sich allerdings nur bei Daimler, wo innerhalb der Projektdarstellung Wirkungen beschrieben werden und ein generelles Vorgehen zur Wirksamkeitsprüfung erläutert wird. Vergleichsweise gut und damit verbessert im Vergleich zum Ranking 2018 sind auch die Darstellungen zur Wahrnehmung der politischen Verantwortung der Unternehmen. Einige Automobilhersteller stellen ihre politischen Positionen sowie die Strukturen und Aktivitäten ihrer Lobbyarbeit zumindest in Grundzügen dar. Mögliche Zielkonflikte zwischen den politischen Zielsetzungen und der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie oder konkrete Lobbying-Budgets sind allerdings nicht zu finden. Eine fast vollständige Auslassung weisen die Berichte der Automobilhersteller beim Thema finanzielle Verantwortung auf. Lediglich Daimler stellt seine Konzernsteuerstrategie sowie sein Tax Compliance Managementsystem dar. Schwach ist auch die Berichterstattung zur Übernahme der regionalen Verantwortung an den Standorten, welche mit Blick auf vorhanden Werke von Automobilherstellern in Konfliktregionen wie beispielsweise in Xinjiang/China zwingend ausgebaut werden muss.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die zentralen Herausforderungen der Automobilbranche ergeben sich aus den externen Klimaschutzanforderungen und der damit erforderlichen Umstellung des Produktsortiments auf alternative Antriebsformen, insbesondere Elektromobilität. Neben der Entwicklung und Verbreitung neuer Produkte stellt auch das Mitnehmen der Belegschaft auf diesem Transformationspfad eine Herausforderung dar. Die Autohersteller sollten noch transparenter und selbstkritischer zu unbequemen Themen und Herausforderungen Stellung beziehen, beispielsweise zu drohendem Stellenabbau, zu den Abgasskandalen oder der Datenqualität und Transparenz bezüglich der CO_2-Emissionen ihrer Fahrzeuge. Auch den Themen Konfliktrohstoffe und Seltene Erden sollten die Unternehmen der Automobilbranche mit Blick auf Menschenrechte noch mehr Aufmerksamkeit widmen, auch wenn hier schon gute Ansätze über Brancheninitiativen wie Drive Sustainability zu erkennen sind. Zusätzliches gilt es neben den Chancen der zunehmenden Digitalisierung in der Branche wie Sicherheit und Komfort der Kunden auch die Risiken in den Bereichen Datenschutz, Cybersicherheit und Datenverbrauch stärker in den Blick zu nehmen.

4.4.2 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).

Die Berichterstattung der Branche

Sieben der zehn einbezogenen Banken (Tabelle 9) veröffentlichen einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht (Abbildung 20). Dies sind die **Bayerische Landesbank**, die **Commerzbank**, die **Deutsche Bank,** die **DZ Bank**, die **KFW Bankengruppe**, die **Landesbank Baden-Württemberg (LBBW)** sowie die **NRW-Bank**.

Tabelle 9: Ergebnisse der Berichterstattung – Banken

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Landesbank Baden-Württemberg (LBBW)	57,2	1	8	4	7
KfW-Konzern	55,5	2	10	10	3
DZ Bank Gruppe	52,4	3	15	19	9
Deutsche Bank AG	51,8	4	17	A	36
Commerzbank AG	49,7	5	21	5	4
Bayerische Landesbank	38,0	6	43	18	23
NRW-BANK	36,8	7	47	-	A
ING-DiBA AG	-	-	B	B	B
Unicredit Bank AG	-	-	B	B	16
Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale AöR	-	-	D	D	D

Die zur **Unicredit Bank** gehörende HypoVereinsbank kann auf einen integrierten Unternehmensbericht des internationalen Mutterkonzerns verweisen. Außerdem veröffentlicht die HypoVereinsbank auf ihrer Website umfassende Informationen zu den Themenbereichen nachhaltige Produkte, Klima- und Umweltschutz, Gesellschaft und Mitarbeiter.

Die **ING-DIBA** kann auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung ihres Mutterkonzerns verweisen. Dieser veröffentlicht keinen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht, aber 2020 einen „Climate risk report“, ein „Human Rights Update“ sowie ein „Terra progress report“ gemeinsam mit der 2°Investing Initiative. Zusätzlich bietet sie auf ihren Internetseiten Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement und informiert knapp über Nachhaltigkeitskriterien im Kerngeschäft und andere Schwerpunkte des CSR-Engagements.

Die **Landesbank Hessen-Thüringen** informiert über eine Nichtfinanzielle Erklärung sowie einem sehr kurzen Abschnitt zu Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht. Außerdem berichtet sie 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.

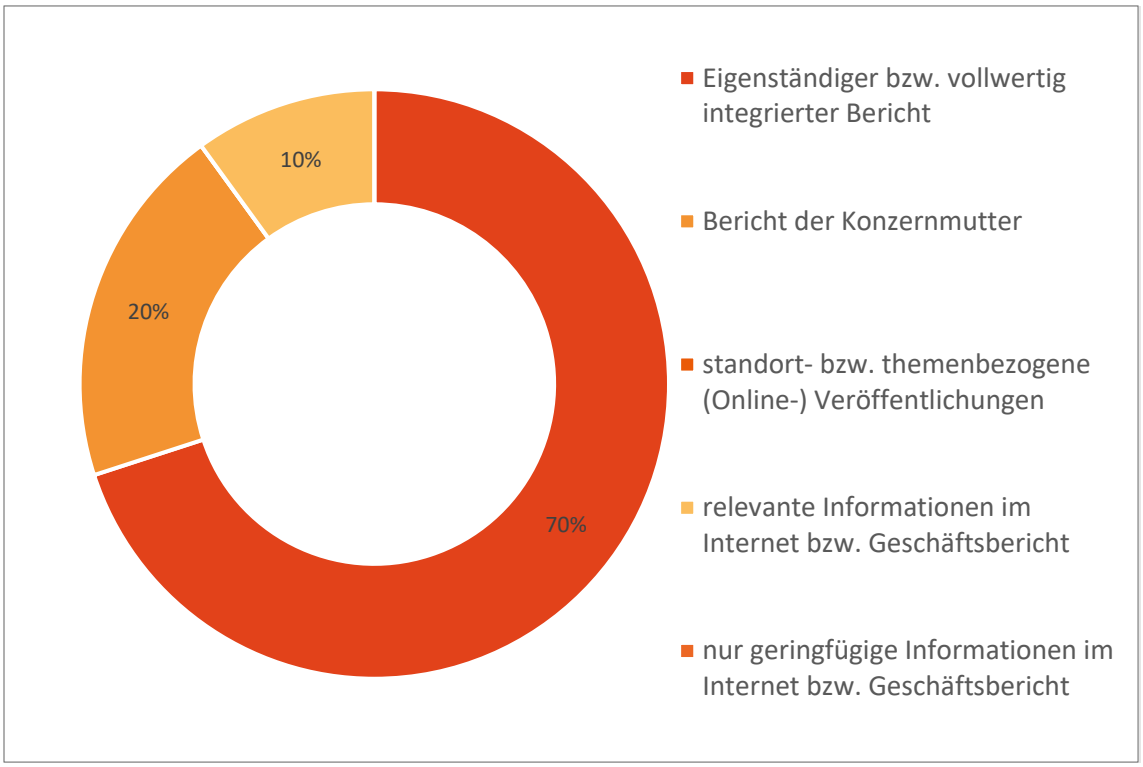

Abbildung 20: Klassifizierung der Berichterstattung – Banken (n=10, Stand: 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Mit durchschnittlich 48,8 Punkten erzielen die Banken im Ranking 2021 die **zweitbeste Branchenbewertung**. Mit der Landesbank Baden-Württemberg und der KFW erreichen gleich zwei Banken Plätze unter den besten zehn Unternehmen. Im Rang deutlich verbessert hat sich die Deutsche Bank, während die Bayerische Landesbank abgerutscht ist. Inhaltliche Schwerpunkte der Berichte liegen auf dem Thema Sustainable Finance und hier insbesondere beim ökologisch ausgerichteten Asset Management, der Produktverantwortung gegenüber Kund*innen sowie beim Compliance Management. Insbesondere im Bereich Sustainable Finance nehmen die Erwartungen an Banken zu, dies zeigt sich u. a. in der – im Berichtszeitraum noch nicht verabschiedeten, aber in der Diskussion befindlichen – Taxonomie. Bei den Themen Produktverantwortung und Compliance schneiden die Banken deutlich besser ab als der Rankingdurchschnitt. Schwächen liegen in den Bereichen gesellschaftliches Umfeld und Lieferkettenverantwortung, wobei letzteres auch im Vergleich zum Rankingdurchschnitt auffällig schwach ist (Abbildung 21). Bei allen anderen Oberkriterien schneiden die Banken besser ab als der Rankingdurchschnitt.

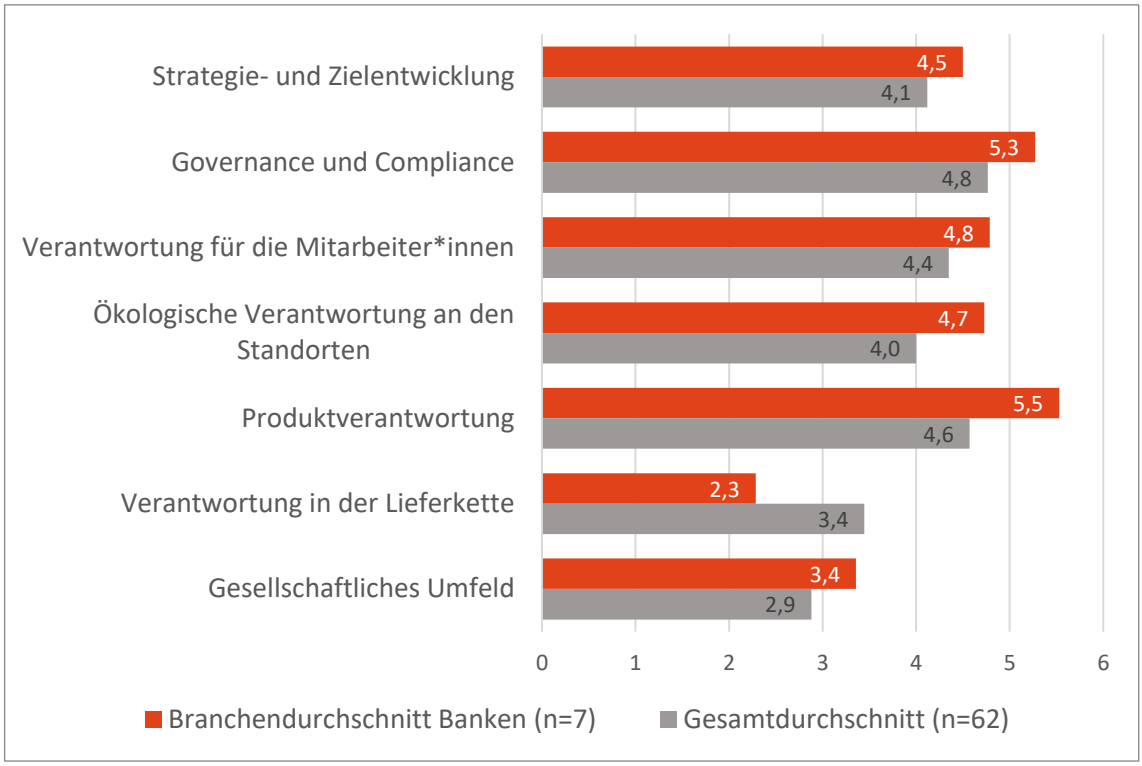

Abbildung 21: Branchenergebnisse Banken

Beim Oberkriterium **Strategie- und Zielentwicklung** erreichen die Banken durchschnittlich 4,5 Punkte und damit das zweitbeste Branchenergebnis. Den meisten Banken gelingt es gut, die Ergebnisse des Stakeholder-Managements darzustellen und bei der Hälfte wird deutlich, wie Stakeholder in die Wesentlichkeitsanalyse einbezogen werden. Schwächen liegen häufig bei der Herleitung der Nachhaltigkeitsstrategie. Eine nachvollziehbare Darstellung der nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen des Unternehmenshandelns und eine darauf aufbauende Ableitung zentraler Handlungsfelder gelingt nur gut der Hälfte der Banken, gleiches gilt für die Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie. Bei der Darstellung des Nachhaltigkeitsprogramm kann die LBBW überzeugen, die eine detaillierte tabellarische Übersicht über geplante Maßnahmen bietet, diese mit Verantwortlichkeiten versieht und den SDGs zuordnet und zudem transparent über den Umsetzungsstand der für den Berichtszeitraum geplanten Maßnahmen berichtet.

Im Thema **Governance und Compliance** erreichen die Banken im Durschnitt 5,3 Punkte und liegen deutlich über dem Ranking-Durchschnitt. Auf grundsätzlicher Ebene und als Zielformulierung enthalten die Berichte oft eine sehr klare Positionierung zur Compliance einschließlich kritischer Themen wie Geldwäsche oder Steuerverkürzung. Deutlich zurückhaltender ist allerdings die Berichterstattung über konkrete mutmaßliche oder tatsächliche Verfehlungen, was angesichts zahlreicher Skandale und daraus resultierender juristischer Verfahren, die in den vergangenen Jahren die Medienberichterstattung über die Branche geprägt haben, irritiert. Am besten schneidet hier die Commerzbank ab, die u. a. ihren Verhaltenskodex und das Hinweisgebersystem verlinkt, ein Verfahren zur Prüfung von Korruptionsrisiken sowie den Umgang mit Verstößen darstellt, über ein Interessenkonflikt-Managementtool berichtet, Fehlanzeigen zu Korruptionsfällen macht, eine Geldstrafe erwähnt und für aktuelle Rechtsverfahren auf den Geschäftsbericht verlinkt. Während den Banken die Darstellung von Managementsystemen überwiegend gut gelingt, ist die Berichterstattung über Vorstandsvergütung und Zusammensetzung des Kontrollorgans ausbaufähig.

Bei den Kriterien zur **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** erzielen die Banken durchschnittlich 4,8 Punkte und damit das beste Branchenergebnis. Vergleichsweise gut gelingt ihnen die Einordnung des Handlungsfeldes inklusive der Reflexion des Erreichten. Hervorzuheben sind zudem die oft guten Darstellungen zu Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung sowie die teilweise guten Darstellungen zu Personalentwicklung. Zu Mitarbeiterzufriedenheit gehen die Berichte in der Regel auf Befragungen ein, wobei die Ausführungen zu Methodik und Ergebnissen ausbaufähig bleiben. Die Berichte enthalten zudem in der Regel Angaben zu Mitarbeiterfluktuation, die Commerzbank und die Bayerische Landesbank liefern hierzu ausdifferenzierte Zahlenangaben, die auch Zahlen zu Arbeitgeberkündigungen umfassen. Gute Darstellungen finden sich teilweise auch zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, wobei die Banken hier auf Präventionsangebote und den Umgang mit Corona fokussieren. Beispielsweise erläutert die Deutsche Bank nicht nur die Verlagerung ins Homeoffice, sondern geht auch auf Schutzmaßnahmen in Büros und Filialen ein. Die Darstellungen zu Vielfalt und Chancengleichheit sind insgesamt ausbaufähig. Ziele und Handlungsansätze zu diesem Thema sind bei der Hälfte der Banken gut dargestellt, aber Leistungsindikatoren – jenseits von Frauenanteilen – sind weniger vorhanden. Dem Gender Pay Gap nähern sich die Commerzbank und die LBBW an, indem sie Angaben machen, wie viele Frauen und Männer in verschiedenen Tarifgruppen vertreten sind bzw. außertariflich bezahlt werden.

Auch bei der **ökologischen Verantwortung an den Standorten** erzielen die Banken überwiegend gute Bewertungen (4,7 Punkte) und liegen damit über dem Rankingdurchschnitt.[18] Gut gelungen sind in vielen Berichten die Darstellungen zum Klimaschutz. Insbesondere die Zahlenangaben zu Energieverbrauch sowie zum Einsatz erneuerbarer Energien und CO_2-Emissionen sind in der Regel für mehrere Jahre vorhanden. Beispiele für dargestellte Klimaschutzmaßnahmen sind der Umstieg auf erneuerbare Energien oder klimaschonende Gebäudetechnik. Zudem wird teilweise auf die Teilnahme an Kompensationsprogrammen verwiesen. Beim Thema Stoffströme und Kreislaufwirtschaft werden vor allem Angaben zum Einsatz von Verbrauchsmaterialien (insb. Papier, teilweise Toner) und zum Abfallaufkommen gemacht, während sich kaum Angaben zu Büroelektronik finden. Verbesserungen gegenüber dem letzten Ranking gibt es bei den Darstellungen zum Bereich Logistik und Verkehr. Hier stellt beispielsweise die DZ Bank die Dienstreiseordnung vor, die auch darauf zielt, den Reiseverkehr zu reduzieren, und erläutert Maßnahmen zur verstärkten Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV), das Angebot von Leasingfahrrädern und Ladesäulen und Maßnahmen zur Reduktion des Dienstreiseaufkommens. Zudem macht sie Zahlenangaben zur Nutzung verschiedener Verkehrsmittel bei Dienstreisen und dem Anteil der ÖPNV-Nutzer*innen auf dem Arbeitsweg. Zu Biodiversität finden sich in den Berichten fast keine Angaben, hier punktet die Landesbank Baden-Württemberg mit Erläuterungen zu Dachbegrünung, Nistkästen, Bienenvölkern und der pilothaften Anlage von Staudenbeeten anstelle von Rasenflächen.

Beim zentralen Thema der **Produktverantwortung** erzielen die Banken durchschnittlich 5,5 Punkte und erreichen damit die beste Branchenleistung. Dabei schneidet die Darstellung der ökologischen Produktverantwortung im Vergleich zur sozialen im Durchschnitt besser ab. 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 klare Benennung ökologischer und sozialer Wirkungen der Produkte bleibt dabei noch lückenhaft. Hierzu gibt es bisher nur Ansätze, z. B. hinsichtlich der Einsparungen von Treibhausgasen durch Green Bonds, aber der Ausgangswert, auf den sich die Einsparungen bezieht, und wie dieser errechnet wird, wird nicht transparent gemacht. Zudem werden häufig nur

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

die positiven Wirkungen dargestellt. Auch der Prozess der Entwicklung neuer Produkte wird meist nicht transparent dargestellt. Auch im Bereich Kundenbelange und Verbraucherschutz berichten die meisten Banken über wesentliche Themen, darunter die transparente und bedarfsangepasste Kundenberatung oder den Schutz von Kundendaten, wobei der Umgang mit Kundendaten im Zusammenhang mit Scoring-Verfahren nicht erläutert wird. Wenig behandelt werden zudem der Zugang zu Finanzdienstleistungen für unterversorgte Bevölkerungsgruppen sowie mögliche Konflikte zwischen Kundeninteressen und Provisionsinteressen im Vertrieb. Maßnahmen zur Verbesserung der Finanzkenntnisse („financial literacy“) der breiten Bevölkerung werden in einzelnen Berichten angesprochen, beispielsweise berichtet die LBBW über ein Finanzbildungskonzept für Frauen oder die Deutschen Bank über Jugend- und Schulprojekte sowie Wettbewerbe. Die DZ Bank geht ausführlich auf das Thema Schutz vor Überschuldung ein.

Beim Thema **Lieferkettenverantwortung** weisen die Berichte der Banken durchweg große Schwächen auf. Insgesamt erreicht die Branche hier einen Durchschnittswert von 2,3 Punkten und damit die zweitschlechteste Branchenleistung. Nach wie 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. Ansatzweise gelingt dies der KFW, die knapp auf Risikoanalysen in Bezug auf Beschaffung eingeht, wesentliche Bereiche der Lieferkette und Verortung der Lieferanten angibt, auf eine Nachhaltigkeitsrichtlinie für Beschaffungen verweist und Angaben zur Anzahl von Lieferantenprüfungen macht.

Die Bewertung der Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** liegt mit 3,4 Punkten wiederum über dem Rankingdurchschnitt. Während die Darstellungen im Bereich Corporate Citizenship bei zwei Dritteln der Berichte 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. Handlungsansätze zur Tax Compliance werden teilweise dargestellt, die Ergebnisse aber kaum deutlich. Die Commerzbank nennt immerhin Steuerzahlungen differenziert nach Ländern und verweist auf die Erläuterung von Verfahren zu Cum-Ex-Geschäften im Geschäftsbericht. Zum Thema Lobbying gibt es kaum Informationen zu politischen Positionierungen und die Strukturen der Lobbyarbeit werden nur vereinzelt dargestellt. Zahlen zu Parteispenden werden von fast allen Unternehmen angegeben, zum Teil sogar im Mehrjahresvergleich; Zahlen zum Lobbying-Budget und entsprechenden Ausgaben werden hingegen nicht genannt. Bei den Angaben zur regionalen Verantwortung schneidet die NRW-Bank am besten ab, indem sie über Investitionen in regionale Infrastruktur und damit verbundene Effekte berichtet.

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, allerdings sollten die Banken die ökologischen und sozialen Wirkungen ihrer Produkte klarer benennen und dabei nicht nur positive Auswirkungen darstellen. Hier ergeben sich auch durch die Taxonomie neue Herausforderungen für die zukünftige Berichterstattung. Zudem 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.

4.4.3 CHEMIE / PHARMA

Unternehmen der Ranking-Branche „Chemie / Pharma“ 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. Die HELIOS Kliniken Gruppe ist zum ersten Mal unter den 100 größten Unternehmen Deutschlands und wird als Gesundheitsdienstleister ebenfalls dieser Ranking-Branche zugeordnet (Tabelle 10).

Die Berichterstattung der Branche

In dieser Branche gehen mit **Bayer, Beiersdorf, Brenntag, Evonik, Henkel, Merck** sowie der **HELIOS Kliniken Gruppe** sieben Unternehmen mit eigenständigen Berichten in das Ranking ein. Mit **BASF** und **Covestro** legen zwei Unternehmen einen integrierten Bericht vor (Abbildung 22).

Boehringer Ingelheim veröffentlicht geringfügige Informationen im Geschäftsbericht 2020 zu den Themenbereichen Umweltschutz, Mitarbeiter*innen und gesellschaftliche Verantwortung. Weitere 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 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 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Merck KGaA	63,5	1	3	6	18
BASF-Gruppe	61,9	2	5	14	33
Henkel AG & Co. KGaA	59,1	3	6	12	21
Bayer AG	55	4	11	8	14
Evonik Industries AG	54,8	5	12	13	26
Covestro AG	48,5	6	23	31	-
Beiersdorf AG	37,3	7	45	-	A
HELIOS Kliniken Gruppe	37,3	8	45	-	-
Brenntag AG	-	-	A	A	A
Boehringer Ingelheim	-	-	D	D	D
Fresenius SE & Co. KGaA	-	-	D	D	D

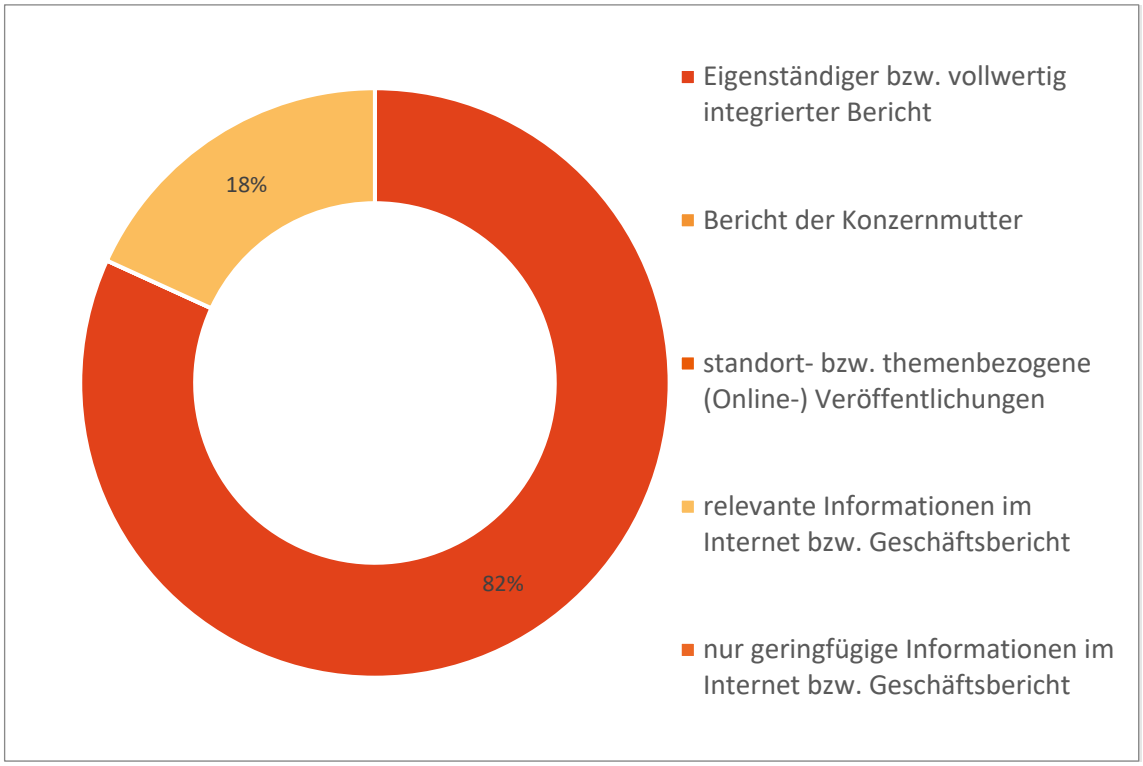

Abbildung 22: Klassifizierung der Berichterstattung – Chemie / Pharma (n=11, Stand: 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Die Chemie- und Pharmaunternehmen erzielen mit einem Durchschnittswert von 50,0 Punkten das **beste Branchenergebnis**. Wie bereits im Ranking 2018 konnten Branche weiterhin mit ihrer sehr hohen Berichterstatterquote überzeugen. Merck (63,5) konnte seinen Rang im Vergleich zum Ranking 2018 weiter verbessern und gehört dieses Jahr unter die Top 3. Mit Henkel und BASF erzielen zwei weitere Unternehmen der Branche eine Platzierung unter den besten 10 Berichten, Bayer und Evonik verpassen die Top 10 nur sehr knapp. Als Neuberichterstatter schafft es HELIOS zumindest unter die Top 50. Insbesondere bezüglich der Strategie- und Zielentwicklung sowie in den Themenbereichen Governance und Compliance sowie Verantwortung für die Lieferkette sticht die Branche mit guten Ergebnissen heraus. Lediglich beim Oberkriterium Gesellschaftliches Umfeld schneiden die Unternehmen der Branche schlechter ab als der Gesamtdurchschnitt (Abbildung 23).

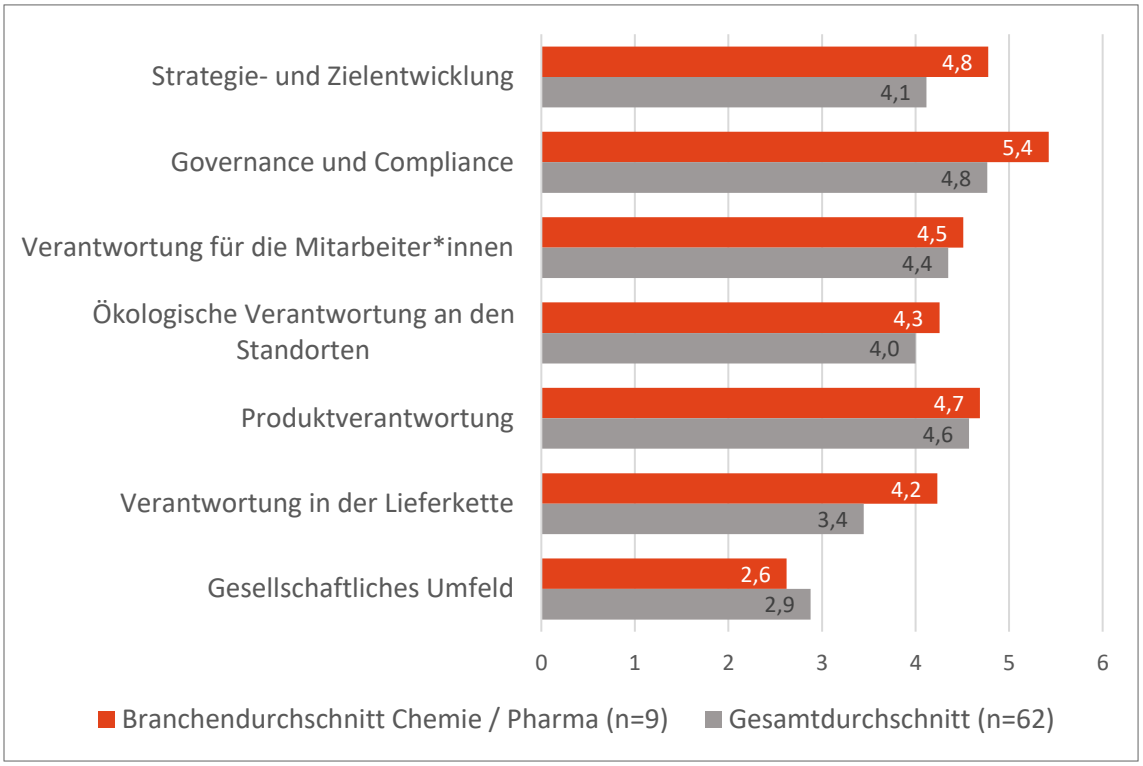

Abbildung 23: Branchenergebnisse Chemie / Pharma

Beim Oberkriterium **Strategie- und Zielentwicklung** erreichen die Chemie- und Pharmaunternehmen mit 4,8 Punkten das beste Branchenergebnis. Insbesondere gelingt es den Unternehmen der Branche besser als anderen ihre Nachhaltigkeitsstrategien dazulegen, indem über die unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten priorisierten strategischen Handlungsfelder berichtet wird und Chancen sowie Risiken dargelegt werden. BASF ist eines von insgesamt nur zwei Unternehmen im Ranking, welches die Anforderungen in diesem Bereich vollständig erfüllt. Im Vergleich erzielt die Branche auch besonders gute Ergebnisse für die Darstellung des Stakeholder-Managements, wobei die Ergebnisse der Aktivitäten trotzdem nicht deutlich genug werden. Ausbaufähig ist auch die Wesentlichkeitsanalyse. Zwar gibt es gute Ansätze zur Bewertung des sozial-ökologischen Impacts, beispielsweise bei Evonik oder BASF, die Geschäftsrelevanz der Nachhaltigkeitsthemen wird aber in keinem Bericht ausreichend deutlich.

Auch bei den Kriterien zu **Governance und Compliance** schneiden die Berichte der Branche mit durchschnittlich 5,4 Punkten gut ab, besonders im Bereich Unternehmensführung und Steuerung. Die Branche berichtet über die verwendeten Management- und Steuerungssysteme und stellt Wirksamkeit sowie Abdeckungsgrad dar. Darüber hinaus werden Prozesse zur Überprüfung sowie deren Ergebnisse erläutert. Vorbildliche Transparenz bietet hier etwa der Bericht von Henkel, der für 179 Produktionsstandorte weltweit Angaben zu Zertifizierungen (ISO 9001, 14001, 500001, 450001, OHSAS 18001) und eigenen Audits macht. Mangelhaft bleibt allerdings die Berichterstattung darüber, inwiefern die Finanzplanung eine nachhaltigkeitsorientierte Unternehmensentwicklung fördert. Die Berichterstattung zum Compliance-Management sowie zur Art und Menge von Hinweisen zu Compliance-Verstößen und Korruptionsverdachtsfällen erfüllt die Anforderungen in den meisten Fällen weitgehend.

Das Thema **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** wird von der Branche mit 4,5 Punkten durchschnittlich erfüllt. Insbesondere über Arbeitssicherheit und Gesundheit berichten die Unternehmen

gut und legen die Leitlinien zur Gesundheitserhaltung und -förderung der Mitarbeiter*innen dar. Evonik kann hier als einziges Unternehmen im Ranking sogar volle Punktzahl erreichen, indem neben Zielen und einem systematischen Handlungsansatz auch aussagekräftige Leistungsindikatoren zum Arbeitsschutz und zur Gesundheitsförderung dargestellt werden. Die Berichterstattung zur Personalentwicklung bleibt hingegen insgesamt lückenhaft. Lediglich Bayer und der Neuberichterstatter HELIOS legen systematische Konzepte und Handlungsansätze dar. Auch die Angaben zur Mitarbeiterbindung und Arbeitszufriedenheit bleiben häufig zu vage. Nur Merck kann mit Maßnahmen zur Förderung einer dialogorientierten Unternehmenskultur und einem eigenen Kapitel „Gute Führung“ überzeugen.

Die Anforderungen zur **ökologischen Verantwortung an den Standorten** werden von den Chemie- und Pharmaunternehmen durchschnittlich erfüllt (4,3 Punkte). Die Darstellungen zum Energiemanagement und Klimaschutz an den Standorten ist wie in den meisten anderen Branchen durchweg solide, die Bewertungen im Bereich Kreislaufwirtschaft fallen sehr unterschiedlich aus. Teilweise zeigen sich bei Zielsetzungen und Maßnahmen erheblich Mängel, es finden sich aber auch gute Handlungsansätze wie beispielweise das bewährte BASF-Verbundkonzept. Durchgehend fehlen in diesem Bereich allerdings aussagekräftige Leistungsindikatoren. Im Branchenvergleich besser ist die Berichterstattung zur Produktions-, Transport- und Lagersicherheit der Chemie- und Pharmaunternehmen. Hier werden Ziele und Maßnahmen zur Sicherheit und zur Vermeidung von umweltrelevanten Unfällen dargelegt. Auch Art und Anzahl der Unfälle werden in der Regel dargestellt, wie beispielsweise von Bayer in einer Übersicht zu Transport- und Umweltereignisse. Dabei werden allerdings häufig das Schadensausmaß nicht ausreichend verdeutlicht. Überzeugen können die Berichte mit den Darstellungen zum Wassermanagement, insbesondere detaillierte Angaben zu Schadstoffeinträgen und Abwasser sind für Chemie- und Pharmaunternehmen allerdings auch unabdingbar. Im Branchenvergleich schwach ist wie schon 2018 die Berichterstattung im Bereich Logistik und Verkehr, der mehrheitlich nur sehr rudimentär behandelt und teilweise sogar komplett ausgelassen wird. Henkel zeigt allerdings, dass das Thema in der Branche durchaus Relevanz hat und Handlungsansätze zur Reduzierung verkehrsbezogener Auswirkungen zurecht eingefordert werden können. Zu Biodiversität und Naturschutz an den Standorten wird fast gar nicht berichtet.

Die Berichterstattung zur **Produktverantwortung** ist mit 4,7 Punkten ebenfalls durchschnittlich bewertet. Insbesondere Henkel und BASF legen mit ihren eigens entwickelten Instrumenten Sustainability Master bzw. Sustainable Solution Steering umfassend dar, wie Nachhaltigkeitsbewertungen systematisch in den Innovations- und Entwicklungsprozess integriert werden. Den anderen Unternehmen der Branche gelingt dies nur punktuell anhand von einzelnen Produktbeispielen. Während für die Integration von ökologischen Aspekten in das Produktsortiment dadurch zumeist noch ein ausreichendes Gesamtbild entsteht, bleibt die Aussagekraft zur Übernahme der sozialen Produktverantwortung sehr beschränkt. So bleibt die Berichterstattung zu branchenrelevanten Themen wie dem Einsatz kritischer Technologien wie Nanotechnologie und Gentechnik oder dem Umgang mit klinischen Studien äußerst lückenhaft.

Wie 2018 erzielen die Chemie- und Pharmaunternehmen mit ihren Darstellungen zur **Verantwortung in der Lieferkette** im Branchenvergleich gute Ergebnisse (4,2 Punkte). Die genutzten Lieferkettenstandards sowie die Instrumente und internen Maßnahmen zur Verankerung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Lieferkette werden überwiegend gut beschrieben. Auch der Handlungsansatz zur Überprüfung von Lieferanten wird in der Regel deutlich. Dabei verweisen die Berichte wie in der Vergangenheit häufig auf die gemeinsamen Aktivitäten in etablierten Brancheninitiativen wie „Together for Sustainability“ (TfS). Nicht ausreichend deutlich werden in den Berichten hingegen

die Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen sowie die Effektivität der genutzten Beschwerdemechanismen. Ausbaufähig bleiben auch die Angaben zur Entwicklung von Lieferanten. Eine Ausnahme stellt hier Bayer dar: Neben umfassenden Weiterbildungsangeboten wie beispielsweise zum Umgang mit Klimawandelauswirkungen oder mit menschenrechtlichen Risiken werden auch Anreize zur Entwicklung und Umsetzung klimaschonender Verfahren dargestellt. Zudem werden in den USA und in Brasilien unterrepräsentierte Lieferantengruppen, wie beispielsweise ethnische Minderheiten, mit Qualifizierungsmaßnahmen und finanziellen Hilfen besonders unterstützt.

Die Berichterstattung der Branche zum **gesellschaftlichen Umfeld** weist erhebliche Lücken auf und schneidet mit 2,6 Punkten unter dem Gesamtdurchschnitt ab. Über alle Teilbereiche des Handlungsfelds kann keiner der Berichte überzeugen. Wie über alle Branchen hinweg gelingt nur im Bereich Corporate Citizenship einigen Unternehmen eine gute Darstellung der Konzepte und Handlungsansätze. Substantielle Angaben zur politischen Verantwortung liefern nur BASF und Bayer. In diesen Berichten werden die politische Positionierung sowie Strukturen und Aktivitäten der Lobbyarbeit weitgehend dargestellt, die bei anderen Unternehmen komplett fehlen oder lediglich kursorisch aufgeführt werden. Bayer liefert außerdem durch die Angabe von Kosten für Verbindungsbüros sowie Spenden und Beiträge für Parteien und Verbände einen gewissen Grad an Transparenz seiner finanziellen Ausgaben für Zwecke der politischen Interessensvertretung. Wie zur politischen Verantwortung berichten die Unternehmen auch zur finanziellen Verantwortung nur sehr lückenhaft. Die Berichterstattung zum Thema regionale Verantwortung an den Standorten erfüllt nur bei Merck Mindestanforderungen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Chemie- und Pharmaunternehmen überzeugen insgesamt mit guten Ergebnissen und einer sehr hohen Berichterstatterquote. Der Großteil der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen wird in den Berichten umfassend und detailreich dargelegt. Beim zentralen Thema Produktverantwortung gilt es für die Unternehmen noch offener auf kontrovers diskutierte Entwicklungsmethoden und kritische Auswirkungen ihrer Produkte einzugehen. Dies gilt insbesondere für die bisher zu wenig beleuchteten sozialen Aspekte. Verbesserungsbedarfe zeigen sich außerdem für die Berichterstattung zu ausgewählten Verantwortungsbereichen für die Mitarbeitenden, beispielsweise zu Entgeltpolitik und Arbeitszeitregelungen, sowie für die Umwelt an den Standorten, insbesondere Biodiversität, Logistik und Materialeinsatz.

4.4.4 ENERGIEVERSORGUNG

Die Ranking-Branche „Energieversorgung“ 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 – die Stadtwerke München betreiben zudem öffentlichen Personennahverkehr und Schwimmbäder und sind Telekommunikationsdienstleister. Im Ranking 2021 werden zwölf Unternehmen aus dieser Branche einbezogen (Tabelle 11). Darunter ist auch Remondis, die erstmals unter den Top 100 vertreten sind und als Versorgungsdienstleister (Wasser, Recycling) ebenfalls in diese Branche einsortiert wurden.[19]

[19] Remondis gehörte im Jahr 2015 bereits zu den im damaligen Ranking einbezogenen Top 150 Unternehmen und wurde damals in die Branche „Transport, Logistik und Dienstleister“ als Dienstleistungsunternehmen für Abfallentsorgung und Wasserversorgung eingruppiert.

Die Berichterstattung der Branche

Von den zwölf im Ranking betrachteten Unternehmen sind sechs mit einem eigenständigen Bericht vertreten (Abbildung 24), nämlich **E.on**, **EWE**, **RWE**, **Stadtwerke München**, **Uniper** und der Übertragungsnetzbetreiber **50 Hertz Transmission** mit einem Nachhaltigkeits- bzw. CSR-Bericht und **EnBW** mit einem integrierten Unternehmensbericht.

Nachdem **Innogy** im Ranking 2018 noch mit einem eigenständigen Bericht vertreten war, sind die Daten und Informationen nach der Übernahme nun im Bericht von E.on enthalten. Der Übertragungsnetzbetreiber **Tennet TSO** kann auf den integrierten Geschäftsbericht des Mutterkonzerns verweisen. Auch der schwedische Mutterkonzern von **Vattenfall Deutschland** kann einen integrierten Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht vorweisen. Zusätzlich stellt das deutsche Tochterunternehmen auf seiner Website Informationen in einer eigenen Nachhaltigkeitsrubrik bereit. Zum Stichtag des Rankings hatte **Amprion** ein 40-seitiges Dokument zu seiner Nachhaltigkeitsstrategie, eine Broschüre mit seinen Nachhaltigkeitszielen und knappe Nachhaltigkeitsinformationen auf der Webseite. Nach dem Stichtag des Rankings hat Amprion im September 2021 einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Die **Thüga-Gruppe** hatte zum Stichtag des Rankings lediglich knappe Informationen zu Klimaschutz im Jahresbericht und auf der Webseite. Sie hat aber ebenfalls im September 2021 einen ersten Nachhaltigkeitsbericht herausgegeben. **Remondis** veröffentlicht Nachhaltigkeitsinformationen in einer CSR-Rubrik auf der Webseite und in einer Umwelterklärung, die Kennzahlen nur zu einem Werk enthält.

Tabelle 11: Ergebnisse der Berichterstattung – Energieversorgung

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
EnBW Energie Baden-Württemberg AG	55,8	1	9	35	A
E.ON SE	44,6	2	30	46	29
RWE AG	42,7	3	33	48	14
50Hertz Transmission GmbH	41,7	4	36	A	A
Uniper SE	36,1	5	49	A	-
Stadtwerke München GmbH	-	-	A	-	D
Tennet TSO GmbH	-	-	B	B	B
Vattenfall Deutschland	-	-	B	B	A
Amprion GmbH	-	-	C[20]	E	E
Remondis SE & Co. KG	-	-	D	-	D
Thüga-Gruppe	-	-	E[20]	E	D

[20] Amprion und die Thüga-Gruppe haben ihre ersten Nachhaltigkeitsberichte nach dem Stichtag des Rankings veröffentlicht.

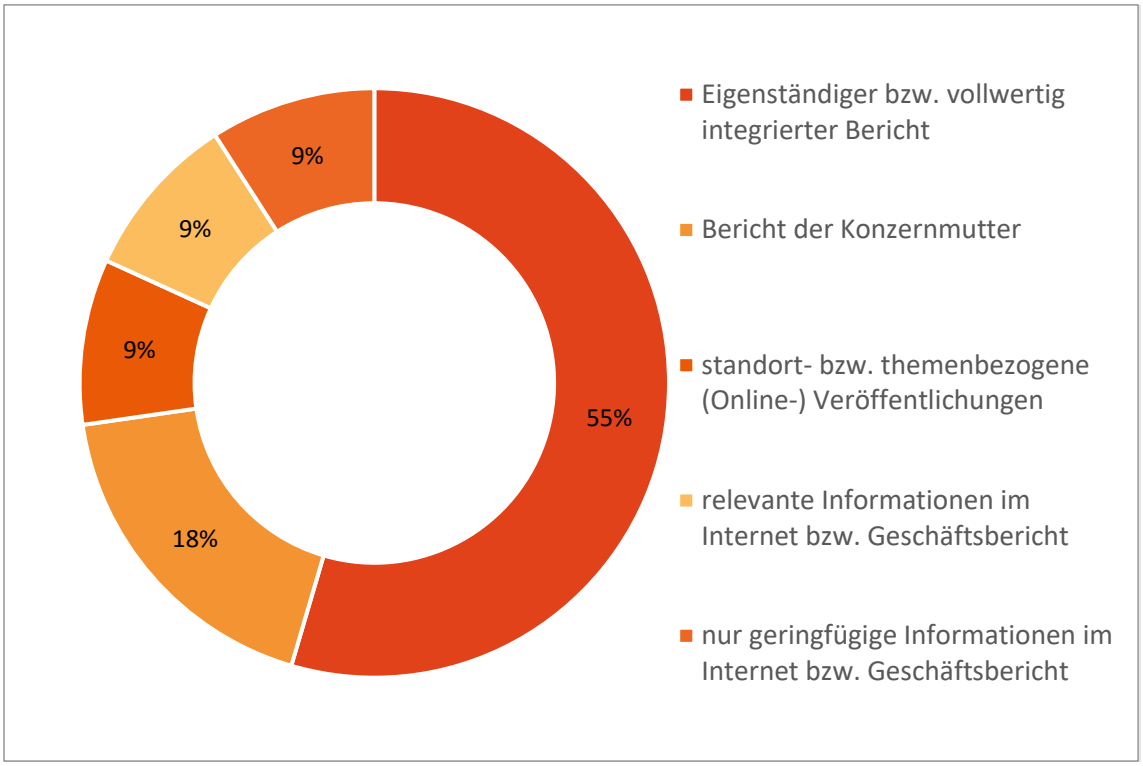

Abbildung 24: Klassifizierung der Berichterstattung – Energieversorgung (n=11, Stand: 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Mit durchschnittlich 42,1 Punkten liegen die Energieversorgungsunternehmen **unter dem Rankingdurchschnitt** von 44,7 Punkten. Die beste Bewertung der Branche erzielt EnBW und belegt im Gesamt-Ranking Platz 9. Die Stadtwerke München legen ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht vor, der noch Lücken aufweist, aber beispielsweise zum Thema Mitarbeiterverantwortung einige überzeugende Darstellungen enthält. Alle anderen Energieversorger haben sich gegenüber ihrer Platzierung im letzten Ranking verbessert. Inhaltliche Schwerpunkte legen die Berichte auf den Umbau des Energiesystems und gehen hierbei insbesondere auf die Themen Klimaschutz und Innovationen ein. Besondere Schwächen der Branche liegen bei den Darstellungen zur ökologischen Verantwortung an den Standorten, zur Lieferkette und zum gesellschaftlichen Umfeld. Im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt sind auch die Angaben zur Produktverantwortung schwächer (Abbildung 25).

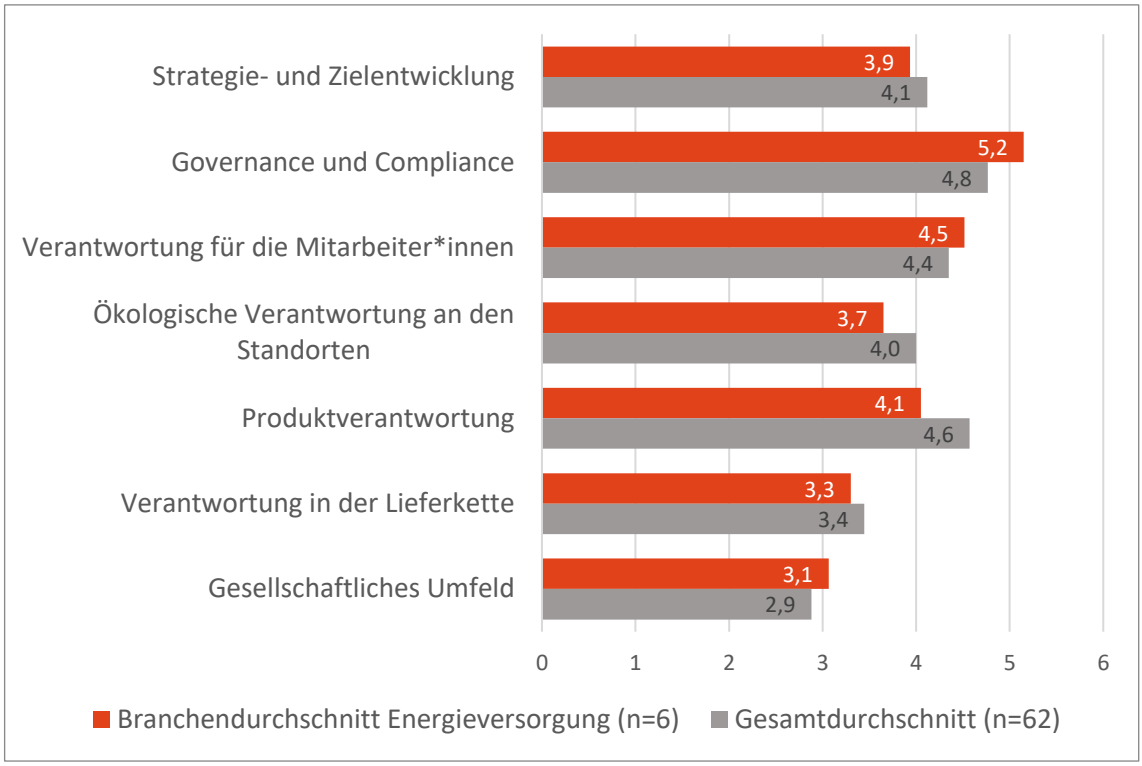

Abbildung 25: Branchenergebnisse Energieversorgung (n=6)

In der Kategorie **Strategie- und Zielentwicklung** erreichen die Unternehmen der Branche durchschnittlich 3,9 Punkte. Damit liegen sie leicht unter dem Rankingdurchschnitt. Während sie überwiegend gut über ihr Selbstverständnis und ihre Wertebasis berichten, zeigen sich Schwächen vor allem in den Ausführungen zum Stakeholdermanagement und hier insbesondere bei der Darstellung von Ergebnissen und bei den Erläuterungen zur Einbindung von Stakeholdern in die Wesentlichkeitsanalyse. Eher schwach schneiden auch die weiteren Darstellungen zur Wesentlichkeitsanalyse ab. Schwächen bestehen zudem – wie schon im letzten Ranking – bei der Darstellung von Nachhaltigkeitszielen und Zielerreichung: Keinem der Unternehmen gelingt es, einen vollständigen Überblick über die in den Vorjahren gesetzten Ziele und den aktuellen Zielerreichungsstand zu geben. Zukünftige Zielsetzungen werden überwiegend dargestellt, diese sind häufig aber nicht ausreichend überprüfbar formuliert und klar terminiert. Die besten Darstellungen liefern hier EnBW und Uniper.

Mit Angaben zur **Governance und Compliance** erreichen die Energieversorgungsunternehmen 5,2 Punkte und liegen damit über dem Durchschnitt. Hier überzeugen sie vor allem mit Darstellungen zu Zielen und dem Managementansatz zu Compliance, während Ansätze zu Korruptionsvermeidung sowie spezifische Korruptionsrisiken weniger ausführlich erläutert werden. Angaben zu Managementsystemen sind bei allen Unternehmen vorhanden, dabei nennen zwei Drittel Abdeckungsgrade für Umwelt- und Energiemanagementsysteme, Abdeckungsgrade für Arbeitsschutzmanagementsysteme werden hingegen nur vereinzelt angegeben. Zudem fehlen Angaben zu Audits und deren Ergebnisse. Ausbaufähig sind auch die Angaben zu Vorstandsvergütung, die bei RWE vergleichsweise ausführlich sind: Nachhaltigkeitskriterien in der variablen Vorstandsvergütung werden benannt (Arbeitssicherheit, Menschenrechte in der Beschaffung von Energieträgern), aber wenig erläutert. Zum Thema Finanzplanung sticht EnBW aus der Berichterstattung der Branche – aber auch im Vergleich zu den übrigen Unternehmen – hervor, indem es den Anteil der Investitions- und Betriebsausgaben offenlegt, die Nachhaltigkeitskriterien entsprechen.

Mit durchschnittlich 4,5 Punkten erzielen die Energieversorger beim Thema **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** ein leicht überdurchschnittliches Ergebnis. Vergleichswiese gut gelingt ihnen die Einordnung des Handlungsfeldes und die Benennung zentraler Herausforderungen, wie beispielsweise veränderte Anforderungen an das Personal, die sich durch die Transformation des Energiesystems ergeben. Im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz erreicht die Hälfte gute Bewertungen und EnBW sowie 50 Hertz überzeugen bei den Darstellungen zu Gesundheitsschutz während der Corona-Pandemie. Bei Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung erreichen sogar zwei Drittel der Unternehmen gute Bewertungen. Hier erläutern beispielsweise die Stadtwerke München Ambitionen zur Förderung wertschätzender Unternehmenskultur, Mitarbeiterbefragungen, 360°-Bewertungen sowie ein Ideenmanagement; allerdings werden Ergebnisse der Befragungen sowie Schlussfolgerungen daraus nicht dargestellt. Zu Arbeitszeitmodellen, Aus- und Weiterbildung, Vielfalt und Gleichstellung liegen – wie schon im letzten Rankingdurchgang – kaum substanzielle Darstellungen vor. Die Stadtwerke München berichten hierzu vergleichsweise ausführlich und erläutern beispielsweise ihre Entgeltpolitik inklusive Zusatzleistungen für die Beschäftigten (z. B. Prämiensystem, Betriebsrente, Münchenzulage für niedrige und mittlere Einkommen, Mitarbeiterwohnungen) und stellen verschiedene Arbeitszeitmodelle vor, machen dazu aber kaum quantitative Angaben zur Inanspruchnahme. Uniper erläutert seine „integrative und gleichberechtigte Personalstrategie“ mit verschiedenen Ansätzen recht ausführlich, liefert aber ebenfalls kaum Zahlen um Erfolge zu belegen.

Die Darstellungen zur **ökologischen Verantwortung an den Standorten** weisen bei den Energieversorgungsunternehmen große Lücken auf (3,7 Punkte). Einzig das Themenfeld Energie und Klimaschutz wird von den Energieversorgern recht gut abgedeckt – allerdings liegen sie auch hier mit 4,8 Punkten deutlich unter dem Ranking-Durchschnitt von 6,2 Punkten. Die Unternehmen berichten zu Energieverbrauch, CO_2-Emissionen (fast alle nennen Scope 1-3 nach GHG Protocol) und zum Ausbau erneuerbarer Energien, insbesondere der Windkraft. Sie weisen ihre Klimaschutzziele aus und setzen sich das Ziel Klimaneutralität für das Jahr 2035 (EnBW, Uniper) oder 2040 (E.on, RWE, Stadtwerke München) – die Stadtwerke München streben dies nur für die Fernwärme an und 50 Hertz benennt kein Zieljahr. EnBW und RWE geben zudem Erläuterungen zum schrittweisen Kohleausstieg, den EnBW 2035 und RWE 2038 anstrebt. Sehr schwach sind die Ausführungen zu Stoffströmen und Kreislaufwirtschaft sowie zu Luftschadstoffen und produktionsbezogenen Emissionen. Zum Thema Biodiversität benennen die Unternehmen einzelne Beispiele und Projekte, ohne dass hier ein systematischer Ansatz erkennbar wird. Vergleichsweise umfassend sind hier die Angaben bei 50 Hertz, die über ökologisches Schneisenmanagement, Ausgleichsmaßnahmen und Vogelschutz berichten.

Im Oberkriterium **Produktverantwortung** liegen die Energieversorgungsunternehmen mit einem Branchenwert von 4,1 Punkten deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt. Im Zentrum der Entwicklungsbemühungen stehen neben dem Umbau des Erzeugungsportfolios, dem Netzausbau und der Entwicklung intelligenter Infrastrukturen insbesondere die Entwicklung neuer Lösungen in den Bereichen Wasserstoff, Smart Home, Quartierskonzepte, Energiespeicher, Elektromobilität und CO_2-Abscheidung. Hierzu werden zumeist Pilot- und Beispielprojekte dargestellt. Nicht ausreichend deutlich wird dagegen zumeist, welche Relevanz die neuen Angebote für das Gesamtportfolio des Unternehmens haben. Aspekte sozialer Produktverantwortung werden insgesamt deutlich weniger behandelt, hier geht beispielsweise E.on auf den Umgang mit einkommensschwachen Haushalten ein und erläutert die Zusammenarbeit mit Behörden sowie Beratungsangebote und benennt die Anzahl von Stromsperren betroffener Kund*innen. Zudem werden von den meisten Unternehmen

Datenschutzschulungen und teilweise Datenschutzmanagementsysteme angeführt, ohne dass der Kundendatenschutz genauer erläutert wird.

Das Thema **Lieferkettenverantwortung** wird von den meisten Berichterstattern der Branche nur unzureichend abgedeckt (3,3 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. Im Vergleich dazu wird über die Beschaffung von Gas deutlich weniger informiert. Relativ transparent berichten die Energieversorger über Lieferantenkodices und die grundsätzlichen Anforderungen an Lieferanten, zudem stellen E.on, EnBW und RWE Beschwerdemechanismen dar. Angaben zur Überprüfung oder zur Entwicklung von Lieferanten sind in den Berichten jedoch kaum vorhanden.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Energieversorgungsunternehmen 3,1 Punkte und liegen damit im Vergleich der Branchen leicht über dem Durchschnitt. Die Angaben zu Lobbying schneiden im Vergleich zur Gesamtstichprobe besser ab, sind aber dennoch ausbaufähig: Während einzelne Energieversorgungsunternehmen ihre Lobbying-Strukturen darlegen und fast alle Angaben zu Parteispenden machen, bleiben die Darstellungen zur politischen Positionierung und zum Lobbying-Budget hinter den Erwartungen zurück. Zum Thema regionale Verantwortung wird nur vereinzelt auf Bürgerdialoge und Beteiligungsverfahren im Kontext des Netzausbaus oder bei der Errichtung neuer Energieerzeugungsanlagen eingegangen. 50 Hertz und E.on erläutern die grundsätzliche Vorgehensweise, RWE berichtet über Umsiedlungen in Garzweiler und EnBW verweist auf eine Bürgerbeteiligungsplattform, die die finanzielle Beteiligung an regionalen Erneuerbare-Energie-Projekten ermöglicht. Bestehende Konflikte (Hambacher Forst, Datteln 4) werden in den Berichten von RWE und Uniper allerdings nur erwähnt.

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. Zielsetzungen beispielsweise zu Klimaneutralität werden dargelegt, aber bisher unzureichend erläutert; insbesondere bleiben die Pfade zur Zielerreichung unklar. Zum Lieferkettenmanagement werden zwar Ansätze dargestellt, die Wirksamkeit aber kaum nachgewiesen. Hier ergeben sich durch den Ukrainekrieg und die angestrebte Substitution russischer Energieträger neue Herausforderungen, über die in zukünftigen Berichten informiert werden sollte. Erfreulich ist, dass mittlerweile zwei weitere Unternehmen der Branche Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht haben, die für das vorliegende Ranking aber zu spät kamen.

4.4.5 GRUNDSTOFFE

Die hier betrachteten Unternehmen sind vor allem im Bereich der Extraktion von Rohstoffen oder deren Verarbeitung zu Grundstoffen tätig. Im Ranking 2021 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, ExxonMobil 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 zehn Unternehmen im Ranking (Tabelle 12) legen lediglich drei einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht vor: **Aurubis**, **HeidelbergCement** und **Heraeus** (Abbildung 26). **Knauf** war im letzten Ranking noch mit einem eigenständigen Bericht (Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016) vertreten und hat seitdem keinen neuen Bericht veröffentlicht. Auf der Webseite findet sich auf den Nachhaltigkeitsseiten lediglich ein Interview mit den geschäftsführenden Gesellschaftern und die Links zu alten Nachhaltigkeitsberichten. Die deutschen bzw. europäischen Tochterunternehmen der Mineralölkonzerne BP, ExxonMobil, Shell und Total können auf die Berichte der Mutterunternehmen verweisen. Die ersten drei veröffentlichen CSR-Berichte, der Totalmutterkonzern einen integrierten Bericht, eine umfangreiche nicht-finanzielle Erklärung und einen Klimabericht. Auf der deutschen Website von **Total** finden sich nur geringfügige Informationen zu Umweltverantwortung. **BP** veröffentlicht daneben Nachhaltigkeitsinformationen zum Engagement des Unternehmens in Deutschland. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem gesellschaftlichen Engagement, zudem werden Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele des Gesamtkonzerns auf Deutsch dargestellt. Auch **ExxonMobil** informiert auf der Website knapp über Energieeffizienz und Klimaschutz (für ausführlichere Informationen wird auf englischsprachige Veröffentlichungen des Gesamtkonzerns verwiesen) und die Corporate-Citizenship-Aktivitäten des Unternehmens. **Shell Deutschland** stellt auf der Webseite knappe Informationen zur Energiewende sowie zur Arbeitssicherheit bereit.

Salzgitter berichtet in einem eigenständigen Nichtfinanziellen Bericht über relevante Nachhaltigkeitsbelange. Zusätzlich veröffentlichte das Unternehmen Informationen in einer CSR-Rubrik auf der Webseite. **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 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Aurubis AG	46,7	1	26	25	49
HeidelbergCement AG	45,6	2	28	20	45
Heraeus Holding GmbH	-	-	A	A	D
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	D
Gazprom Germania GmbH	-	-	E	-	E
Knauf Gruppe	-	-	E	A	A

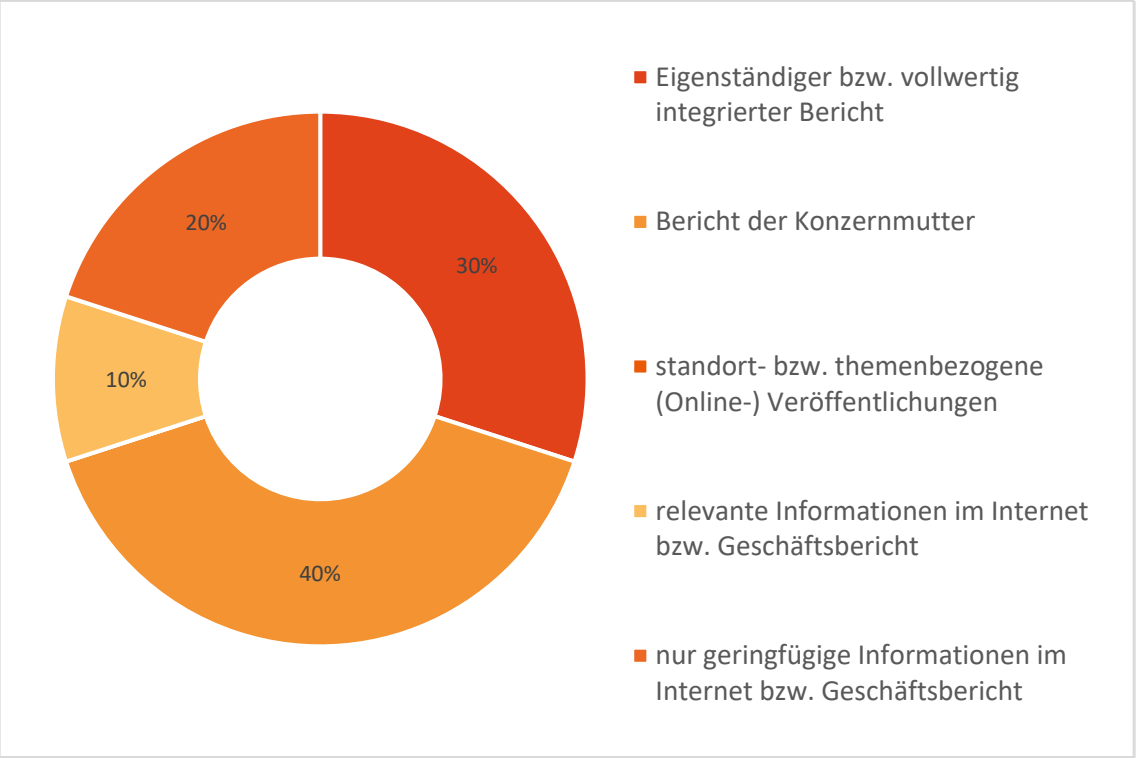

Abbildung 26: Klassifizierung der Berichterstattung – Grundstoffindustrie (n=13, Stand: 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Die Unternehmen der Grundstoffbranche erreichen mit einem Durchschnittswert von 38,5 Punkten **das schwächste Branchenergebnis**. Mit lediglich drei Nachhaltigkeitsberichten zeigt die Branche auch bezüglich der Berichterstatterquote ein schwaches Bild. Als bestes Unternehmen der Branche erreicht Aurubis Rang 26, dicht gefolgt von HeidelbergCement auf Platz 28, damit hat sich gegenüber dem letzten Ranking die Reihenfolge der beiden vertauscht. Heraeus kann sich – wie schon im letzten Ranking – nicht in den Top 50 platzieren. Inhaltliche Schwerpunkte der Berichte liegen auf den Themen Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft. Die vergleichsweise besten Ergebnisse erzielt die Branche bei der Verantwortung für die Mitarbeiter*innen und bei Governance und Compliance. Besonders schwach schneidet sie beim gesellschaftlichen Umfeld und der Lieferkettenverantwortung ab. Mit Ausnahme der Mitarbeiterverantwortung liegt die Branche bei allen Oberkriterien unterhalb des Rankingdurchschnitts (Abbildung 27).

In der Kategorie **Strategie- und Zielentwicklung** erreichen die Unternehmen durchschnittlich 3,9 Punkte. Ausbaufähig sind die Darstellungen der Stakeholderbeziehungen: Zwar gelingt Aurubis die Darstellung von Ansätzen und Zielen, hinsichtlich der Ergebnisse der Stakeholdereinbindung bleiben aber alle Berichte der Branche lückenhaft. HeidelbergCement punktet bei den Darstellungen zur Nachhaltigkeitsstrategie: Die Strategie wird für Klimaschutz, Rohstoffsicherung, Ressourcenschonung, Natur- und Artenschutz sowie Arbeitssicherheit beschrieben, dabei werden allerdings nur für den Klimaschutz die Transformationsbedarfe deutlich gemacht. HeidelbergCement überzeugt zudem bei der Darstellung der Ziele und Zielerreichung im Berichtszeitraum.

Abbildung 27: Branchenergebnisse Grundstoffindustrie

Auch im Themenfeld **Governance und Compliance** ist die Berichterstattung der Branche durchwachsen. Gut dargestellt wird in der Regel die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensorganisation. HeidelbergCement überzeugt zudem bei den Darstellungen zur Vorstandsvergütung und erläutert, dass CO_2-Reduktionsziele und Arbeitssicherheitsziele in Vergütungssystemen und Zielvereinbarungen des Vorstands und des operativen Top-Managements verankert sind. Zudem berichtet HeidelbergCement über einen internen CO_2-Preis, der z. B. bei für neue Anlagen oder Kapazitätserhöhungen im Geschäftsbereich Zement angesetzt wird.

Beim Kriterium **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** schneidet die Branche mit 4,5 Punkten leicht überdurchschnittlich ab. Besonders gut sind die Darstellungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz; hierbei liegt der Schwerpunkt auf Arbeitssicherheit, wo Aurubis und HeidelbergCement die Vision von 0 Unfällen verfolgen und quantitative Ziele setzen. Zudem berichten die Unternehmen hier unter anderem über Gefährdungsbeurteilungen, Schutzausrüstungen, Schulungen, arbeitsmedizinische Dienste und Berufskrankheiten. Auch über Personalentwicklung wird transparent berichtet, indem Schwerpunkte und Programme dargestellt werden. Zudem gelingt den Unternehmen auch die Erläuterung von Arbeitnehmerrechten (Verhaltenskodex, Zusammenarbeit mit Betriebsrat/Arbeitnehmervertretungen, Beschwerdemöglichkeiten) relativ gut. Schwächen liegen in den Themen Chancengleichheit und Vielfalt, wo die Unternehmen überwiegend Ziele für Frauenanteile im oberen Management formulieren und hierzu auch Zahlen angeben, die Handlungsansätze aber kaum dargestellt werden. Ebenfalls schwach schneiden die Berichte im Thema Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung ab, wo teilweise über Feedbackgespräche, aber fast gar nicht über Erhebungen zur Arbeitszufriedenheit berichtet wird.

Wenig überzeugend sind die Darstellungen zur **ökologischen Verantwortung an den Standorten**, wo die Branche mit 3,4 Punkten deutlich unterhalb des Rankingdurchschnitts liegt. Die besten Darstellungen liefert hier Aurubis, die zu allen Umweltthemen außer Biodiversität Zahlen liefern und

teilweise Handlungsansätze darstellen. Bei den anderen beiden Unternehmen sind insbesondere die Angaben zu Stoffströmen, Wassermanagement sowie zu Logistik und Verkehr sehr lückenhaft. HeidelbergCement überzeugt bei den Darstellungen zu Klimaschutz und berichtet über von der Science Based Targets Initiative (SBTi) validierte Zielsetzungen und über Forschungsprojekte zur Abscheidung sowie zur Speicherung und Nutzung von CO_2. Aurubis informiert darüber, dass sie SBTi beigetreten sind und stellt beispielhaft Maßnahmen wie eine Power-to-Steam-Anlage, die Nutzung von Prozesswärme oder die Schaffung von Flexibilitäten vor. Zum Thema Biodiversität bietet nur HeidelbergCement, das selbst in der Extraktion von Rohstoffen tätig ist, fundierte Angaben und informiert beispielsweise über Konzepte zur Begrenzung des Flächenverbrauchs, Biodiversitätsmanagementpläne für Abbaustätten und die Zusammenarbeit mit Naturschutzorganisationen. Angaben zum Flächenverbrauch macht keiner der Berichte. Auch gelingt es den Unternehmen kaum, ein aussagekräftiges Bild des Ressourceneinsatzes zu zeichnen. Sie stellen zwar teilweise Aktivitäten zur Steigerung des Recyclinganteils dar; die mit den Rohstoffen und ihrem Abbau verbundenen ökologischen Probleme werden – jenseits der verursachten Treibhausgasemissionen – aber kaum thematisiert.

Mit ihren Darstellungen zur **Produktverantwortung** erreichen die Unternehmen einen Branchenwert von 3,7 Punkten und damit das schlechteste Branchenergebnis. Positive ökologische Auswirkungen der Produkte werden in den Berichten durchaus angesprochen und Innovationsbeispiele vorgestellt, die auf Klimaschutz, Kreislaufschließung und die Erhöhung von Recyclinganteilen zielen. HeidelbergCement formuliert das Ziel bis 2050 CO_2-neutralen Beton herzustellen und stellt entsprechende Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten dar. Die systematische Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Produktentwicklung wird bei den anderen Unternehmen nicht deutlich. Aurubis stellt zwar Beispiele für den Einsatz von Ökobilanzen vor, welche Rolle diese generell im Entwicklungsprozess spielen, ist jedoch nicht erkennbar. Auf Kundenbelange und -befragungen wird zum Teil eingegangen, zudem informiert beispielsweise Aurubis über Kundeninformationen zum Thema Produktsicherheit. Zum Thema Datenschutz enthalten die Berichte fast keine Informationen.

Im Bereich **Lieferkettenverantwortung** erreichen die Grundstoffunternehmen mit 3,1 Punkten wie schon im letzten Ranking eines der schwächsten Branchenergebnisse. Nur Aurubis gelingt es zumindest, einen Überblick über ihre Lieferkette zu geben, indem sie die wichtigsten Rohstoffe und deren Herkunftsländer benennen. Verbessert haben sich die Darstellungen zu Handlungsansätzen und berücksichtigten Standards. Alle drei Unternehmen berichten über einen Lieferantenkodex und Prüfungen oder Audits, wobei das Prüfniveau teilweise unklar bleibt. Zahlenangaben zum Anteil geprüfter Lieferanten sind nur ansatzweise vorhanden und die Berichte enthalten fast keine Informationen über Ergebnisse von Audits und Prüfungen, diese werden allenfalls exemplarisch dargestellt.

Mit ihren Darstellungen zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Unternehmen 2,5 Punkte und damit gemeinsam mit Maschinenbau das zweitschlechteste Branchenergebnis. HeidelbergCement liefert vergleichsweise umfangreiche Informationen zur regionalen Verantwortung und berichtet u. a. über die Einbeziehung lokaler Anspruchsgruppen bei der Planung von Investitionsvorhaben mittels Kontaktbüros, Informations- und Diskussionsveranstaltungen oder Community-Engagement-Pläne, wobei sie auch darauf eingehen, welche negativen Auswirkungen im Rahmen des Stakeholder-Managements mit lokalen Anspruchsgruppen adressiert werden. Besonders lückenhaft sind die Angaben zur finanziellen Verantwortung, keiner der Berichte enthält Zahlen zu Steuerzahlungen. Zum Thema Lobbying stellen die Unternehmen Mitgliedschaften dar, aber nur Aurubis macht Angaben zum Lobbying Budget.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Berichterstattung der Grundstoffunternehmen weist nach wie vor große Lücken über die Breite der Themen auf. Die mit dem Rohstoffabbau verbundenen sozialen und ökologischen Herausforderungen und entsprechenden Handlungsansätze werden von Unternehmen nicht ausreichend adressiert. Unternehmen mit eigenem Rohstoffabbau sollten insbesondere im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes, etwa zu Schadstoffeinleitungen oder Landschaftsverbrauch, mehr Daten liefern. Bei den Grundstoffunternehmen ohne eigenen Abbau besteht unter anderem im Bereich der sozialen aber auch ökologischen Lieferkettenverantwortung Verbesserungsbedarf, hier fehlt es insbesondere an Informationen, die die Wirksamkeit der Handlungsansätze belegen. Auch zu den Themen finanzielle und politische Verantwortung sollten die Unternehmen mehr Transparenz bieten.

4.4.6 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 2021 gehen dreizehn Handelsunternehmen ein (Tabelle 13).

Die Berichterstattung der Branche

Einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen sieben der dreizehn Unternehmen. Neben **Aldi-Nord, BayWa AG München, Metro AG, Phoenix Group** und der **Rewe Group** sind dies **Adidas** mit einem integrierten Unternehmensbericht und die **Schwarz-Gruppe,** welche zum ersten Mal einen Nachhaltigkeitsbericht für die gesamte Gruppe veröffentlicht (Abbildung 28). Bisher hatte die größte Tochtergesellschaft Lidl Deutschland einen eigenständigen Bericht bereitgestellt. Aufgrund der zwei großen Handelssparten Lidl und Kaufland wird der Nachhaltigkeitsbericht der Schwarz-Gruppe in der Branche Handel bewertet.

McKesson Europe AG stellt Informationen zu Nachhaltigkeitsbezogenen Aspekten auf ihrer Webseite bereit, beispielsweise zu Strategie, Ökoeffizienz und Mitarbeitenden. Über den internationalen Mutterkonzern ist außerdem ein Corporate Responsibility Report verfügbar. **Amazon Deutschland** stellt nur geringfügige Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten zur Verfügung. Die internationale Konzernmutter hat allerdings einen Nachhaltigkeitsbericht 2020 veröffentlicht.

Aldi-Süd hat 2017 seinen letzten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Seither stellt das Unternehmen über Broschüren auf seiner Webseite Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten bereit, die allerdings keine klare Berichtszeit umfassen. Der Bericht der **Würth-Gruppe** bezieht sich nur auf die Adolf Würth GmbH & Co. KG und weist damit einen zu geringen Abdeckungsgrad an der gesamten Würth-Gruppe auf, um im Ranking berücksichtigt zu werden.

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 2020 einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

Die **Ceconomy AG** veröffentlicht einen gesonderten Nichtfinanziellen Konzernbericht im Rahmen seines Geschäftsberichts 2019/2020. Zusätzlich gibt es auf der Webseite noch weitere Informationen und Kennzahlen beispielsweise zu Mitarbeitenden oder Treibhausgasemissionen.

Tabelle 13: Ergebnisse der Berichterstattung – Handel / Bekleidung

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Rewe Gruppe	65,1	1	2	1	10
Adidas AG	51,1	2	19	37	27
Aldi-Gruppe (Aldi-Nord)	47,3	3	24	15	D
BayWa AG München	42,2	4	34	38	A
Metro AG	-	-	A	A	A
Phoenix Group	-	-	A	A	A
Schwarz-Gruppe	-	-	A	-	X
Amazon Deutschland	-	-	B	E	E
McKesson Europe AG	-	-	B	A	B
Aldi-Gruppe (Aldi-Süd)	-	-	C	49	D
Edeka-Verbund	-	-	C	C	C
Würth-Gruppe	-	-	C	C	C
Ceconomy AG	-	-	D	-	-

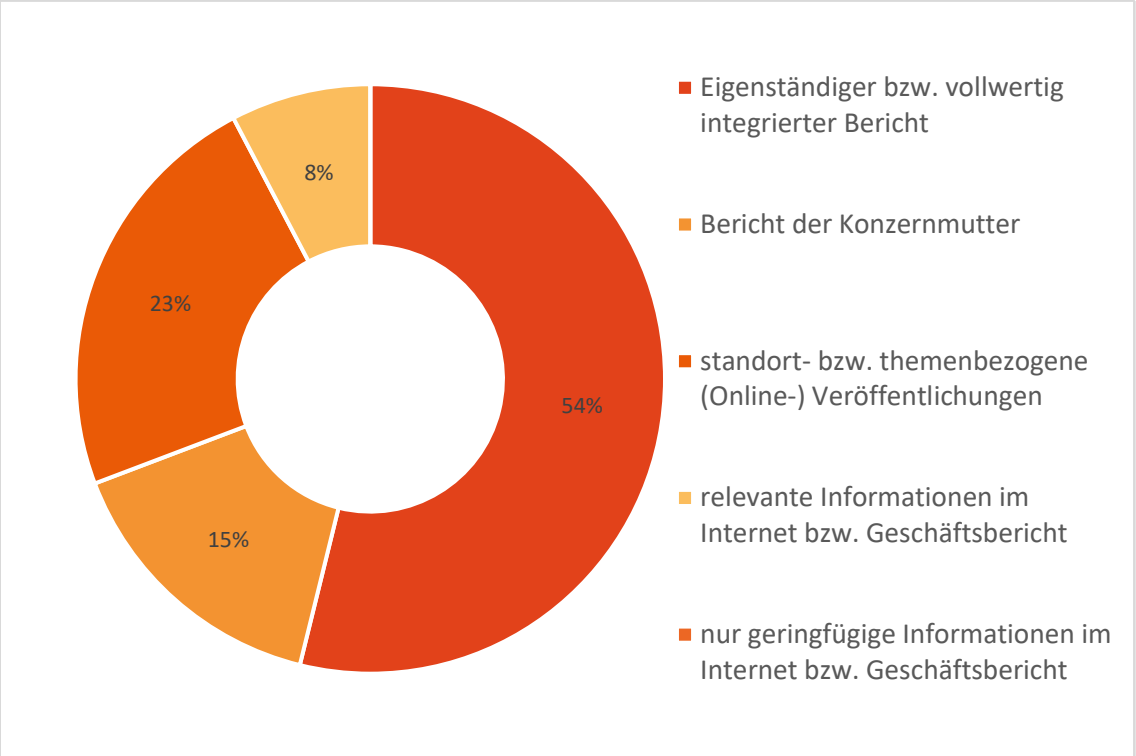

Abbildung 28: Klassifizierung der Berichterstattung – Handel / Bekleidung (n=13, Stand: 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Die Bewertungsergebnisse der Unternehmen bleiben mit 42,5 Punkten unter dem Gesamtdurchschnitt (Platz 7 im Branchenvergleich). Die Spanne innerhalb der Branche ist dabei sehr groß: Mit Rewe stellt die Branche wie 2018 wieder einen Top-Bericht, die weiteren Berichte bleiben im Mittelfeld oder schaffen es nicht unter die Top 50. So auch der Bericht der Schwarz-Gruppe, der das erste Mal in dieser Form veröffentlicht wird, und nur in wenigen Teilbereichen wie beispielsweise Kreislaufwirtschaft überzeugen kann. Wie bei der Qualität ist auch die thematische Schwerpunktsetzung sehr unterschiedlich. Ein besonderer Fokus liegt aber in vielen Berichten in den Bereichen der **Produkt- und Lieferkettenverantwortung**, wobei sich dies nur bei der Darstellung der Verantwortung in der Lieferkette in einer überdurchschnittlichen Bewertung niederschlägt (Abbildung 29). Wie 2018 liegt eine Schwäche der Branche in der Berichterstattung zur Übernahme der Verantwortung für die Mitarbeiter*innen. Insbesondere die Themen Arbeitnehmerrechte, Vergütung, Arbeitszeit und Zufriedenheit werden nicht transparent genug dargestellt.

Im Oberkriterium **Strategie- und Zielentwicklung** liegen die Unternehmen der Branche mit durchschnittlich 4,0 Punkten im Ranking-Durchschnitt. Zumindest im Grundsatz gelingt es den meisten Unternehmen, ihr Vorgehen zur Identifizierung wesentlicher Themen zu erläutern und ihre normative und strategische Verortung aufzuzeigen. Ein sehr unterschiedliches Bild in der Branche zeigt sich bei der Darstellung zur Stakeholder-Beteiligung. Aldi überzeugt beispielsweise mit einer guten Beschreibung des intensiven Austauschs mit den Anspruchsgruppen inklusive der Aufführung von Formaten und dazugehörigen Stakeholdergruppen. Außer bei Rewe und Adidas bleiben die Angaben in den anderen Berichten der Branche aber zu unkonkret oder decken nicht alle relevanten Stakeholder ab.

Die Berichterstattung im Bereich **Governance und Compliance** bleibt mit 4,3 Punkten deutlich hinter dem Ranking-Durchschnitt zurück. Während die Darstellung der Verantwortlichkeiten noch gelingt, bleibt die Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat und deren Rolle bei der Implementierung der Nachhaltigkeitsstrategie weitgehend unklar. Weiterhin gelingt es den Unternehmen kaum, ihre Managementsysteme für die wesentlichen Nachhaltigkeitsbereiche zu erläutern. Etwas besser sieht es bei der Darstellung des Compliance-Managements aus. Hervorzuheben ist hier der Verhaltenskodex von Adidas (Fair Play), der Kriterien zur Erfüllung von Anforderungen in thematischen Handlungsfeldern aufbereitet.

Ein zentrales Branchenthema ist die **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen**. Hierzu halten sich die meisten Handelsunternehmen jedoch bedeckt und erzielen im Durchschnitt lediglich 3,8 Punkte. Überzeugen kann bei diesem Oberkriterium nur der Bericht von Rewe, der die Anforderungen aller Einzelkriterien weitgehend erfüllt. Wie 2018 werden in den anderen Berichten wesentliche Themen der Branche wie etwa Lohnpolitik, Teilzeit- und Stundenarbeit oder hohe Arbeitsbelastung nicht ausreichend abgedeckt und eingeordnet. So beschränkt sich Berichterstattung zur Angemessenheit der Löhne überwiegend auf Verweise auf Tarife 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 zum Umgang mit Überstunden oder zur Inanspruchnahme flexibler Arbeitszeitmodelle. Zudem bleibt der Fokus häufig auf die Verwaltungs- und Führungskräfte begrenzt.

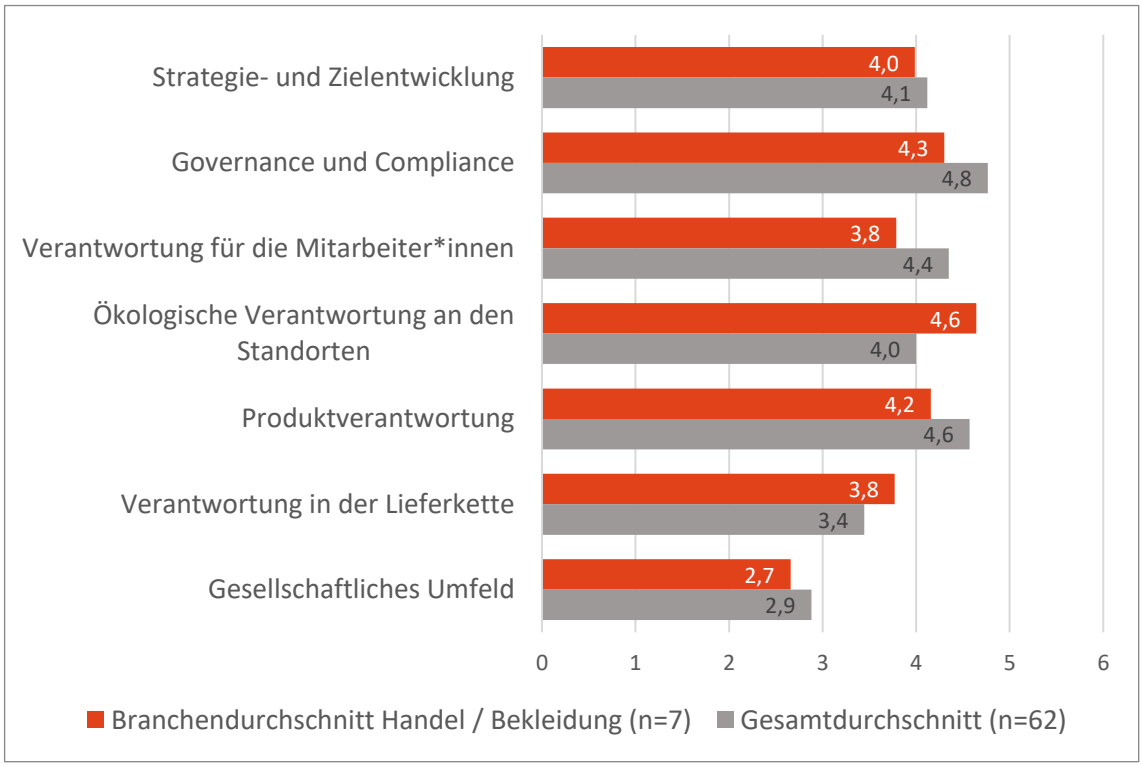

Abbildung 29: Branchenergebnisse Handel / Bekleidung

Im Bereich der **ökologischen Verantwortung an den Standorten** gelten für die Handelsunternehmen im Vergleich zu produzierenden Unternehmen wie schon 2018 verminderte Anforderungen. Im Vergleich zum letzten Ranking konnten sich die Unternehmen der Branche aber verbessern: Lagen die Bewertungen 2018 noch unter dem Gesamtdurschnitt, liegt der Branchendurschnitt 2021

mit 4,6 Punkten über dem Gesamtdurchschnitt. Insbesondere die Berichterstattung zum Energiemanagement und Klimaschutz gelingt den Unternehmen gut. Neben dem Top-Bericht von REWE überzeugt auch BayWa mit der Darstellung der Klimastrategie inklusive Erläuterungen zur angestrebten Klimaneutralität und der Rolle von Kompensation dabei. Im Bereich Kreislaufwirtschaft sind Ziele und Maßnahmen zur Reduktion von Verpackungen und Lebensmittelabfällen gut dargestellt. Damit erzielen die Handelsunternehmen bessere Ergebnisse als der Gesamtdurchschnitt, über diese zwei Themen hinaus existieren aber große Lücken. In den weiteren Anforderungsbereichen können nur vereinzelte Unternehmen überzeugen, während andere Berichte Themenbereiche ganz auslassen oder sehr oberflächlich behandeln. Beim Wassermanagement punktet Metro mit einer detaillierten Water Policy unter Berücksichtigung von Wasserstressgebieten sowie aussagekräftigen Kennzahlen. Im Bereich Logistik und Verkehr können nur REWE und Phoenix die Anforderungen weitgehend erfüllen.

Bim Oberkriterium **Produktverantwortung** schneiden die Berichte der Branche wie 2018 unterdurchschnittlich ab (4,2 Punkte). 2018 wurde insbesondere die systematische Weiterentwicklung der Sortimentsgestaltung kritisiert. Bei den Lebensmittelhändler ist weiterhin ein zu starker Fokus auf die Eigenmarken statt Blick auf die Entwicklung des Gesamtsortiments festzustellen. Auch bei den anderen Handelsunternehmen zeigt sich das Muster, dass einzelne Highlightprodukte des Sortiments dargestellt werden, aber der Bericht keinen ausreichenden Gesamteindruck über die Einbeziehung von sozialen und ökologischen Kriterien in die Weiterentwicklung der Sortimentsgestaltung vermittelt. Nur Rewe gelingt der Blick auf das Gesamtsortiment besser, unter anderem mit Risikoanalysen und Score-Cards für Produktgruppen sowie umfassenden und aussagekräftigen Kennzahlen. Wie im letzten Ranking werden auch die Anforderungen im Bereich Kundendialog und Verbraucherschutz 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 **Verantwortung in der Lieferkette** wird als zentrale Herausforderung der Branche in den Berichten umfassend thematisiert. Schlug sich dies 2018 noch in einer der Besten Bewertungen im Branchenvergleich wieder, können die Handelsunternehmen mit den gestiegenen Anforderungen nur bedingt mithalten und erreichen mit 3,8 Punkten nur noch ein leicht überdurchschnittliches Ergebnis. Mit einer guten Berichterstattung über Anforderungen, Einkaufspolitiken und Überprüfungsmechanismen können nur Rewe und Adidas sowie mit Abstrichen Aldi überzeugen. Adidas liefert zudem eine transparente und übersichtliche Darstellung der festgestellten Mängel in Audits. Die Berichte von Adidas und Rewe sind auch die einzigen beiden, in denen zusätzlich die Handlungsansätze zur Entwicklung der Lieferanten sowie die Beurteilung der Wirksamkeit dieser Maßnahmen deutlich wird. Besonders hervorzuheben ist auch die Lieferkettentransparenz die Adidas bietet. Bleibt die Transparenz über die Strukturen der wesentlichen Lieferketten in fast allen Berichten des Rankings mangelhaft, verlinkt Adidas eine Liste seiner weltweiten Lieferanten mit Namen und Adressen.

Mit 2,7 Punkten im Oberkriterium **gesellschaftliche Verantwortung** liegen die Handelsunternehmen knapp unter dem Gesamtdurchschnitt. Wie 2018 können die Unternehmende lediglich mit ihren Darstellungen im Bereich Corporate Citizenship gute Ergebnisse erzielen. Hier gelingt es auch den ansonsten sehr lückenhaften Berichten ihre Konzepte und Handlungsansätze zu beschreiben. Die Übernahme der politischen Verantwortung stellt hingegen nur adidas aussagekräftig dar, beispielsweise mit einer übersichtlichen Darstellung der Partnerschaften und Mitgliedschaften inklu-

siver kurzer Erläuterung zum Grund der Beteiligung sowie der dazugehörigen finanziellen Ausgaben. Bei der Darstellung der finanziellen Verantwortung werden die Angaben, wenn überhaupt, auf Steuerzahlungen enggeführt.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Mit der Produkt- und Lieferkettenverantwortung werden bereits wesentliche Themen in den Berichten der Handelsunternehmen in den Fokus gerückt. Im Bereich der Produktverantwortung finden sich dabei gute Ansätze zur Darstellung der ökologischen und sozialen Ausrichtung des Sortiments, allerdings gilt es den Blick stärker über die Eigenmarken hinaus auf das gesamte Angebotsportfolio zu richten. Die dahinterliegenden Lieferketten sollten trotz des breiten Sortiments transparenter dargestellt werden, was auch durch die zukünftigen Anforderungen des Lieferkettengesetzes zur Einhaltung von Sorgfaltspflichten erforderlich werden wird. Weiterhin sollten die Unternehmen ihre Berichterstattung zu den für die Branche wichtigen Themen Arbeitnehmerrechte, Vergütung, Arbeitszeit und Zufriedenheit, insbesondere für die Mitarbeitenden außerhalb der Hauptverwaltung, ausbauen. Verbesserungsbedarf gibt es auch bei der Berichterstattung zu Kreislaufwirtschaft über das Thema Verpackungen hinaus und im Bereich Logistik, der in den Berichten trotz seiner Relevanz für die Branchen weiterhin nicht ausreichend thematisiert wird.

4.4.7 MASCHINENBAU / TECHNOLOGIE

In dieser Ranking-Branche 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 der Ranking-Branche „Maschinenbau / Technologie“ gehen 14 Unternehmen in das aktuelle Ranking ein (Tabelle 14).

Die Berichterstattung der Branche

Einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen sieben der 14 Unternehmen (Abbildung 30). Neben **Continental, Infineon, Bosch, Siemens, Schaeffler** und **ZF Friedrichshafen**, ist im diesjährigen Ranking erstmals auch die **Kion Group** vertreten. **ThyssenKrupp** veröffentlicht außerdem einen integrierten Unternehmensbericht.

Airbus Operations veröffentlicht keine eigenständigen Informationen zu Nachhaltigkeitsaspekten. Allerdings liegt von der Konzernmutter Airbus Group der integrierte Konzernbericht 2019 „Pioneering sustainable aerospace – resilience and responsibility" vor. **Samsung Electronics** veröffentlicht über die internationale Konzernmutter einen Nachhaltigkeitsbericht 2020 sowie auf deren Website weitere Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen. Die **Benteler Gruppe** veröffentlichte unter der österreichischen Konzernmutter 2017 den letzten Nachhaltigkeitsbericht sowie 2018 und 2019 jeweils ein Nachhaltigkeits-Update.

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. Die **Freudenberg Gruppe** veröffentlicht einen Fortschrittsbericht zum UN Global Compact als Teil des Geschäftsberichts 2020 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. **Liebherr** veröffentlichte 2019 bereits seinen dritten Corporate Responsibility Bericht, allerdings nur für die Sparte Hausgeräte, die nur eines von dreizehn Produktsegmenten widerspiegelt.

Tabelle 14: Ergebnisse der Berichterstattung – Maschinenbau und Technologie

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Robert Bosch GmbH	62,2	1	4	A	A
Siemens AG	51,3	2	18	11	17
Schaeffler AG	46,4	3	27	40	C
Continental AG	41,5	4	37	31	A
ZF Friedrichshafen AG	41,3	5	40	29	36
Kion Group AG	36,2	6	48	-	C
Infineon Technologies AG	-	-	A	39	A
ThyssenKrupp AG	-	-	A	A	42
Airbus Operations GmbH	-	-	B	B	B
Benteler Gruppe	-	-	B	-	E
Samsung Electronics Holding GmbH	-	-	B	-	B
Freudenberg Gruppe	-	-	C	C	C
Liebherr-International	-	-	C	E	E
Mahle GmbH	-	-	C	D	C

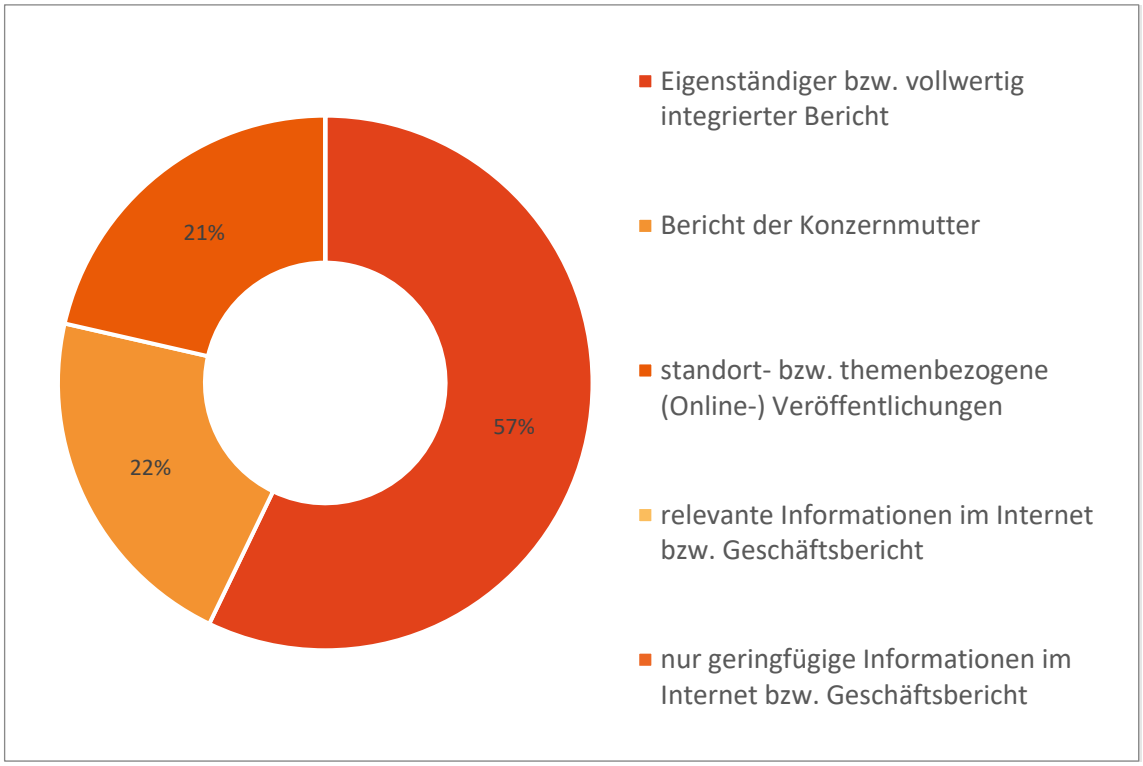

Abbildung 30: Klassifizierung der Berichterstattung – Maschinenbau / Technologie (n=14, 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Mit 43,2 Punkten bleiben die Unternehmen der Branche knapp unter dem Gesamtdurchschnitt von 44,7 Punkten. Das beste Ergebnis der Branche erreicht **Bosch**, das sich im Vergleich zu 2018 deutlich steigern konnte und mit 62,2 Punkten Rang 4 im Gesamt-Ranking belegt (Tabelle 14). In den Berichten der Branche dominieren ökologische Themen, eine Stärke liegt bei den ökologischen Aspekten der Produktverantwortung. Das Top-Thema der Branche ist weiterhin Klimaschutz sowohl strategisch, standortbezogen und bei den Produkten. Weiterhin wird die Bedeutung der Kreislaufwirtschaft betont. Die Berichterstattung dazu bleibt aber in den meisten Fällen - wie auch bei weiteren ökologischen Aspekten an den Standorten - zu unkonkret. Vergleichsweise schwach schneidet die Branche auch bei der Darstellung ihrer Verantwortung für die Mitarbeiter*innen ab (Abbildung 31).

Abbildung 31: Branchenergebnisse Maschinenbau / Technologie

Die Anforderungen im Oberkriterium **Strategie- und Zielentwicklung** werden unterschiedlich gut erfüllt, bleiben aber insgesamt unterdurchschnittlich. Schwach sind die Darstellung zur Einbeziehung von Stakeholdern: Häufig werden die Angaben auf Kunden und Zulieferer sowie Finanzmarkt und Politik enggeführt und nicht-marktliche Stakeholder wie zivilgesellschaftliche Organisationen oder Nachbarschaft ausgelassen. Eine weitere Schwäche liegt bei den Darstellungen zur Wesentlichkeitsanalyse. Hier gelingt es den meisten Unternehmen nicht, den Prozess zur Bestimmung der wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen transparent zu machen und aufzuzeigen, auf welche Weise die Einschätzungen von Stakeholdern in den Prozess einbezogen werden. Besser gelingt den Unternehmen die Darstellung von Vision und Strategie, wobei die Strategien teilweise zu vage bleiben oder nicht alle wesentlichen Handlungsfelder abdecken. Nachhaltigkeitsziele und deren Erreichungsgrade werden in der Regel dargestellt, allerdings fehlt häufig der systematische Abgleich mit ehemals gesetzten Zielen.

Überwiegend gut werden die Anforderungen im Bereich **Governance und Compliance** erfüllt (4,7 Punkte). Dies gilt sowohl für die Organisation des Verantwortungsbereichs als auch für die integrierten Managementsysteme, auch wenn hier teilweise Angaben zu deren Wirksamkeit und Überprüfung fehlen. Hervorzuheben ist, dass gleich drei Unternehmen (Continental, Siemens, ThyssenKrupp) ihre Vorstandsvergütung und die Integration von Nachhaltigkeitskriterien transparent darlegen. Bei den Erläuterungen zu Compliance und Korruptionsvermeidung zeigen die meisten Berichte eine solide Leistung. Mit einer sehr systematischen Darstellung sticht hier insbesondere der Bericht von Siemens heraus. Der Bericht von Continental zeichnet sich durch die transparente Darstellung von aktuellen Rechtsstreitigkeiten und Schadenersatzansprüche in einem eigenen Kapitel aus.

Mit durchschnittlich 3,9 Punkten für die Darlegungen zur **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** bewegt sich die Branche im hinteren Teil des Rankings. Gute Ergebnisse werden in der Breite lediglich im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz erzielt. Hier erfüllen alle Berichte die Anforderungen mindestens teilweise, die meisten allerdings weitgehend bis vorbildlich. Kion liefert beispielsweise trotz eines insgesamt ausbaufähigen Berichts neben Zielen und Maßnahmen auch aussagekräftige Leistungsindikatoren zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung. Im Gesamtvergleich besonders schwach sind die Darstellung zur Personalentwicklung der Branche, die zum Großteil nur auf Führungskräfte bzw. Führungskräftenachwuchs fokussieren und nur wenig Nachhaltigkeitsthemen aufgreifen. Bei vielen Berichten fehlen selbst grundlegende Daten zum Umfang der Weiterbildung für die Gesamtheit der Mitarbeitenden. Mangelhaft sind auch die Angaben zu Mitarbeitereinbindung sowie zur Arbeitszufriedenheit.

Für ihre Angaben zur **ökologischen Verantwortung an den Standorten** erhalten die Unternehmen der Branche durchschnittlich 3,5 Punkte und damit deutlich weniger als der Gesamtdurchschnitt. Der Schwerpunkt der Berichterstattung liegt hier bei den Themen Klimaschutz und Energie. In diesem Bereich können auch fast alle Unternehmen mit Zielen, Maßnahmen und Leistungsindikatoren zu Energieverbrauch und -effizienz sowie CO_2-Emissionen überzeugen. Das Ziel Klimaneutralität formulieren sieben der acht Berichterstatter, besonders hervorzuheben ist dabei Bosch mit seinen differenzierten Angaben zur konkreten Ausgestaltung (vgl. Kapitel 6.1 zu Klimaneutralität). Besonders schwach schneidet die Branche im Bereich Kreislaufwirtschaft ab, obwohl die hohe Relevanz des Themas stets betont wird. Keinem Unternehmen gelingt es einen ausreichenden Überblick zu seinen wichtigsten Materialverbräuchen zu geben. Außerdem werden Zielsetzungen und Leistungsindikatoren häufig nicht ausreichend operationalisiert und der Handlungsansatz wird lediglich über anekdotische Maßnahmenbeispiele dargestellt. Während die meisten Berichte einen Überblick über das Wassermanagement bieten, wird zu den weiteren ökologischen Aspekten an den Standorten Luftschadstoffe, Logistik, Produktionssicherheit sowie Naturschutz mit wenigen Ausnahmen (ZF Friedrichshafen für Luftschadstoffe, Bosch für Logistik) nur sehr lückenhaft bis gar nicht berichtet.

Im Bereich der **Produktverantwortung** sind im Vergleich zu 2018 Verbesserungen zu erkennen und es werden überwiegend gute Ergebnisse erzielt. Das gilt vordergründig für den ökologischen Teil, der für die Branche von besonderer Relevanz ist: Nahezu alle Unternehmen legen Ziele, Maßnahmen und Instrumente der ökologischen Produktpolitik und -entwicklung vor und berichten über ökologische Wirkungen der Produkte, insbesondere das bei Kunden eingesparte CO_2. Mit einer besonders systematischen Herangehensweise können der „Design for Environment"-Ansatz von Bosch sowie der „Business-to-Society"-Ansatz von Siemens überzeugen. Im Vergleich zu den ökologischen Themen bleiben die Angaben zu den sozialen Aspekten der Produktverantwortung weitgehend schwach: Wird über Sicherheitsaspekte bei der Produktnutzung noch ausführlich berichtet, werden andere wesentliche Themen wie Datenschutz und Umgang mit Kundendaten in der Breite nur lückenhaft dargestellt. Eine Ausnahme bilden mit Abstrichen Continental und Siemens durch umfassende Angaben zu Datenschutz und Cybersicherheit, auch in der Produktentwicklung (Privacy by Design). Hervorzuheben sind außerdem Kodizes und Ethikleitlinien zum Umgang mit Künstlicher Intelligenz von einigen Unternehmen (Bosch, Continental).

Im Bereich der **Lieferkettenverantwortung** ist die Berichterstattung ausbaufähig (3,8 Punkte), liegt aber knapp über dem Gesamtdurchschnitt. Keinem Unternehmen gelingt es einen ausreichenden Überblick über die Struktur und Risiken der wesentlichen Lieferketten zu bieten. Die Überprüfung von direkten Lieferanten wird zwar in allen Berichten thematisiert, die dahinterliegenden Prozesse werden meistens aber nur ansatzweise deutlich. Konkrete Angaben etwa zur Anzahl durchgeführter

Audits und zu deren Ergebnissen fehlen in der Regel. Die Überprüfung von Vorlieferanten bei besonders risikobehafteten Lieferketten wird von den Unternehmen ausgeklammert und lediglich von Bosch angesprochen. Ein Handlungsansatz zur Unterstützung von Lieferanten bei der Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsleistung wird bei fast keinem Unternehmen deutlich.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Unternehmen der Branche durchschnittlich schwache 2,5 Punkte. Die Aktivitäten im Bereich Corporate Citizenship werden immerhin von der Mehrzahl der Unternehmen erläutert sowie konzeptionell und finanziell eingeordnet. Die Qualität der Angaben zur Übernahme der politischen Verantwortung ist sehr durchwachsen, überzeugen können nur die beiden besten Branchenberichte Bosch und Siemens mit Darstellung zu Struktur und Aktivitäten der Lobbyarbeit. Die Darstellungen zur Übernahme der finanziellen Verantwortung konzentriert sich stark auf die Steuerzahlungen. Hierzu haben Schaeffler, ZF Friedrichshafen und Continental eigene Kapitel, in denen Sie ihre verantwortungsvollen Steuerstrategie und ihre Ansätze zur Einhaltung der steuerlichen Vorschriften erläutern. Die Nachhaltigkeitsorientierung der Finanzverwaltung wird lediglich bei Siemens durch Angaben zu Nachhaltigkeitskriterien für eigenen Pensionen und Finanzanlagen deutlich.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die zentralen Themen werden vom Großteil der Berichterstatter in der Rankingbranche „Maschinenbau / Technologie“ bereits aufgenommen, allerdings gilt es diese weiterauszubauen. Für das Top-Thema Klimaschutz, das in vielen Bereichen bereits grundsätzlich implementiert ist, gibt es überwiegend Konkretisierungsbedarfe, wie beispielsweise zum Erreichen der Klimaneutralität. Weitreichender sind die Herausforderung im Bereich Kreislaufwirtschaft: Hier gilt es operative Zielsetzungen und Leistungsindikatoren sowie systematische Handlungsansätze darzulegen, um der Bedeutung des Zukunftsthemas für die Branche gerecht zu werden. Weiterhin erfordert die Berichterstattung zur Digitalisierung insbesondere für diese Branche neben der Darstellung von Chancen, eine deutlich stärkere Beleuchtung der mit den neuen Technologien verbundenen Risiken in Bereichen wie Datenschutz, Cybersicherheit und Datenverbrauch. Dies findet bisher nur in Ansätzen statt.

4.4.8 MEDIEN / INFORMATIONSDIENSTLEISTER

Der Ranking-Branche „Medien / Informationsdienstleister“ werden diejenigen Unternehmen zugerechnet, die Print- und elektronische Medien herstellen sowie Informations- und Kommunikationstechnik bzw. -dienstleistungen anbieten.

Im Ranking 2021 sind sechs Unternehmen in der Branche vertreten (Tabelle 15). Dies umfasst die Telekommunikationsunternehmen **Deutsche Telekom** 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, sowie die **Droege Group** als Investment- und Beratungsunternehmen.

Die Berichterstattung der Branche

Von den sechs Unternehmen sind mit **Bertelsmann** und der **Deutsche Telekom** zwei mit einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht im Ranking vertreten. **SAP** legt einen integrierten Unternehmensbericht vor (Abbildung 32).

Vodafone kann auf den „Sustainable Business Report 2019“ 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. Bei der **Droege Group** finden sich nur sehr geringe Information zu Nachhaltigkeitsaspekten auf der Website.

Tabelle 15: Ergebnisse der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Deutsche Telekom AG	72,2	1	1	3	8
SAP SE	44,5	2	31	41	A
Bertelsmann SE & Co. KGaA	-	-	A	A	A
Vodafone GmbH	-	-	B	B	B
Deutsche Leasing Gruppe	-	-	E	E	X
Droege Group AG	-	-	E	-	E

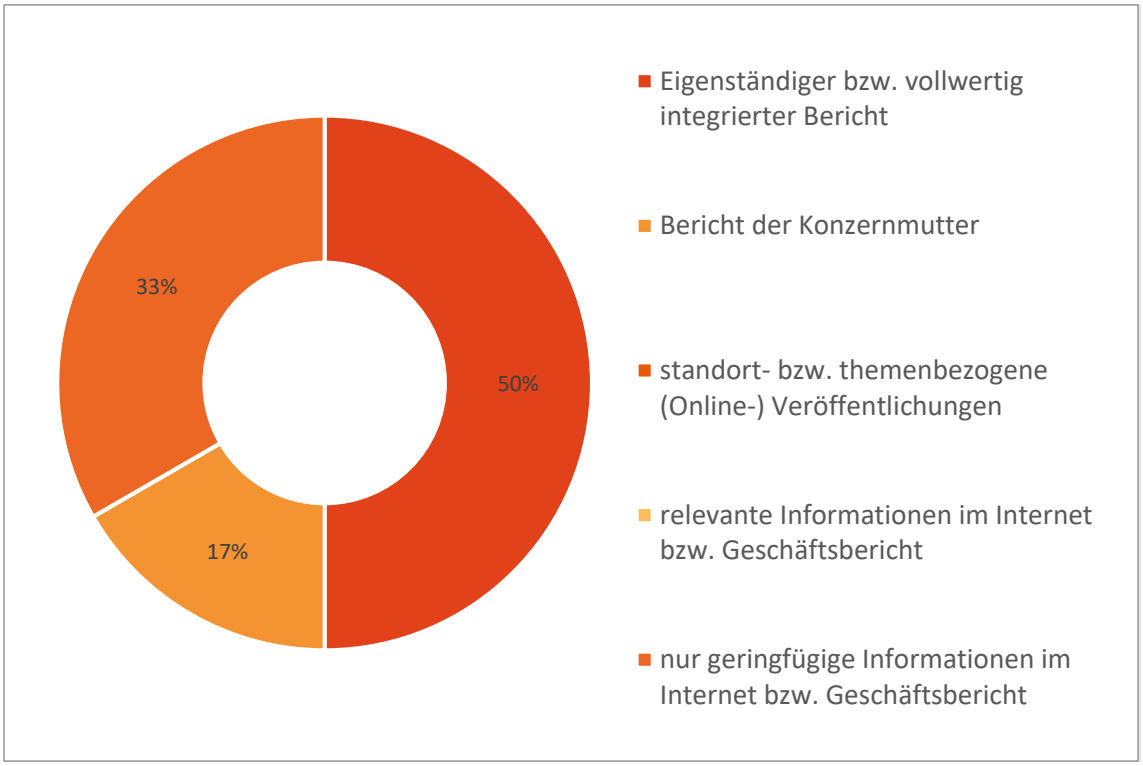

Abbildung 32: Klassifizierung der Berichterstattung – Medien / Informationsdienstleister (n=6, 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Mit einem Durchschnittswert von 48,7 Punkten erreichen die Unternehmen wie 2018 das **drittbeste Branchenergebnis** im Ranking. Allerdings liegt diese gute Branchenplatzierung ausschließlich am Bericht des Rankingsiegers Deutsche Telekom, der in der kleinen Gruppe der ansonsten schwachen Berichterstatter die Durchschnittsbewertung prägt. Aufgrund der extremen Qualitätsunterschiede in der kleinen Branche und da der Bericht der Deutschen Telekom bereits im Zuge der Top 3 Berichte der Großunternehmen (siehe Kapitel 4.2.2) ausführlich gewürdigt wurde, wird die Beschreibung der Bewertungsergebnisse mit dem Fokus auf die beiden anderen Berichterstatter SAP und Bertelsmann knappgehalten und auf Vergleiche zu anderen Branchen verzichtet. Wichtige Themen in der Branche sind Cybersecurity und Datenschutz sowie in diesem Zusammenhang auch Compliance. Zudem räumen die Unternehmen den Themen Chancengleichheit und Vielfalt im Bereich Verantwortung für die Mitarbeiter*innen sowie Energie und Klimaschutz an den Standorten großen Platz ein, was sich auch in guten Bewertungen niederschlägt. Erhebliche Mängel zeigen sich außer bei der Telekom insbesondere in den Bereichen Lieferkettenverantwortung und gesellschaftliches Umfeld.

Im Bereich **Strategie- und Zielentwicklung** können SAP und Bertelsmann zwar zumindest in Grundsätzen eine Wesentlichkeitsanalyse bieten, die dahinterliegende Methodik wird allerdings nicht ausreichend dargelegt und die Ergebnisse nur lückenhaft dargestellt. So wird bei Bertelsmann nicht klar, welche Rolle die sozial-ökologischen Auswirkungen des Unternehmenshandelns bei der Analyse überhaupt spielt. Auch die Darstellungen zur Einbeziehung der Stakeholder bleibt sehr lückenhaft und Nachhaltigkeitsstrategien sind nur in Ansätzen zu erkennen.

Besser schneiden die Unternehmen im Bereich **Governance und Compliance** ab. Hier können auch die Darstellung von SAP und Bertelsmann in Teilbereichen überzeugen. Neben der Telekom kann hier auch SAP mit der Berichterstattung zum Thema Anti-Korruption punkten. Für das Risikomanagement werden unter anderem Kontrollmechanismen und Maßnahmen wie Schulungen, ein Compliance-Ambassador-Programm und Befragung von Mitarbeitenden zu Korruptionsrisiken erläutert.

Beim Oberkriterium **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** sind nur die Darstellungen zu Arbeitnehmerrechten sowie Chancengleichheit und Vielfalt auf einem ordentlichen Niveau. Bertelsmann verlinkt seine Diversity, Equity & Inclusion Policy und stellt seinen Handlungsansatz im Bereich Anti-Diskriminierung vor. Dieser beinhaltet unter anderem ein Beschwerdesystem inklusive Meldeplattform, Ombudsleuten sowie thematische Schulungen. In weiteren für die Branche relevanten Bereichen wie Arbeitsbedingungen, Personalentwicklung oder Arbeitszufriedenheit bietet nur die Deutsche Telekom gute Darstellungen, während die Angaben von SAP und Bertelsmann rudimentär bleiben.

Gegenüber den produzierenden Unternehmen bestehen bei der Berichterstattung zur **ökologischen Verantwortung an den Standorten** verminderte Anforderungen an die Medienunternehmen und Kommunikationsdienstleister. Trotzdem können SAP und Bertelsmann nur beim Energiemanagement und Klimaschutz die Anforderungen gut erfüllen. Neben Zielsetzungen und Treibhausgasbilanzen werden die Handlungsansätzen für die Steigerung der Energieeffizienz und dem Umstieg auf erneuerbare Energien gut dargestellt. SAP überzeugt zusätzlich mit einer Strategie zur Reduzierung nachgelagerter Emissionen durch eine grüne Cloud. Zu allen weiteren Bereichen wird nur sehr lückenhaft oder gar nicht berichtet.

Im Bereich der **Produktverantwortung** können die Berichte von SAP und Bertelsmann nur bei den sozialen Anforderungen mit Abstrichen überzeugen. So gelingen gute bis sehr gute Darstellungen der Handlungsansätze zum Kundendialog und Verbraucherschutz sowie zum Datenschutz. Insbesondere Richtlinien, Managementsysteme und Schulungen zum Datenschutz gehören zum Standard der Branche. Ausbaufähig bleibt aber auch beim Datenschutz die Transparenz über tatsächliche Vorfälle und die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen. So fehlen in den Berichten, auch bei der Telekom, Angaben zur Anzahl von gemeldeten Vorfällen des Datenmissbrauchs oder zur Anzahl der Kundenbeschwerden im Bereich Datennutzung.

Zur Übernahme der **Verantwortung in der Lieferkette** finden sich bei SAP und Bertelsmann fast ausschließlich Darstellungen zu den Anforderungen, die über Kodizes an Lieferanten gestellt werden. Wie die Einhaltung überprüft wird oder Lieferanten gar bei Verbesserungsmaßnahmen unterstützt werden, wird maximal angedeutet. Auch die Struktur der Lieferkette bleibt völlig unklar. Das dies auch in dieser Branche besser geht, zeigt die Telekom mit seinen sehr guten Darstellungen in diesem Handlungsfeld.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei der Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld.** Hier erfüllen die Darstellungen von SAP und Bertelsmann lediglich im Themenbereich Corporate Citizenship mit Abstrichen die Anforderungen. Zur regionalen, finanziellen und politischen Verantwortung finden sich, wenn überhaupt, nur kursorische Angaben, die kaum Aussagekraft besitzen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Berichte in der Ranking-Branche „Medien / Informationsdienstleister“ sind von sehr unterschiedlicher Qualität. Während die Telekom den Siegerbericht stellt, bleiben SAP und Bertelsmann

im hinteren Teil des Feldes. Für die weitere Berichterstattung ergeben sich die größten Herausforderungen weiterhin im Bereich Digitalisierung: Ethische Fragen bei der Entwicklung bzw. dem Einsatz von künstlicher Intelligenz, Wahrung von Datenschutz und Privatsphäre, Umgang mit Datenströmen und dem damit verbundenen Energieverbrauch sowie die Ermöglichung emissionsarmer Prozesse durch digitale Technologien. Außerdem gilt es für die Unternehmen die bisher nur rudimentär behandelten Verantwortungsbereiche der Lieferkette und des Rohstoffeinsatzes ernst zu nehmen und sich auf die kommenden Anforderungen durch das Lieferkettengesetz vorzubereiten. Die Deutsche Telekom ist bei all diesen Themen schon deutlich weiter und könnte als Orientierung auf diesem Weg dienen.

4.4.9 TRANSPORT / LOGISTIK / TOURISMUS

Zur Ranking-Branche „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.

Die Berichterstattung der Branche

Von den fünf Unternehmen des Branchenclusters (Tabelle 16) veröffentlichen alle einen Bericht (Abbildung 33) und zwar drei einen integrierten Unternehmensbericht (**Deutsche Bahn, Deutsche Post, Lufthansa**) und zwei einen Nachhaltigkeitsbericht (**Hapag-Lloyd, TUI)**.

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

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Deutsche Bahn AG	51	1	20	7	34
Lufthansa Group	41,5	2	37	47	A
Deutsche Post AG	38,7	3	42	31	46
Hapag-Lloyd AG	37,8	4	44	A	C
TUI AG	-	-	A	A	A

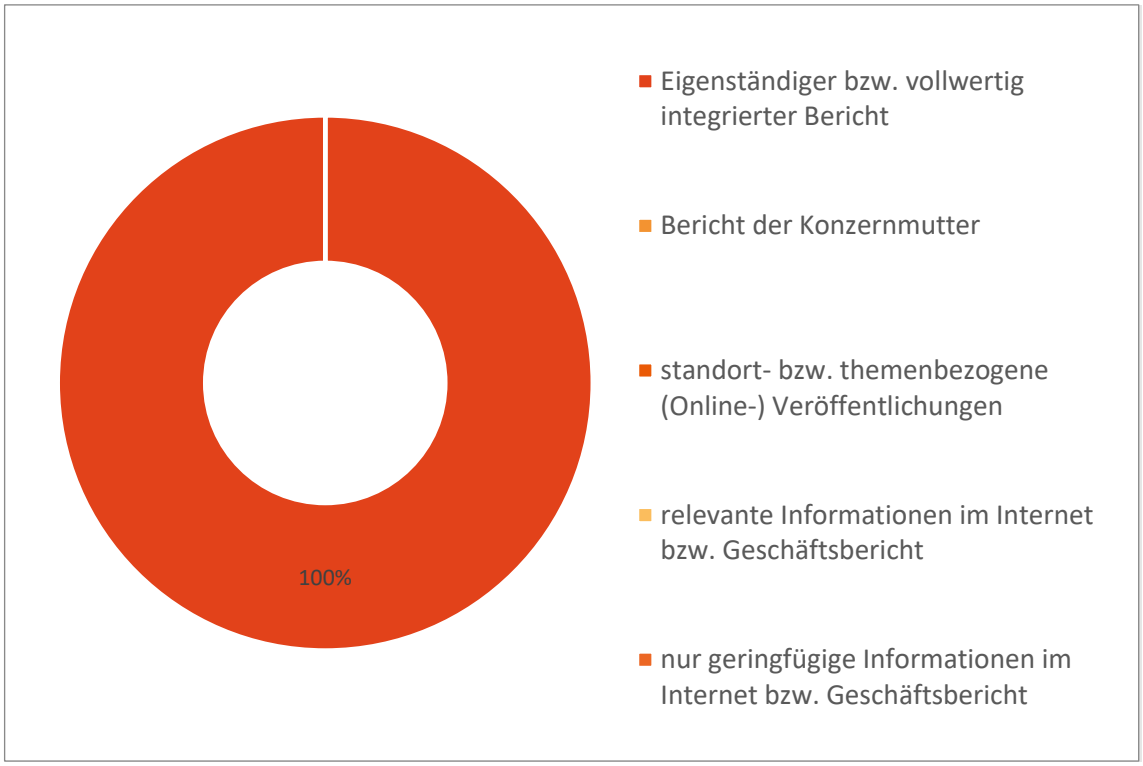

Abbildung 33: Klassifizierung der Berichterstattung – Transport / Logistik/ Tourismus (n=5, 30.06.2021)

Die Bewertungsergebnisse

Die Unternehmen der Branche erreichen mit durchschnittlich 39,9 Punkten ein deutlich **unterdurchschnittliches Ergebnis** und belegen den vorletzten Platz unter den zehn Branchen. Keiner der Berichte ist unter den Top 10 vertreten, die mit Abstand beste Platzierung erreicht die Deutsche Bahn mit Rang 20. Inhaltliche Schwerpunkte der Berichte liegen auf den Themen Klimaschutz und Produktverantwortung. Gegenüber dem letzten Ranking wurden insbesondere die Themen Anti-Korruption und Lieferkettenverantwortung ausgebaut. Die Branche schneidet bei allen Oberkriterien unterdurchschnittlich ab (Abbildung 34). Stärken liegen in den Bereichen Produktverantwortung, Governance und Compliance und mit Abstrichen bei der Verantwortung für die Mitarbeiter*innen. Besondere Schwächen der Branche liegen bei den Darstellungen zur ökologischen Verantwortung an den Standorten und zum gesellschaftlichen Umfeld.

Beim Kriterium **Strategie- und Zielentwicklung** erreichen die Unternehmen der Branche mit durchschnittlich 3,5 Punkten den schlechtesten Branchenwert. Schwach sind die Darstellungen zum Stakeholdermanagement, hier werden lediglich bei der Deutschen Bahn die Ansätze und Ziele transparent, aber hinsichtlich der Ergebnisse der Stakeholdereinbindung sind alle Berichte der Branche wenig aussagekräftig. Auch die Stakeholdereinbindung in die Wesentlichkeitsanalyse wird kaum dargestellt. Ebenso wenig können die Darstellungen zur Impactbewertung und zur Bewertung der Geschäftsrelevanz überzeugen. Bei den Darstellungen zur Unternehmensstrategie schneidet ebenfalls die Deutsche Bahn am besten ab, sie orientiert sich an verkehrspolitischen Zielsetzungen der Bundesregierung, betont den Beitrag zur Verkehrsverlagerung, stellt ausführlich die Unternehmensstrategie Starke Schiene dar, erläutert Transformationsbedarf und leitet daraus ein detailliertes Maßnahmenprogramm ab.

Abbildung 34: Branchenergebnisse Transport / Logistik / Tourismus

Beim Thema **Governance und Compliance** zeigt die Branche mit 4,1 Punkten ebenfalls die schlechteste Branchenleistung. Gut gelungen ist die Darstellung von Verantwortlichkeiten, aber die Darlegung der Managementsysteme inklusive Angaben zu Zertifizierungen, Audits und Auditergebnissen bleibt lückenhaft. Mit Blick auf den Vorstand berichtet TUI über Grundsätze bei der Besetzung und Auswahlkriterien und betrachtet diese auch im Zusammenhang mit sozialen Nachhaltigkeitsthemen. Die Deutsche Post erläutert die Vorstandsvergütungen ausführlich und geht dabei darauf ein, dass bei Bonuszahlungen auch die Erreichung von ESG-Zielen berücksichtigt wird – allerdings werden diese kaum erläutert. Im Vergleich zum letzten Ranking haben sich die Darstellungen von Zielen und Handlungsansätzen zum Compliance-Management sowie zu Anti-Korruption verbessert, aber die Darstellung von Ergebnissen und Vorfällen bleibt weiterhin ausbaufähig.

Mit durchschnittlich 3,9 Punkten bleiben die Transport-, Logistik- und Touristikunternehmen im Bereich **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** hinter dem Gesamtdurchschnitt der Rankingunternehmen zurück. Am ehesten gelingt es der Deutschen Bahn und der Deutschen Post 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 zu Vielfalt und Chancengerechtigkeit. Zur Aus- und Weiterbildung stellt gut die Hälfte der Unternehmen ihre Handlungsansätze dar und erläutert beispielsweise Lernplattformen, duale Studiengänge und Themenschwerpunkte; Zahlen zur Inanspruchnahme von Weiterbildungsangeboten werden aber nur ansatzweise geliefert und die Wirkung von Qualifizierungsmaßnahmen wird nicht deutlich. Besser gelingen den Unternehmen die Ausführungen zur Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung. Hier kann insbesondere die Deutsche Bahn überzeugen, die u.a. über einen moderierten, partizipativen Entwicklungsprozess

berichtet, in dessen Rahmen Mitarbeiter*innen sogenannte Ausbausteine für die Umsetzung der Strategie Starke Schiene entwickeln, die die Anliegen der Mitarbeiter*innen abbilden.

Die Bewertungen im Bereich **ökologische Verantwortung an den Standorten** bilden mit durchschnittlich 2,1 Punkten die schlechteste Branchenleistung. Hierunter fallen nicht die mit den Transportdienstleistungen verbundenen Umweltwirkungen (s. nächster Absatz zu Produktverantwortung), sondern der Umweltschutz an Bahnhöfen, Logistikzentren, in Bürogebäuden etc. Am besten schneiden die Unternehmen mit ihrer Berichterstattung zu Energiemanagement und Klimaschutz ab. Hier berichtet beispielsweise die Deutsche Bahn darüber, wie sie Bahnhöfe auf Ökostrom umstellt und die Deutsche Post liefert detaillierte Daten zum Energieverbrauch der Gebäude inklusive des Anteils an erneuerbarer Energie. Für andere Aspekte des Umweltschutzes an den Standorten, etwa Abfall- und Wassermanagement oder Naturschutz und Flächennutzung, bieten die Berichte nur ein lückenhaftes Bild der Unternehmensleistung.

Beim Oberkriterium **Produktverantwortung** erreichen die Unternehmen der Branche durchschnittlich 4,2 Punkte. Dabei sind die Ausführungen zur ökologischen Produktverantwortung deutlich ausführlicher und aussagekräftiger als zur sozialen. Am besten schneiden die Deutsche Bahn und Lufthansa ab, beiden gelingt es beispielsweise Ansätze zu Produktpolitik und -entwicklung darzustellen. Die Deutsche Bahn berichtet über die schrittweise Umstellung des Schienenverkehrs auf Ökostrom, über Projekte zu alternativen Antrieben, Lärmsanierungsprogramme oder die Ausweitung von Stellplätzen für Bike+Ride. Lufthansa informiert über die Modernisierung der Flugzeugflotte, über Entwicklungsprojekte zu Antriebstechnologien auf Basis erneuerbarer Energien und über Kooperationen zum intermodalen Verkehr. Insgesamt geht aus den Berichten der Branche nicht ausreichend hervor, welchen Stellenwert Nachhaltigkeit für die gesamte Produktentwicklung hat und welche Instrumente hierbei zum Einsatz kommen. Gut schneiden die Unternehmen bei den Angaben zur ökologischen Wirkung der Produkte ab. Hier liefern sie beispielsweise Daten zu spezifischen Treibhausgas- sowie Luftschadstoffemissionen der Fahrten/Transporte, Flottenverbrauch, Fuhrpark nach Schadstoffklassen sowie Anteil Fahrzeuge mit alternativen Antrieben. TUI liefert zudem Umweltdaten zu Kreuzfahrtschiffen und Hotels (CO_2-Emissionen, Wasserverbrauch und Abfallmenge pro Übernachtung). Die Berichte enthalten nur wenige Informationen zu Kundendialogen und Verbraucherschutz und gehen kaum auf Preisgestaltung oder barrierefreie Verkehrsangebote ein. Ergebnisse zur Kundenzufriedenheit stellen nur die Deutsche Bahn und Lufthansa dar. Die Ausführungen zu Datenschutz in den Berichten bleiben allgemein, spezifische Maßnahmen zum Kundendatenschutz werden nicht erläutert.

Im Oberkriterium **Lieferkettenverantwortung** erzielen die Unternehmen mit 3,3 Punkten ein Ergebnis, das nur ganz leicht unter dem Gesamtdurchschnitt liegt. Im Vergleich zum letzten Ranking haben sich die Angaben zu Instrumenten und Maßnahmen bei den meisten Unternehmen verbessert, lückenhaft bleiben die Angaben zu durchgeführten Audits und deren Ergebnissen. Die Deutsche Bahn erläutert ihre verschiedenen Kanäle für Hinweise auf Menschenrechtsverstöße, die ein elektronisches Hinweisgebersystem, eine Ombudsfrau sowie Vertrauensanwält*innen umfassen. Zur Lieferantenentwicklung erläutert Hapag-Lloyd, dass sie mit Lieferanten Feedbackgespräche zu vereinbarten Korrekturmaßnahmen führen, Hinweise zu Verbesserungspotenzialen geben und gemeinsam mit den Lieferanten Programme zur nachhaltigen Verbesserung aufstellen.

Auch bei ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erzielen die Unternehmen der Branche mit 2,2 Punkten die schlechteste Branchenleistung. Zu Corporate Citizenship berichten sie vergleichsweise gut, wenngleich hier der Umfang und die Wirkungen meist nicht deutlich werden. Die Angaben zur finanziellen sowie zur politischen Verantwortung sind sehr dünn. Teilaspekte der

finanziellen Verantwortung werden von einzelnen Unternehmen gut dargestellt. So erläutert Hapag-Lloyd sein Tax Compliance Managementsystem und differenziert Frachtsteuern nach Ländern. Lufthansa berichtet über Stabilisierungsmaßnahmen zur Abfederung der Coronakrise, erläutert die Höhe der staatlichen Unterstützung und beziffert erhaltene Subventionen.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Wesentliche Aspekte der Branche wie Klimaschutz, Schadstoffemissionen sowie der Umstieg auf alternative Antriebe werden in den Berichten thematisiert. Zukünftig sollten die Unternehmen noch deutlicher machen, welche Ziele sie mit der Produktentwicklung verfolgen und wie sie diese umsetzen. Zudem sollten sie mehr auf soziale Aspekte der Produktgestaltung eingehen (barrierefreie Angebote, Preisgestaltung, Kundendatenschutz). Bei vielen anderen Themen bleiben die Berichte lückenhaft, ausgebaut werden sollte die Berichterstattung beispielsweise zu Arbeitsbedingungen, zum Lieferantenmanagement und zur finanziellen und politischen Verantwortung.

4.4.10 VERSICHERUNGEN

Unternehmen der Ranking-Branche „Versicherungen“ 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-, Schadens-/Unfall-, Krankenversicherungen sowie Pensions- und Sterbekassen. Rückversicherungen übernehmen einen Teil der Risiken der Erstversicherungen gegen Prämienzahlungen.

Die Berichterstattung der Branche

Von den zehn einbezogenen Versicherern (Tabelle 17) können sieben einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht oder integrierten Bericht vorweisen (Abbildung 35). Diese sind die **Allianz, Debeka, Ergo-Gruppe, Hannover Rück, Münchener-Rück-Gruppe, R+V** sowie **Talanx.**

Tabelle 17: Ergebnisse der Berichterstattung – Versicherungen

Unternehmen	Punkte	Rang 2021		Rang 2018	Rang 2015
		Branche	Gesamt	Gesamt	Gesamt
Allianz Group	53,6	1	13	16	25
Münchener-Rück-Gruppe	51,9	2	16	42	41
Talanx AG	49,3	3	22	20	D
Hannover Rück SE	47,3	4	24	17	19
R + V Konzern	41,5	5	37	26	47
Debeka Versicherungen	36,1	6	49	50	E
ERGO Group AG	-	-	A	30	22
Axa Konzern AG	-	-	B	B	B
Generali Deutschland AG	-	-	B	B	B
Versicherungskammer Bayern	-	-	D	D	E

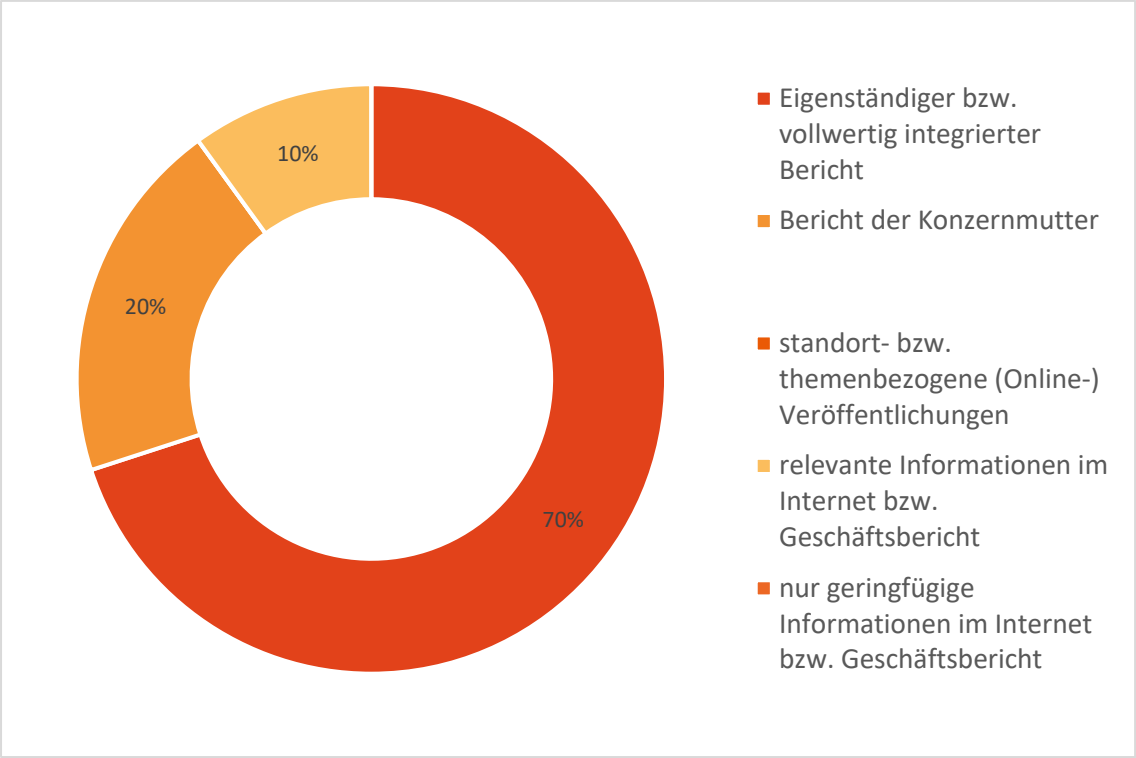

Abbildung 35: Klassifizierung der Berichterstattung – Versicherungen (n=10, Stand: 30.06.2021)

AXA und **Generali Deutschland AG** können auf integrierte Unternehmensberichte ihrer jeweiligen Mutterkonzerne verweisen. Die **Versicherungskammer Bayern** stellt lediglich eine sehr kurze Nichtfinanzielle Erklärung im Geschäftsbericht sowie geringfügige Informationen in Bezug auf Nachhaltigkeit auf ihrer Webseite zur Verfügung.

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. Der Branchendurchschnitt von 44,5 liegt **ganz knapp unter dem Gesamtdurchschnitt** von 44,7 Punkten. Keine der Versicherungen landet unter den Top 10; die besten Platzierungen erreichen Allianz und Münchener Rück auf Rang 13 und 16, hierbei hat sich die Münchener Rück mit der Platzierung gegenüber dem letzten Ranking deutlich verbessert. Deutlich abgesackt ist hingegen der Bericht der Ergo-Gruppe. Inhaltliche Schwerpunkte liegen auf der Produktverantwortung, hier berichten die Versicherer über Asset Management, Projektfinanzierung und Verbraucherschutz. Eine Stärke liegt zudem in der Berichterstattung über die Verantwortung für die Mitarbeiter*innen. Im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt bestehen Schwächen vor allem bei den Darstellungen zur Lieferkette und im Bereich Governance und Compliance; beim Gesellschaftlichen Umfeld schneiden die Versicherungen deutlich besser als der Gesamtdurchschnitt ab (Abbildung 36).

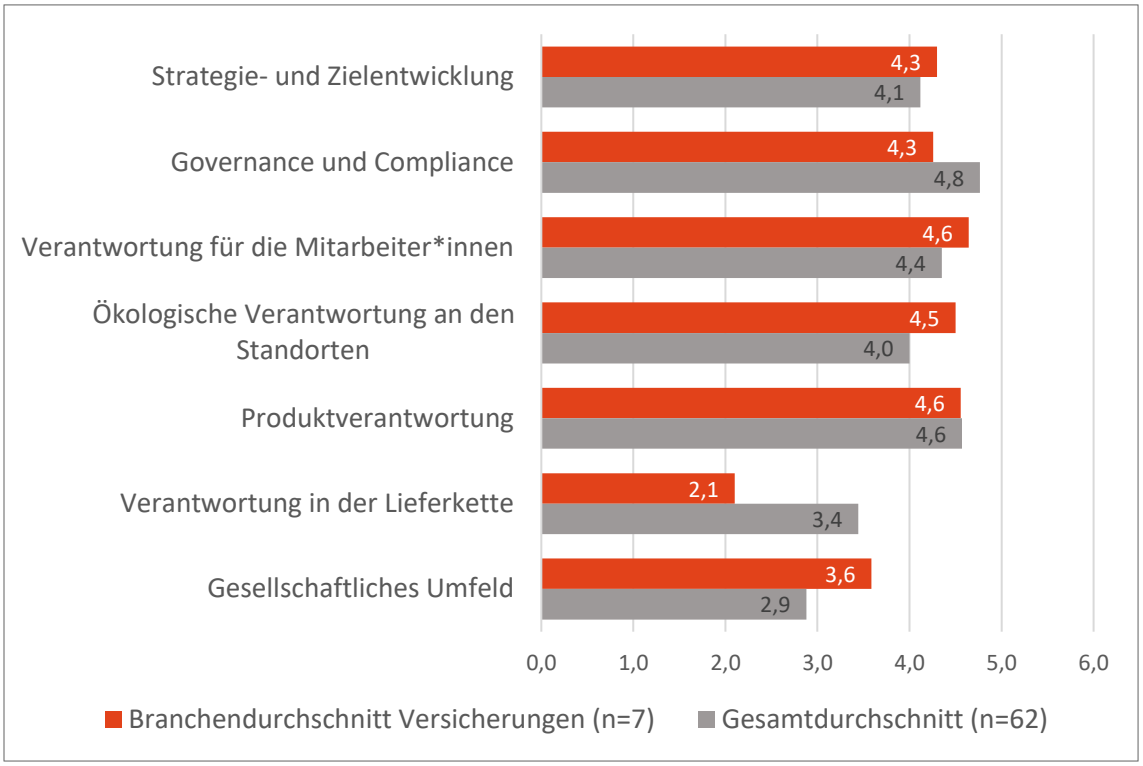

Abbildung 36: Branchenergebnisse Versicherungen

In der Kategorie **Strategie und Zielentwicklung** erreichen die Versicherer leicht überdurchschnittliche 4,3 Punkte. Zwar sind die Darstellungen zum Stakeholdermanagement insgesamt eher schwach, zur Stakeholdereinbindung in die Wesentlichkeitsanalyse liefern aber gut zwei Drittel der Versicherer gute bis sehr gute Darstellungen – hier zeigen sich deutliche Verbesserungen gegenüber dem letzten Ranking. Vorbildliche Darstellungen zur Nachhaltigkeitsstrategie bietet Allianz: Das Unternehmen stellt seine langfristig ausgerichtete Handlungsstrategie dar, benennt Transformationsbedarfe wie beispielsweise den Ausstieg aus der Kohlefinanzierung und priorisiert Handlungsfelder.

Beim Thema **Governance und Compliance** schneidet die Branche mit 4,3 Punkten unterdurchschnittlich ab. Besonders dünn sind die Angaben zu Vorstandsvergütung sowie zur Zusammensetzung und Verantwortung des Kontrollorgans; hierzu macht lediglich Allianz überzeugende Darstellungen: Das Unternehmen gibt an, dass die Vorstandsvergütung von Nachhaltigkeitserfolgen abhängt und erläutert das Vorgehen. Auch die Handlungsansätze zu Anti-Korruption werden kaum dargestellt, hierzu kann nur Münchener Rück überzeugende Darstellungen vorweisen. Ebenfalls schwach sind die Erläuterungen zu Managementsystemen; hier wird nur teilweise auf standardisierte Managementsysteme Bezug genommen (z. B. EMAS, ISO 14.001), nur vereinzelt werden Abdeckungsgrade angegeben und Ergebnisse von Audits werden nicht dargestellt.

Mit der Berichterstattung im Bereich **Verantwortung für die Mitarbeiter*innen** erreichen die Versicherungsunternehmen durchschnittlich 4,6 Punkte und liegen damit knapp über dem Rankingdurchschnitt. Besondere Stärken liegen bei den Ausführungen zu den Themen Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung. Zu Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung stellen die Versicherer teilweise Programme zur Entwicklung von Führungskultur vor oder berichten über Mitarbeiterbefragungen und daraus abgeleitete Leistungsindikatoren und Maßnahmen. Die Themen interne Kon-

kurrenz und Vertriebsdruck werden hingegen nicht angesprochen. Zum Thema Personalentwicklung stellen die Versicherer in der Regel Weiterbildungsschwerpunkte und vereinzelt auch Ausbildungsgänge dar und belegen die Inanspruchnahme ansatzweise mit Zahlen, differenzieren dabei aber kaum nach Zielgruppen. Vergleichsweise schwach schneiden die Unternehmen hingegen bei der Berichterstattung zu Chancengleichheit und Vielfalt ab, hier kann nur Münchener Rück mit der Darstellung von Handlungsansätzen überzeugen, indem die Diversity Policy erläutert wird, die beispielsweise die Quotierung von Managementpositionen, Trainings zu unterbewusstem Bias und unternehmensinterne Netzwerke für verschiedene benachteiligte Gruppen umfasst. Bei der Darstellung von Entgeltpolitik und Arbeitszeitregelungen werden die Arbeitsbedingungen der Außendienstmitarbeiter*innen nicht ausreichend konkret dargelegt.

Bei der **ökologischen Verantwortung an den Standorten** erreichen die Versicherungen durchschnittlich 4,5 Punkte und liegen damit über dem Gesamtdurchschnitt.[21] Der Schwerpunkt der Berichterstattung liegt beim Themenbereich Klimaschutz und Energiemanagement. Hier stellen die Unternehmen ihre Klimaziele dar, berichten über Maßnahmen wie den Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien und stellen Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen dar. Beim Thema Stoffströme und Kreislaufwirtschaft gehen die Versicherer vor allem auf den Papierverbrauch und Abfallaufkommen ein, während z. B. Bürobedarf und -elektronik nur vereinzelt thematisiert werden. Die Darstellungen zu Dienstreisen zeigen im Coronajahr deutliche Reduzierungen der Anzahl von Dienstreisen und Reisekilometern, hier kündigen einige Unternehmen an, die Möglichkeit digitaler Meetings auch zukünftig stärker nutzen zu wollen. Zudem berichten die Unternehmen teilweise über Elektrofahrzeuge als Dienstwagen oder im Fuhrpark; hierbei bleibt der tatsächliche Anteil aber oft unklar. Zu Biodiversität macht nur R+V Angaben und erläutert Maßnahmen an zwei Standorten, unter anderem das Anlegen einer Blühwiese inklusive einer Erfassung der dort angesiedelten Insekten und Vögel, und benennt die Größe der begrünten Flächen sowie die Anzahl von Nistkästen.

Die Darstellungen im Bereich **Produktverantwortung** nehmen in den Nachhaltigkeitsberichten der Branche den größten Raum ein und entsprechen mit 4,6 Punkten genau dem Gesamtdurchschnitt. Dargestellt werden in den Berichten unter anderem Ansätze zur Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialstandards im Underwriting 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. Messbare ökologische und soziale Wirkungen der Produkte werden hingegen kaum benannt. Hierzu gibt es bisher nur Ansätze, z. B. hinsichtlich der Einsparungen von Treibhausgasen durch Investitionen in „grüne“ Assets oder die Absicherung ökologischer oder sozialer Projekte. Am ehesten werden Zahlen zu Treibhausgaseinsparungen durch die Absicherungen von Erneuerbare-Energie-Projekten veröffentlicht, was aber insgesamt noch kein umfassendes Bild vermittelt. Zudem werden der Ausgangswert, auf den sich die Einsparungen bezieht, und wie dieser errechnet wird, nicht transparent gemacht. Auch der Prozess der Entwicklung neuer Produkte wird meist nicht transparent dargestellt. Die beste Bewertung im Bereich Produktverantwortung erzielt der Nachhaltigkeitsbericht der Münchener Rück, gefolgt von Allianz und Talanx. Münchener Rück bietet umfassende und aussagekräftige Informationen zu Positiv- und Negativkriterien für Investitionen und beschreibt verschiedene Produkte, die einen Beitrag zu den SDGs leisten.

[21] Gegenüber den produzierenden Unternehmen bestehen bei diesem Kriterium an die Versicherungen verminderte Anforderungen.

Wie schon im letzten Ranking erzielen die Versicherer schwache Ergebnisse im Bereich **Lieferkettenverantwortung** und erzielen mit 2,1 Punkten die schlechteste Branchenleistung. 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. Einzig Hannover Rück hat hier ansatzweise gute Darstellungen und geht auf eine Risikoanalyse für die Bereiche IT und Facility Management sowie auf einen Lieferantenkodex, eine Procurement Guideline und Lieferantenbewertungen ein und gibt an, wie viele Lieferanten den Kodex unterzeichnet haben.

Mit ihrer Berichterstattung zum **gesellschaftlichen Umfeld** erreichen die Versicherungsunternehmen überdurchschnittliche 3,6 Punkte und damit die beste Branchenleistung. Insbesondere die Darstellungen der Corporate-Citizenship-Ansätze sind in der Regel gut gelungen. Teilweise werden auch die Handlungsansätzen zu Tax Compliance gut dargestellt, wobei es bei den konkreten Zahlen zu Steuern und Subventionen schon dünner aussieht. Ausbaufähig sind auch die Angaben zur politischen Verantwortung. Hier berichtet Allianz vergleichsweise ausführlich über politische Positionen, verlinkt auf Positionspapiere und erläutert die Mitgliedschaft in Initiativen und Verbänden. Zahlen zu Parteispenden werden von fast allen Unternehmen angegeben, zum Teil sogar im Mehrjahresvergleich; Zahlen zum Lobbying-Budget und entsprechenden Ausgaben werden hingegen nicht genannt, lediglich Münchener Rück macht hier Angaben zu den Ausgaben für Industrieverbände.

Herausforderungen für die weitere Berichterstattung

Die Versicherungsunternehmen erzielen mit ihrer Berichterstattung über den Großteil der Kriterien solide Ergebnisse und decken die wesentlichen Themen der Branche in der Regel gut ab. Insbesondere die Nachhaltigkeitskriterien im Kerngeschäft werden zumeist detailliert und nachvollziehbar vermittelt. Eine große Herausforderung ist jedoch die klare Benennung messbarer ökologischer und sozialer Wirkungen der Produkte, die bisher erst in Ansätzen und mit dem Fokus auf Klimaschutz zu erkennen ist. Zudem sollten die Unternehmen die Prozesse der Entwicklung neuer Produkte transparenter darstellen. Die EU-Taxonomie stellt zukünftig neue Anforderungen an die Offenlegung, was in den Berichten bislang kaum aufgegriffen wurde. Verbesserungspotenziale liegen zudem bei der transparenten Darstellung der Lieferkettenverantwortung. Auch sollten die Unternehmen Diskussionen und Kontroversen rund um ihre Branche (z. B. Investitionen in die Fossilwirtschaft, Absicherung von Projekten, gegen die es Widerstand in der lokalen Bevölkerung gibt) mutiger und offener thematisieren.

5 ERGEBNISSE DES RANKINGS DER KLEINEN UND MITTLEREN UNTERNEHMEN 2021

5.1 EINREICHUNGEN UND BERICHTSFORMATE

Im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittlerer Unternehmen bewerten wir freiwillig eingereichte Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen, die bis zu 5.000 Personen beschäftigen oder bis zu 500 Mio. Euro Jahresumsatz erwirtschaften. Für das Ranking 2021 wurden 50 Berichte eingereicht. In einem Pre-Screening entlang des Kriteriensets haben wir 39 Nachhaltigkeitsberichte für die Teilnahme am Ranking ausgewählt, darunter 22 Unternehmen, die bereits im Ranking 2018 vertreten waren.[22]

Die KMU, deren Berichte detailliert bewertet wurden, haben im Schnitt 1.140 Beschäftigte, weisen dabei aber eine große Spanne bei der **Unternehmensgröße** auf, die von vier Mitarbeitenden (Steinbildhauerei Vincent) bis 3.700 (Barmenia) reicht. Elf Berichte stammen von Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten, 14 von Unternehmen mit 250 bis 1.000 Beschäftigten und 14 von Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten. Hinsichtlich des **Geschäftsmodells** lassen sich die Unternehmen grob unterteilen in sieben Unternehmen, die ein originär nachhaltiges Geschäftsmodell verfolgen, sieben, die zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell konvertiert sind, und in 25 Unternehmen, die ein konventionelles Geschäftsmodell verfolgen. Die Unternehmen stammen aus unterschiedlichen **Branchen** (Tabelle 18), stärker vertreten sind Unternehmen aus dem Bereich Ernährung (6), Büromöbel (4), Immobilien (3), Energie- und Wasserversorgung (3) sowie Transportinfrastruktur (3).

Wie auch die Großunternehmen verwenden die KMU zum Teil unterschiedliche **Berichtsformate**. Von den 39 bewerteten Berichten liegen 37 als Nachhaltigkeitsberichte vor und zwei (GLS Bank, Stadtreinigung Hamburg) als integrierte Unternehmensberichte. 12 der Berichte beinhalten gleichzeitig eine EMAS-Umwelterklärung. Darüber hinaus steigt die Anzahl der Gemeinwohl-Berichte unter den KMU: Neben Elobau, die bereits 2018 mit einem Gemeinwohl-Bericht im Ranking vertreten waren, nahmen in diesem Durchgang auch Gebäudeservice Wodara, Gerüstbau Gemeinhardt und Sonnendruck mit einem Gemeinwohl-Bericht am Ranking teil.[23] 22 Unternehmen publizieren einen Printbericht, 12 einen PDF-Bericht und fünf einen Onlinebericht. [24] Teilweise liegen auch Mischformen vor, etwa indem zusätzlich zu einem kurzen Printbericht eine längere PDF-Version angeboten wird.

[22] Von den ursprünglich 40 ausgewählten Berichten wurde ein Unternehmen aus der Stichprobe genommen, da es entgegen der ersten Recherchen aufgrund von Akquisitionen zu groß für das KMU Ranking war und damit die Teilnahmebedingungen nicht mehr erfüllte (Deutsche Wohnen).

[23] Ein weiteres KMU verweist in seinem Nachhaltigkeitsbericht auf einen Gemeinwohl-Bericht: Steinbildhauerei Vincent.

[24] Folgende KMU veröffentlichen einen Online-Bericht: Assmann, Bohlsener Mühle, Frosta, GLS Bank, Stadtreinigung Hamburg

5.2 ERGEBNISSE DES RANKINGS

5.2.1 VOLLSTÄNDIGE UNTERNEHMENSLISTE

Die nachfolgende Tabelle 18 enthält die Gesamtübersicht der Berichte, die für das Ranking der KMU-Berichte 2021 eingereicht 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.

Tabelle 18: Übersicht der kleinen und mittleren Unternehmen im Ranking 2021

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future
2021

Ergebnisse KMU

Beste Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittlerer Unternehmen				
Rang	Unternehmen	Gesamt-punktzahl	Rankingbranche	Berichtstitel
1	Assmann GmbH & Co. KG	**77,4**	Büromöbel	#weiter_gehen 2020 Nachhaltigkeitsbericht
2	Pure Taste Group GmbH & Co. KG	**76,2**	Ernährung	Lebensbaum & Nachhaltigkeit 2019
3	Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger KG	**75,7**	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht 2020 - Nachhaltigkeit als Kern
4	memo AG	**72,6**	Handel	Gemeinsam Handeln - Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022
5	GLS Gemeinschaftsbank eG	**72,2**	Finanzdienstleistung	Integrierter Nachhaltigkeitsbericht 2020
6	Bohlsener Mühle GmbH & Co. KG	**70,3**	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht 2020
7	entega AG	**69,5**	Energie- und Wasserversorgung	klare Ziele-entschlossenes Handeln! Nachhaltigkeitsbericht 2020
8	Alstria office REIT-AG	**69,0**	Immobilien	2020/21 Sustainability Report
9	elobau GmbH & Co. KG	**68,6**	Elektronik	Nachhaltigkeitsbericht elobau 2020
10	Stadtreinigung Hamburg AöR	**66,3**	Kommunale Entsorgung	Konzern- und Nachhaltigkeitsbericht 2020

Eingereichte Nachhaltigkeitsberichte kleiner und mittlerer Unternehmen		
Unternehmen	Rankingbranche	Berichtstitel
ADVA Optical Networking SE	Hardware Telekommunikationsinfrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2020
AIXTRON SE	Elektronik	Nachhaltigkeitsbericht in Ergänzung zum Geschäftsbericht 2020 - Wir gestalten Zukunft. Mit Innovation und Präzision.
Alnatura GmbH	Ernährung	Unser Beitrag für Mensch und Erde - Nachhaltigkeitsbericht 2019/2020
Amadeus FiRe AG	Personaldienstleistung	Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Amadeus FiRe Gruppe
ARNO GmbH	Laden- und Einrichtungsbau	DNK-Erklärung 2020
Badenova AG & Co. KG	Energie- und Wasserversorgung	Gemeinwohl und Lebensqualität 2020
Barmenia Versicherungen AG	Finanzdienstleistung	Nichtfinanzieller Bericht 2020
Bischof + Klein SE & Co. KG	Verpackungen	Nachhaltigkeitsbericht mit Umwelterklärung 2019 - Nachhaltigkeit leben
Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA	Unterhaltung	Solidarität und Gemeinschaft. Was auch immer geschieht - Nachhaltigkeitsbericht zur Saison 2019/2020
bremenports GmbH & Co. KG	Transportinfrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2020
Bremer Straßenbahn AG	ÖPNV	Nachhaltigkeitsbericht 2020 mit Umwelterklärung
BVE Bauverein der Elbgemeinden eG	Immobilien	Wie wir wohnen werden - Geschäftsbericht und Nachhaltigkeitsbericht 2019
Carglass GmbH	Dienstleistung	Nachhaltigkeitsbericht 2018/2019 - Wir denken an morgen
Denios GmbH	Produktion	Nachhaltigkeitsbericht 18.19
Fraunhofer-Institut ISE	Forschung	Nachhaltigkeitsbericht 2020 - Unser Beitrag für die Zukunft
Frosta AG	Ernährung	Moin! Wir sind FRoSTA.- Corporate Social Responsibility Report 2020
Gebäudeservice Wodara GmbH	Dienstleistung	Gemeinwohl-Bilanz 2021
Gerüstbau Gemeinhardt GmbH	Dienstleitung Bau	Gemeinwohlbericht 2021 - Wirtschaften zum Wohle aller
GESCO AG	Holding	Nichtfinanzielle Erklärung / CSR-Bericht
Getec-Group G+E Getec Holding GmbH	Dienstleistung Energie	The evolution of impact - ESG-Bericht 2021
GFT Technologies SE	IT-Services	Nichtfinanzieller Konzernbericht 2020
HAKRO GmbH	Handel	HÄLT - Nachhaltigkeitsbericht 2019

Hamburg Port Authority AöR	Transportinfrastruktur	Wirksam Handeln Werte schaffen - Nachhaltigkeitsbericht des Hamburger Hafens 2017/2018
Hipp GmbH & Co. KG	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht 2020 - weiter denken
Leifheit AG	Haushaltsgeräte	Scaling up success - Nachhaltigkeitsbericht 2020
mainova AG	Energie- und Wasserversorgung	Nachhaltigkeit in Bewegung 2020
Nassauische Heimstätte Wohnstadt	Immobilien	Zahlen, Daten & Fakten - Nachhaltigkeitsbericht 2020
Nicos AG	IT-Services	Nachhaltigkeitsbericht - Corporate Resonsibility bei der Nicos AG
Niedersachsen Ports GmbH & Co. KG	Transportinfrastruktur	Nachhaltigkeitsbericht 2021 - hafen+ Wir sind auf dem Weg
Nölken Hygiene Products GmbH	Hygieneprodukte	Nachhaltigkeitsbericht 2020
RSAG AöR	Kommunale Entsorgung	Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2018
Schwörer Haus KG	Fertighausbau	Nachhaltig.Regenerativ.Individuell
Sedus Stoll AG	Büromöbel	sedus since 1871 - Nachhaltigkeitsbericht 2020 mit Umwelterklärung
Sonnendruck GmbH	Druckerei	Gemeinwohlbericht 2017-2018
Spaleck GmbH & Co. KG	Maschinenbau	Nachhaltigkeitsbericht - Wir unternehmen Zukunft.
Steinbildhauerei Vincent	Handwerk	DNK-Erklärung 2020
Studiosus Reisen München GmbH	Reisen	Nachhaltigkeitsbericht 2019/2020 mit integrierter Umwelterklärung gemäß EMAS III
Topstar GmbH	Büromöbel	Nachhaltigkeitsbericht 2017-2019
Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH & Co. KG	Büromöbel	Nachhaltigkeitsbericht 2020-2022 mit Umwelterklärung
Witzenmann GmbH	Maschinenbau	Nachhaltigkeitsbericht 2020

5.2.2 DIE TOP 3 DER KLEINEN UND MITTLEREN UNTERNEHMEN

Platz 1: Assmann GmbH & Co. KG

Der Büromöbelhersteller **Assmann** beschäftigt europaweit 390 Mitarbeitende, davon 375 in Deutschland mit der Zentrale in Melle. Der aktuelle vierte Nachhaltigkeitsbericht #weiter_gehen ist ein Onlinebericht, der auch Video- und Audiomaterial beinhaltet. Der Bericht ist nach GRI-Option „Kern“ erstellt und extern „mit begrenzter Sicherheit“ geprüft, er erzielt 77,4 Punkte und erreicht den ersten Platz im KMU-Ranking.

Der Bericht gibt vertiefende Einblicke in die Managementansätze durch verlinkte Beschreibungen, z. B. zum Arbeitsschutzmanagement oder zu nachhaltigkeitsbezogenen Produkteigenschaften. Er umfasst die EMAS-Umwelterklärung und beinhaltet ein „Digital Factbook“, in dem detailliert Kennzahlentabellen dargestellt werden. Das Unternehmen findet eine Lösung für die Frage nach regelmäßigen Aktualisierungen, diese werden transparent als Ergänzung zu dem statischen Bericht ausgewiesen.

Assmann zeigt die Einbindung seiner Stakeholder in die Wesentlichkeitsanalyse und stellt deren identifizierte Interessen differenziert dar. Die wesentlichen Themenbereiche werden eingängig berichtet, mit einer detaillierten Aufschlüsselung der direkten und indirekten Umweltauswirkungen in Produktion und Logistik sowie in Bezug auf das Produkt. Der Bericht enthält informative Abbildungen z. B. zum Assmann-Wertschöpfungskreislauf. Weiterhin erläutert das Unternehmen ausführlich, wie es die Risiken und Chancen, die mit den Nachhaltigkeitsanforderungen in Verbindung stehen, und deren Geschäftsrelevanz ermittelt.

Ein detailliertes Nachhaltigkeitsprogramm zeigt eine klare Orientierung an einer kontinuierlichen und zugleich wirkungsvollen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistungen. Die Evaluation des Nachhaltigkeits- und Umweltprogramms 2019 zeigt den im Berichtszeitraum erzielten Fortschritt und es wird offen dargestellt und begründet, wenn Ziele nicht erreicht wurden. Dabei stellt Assmann dar, welchen Beitrag seine Maßnahmen zu den SDGs leisten.

Weiterhin stellt Assmann in seinem Bericht dar, wie es unabhängiges Feedback einholt und die eigenen Prozesse und Leistungen durch externe Bewertungen kritisch prüft. So wird über erhaltene anerkannte Auszeichnungen berichtet: Unter anderem war Assmann 2019 im Bereich nachhaltiges Wirtschaften mittelgroßer Unternehmen einer von drei Finalisten bei der Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises und zählte auch 2020 erneut zu den Finalisten. Und in Video-Interviews mit Nachhaltigkeitsbotschaftern („Bulli-Gespräche“) werden vertiefende thematische Einblicke und Einschätzungen von Partnern bzw. Stakeholdern zum Unternehmen vermittelt. Die nach EMAS validierte Umwelterklärung wurde um eine Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts mit begrenzter Sicherheit ergänzt.

Insgesamt überzeugt der Bericht mit einer sowohl umfangreichen Berichterstattung über die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen als auch mit einer Einordnung der erzielten Ergebnisse und damit einer Darstellung der Leistungen des Unternehmens in ihrem Kontext.

Platz 2: Pure Taste Group GmbH & Co KG (Lebensbaum)

Die Pure Taste Group mit insgesamt 208 Mitarbeiter*innen berichtet unter der Markenbezeichnung **Lebensbaum** über die der Unternehmensgruppe zugehörigen operativen Gesellschaften, den Tee- und Gewürzhersteller Ulrich Walter GmbH und die Logistikeinheit BioLogX GmbH am Standort Diepholz und die Niehoffs Kaffeerösterei GmbH in Gronau. Der Bericht

„Lebensbaum & Nachhaltigkeit 2019“ bestätigt mit erzielten 76,2 Punkten seine dauerhaft gute Berichterstattung und erreicht den zweiten Platz im KMU-Ranking. Lebensbaum berichtet im Dreijahreszyklus, der Nachhaltigkeitsbericht 2019 ist nach GRI „Kern“ erstellt und extern geprüft.

Der Bericht behält im Grundsatz sein bewährtes Berichtskonzept bei, den Leser*innen durch redaktionelle Beiträge eine informative, kurzweilige Lektüre sowie einen tiefen Einblick in die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsleistung zu bieten. Dabei werden die innovative grafische Darstellung der wesentlichen Themen und die für ein Unternehmen der Größenordnung pragmatisch angepassten Dialogformate mit den Stakeholdern fortgeführt. Neu ist die Zuordnung der Berichtsinhalte zu den SDGs, die in einem eigenen Verzeichnis aufgeführt werden.

Lebensbaum berichtet über seine internen Strukturen und Managementsysteme sowie sein externes Engagement in Initiativen und Verbänden. Das Unternehmen reflektiert in einer kritischen Erörterung den Begriff Corporate Citizenship und setzt dabei seine Betonung auf die unternehmerische Verantwortung im Markt. Und auch weiterhin überzeugt der Bericht mit einer offenen Berichterstattung: Im Testat werden auch die Empfehlungen zur Weiterentwicklung an das eigene Unternehmen veröffentlicht und in Interviews zur Bio-Landwirtschaft werden ohne Schönfärberei die Defizite in der Ernährungswirtschaft kritisch erörtert.

Inhaltlich wird umfänglich berichtet: über die Verantwortung für die Mitarbeiter*innen sowie die Klimabilanz bis hin zu Scope-3-Emissionen. Auch thematisiert werden der Verbraucherschutz, faire Partnerschaften in den Wertschöpfungsketten, Bioanbau und die Bestrebungen und Rückschläge bei der Reduktion und ökologischen Optimierung von Verpackungen. Um eine Gesamtschau auf seine Produkte zu entwickeln, ist Lebensbaum Teil der True-Cost-Initiative und hat bei vier Anbaupartnern True-Cost-Berechnungen durchführen lassen, um ökologische und soziale Folgen zu internalisieren. Hier setzen auch die Empfehlungen der Berichtsprüfung an, diese Anstrengungen zu forcieren.

Unter der Überschrift „Digital ist nicht besser“ stellt der Bericht die Umweltauswirkungen von Druck und Versand eines Printberichts denen des Stromverbrauchs und der genutzten EDV-Hardware von Digitalberichten gegenüber. Auf Basis dieser Untersuchung hat sich Lebensbaum für den gedruckten Bericht entschieden, kombiniert mit einer Onlineversion, die man aber nicht herunterladen und abspeichern kann.

Platz 3: Neumarkter Lammsbräu

Neumarkter Lammsbräu ist ein familiengeführtes Unternehmen mit 150 Mitarbeiter*innen. Am Sitz in Neumarkt produziert das Unternehmen Biere, Limonaden, Kristall-Mineralwässer und Schorlen in Bioqualität. Lammsbräu berichtet nach GRI „Kern“ mit integrierter EMAS-Umwelterklärung. Der Bericht 2020 „Nachhaltigkeit als Kern“ erreicht 75,7 Punkte und verbessert sich auf den dritten Platz im KMU Ranking.

Das Unternehmen beschreibt sehr detailliert seinen Prozess der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung der Stakeholder und dessen jährliche Verifizierung. Eine Grundlage ist der in 2019 gegründete Stakeholderkreis, in dem die Liefernetzwerke repräsentiert sind. Andere wesentliche Themen werden in sogenannten Fokusgruppen mit Verbraucher*innen und Mitarbeiter*innen diskutiert. Unter dem Begriff einer „enkeltauglichen Welt“ erläutert Lammsbräu überzeugend sein Selbstverständnis und die Werte des Unternehmens. Dabei ordnet es die strategischen Handlungsfelder in den Kontext ausgewählter SDGs ein. Der Bericht stellt das aus EMAS weiterentwickelte Managementsystem dar und berichtet dabei u. a.

über die Überarbeitung des Risikomanagements und stellt das Bewertungsraster transparent dar. Über die bis 2020 gesetzten Ziele wird differenziert mit ihrem Erfüllungsgrad berichtet, ebenso über die bis 2025 neu gesetzten Ziele.

Ein inhaltlicher Fokus des Berichts liegt auf dem Bezug von Rohstoffen. Die Risiken in der Lieferkette werden dargestellt und über die Struktur der Lieferkette wird transparent berichtet. Ein größerer Anteil der ökologischen Braurohstoffe wird über eine Erzeugergemeinschaft im Umkreis von 150 km bezogen, bei der kritischeren weltweiten Beschaffung von Limonadengrundstoffen wird eine Kooperation mit Naturland verfolgt, die umfangreiche Sozialkriterien bei der Zertifizierung überprüfen.

Grundlage der Klimaschutzstrategie ist eine erläuterte Treibhausgasbilanz und der dargestellte CO_2-Fußabdruck inklusive der bezogenen Produktrohstoffe. Berichtet wird über die bestehende Klimastrategie mit einem Minderungsziel um jährlich sechs Prozent für die Scope-1- und Scope-2-Emissionen. Eine neue Klimastrategie in Anlehnung an die Science Based Targets Initiative ist in Planung. Langfristige Zielsetzung ist eine zu 100 Prozent regenerative Energieversorgung. Bis dies erreicht ist, werden die Scope-1- und Scope-2-Emissionen kompensiert. Der nach EMAS validierte Bericht enthält zudem eine Input-Output-Bilanz, die Einsatzstoffe wie Rohstoffe, Betriebsstoffe, Hilfsstoffe oder Verpackungen sowie Haupt- und Nebenprodukte sehr differenziert ausweist.

Zum Thema Verantwortung für die Mitarbeiter*innen werden unter anderem Ergebnisse der regelmäßigen Befragungen der Mitarbeiter*innen erläutert. Zusätzlich enthält der Bericht konkrete Angaben zur Lohngerechtigkeit und zur Gehaltsspreizung. Zudem erläutert der Bericht die Bedeutung der Verantwortung für die Mitarbeiter*innen und reflektiert die verfolgten Aktivitäten.

Vorreiter ist der Bericht der Neumarkter Lammsbräu in seiner geschlechtergerechten Sprache. Unter dem Anspruch „konkret benannt statt mitgemeint“ wird konsequent gegendert.

5.3 STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DER BERICHTERSTATTUNG

Im Durchschnitt erreichen die KMU im Ranking 58,5 Punkte. In der Tendenz berichten Unternehmen besser, je kleiner sie sind. Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten erzielen 60,9 Punkte, mittlere Unternehmen bis 1.000 Beschäftigte liegen im Durchschnitt bei 59,0 Punkten und die größeren mit bis zu 5.000 Beschäftigten bei 56,1 Punkten. Die Unternehmen mit einem originär nachhaltigen Geschäftsmodell schneiden mit 67,9 Punkten deutlich besser ab als diejenigen mit konventionellen (56,4 Punkte) oder zu Nachhaltigkeit konvertierten Geschäftsmodellen (56,7 Punkte).

Im Folgenden werden die Ergebnisse für die KMU-Berichte dargestellt. Wir geben dabei zunächst einen Gesamtüberblick über die Ergebnisse der KMU und erläutern anschließend Stärken und Schwächen entlang der Oberkriterien. Abbildung 37 zeigt, wie gut die Berichte der

KMU die Ranking-Oberkriterien erfüllen. Zum Vergleich sind die Punktwerte des letzten Rankings aus dem Jahr 2018 angegeben.[25]

Neben den Angaben zum Unternehmensprofil erreichen die KMU im Durchschnitt die besten Ergebnisse bei Produktverantwortung sowie Governance und Compliance, bei den weiteren Oberkriterien schneiden die KMU jedoch ähnlich gut ab. Lediglich das Handlungsfeld Verantwortung in der Lieferkette fällt etwas ab. In diesem Thema gibt es allerdings eine große Spannbreite in der Berichtsqualität. Im Vergleich zu 2018 haben sich die Ergebnisse in allen Oberkriterien verschlechtert, was vor allem durch die gestiegenen Anforderungen im Rahmen der Neukonzeption der Kriterien und der neu eingeführten Modularisierung zu erklären ist.

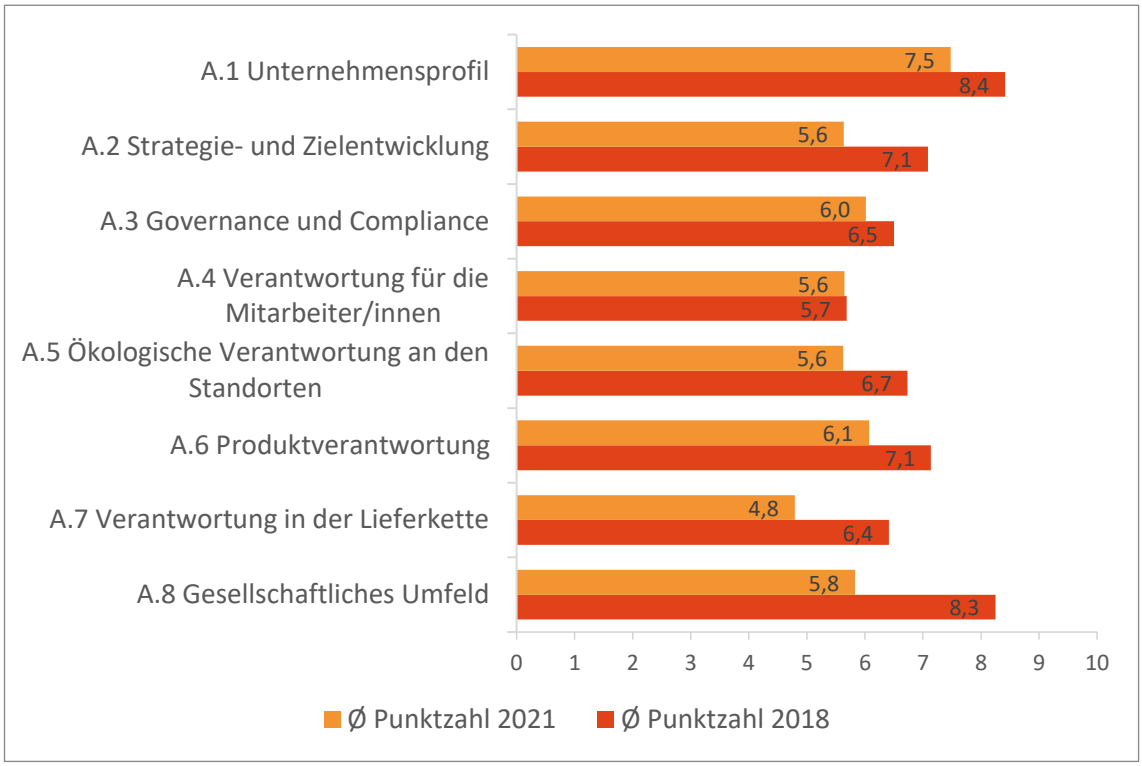

Abbildung 37: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zu den materiellen Berichtsanforderungen bei kleinen und mittleren Unternehmen 2021 und 2018

Im Folgenden werden die Ergebnisse des KMU-Ranking für alle Oberkriterien im Detail erläutert. Für die Abbildungen zu den Oberkriterien A.2 bis A.8 sind die auf der 10er-Skala erreichten Punktzahlen in Quartile eingeteilt (unzureichend, teilweise, weitgehend und vorbildlich erfüllt). Eventuelle Abweichungen von 100 Prozent sind Rundungsfehler.

[25] Für den Vergleich wurden die Punktwerte auf Ebene der Unterkriterien aus dem Ranking 2018 zunächst auf die neue Bewertungsskala 2021 (0,1,2,3 Punkte statt wie 2018 0,1,3,5 Punkte) umgerechnet und anschließend mit der neuen Bewertungssystematik und den entsprechenden Gewichtungen auf einer Zehnerskala normiert. Dabei wurden auch inhaltliche Verschiebungen zwischen den Unterkriterien berücksichtigt. Die Umrechnung erfolgte für alle Unter- und Oberkriterien sowie die Gesamtpunktzahl, sodass ein Durchschnittswert für das Ranking 2018 mit der Bewertungslogik des Rankings 2021 gebildet werden konnte. Die Ergebnisse des Rankings 2021 lassen sich allerdings trotzdem nicht unmittelbar mit denen des Rankings 2018 vergleichen, da die überarbeiteten Kriterien deutlich gestiegene Anforderungen widerspiegeln.

A.1 Unternehmensprofil

Die Anforderung des Oberkriteriums Unternehmensprofil werden in den KMU-Berichten mehrheitlich gut erfüllt. Teilweise wird die wirtschaftliche Bedeutung von einzelnen Produktgruppen oder Geschäftsbereichen allerdings nicht deutlich.

A.2 Strategie- und Zielentwicklung

Die Anforderungen im Bereich Strategie- und Zielentwicklung erfüllt die Mehrheit der Unternehmen weitgehend (Abbildung 38). Die besten Ergebnisse erzielen die Unternehmen in dem Unterkriterium **Vision, Strategie und Ziele**. Insbesondere gelingt es den Unternehmen gut, ihr Selbstverständnis und die Unternehmenswerte zu vermitteln. Hierbei nehmen sie in der Regel auf internationale Rahmenwerke wie etwa die SDGs Bezug. Wie die Unternehmen daraus eine Nachhaltigkeitsstrategie ableiten, wird aber nur teilweise deutlich. Dies gelingt meist nur für einzelne Themen etwa in Form einer Klimastrategie. Einen umfassenden strategischen Zugang zu allen wesentlichen Nachhaltigkeitsherausforderungen vermitteln nur einige KMU.

Auch die **Zielprogramme** weisen in vielen Berichten Lücken auf. Wie es um den aktuellen Status der bestehenden Ziele steht und welche weiteren Schritte zur Zielerreichung geplant sind, bleibt häufig vage. Bei verfehlten Zielen nennen nur wenige Unternehmen Ursachen und zeigen Korrekturmaßnahmen auf. Zudem werden viele Ziele weich formuliert oder Basis- und Zieljahre bleiben unklar. Gute Beispiele für die Zielformulierung bieten Lammsbräu und der Reiseveranstalter Studiosus, die neben Ziel- und Statusangaben auch verfehlte Ziele angeben und erläutern, warum Ziele nicht erreicht wurden.

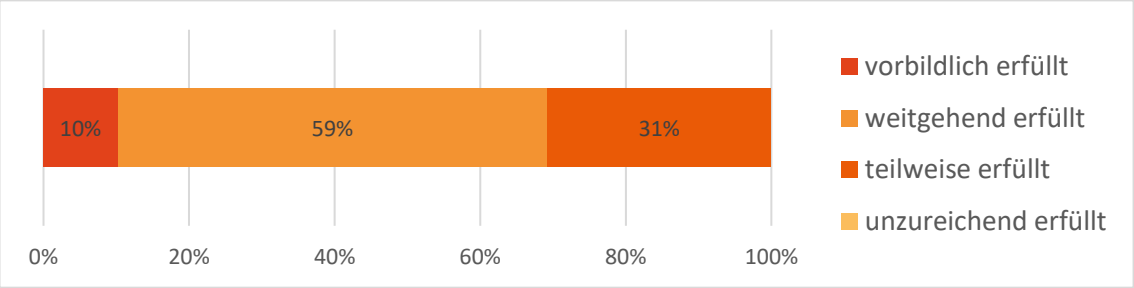

Abbildung 38: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Strategie- und Zielentwicklung (n=39)

Wie KMU **Stakeholder** in das Nachhaltigkeitsmanagement einbeziehen, stellen die Unternehmen grundsätzlich gut dar. In vielen Berichten ist das Verfahren konkret erläutert und Stakeholder kommen zum Teil im Bericht selbst zu Wort (z. B. Assmann Büromöbel, Lebensbaum). Die Ergebnisse des Stakeholdermanagements werden jedoch in vielen Berichten lückenhaft aufgeführt. Ein gutes Beispiel ist der Bericht von Memo, in dem für verschiedene Stakeholdergruppen neben den Ansätzen zu deren Einbindung auch ihre Einschätzungen zur Relevanz von Themen, zu Ansätzen und Leistungen des Unternehmens dargestellt werden.

Bei der **Wesentlichkeitsanalyse** erreichen die KMU innerhalb des Oberkriteriums Strategie- und Zielentwicklung die schwächsten Ergebnisse. In den meisten Berichten werden die Bewertungsverfahren des Risiko- und Chancenmanagements, mit denen die Geschäftsrelevanz der Nachhaltigkeitsthemen eingeordnet wird, nicht transparent dargestellt. Gut gelingt dies etwa dem Unternehmen Adva, das in einer ausführlichen Risiko- und Chancenanalyse dar-

legt, wie sich äußere Einflüsse auf das Unternehmen innerhalb der nächsten drei Jahre auswirken können. Lebensbaum überzeugt mit einer anschaulichen Darstellung seiner wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen und vermittelt einfach zugänglich alle relevanten Dimensionen der Wesentlichkeitsanalyse.

A.3 Governance und Compliance

Drei Viertel der Unternehmen erfüllen die Anforderungen des Kriteriums Governance und Compliance mindestens weitgehend, wobei die Ergebnisse im Bereich **Unternehmensführung und Steuerung** durchschnittlich besser sind als im Compliance-Management (Abbildung 39). Sehr gut wird über die organisationalen Strukturen und Verantwortlichkeiten im Nachhaltigkeitsmanagement berichtet, während zu den Managementsystemen und Steuerungsinstrumenten oft nicht ausreichend über die Ergebnisse aus den Audits und daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen informiert wird.

Im Bereich **Compliance-Management** sollten die Unternehmen genauer auf Kontext und Relevanz eingehen und die erreichten Ergebnisse reflektieren und Konsequenzen aufzeigen. Auch die Berichterstattung über Anti-Korruptionsmaßnahmen weist bei vielen Unternehmen Lücken auf. Vorbildlich wird das Thema Compliance von dem Ladenbauunternehmen Arno angegangen: In dem Abschnitt gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten berichtet das Unternehmen ausführlich, wie es sicherstellt, dass Gesetze und Normen eingehalten werden.

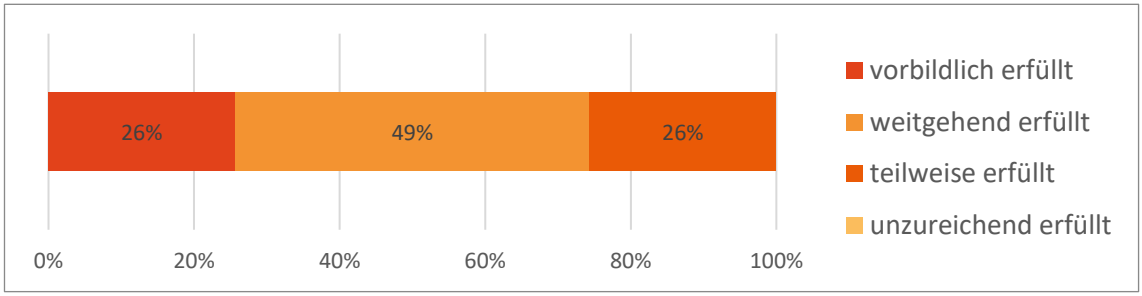

Abbildung 39: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Governance und Compliance (n=39)

A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter*innen

Zwei Drittel der KMU erfüllen die Anforderungen in dem Kriterium Verantwortung für die Mitarbeiter*innen weitgehend oder vorbildlich (Abbildung 40). Damit konnten die Unternehmen das Bewertungsniveau trotz der gestiegenen Anforderungen in diesem Bereich am besten halten. Die beste Berichterstattung findet sich in den Handlungsbereichen **Personalentwicklung** sowie **Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**. Nachholbedarf besteht dagegen bei den Arbeitnehmerrechten sowie Chancengleichheit und Vielfalt. Vorbildlich schlüsselt in letzterem Unterkriterium etwa die Bremer Straßenbahn auf, wie hoch der Frauenanteil in den verschiedenen Gehaltsklassen ist. Carglass stellt das Inklusionspraktikum als Maßnahme für Chancengerechtigkeit und Vielfalt vor und erläutert die Chancen, die sich daraus für Unternehmen und Arbeitnehmer*in ergeben. Denios stellt im Bereich Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung Führungsgrundsätze und gewünschte Eigenschaften von Führungskräften dar, die die Mitarbeiter*innen gemeinsam erarbeitet haben. Ausbaufähig ist in diesem Oberkriterium vor allem die Berichterstattung über Leistungen und Ergebnisse: Während in den meisten Fällen gut über Ziele und Ambitionen berichtet wird, machen viele Unterneh-

men nicht deutlich, wie sie das Erreichen dieser Ziele messen. Eine Ausnahme ist die Lohngerechtigkeit, zu der die meisten Unternehmen Indikatoren angeben, sodass die Zielerreichung transparent ist. Das Unternehmen Elobau gibt etwa nicht nur die Gehaltsspreizung zwischen dem niedrigsten und dem höchsten Gehalt im Unternehmen an, sondern stellt auch das transparente Vergütungssystem vor, das gemeinsam mit den Mitarbeiter*innen entwickelt wurde.

Ein besonderer Fokus in diesem Ranking lag auf dem pandemiebedingten Gesundheitsschutz und der Entgeltpolitik sowie auf Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen im Zuge der Pandemie. Während die meisten Unternehmen Maßnahmen zum Gesundheitsschutz und Homeoffice-Regelungen darstellen, berichten wenige über die soziale Absicherung von Beschäftigten und Kurzarbeit im Kontext der Pandemie. Mehr zur Corona-Berichterstattung in Kapitel 6.2.

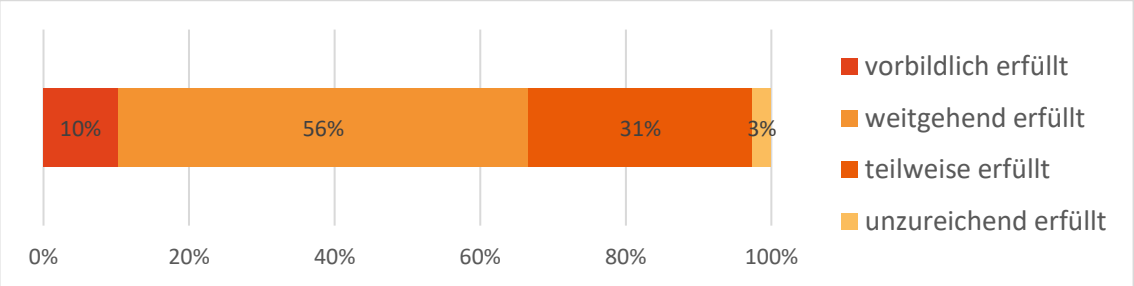

Abbildung 40: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Verantwortung für die Mitarbeiter*innen (n=39)

A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten

Im Handlungsfeld der ökologischen Verantwortung an den Standorten zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Verantwortung für die Mitarbeiter*innen: Zwei Drittel der KMU erfüllen die Anforderungen weitgehend oder vorbildlich (Abbildung 41). Im Vergleich zu 2018 fallen die Bewertungen aufgrund der gestiegenen Anforderungen schwächer aus.

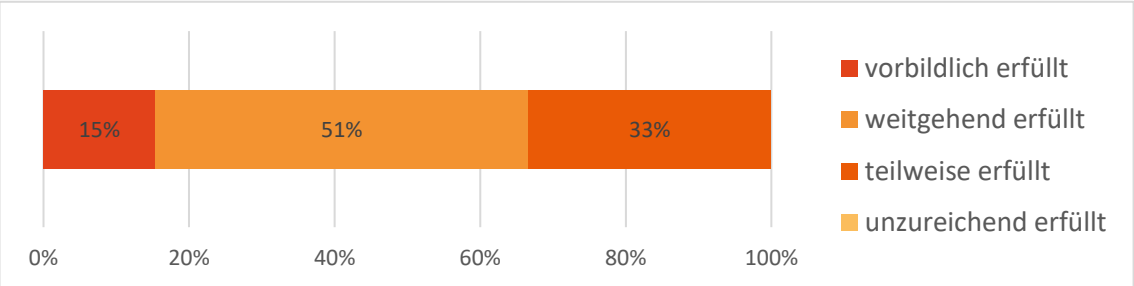

Abbildung 41: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Ökologische Verantwortung an den Standorten (n=39)

Die mit Abstand besten Ergebnisse erzielen die KMU im Handlungsbereich **Energiemanagement und Klimaschutz**. Die KMU formulieren klare Klimaziele, nehmen dabei häufig Bezug auf das Pariser Klimaabkommen und bilanzieren ihre standortbezogenen Treibhausgasemissionen. Viele Berichte überzeugen zusätzlich durch eine systematische Darstellung der Handlungsansätze zum Klimaschutz und Energiemanagement. Ausbaufähig ist bei vielen produzierenden Unternehmen die Berichterstattung über das Thema **Luftschadstoffe und weitere**

produktionsbezogene Emissionen. Die meisten KMU berichten nur unzureichend über weitere Emissionen sowie Minderungsziele und wie diese erreicht werden sollen. Darüber hinaus erreichen die Unternehmen schwache Ergebnisse im Unterkriterium **Produktions-, Transport- und Lagersicherheit**, das allerdings nur weniger als die Hälfte der Unternehmen betrifft. Hier fehlen an vielen Stellen Zahlen zu Unfällen und Angaben zu Maßnahmen, wie diese verhindert werden können. Besserberichten die KMU zum Thema **Kreislaufwirtschaft:** Die meisten Unternehmen nennen ihre Reduktions- und Substitutionsziele und schlüsseln ihr Abfallaufkommen auf. Hervorzuheben sind auch die Bemühungen, Verpackungen zu reduzieren bzw. kreislauffähig zu gestalten, hierüber berichten u. a. die Ernährungsunternehmen Bohlsener Mühle, Frosta und Lebensbaum sowie die Handelsunternehmen Hakro und Memo. Besonders anschaulich zeigt Hipp mit einer Abbildung die verschiedenen Schritte seiner Wertschöpfungskette und die jeweiligen Bemühungen zur Kreislaufwirtschaft.

A.6 Produktverantwortung

Die Produktverantwortung bildet weiterhin einen inhaltlichen Schwerpunkt der meisten Berichte, sodass die Unternehmen in diesem Oberkriterium durchschnittlich die besten Ergebnisse erzielen (Abbildung 42). Knapp drei Viertel der Unternehmen erfüllen die Anforderungen in diesem Oberkriterium mindestens weitgehend. Den meisten Unternehmen gelingt es, zumindest in Grundzügen darzustellen, welche Auswirkungen ihre Produkte haben und inwieweit sich die Produktentwicklung an Nachhaltigkeitsanforderungen orientiert. Besonders bei **der ökologischen Produktverantwortung** können die meisten Unternehmen punkten, während die Angaben zur sozialen Produktverantwortung einige Lücken aufweisen. Viele Unternehmen nutzen Ökobilanzen oder Lebenszyklusanalysen, um die ökologischen Auswirkungen ihrer Produkte zu ermitteln. Besonders gelungen ist die Zielformulierung im Bereich Produktpolitik- und Entwicklung. Viele Unternehmen zeigen auf, wie sie ihre Produkte in Zukunft ökologischer gestalten wollen. Ein gutes Beispiel dafür ist das Elektronikunternehmen Elobau, das Lebenszyklusanalysen und Eco-Design-Studien verwendet, um die Nachhaltigkeit seiner Produkte zu überprüfen. Auch will es die ökologischen Auswirkungen u. a. durch Innovationen und eine längere Lebensdauer der Produkte verbessern. Bei den KMU wurde die Berücksichtigung der Anforderungen der **EU-Taxonomie** nicht bewertet, allerdings liefert hier z. B. das Unternehmen für Telekommunikationshardware Adva eine qualitative Abschätzung und erläutert, wo Schwierigkeiten in der Anwendung der Taxonomie liegen.

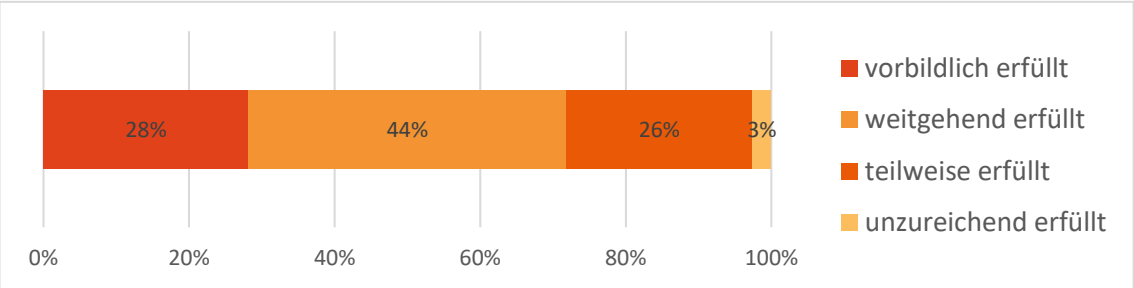

Abbildung 42: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Produktverantwortung (n=39)

Bei der **sozialen Produktverantwortung** erreichen die Unternehmen vor allem bei der Zielformulierung gute Ergebnisse. Ein gutes Beispiel dafür ist das Ernährungsunternehmen Bohlsener Mühle, das u. a. zu einer gesamtgesellschaftlichen Zuckerreduktion beitragen sowie Bio-Lebensmittel für alle verfügbar machen will. Ausbaufähig sind bei vielen Unternehmen

die Themen Datenschutz, Kundendialog und Verbraucherschutz. Die wenigsten Unternehmen zeigen, wie sie die Daten ihrer Kund*innen schützen und deren Privatsphäre wahren. Während in den meisten Unternehmen die Digitalisierung ein Thema ist, wird die Übernahme digitaler Unternehmensverantwortung selten deutlich.

A.7 Verantwortung in der Lieferkette

Wie auch bei den Großunternehmen ist die Berichterstattung zur Lieferkette weiterhin ein Schwachpunkt und das am schlechtesten bewertete Oberkriterium (Abbildung 43). Nur rund 40 Prozent der Unternehmen erfüllen die Anforderungen mindestens weitgehend, während die Berichterstattung von 13 Prozent unzureichend ist. Die meisten KMU berichten sehr gut über ihre Standards in der Lieferkette und erläutern hierzu Grundsatzerklärungen und Verhaltenskodizes.

Bei den KMU demonstrieren neben regional orientierten Lebensmittelunternehmen wie Neumarkter Lammsbräu und Bohlsener Mühle auch Unternehmen mit internationalen Lieferketten wie Lebensbaum und Hakro fortschrittliche Ansätze der **Lieferantenentwicklung**. Vorreiter bei der Berichterstattung zum Lieferantenmanagement sind die Unternehmen mit ausdrücklich nachhaltigkeitsorientierten Geschäftsmodellen wie Lebensbaum, Memo, Neumarkter Lammsbräu und Alnatura. Aber auch einige KMU mit eher konventionellem Geschäftsmodell zeigen hier ein hohes Maß an Transparenz, indem sie etwa die Einkaufsumsätze regional zuordnen.

Lücken gibt es wiederum bei der Überprüfung von Lieferanten. Während die meisten Unternehmen vorstellen, mit welchen Maßnahmen sie Lieferanten zertifizieren oder auditieren lassen, informieren nur wenige Unternehmen über die Ergebnisse der Audits und daraus resultierenden Folgen. Das Modul Entwicklung von Lieferanten wurde nur bei KMU mit risikobehafteten Lieferketten bewertet, diese machen ein Drittel der KMU-Stichprobe aus. Die betroffenen Unternehmen berichten von ihren Handlungsansätzen in Form von Brancheninitiativen oder festen Partnerschaften, bleiben aber vage in der Darstellung der Ergebnisse.

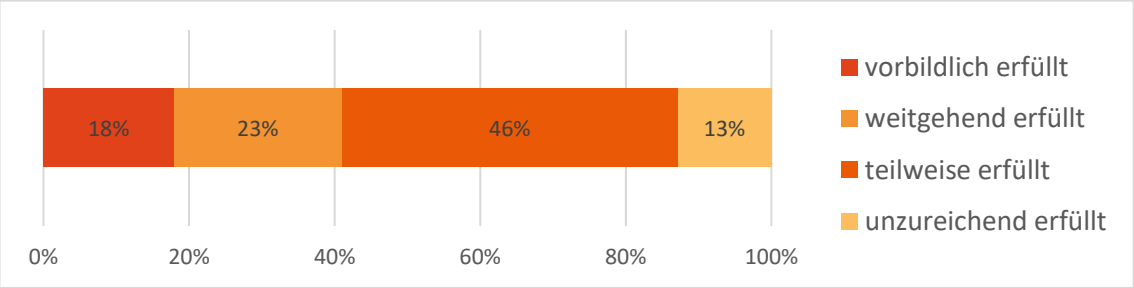

Abbildung 43: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Verantwortung in der Lieferkette (n=39)

A.8 Gesellschaftliches Umfeld

Zwei Drittel der KMU erfüllen die Anforderungen im Oberkriterium **Gesellschaftliches Umfeld** mindestens weitgehend (Abbildung 44). Die besten Ergebnisse erzielen sie dabei im Bereich **Corporate Citizenship**, indem sie Aktivitäten zur Förderung gemeinnütziger Zwecke ausführlich beschreiben. Dabei hebt sich das Unternehmen Lebensbaum ab, indem es nicht nur Projekte aufzählt, in denen es sich sozial engagiert, sondern auch den Begriff „Corporate Citizenship“ kritisch betrachtet und von der Unternehmensverantwortung im Markt abgrenzt.

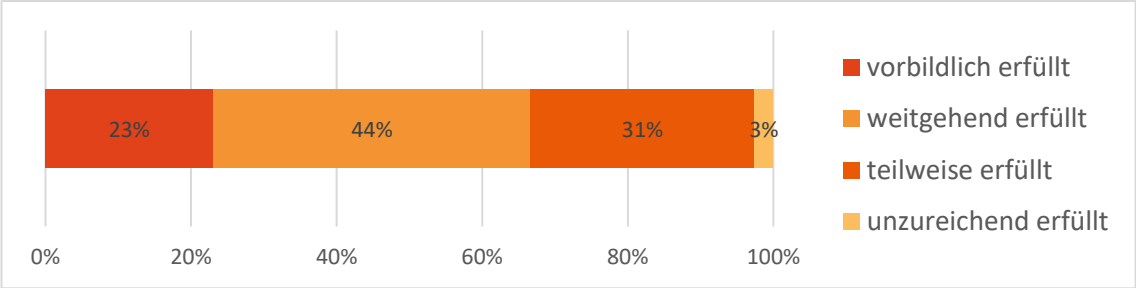

Abbildung 44: Berichtsqualität der KMU zum Oberkriterium Gesellschaftliche Verantwortung (n=39)

Zum Thema **politische Verantwortung** stellen die KMU vor allem ihr Engagement in Nachhaltigkeitsinitiativen überzeugend dar. So berichtet etwa Lebensbaum darüber, dass es als Pilotunternehmen in Initiativen zur Zertifizierung branchenspezifischer Lieferketten teilnimmt. Nassauische Heimstätten informiert über die Teilnahme an der Initiative Wohnen 2050, die auf mehr Klimaschutz in der Wohnungswirtschaft zielt, und der Energieversorger Entega beschreibt die Beteiligungsmöglichkeiten an Erzeugungsanlagen erneuerbarer Energien. Darüber hinaus positioniert sich der Fußballverein Borussia Dortmund gegen Antisemitismus, Rassismus und Homophobie. Die Anforderungen an die Berichterstattung bei der **finanziellen Verantwortung** erfüllen hingegen nur wenige Unternehmen. Angaben zu gezahlten Steuern und erhaltenen Subventionen fehlen häufig in den Berichten. Die meisten Unternehmen bekennen sich zu ihrer **regionalen Verantwortung an den Standorten**. Allerdings bleibt oft vage, welche Auswirkungen die Geschäftstätigkeit an den Standorten hervorruft. Ein gutes Beispiel ist Alnatura, das für den neuen Unternehmenssitz die ökologischen Standards erläutert, nach denen das Gebäude erbaut wurde, sowie die Folgen für die Natur vor Ort darstellt.

Allgemeine Berichtsqualität

Die Anforderungen an die allgemeinen Berichtsqualität erfüllen die KMU überwiegend gut (Abbildung 45).

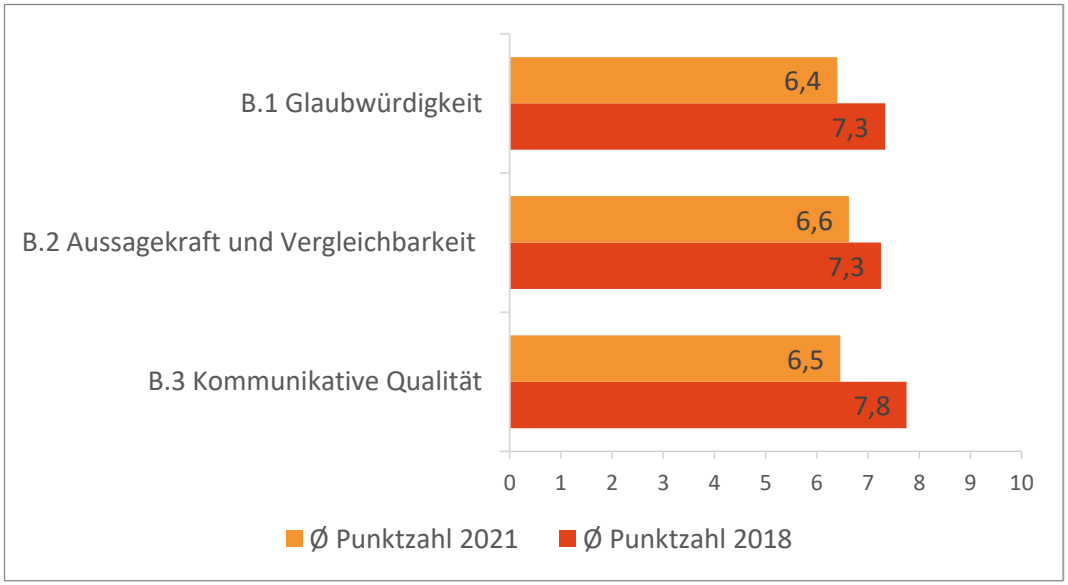

Abbildung 45: Durchschnittspunktzahl der Oberkriterien zur allgemeinen Berichtsqualität bei Großunternehmen 2021 und 2018

B.1 Glaubwürdigkeit

Den KMU gelingt es in ihren Berichten, überwiegend angemessene Schwerpunkte auf die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen zu setzen. Grundsätzlich ist dabei die Absicht zu erkennen, neben Erfolgen und Chancen auch kritische Themen darzustellen. Allerdings fokussieren einige Unternehmen trotzdem ausschließlich oder stark auf positive Ergebnisse. Bemerkenswert ist, dass hier insbesondere Unternehmen mit Gemeinwohlberichten wie Gebäudeservice Wodara oder Gerüstbau Gemeinhardt eine ausgewogenere Berichterstattung gelingt, indem sie Defizite sowie eine Stellungnahme zu den von der Gemeinwohlbilanzierung geforderten Negativaspekten offenlegen. Externe Bewertungen werden in den Berichten in unterschiedlicher Tiefe dargestellt, hierzu sind die Anforderungen im Ranking allerdings niedriger als bei Großunternehmen. In welchem Detailgrad Unternehmen zur Sicherung der Datenqualität und Berichtsprüfung informieren, variiert, 14 Unternehmen verweisen auf eine Prüfung des Berichtes oder von Berichtsteilen (z. B. der nichtfinanziellen Erklärung) oder auf validierte EMAS-Umwelterklärungen (siehe Kapitel 3).

B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit

Die Mehrheit der Unternehmen wählt organisatorische Bilanzierungsgrenzen und zeitliche Bezugseinheiten angemessen und stellt diese konsequent und transparent dar. Bei einigen Unternehmen fehlen jedoch nachvollziehbare Erläuterungen zur Wahl der verwendeten Berichtsgrenzen. Größeren Nachholbedarf gibt es bezüglich der Mess- und Vergleichbarkeit, hier mangelt es oft an Zeitreihenvergleichen, so dass die Daten nur eingeschränkt mit Zielvorgaben abgeglichen werden können. Teilweise wird die Datenberechnung wenig nachvollziehbar erklärt oder es werden notwendige Bezugsgrößen ausgelassen.

B.3 Kommunikative Qualität

Die KMU erfüllen die Anforderungen an die Berichtsstruktur weitgehend gut. Ausbaufähig ist jedoch die Navigierbarkeit der PDF-Berichte, auch über Querverweise zwischen den Kapiteln. Darüber hinaus könnten einige KMU noch zielgerichteter auf externe Informationen verweisen und zu den nachhaltigkeitsrelevanten Informationen auf ihrer Website verlinken. Überwiegend gut fällt die Textgestaltung aus.

6 SONDERAUSWERTUNGEN: KLIMANEUTRALITÄT UND CORONA

6.1 KLIMANEUTRALITÄT

Mit dem Europäischen Green Deal strebt die Europäische Union (EU) an, bis 2050 klimaneutral zu werden. Deutschland hat sich dieses Ziel gemäß dem Klimaschutzgesetz bereits für 2045 gesetzt. Klimaneutralität bezeichnet grundsätzlich das Gleichgewicht zwischen Kohlenstoffemissionen und der Aufnahme von Kohlenstoff aus der Atmosphäre in Kohlenstoffsenken. Auch viele Unternehmen haben sich bereits Ziele zur Klimaneutralität gesetzt, die sie als „Klimaneutralität", „CO_2-Neutralität" oder „Netto-Null" bezeichnen. Diese Begrifflichkeiten sind jedoch heterogen und es mangelt an einheitlichen Standards, sodass die **Transparenz und Vergleichbarkeit eingeschränkt** sind (vgl. Lautermann et al. 2021).

Grundsätzlich ist die Ausrichtung von Unternehmen auf Klimaneutralität zu begrüßen, da ein klimaneutrales Wirtschaften für das Erreichen des 1,5°C-Ziels unerlässlich ist (Fankhauser et al. 2022; Hale et al. 2022). Gleichzeitig wird jedoch befürchtet, dass das Setzen von langfristigen Klimaneutralitätszielen und die falsche Annahme umfangreicher Kompensationsmöglichkeiten zu einem Aufschieben unerlässlicher Emissionsminderungen führt (Fankhauser et al. 2022; Hale et al. 2022, Dyke et al. 2021). Das **Priorisieren von Emissionsminderungsmaßnahmen und das Setzen von klaren Zwischenzielen** für die Reduktion werden daher als unerlässliche Bestandteile robuster Klimaneutralitätsziele gesehen (Fankhauser et al. 2022).

In den letzten Jahren entstanden einige Initiativen, die Definitionen und Ansätze zur Bewertung von Klimaneutralität in Unternehmen erarbeiten. Im Oktober 2021 hat die Science Based Targets Initiative einen neuen Netto-Null Standard entwickelt (SBTi 2021). Die Internationale Standardisierungsorganisation ISO arbeitet an einem Klimaneutralitätsstandard. Auch die Vereinten Nationen haben im März 2022 eine Expertengruppe eingesetzt, um weltweit einheitliche Standards für Klimaneutralitätsziele zu schaffen und somit Greenwashing mit dem Begriff „klimaneutral" zu verhindern (United Nations 2022). Aktuelle Untersuchungen attestieren Klimaneutralitätszielen von Unternehmen jedoch überwiegend eine geringe Robustheit bzw. Glaubwürdigkeit (Hale et al. 2022; Net Zero Tracker 2022; New Climate Institute & Carbon Market Watch 2022).

Der Ansatz **Wissenschaftsbasierter Ziele** stellt eine große Verbesserung gegenüber der zuvor vielfach willkürlichen Zielsetzung von Unternehmen dar, die sich nicht an globalen politischen Zielsetzungen orientierte. Entsprechend der Komplexität dieser Aufgabe existieren mehrere Methoden zur Bestimmung von wissenschaftsbasierten Zielen (Bjørn et al. 2022). Jede davon muss sich auf zahlreiche Annahmen stützen, die mitunter Anlass zur Kritik geben. So wird bei manchen Methoden kritisiert, dass wissenschaftsbasierte Ziele für Unternehmen global einheitlich sind, wohingegen sich nationale Reduktionsziele vor dem Hintergrund technologischer Möglichkeiten und historischer Verantwortung durchaus unterscheiden (Bjørn et al. 2022). Darüber hinaus wird insbesondere eine zu große Flexibilität und Intransparenz der Unternehmen bei der Wahl der Methodik zur Bestimmung ihrer wissenschaftsbasierten Ziele bemängelt. So würden die globalen Reduktionsziele deutlich verfehlt, wenn sich alle Unternehmen die für sie niedrigsten Ziele setzten (Bjørn et al. 2022).

Der Netto-Null-Standard lag zum Veröffentlichungszeitpunkt der von uns untersuchten Nachhaltigkeitsberichte noch nicht vor. Die **Science Based Target Initiative** lieferte Unternehmen aber bereits davor eine Grundlage, um wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele zu entwickeln. Die Initiative bietet Methoden und Kenntnisse für Klimaschutz in Unternehmen und validiert für ihre Mitglieder die gesetzten Ziele. Gemäß der SBTi stehen die durch sie validierten Ziele im Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen. Die Validierung von Unternehmenszielen wird jedoch teilweise kritisch betrachtet, u. a. wird kritisiert, dass das Ambitionsniveau eher niedrig ist, dass die unternehmensspezifische Bewertung einem umfassend wissenschaftsbasierten Ansatz nicht gerecht wird (New Climate Institute & Carbon Market Watch 2022). Weiterhin wird teilweise kritisiert, dass die Initiative als von den validierten Unternehmen bezahlte Dienstleisterin einem Interessenkonflikt unterliege (New Climate Institute & Carbon Market Watch 2022)

Zielsetzung und Methodik

Bislang sind unternehmerischer Klimaschutzaktivitäten also nur bedingt vergleichbar. Zeithorizont sowie Umfang der Zielsetzungen sind nicht einheitlich. Zudem unterscheidet sich die Art und Weise, mit der die Unternehmen diese Ziele erreichen wollen. Neben der Reduzierung der eigenen Emissionen ist es möglich, Emissionen außerhalb der eigenen Wertschöpfungsketten durch den Kauf von Kompensationszertifikaten für Klimaschutzprojekte auszugleichen. Um differenzieren zu können, ob die vielzähligen Versprechen zielführend sind, ist ein kritischer Blick auf **Umfang, Art und Qualität der Klimaberichterstattung** notwendig. Hierfür haben wir die 100 bewerteten Unternehmen im Hinblick auf diese Unterschiede untersucht: Gibt es ein Ziel zur Klimaneutralität? Wenn ja, wie ist es ausgestaltet und wie wird der Ansatz zum Erreichen der Klimaneutralität dargelegt?

Wir haben alle Unternehmensberichte auf Klimaneutralitätsziele wie „CO_2-Neutralität“ oder „Netto-Null“ untersucht. Spezifischer wurde dann analysiert, wie die Berichterstattung ausdifferenziert wird. Anhand einer qualitativen Datenanalyse wurden die verschiedenen Ambitionslevel hinsichtlich der Klimaneutralität differenziert und die gesammelten Daten anschließend quantitativ ausgewertet.

Ergebnisse

Ein Großteil der untersuchten Unternehmen setzt sich Ziele zur Klimaneutralität, siehe Abbildung 46: **74 Prozent der Großunternehmen** (46 Unternehmen) und **48 Prozent der KMU** (19 Unternehmen) **wollen klimaneutral werden** oder geben an, dies bereits erreicht zu haben.[26] Allerdings erläutern nur wenige Unternehmen, was sie genau unter „klimaneutral“ oder „CO_2-neutral“ verstehen. Als Good-Practice-Beispiel kann etwa Audi dienen: In einer Fußnote erklärt das Unternehmen, wie es den Begriff Klimaneutralität versteht. Hipp gibt an, Klimaneutralität bereits erreicht zu haben und strebt darüber hinaus an „klimapositiv“ zu produzieren. Das Unternehmen möchte Projekte zum Klimaschutz entlang der Wertschöpfungskette ausbauen und so über die CO_2-Kompensation hinaus einen positiven Beitrag schaffen.

[26] Im Kurzbericht zum Ranking (IÖW & Future 2022) werden bei den KMU nur 18 Unternehmen aufgeführt, bei der detaillierten Analyse für diesen Bericht stellte sich heraus, dass ein Unternehmen, das angibt bereits klimaneutral zu sein, übersehen wurde.

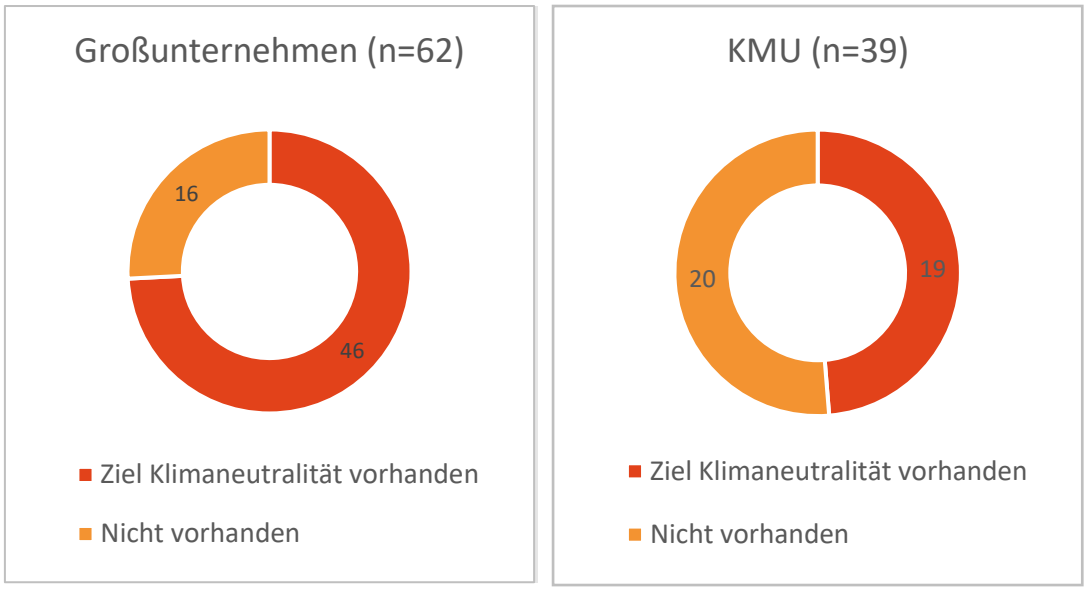

Abbildung 46: Wie viele Unternehmen setzen sich Ziele zur Klimaneutralität?

Abbildung 47 stellt dar, für welche **Scopes** die Unternehmen Ziele formulieren. Die Mehrheit der Großunternehmen (67 %) und 8 KMU (41 %) setzen sich Klimaneutralitätsziele für Scope-1- und Scope-2-Emissionen, vier Großunternehmen beziehen sich hierbei jedoch lediglich auf einzelne Geschäftsbereiche und/oder Regionen, so dass diese als Teilziele gewertet wurden. 18 Großunternehmen (42 %) und acht KMU haben zusätzlich für ihre Scope-3-Emissionen Ziele zur Klimaneutralität formuliert. Sieben Großunternehmen und ein KMU beziehen sich explizit auf einen Teil der 15 Scope-3-Kategorien gemäß GHG Protocol (ebenfalls als Teilziel gewertet). Bei einigen Unternehmen wird aufgrund der Formulierung nicht deutlich, auf welche Scopes sich die Ziele zur Klimaneutralität beziehen, diese sind als „unklar“ ausgewiesen.

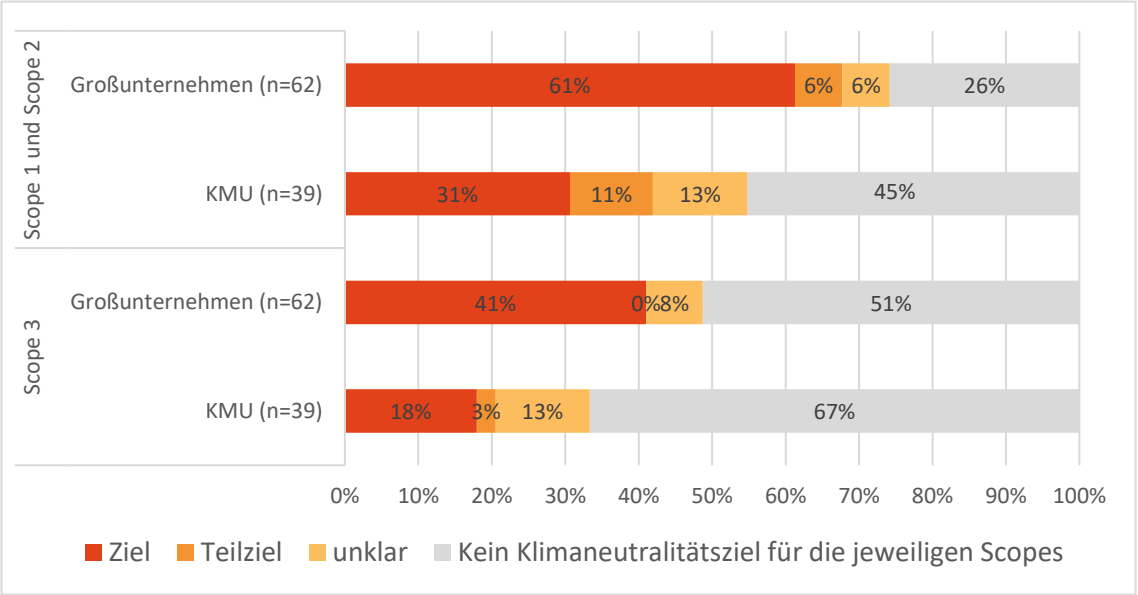

Abbildung 47: Für welche Scopes formulieren die Unternehmen Klimaneutralitätsziele?[27]

[27] Abweichungen von 100 Prozent ergeben sich durch Rundungsfehler.

Die **Scope-3-Emissionen** umfassen vor- und nachgelagerte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, wie etwa Emissionen der Produktnutzung und von Lieferanten. Diese machen oft einen Großteil der Gesamtemissionen aus, folglich sollten Unternehmen sich auch hierfür Reduktionsziele setzen. Die Berechnung und Reduzierung von Scope-3-Emissionen ist unsicherer und komplexer, da sich die Aktivitäten verschiedener Akteure überschneiden. Dennoch ist es wichtig, diese Emissionen mit einzubeziehen und durch Kooperation entlang der Lieferkette zu reduzieren. Es ist davon auszugehen, dass auch Unternehmen, die ihre Ziele auf die Scope-3-Emissionen beziehen, einzelne Kategorien ausklammern, dies aber in ihren Berichten nicht deutlich darlegen. Transparenz in der Berichterstattung könnte hier beispielsweise durch den Bezug auf die Kategorien des GHG-Protokolls erreicht werden. Die Unternehmen sollten begründen, warum sie die Scope-3-Emissionen oder einzelne Kategorien noch nicht miteinbeziehen und darlegen, wie sie zukünftig damit umgehen wollen.

Der Großteil der Unternehmen, die sich Klimaneutralitätsziele setzten, berichtet auch über **Zieljahre**. Sowohl bei den Großunternehmen als auch bei den KMU werden lediglich in wenigen Berichten Scopes oder Zieljahr nicht deutlich. Die angestrebten Zieljahre variieren zwischen den Unternehmen (Abbildung 48). Die Mehrheit der Großunternehmen strebt Netto-Null-Emissionen für Scope 1 und Scope 2 zwischen 2030 und 2040 an, einige bereits für 2025, andere erst für 2050. Zehn Großunternehmen geben an, ihr Klimaneutralitätsziel (für Scope 1 und 2) bereits erreicht zu haben, ebenso wie mehr als die Hälfte der KMU mit Klimaneutralitätsziel. Bei den anderen KMU erstreckt sich das Zeitziel auf die Spanne zwischen 2025 und 2050, dies gilt auch für die Neutralitätsziele für Scope-3-Emissionen. Bei den Großunternehmen, die zu Scope 3 berichten, ist das Zieljahr meist 2050 (17 Unternehmen). Einige Unternehmen haben Teilziele zu Scope-3-Emissionen für einen früheren Zeitpunkt festgelegt. So gibt das Unternehmen Allianz an, bereits 2012 Klimaneutralität für alle Scope-3-Kategorien mit Ausnahme der Kategorie 15 „Investitionen“ erreicht zu haben und vollständige Klimaneutralität bis 2050 anzustreben. Porsche und Talanx wollen bereits im Jahr 2030 entlang der Wertschöpfungskette klimaneutral sein.

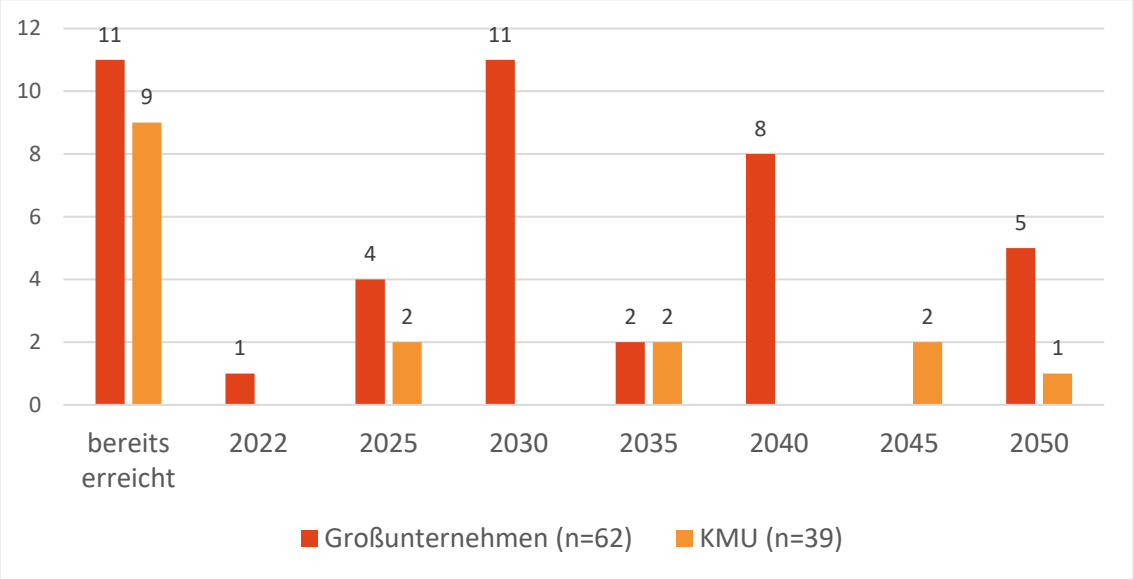

Abbildung 48: Welches Zieljahr setzen sich Unternehmen bezüglich Klimaneutralität für Scope-1- und Scope-2-Emissionen?

Wie Unternehmen ihre Klimaneutralitätsziele erreichen wollen, zeigen sie in ihren Berichten über die Darstellung von Ansätzen und Maßnahmen. Hierzu gehören meist ein höherer Anteil

erneuerbarer Energien für den Strombezug sowie eine verbesserte Energieeffizienz. Viele Großunternehmen wollen weiterhin Emissionen entlang der Wertschöpfungsketten reduzieren und darüber hinaus CO_2-Emissionen kompensieren, indem sie Klimaschutzprojekte finanzieren. Die meisten Berichte stellen allerdings ihre geplanten **Reduktionspfade** nicht dar und machen nicht deutlich, welche Anteile sie durch Vermeidung, Reduktion und Kompensation erreichen wollen. Ausnahmen sind etwa die Münchener-Rück-Gruppe, EnBW, HeidelbergCement und Bosch, die mit der Darstellung ihrer geplanten Reduktionspfade überzeugen. So gibt beispielsweise Bosch an, seit 2020 weltweit an den eigenen Standorten klimaneutral zu sein. Nun hat das Unternehmen darauf aufbauend weitergehende neue Ziele definiert. So berichtet das Unternehmen einerseits darüber, wie für die eigenen Emissionen die Qualität der Neutralstellung optimiert werden soll, indem es anstrebt, den Anteil an Kompensation und den Grünstrombezug von Dritten zu verringern und den Anteil an Energieeffizienzeinsparungen und Eigenerzeugung von regenerativer Energie zu erhöhen. Andererseits sollen die Emissionen in den vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette (Scope 3) weiter systematisch verringert werden.

Viele der Unternehmen machen nicht deutlich, wie sie ihren Maßnahmenmix zur Emissionsreduktion bis zum Zieljahr entwickeln wollen, sondern stellen dies nur exemplarisch dar. Somit wird oft nicht klar, ob es sich bei den geplanten **Kompensationen** um eine temporäre oder dauerhafte Lösung handelt. Von den Unternehmen, die angeben bereits klimaneutral zu sein wie Deutsche Bank, Ergo, Münchener Rück, NRW-Bank und Bosch, kompensieren alle einen Teil der Emissionen durch die Investition in Klimaschutzprojekte. Jedes zweite Großunternehmen nutzt Kompensation, um klimaneutral zu werden oder plant dies (Abbildung 49). Bei 23 % der Unternehmen wird nicht deutlich, inwiefern Kompensationen in ihrer Klimaneutralitätsstrategie eine Rolle spielen. Nur ThyssenKrupp schließt Kompensation explizit aus und strebt an, das Klimaneutralitätsziel durch folgende Hebel zu erreichen: direkte Vermeidung von CO_2 durch den Einsatz grünen Wasserstoffs sowie CO_2-Abscheidung und Verwendung. Von den KMU mit Klimaneutralitätsziel nennen die meisten Kompensation explizit als Strategie, ein kleiner Teil macht keine Angaben hierzu.

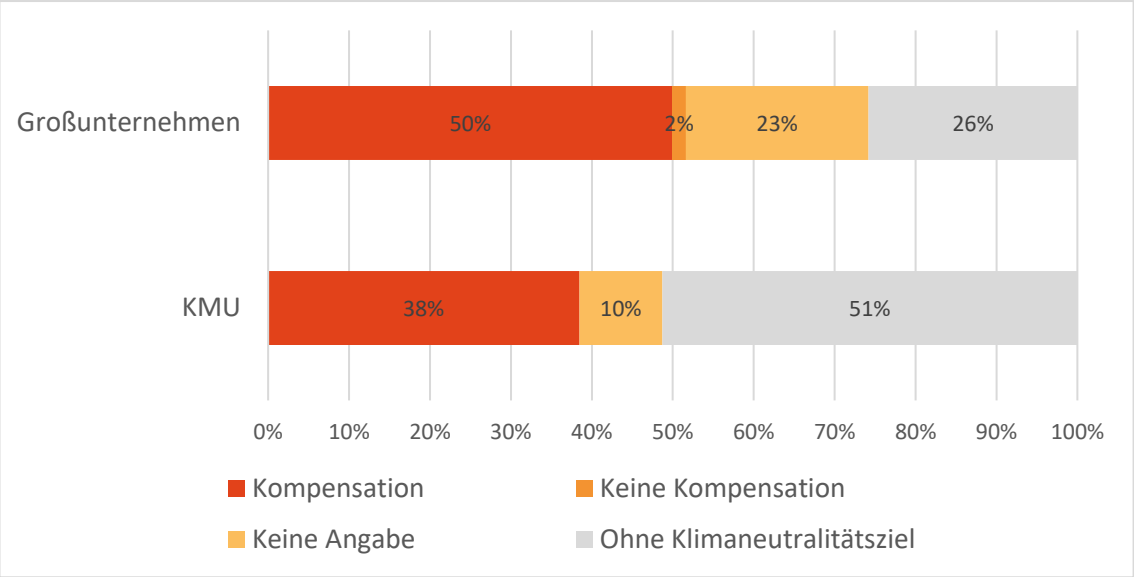

Abbildung 49: Nutzen die Unternehmen Kompensation zur Erreichung der Klimaneutralitätsziele?

Wie konkret die Kompensationsstrategie dargestellt wird, unterscheidet sich zwischen den Unternehmen deutlich. Viele nennen Kompensation lediglich als einen Pfeiler ihrer Netto-

Null-Strategie bzw. berufen sich auf den Grundsatz „Vermeiden, Reduzieren, Kompensieren“. Von den Großunternehmen, die kompensieren oder dies planen, gibt ein Drittel an, ausschließlich **zertifizierte Projekte zur Kompensation** zu nutzen. Bei den KMU sind es 42 Prozent (Abbildung 50). Häufig genannt werden Gold Standard, Clean Development Mechanism (CDM) und Verified Carbon Standard. Einige Unternehmen stellen ihr aktuelles Projektportfolio zur Kompensation dar, so etwa die Deutsche Bank und das Immobilienunternehmen Alstria. Ob die genutzten Kompensationsprojekte auf die **Reduktion von CO_2-Emissionen oder die Bindung von CO_2** aus der Atmosphäre in langfristigen Senken abzielen, wird oft nicht spezifiziert beziehungsweise nur exemplarisch angegeben.[28] Da sich die Kompensationsstrategien CO_2-Bindung vs. Emissionsreduzierung in Ihrem Wirkungsgrad und der Langfristigkeit der ausgeglichenen Emissionen unterscheiden, sollten Unternehmen darüber berichten, auf welchen Ansatz sie setzen. Die Münchener Rück unterscheidet vorbildlich zwischen Kompensation durch Reduzierung und durch CO_2-Bindung und stellt dar, wie sich im Laufe der Zeit die Anteile zu Gunsten der CO_2-Bindung verschieben sollen. Alstria setzt sich im Bericht kritisch mit dem Thema Kompensation auseinander.

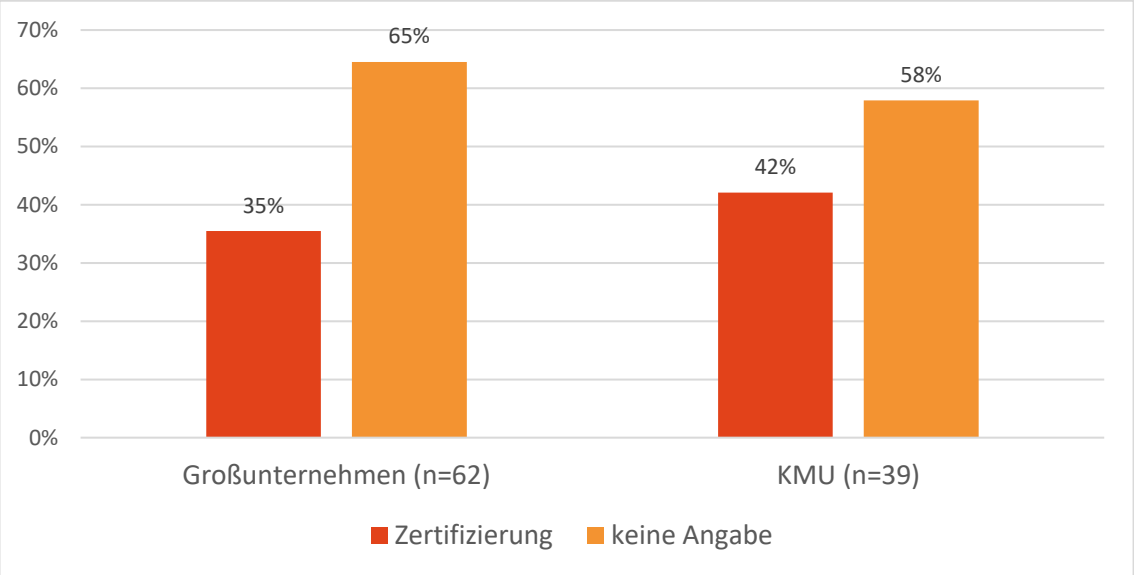

Abbildung 50: Nutzen die Unternehmen Zertifizierungen für ihre Kompensationsprojekte?

20 Großunternehmen berichten darüber, dass sie **gemäß SBTi wissenschaftlich basierte Reduktionsziele** für Scope 1 und Scope 2 entwickelt haben und diese von der SBTi validiert wurden (Abbildung 51). Wichtig hierbei ist, dass Kompensationen außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette gemäß SBTi nicht für die Ziele angerechnet werden dürfen, ebenso werden vermiedene Emissionen von Produkten des Unternehmens nicht miteinbezogen. Mit den SBTi-Zielen legen die Unternehmen somit einen Fokus darauf, die Emissionen in der eigenen Wertschöpfungskette zu reduzieren. Fünf Großunternehmen sind der Initiative beigetreten und verpflichten sich somit entsprechende Ziele innerhalb eines Jahres zu entwickeln und einzureichen. Einige Großunternehmen haben darüber hinaus auch für ihre Scope-3-Emissionen Ziele zur Prüfung eingereicht. Bei den KMU berichten lediglich die Unternehmen Adva und Alstria über ihre gemäß SBTi validierten Reduktionsziele. Neumarkter Lammsbräu ist neu

[28] Bei der Kompensation durch die CO_2-Bindung (englisch: Carbon Removal) wird CO_2 langfristig der Atmosphäre entzogen. Dies kann durch technologische Verfahren oder Speicherung in natürlichen Senken umgesetzt werden. Bei der Kompensation durch Reduktion wird in Projekte investiert, die zu verminderten Emissionen führen.

der SBTi beigetreten. Somit zeigt sich hier ein deutlicher Unterschied zwischen Großunternehmen und KMU.

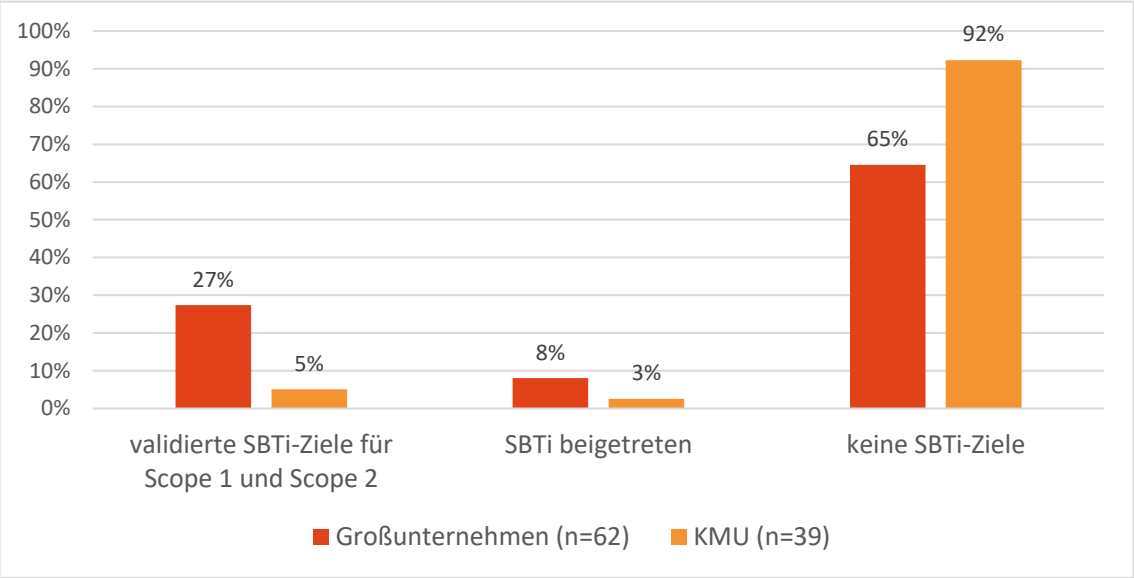

Abbildung 51: Setzen sich die Unternehmen Ziele gemäß der SBTi?

Fazit & Ausblick

Unsere Untersuchung zeigt, dass die Berichterstattung über Klimaneutralitätsziele erhebliche Mängel aufweist. Um dies zu verbessern, wäre ein wichtiger erster Ansatzpunkt, mehr Klarheit bei den verwendeten Begrifflichkeiten zu schaffen. Weiterhin gibt es **Nachholbedarf bei der Darstellung, mit welchen Strategien die Unternehmen ihre Ziele erreichen** wollen. Um klimaneutral zu werden, sollten Vermeidung und Reduzierung von Emissionen stets Vorrang haben und lediglich unvermeidbare Emissionen kompensiert werden. Kompensationsprojekte wurden in letzter Zeit stark kritisiert, da ihr Beitrag zum Klimaschutz von vielen Faktoren wie etwa ihrer Langfristigkeit und Irreversibilität abhängt. Die Möglichkeit, CO_2-Emissionen finanziell zu kompensieren, birgt die Gefahr, dass die Motivation der Unternehmen abnimmt, ihre eigenen Emissionen zu senken. **Mehr Transparenz bezüglich Art und Umfang der Klimaschutzprojekte sowie der angestrebten Reduktionspfade** würde es verschiedenen Stakeholdergruppen erleichtern, das Ambitionslevel der Unternehmen zu bewerten. Weiterhin sollten die Unternehmen eine Strategie vermitteln, wie sie die **Kompensation mittelfristig reduzieren** wollen. Die Mängel in der Berichterstattung über Klimaneutralität sind teilweise auf fehlende Konzepte und Methodenstandards zurück zu führen. Einerseits sorgt die Heterogenität der verschiedenen Verständnisse und Ansätze für einen Mangel an Vergleichbarkeit, andererseits hinkt die Umsetzung seitens der Unternehmen hinterher. Die SBTi und ISO erweitern zurzeit das Rahmenwerk für die Netto-Null-Ziele und liefern hiermit internationale Standards als Orientierung für die Berichterstattung der Unternehmen.

6.2 CORONA

Die Corona-Pandemie hat seit dem Jahr 2020 erheblichen Einfluss auf den Alltag. Insbesondere die Verordnung des ersten Lockdowns im März 2020 hat zu gravierenden Veränderungen im Leben der Menschen und im Unternehmensalltag geführt. Dementsprechend spielt

das Thema in den Nachhaltigkeitsberichten des Jahres 2021 eine wichtige Rolle. Die Verantwortung, die für Unternehmen aufgrund der Pandemie entsteht, ist vielseitig: **Mitarbeiter*innen, Kund*innen** und weitere **Stakeholder** müssen vor möglichen Infektionen geschützt werden, **Lieferketten** müssen aufrechterhalten werden und das **gesellschaftliche Umfeld** erwartet Unterstützung in dieser Krisensituation. Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 bewertet Nachhaltigkeitsberichte, die bis Ende Juni 2021 (Großunternehmen) bzw. Mitte September 2021 (KMU) veröffentlicht wurden. Aus diesem Grund hat das Thema eine besondere Aktualität, da es die ersten Nachhaltigkeitsberichte sind, die seit Beginn der Corona-Pandemie veröffentlicht wurden.

Zielsetzung und Methodik

Aufgrund dieser besonderen Relevanz haben wir die Berichterstattung über die **Auswirkungen der Corona-Pandemie** untersucht: Wie betrifft die Pandemie die Unternehmen? Wie schützen Unternehmen ihre Mitarbeitenden vor der Pandemie?

Zunächst haben wir die Berichterstattung über die Corona-Pandemie explorativ untersucht: Während der Bewertungsphase wurden die Themen gesammelt, über die im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie berichtet wurde. Anschließend wurde mit einem deskriptiven Ansatz analysiert, welche Unternehmen über bestimmte Themen berichten. Ziel dieser Sonderauswertung ist es, einen Überblick über Themen und Umfang der Auseinandersetzung mit der Corona-Pandemie zu geben. Darüber hinaus werden Beispiele guter Berichterstattungspraxis aufgeführt.

Methodisch wurde folgendermaßen vorgegangen: Berücksichtigt wurden diejenigen Unternehmen des Rankings 2021, deren Nachhaltigkeitsbericht mindestens über das erste Halbjahr 2020 berichtet. Diese Nachhaltigkeitsberichte sowie relevante Zusatzdokumente wurden anhand einer qualitativen Textanalyse mit der Software Maxqda ausgewertet. Die Seitenzahlen der folgenden Quellenangaben beziehen sich jeweils auf den Nachhaltigkeitsbericht des entsprechenden Unternehmens, das in den Ergebnistabellen für Großunternehmen (s. Abschnitt 4.2.1) und KMU (s. Abschnitt 5.2.1) aufgeführt ist.

Umfang der Berichterstattung über Corona

Bei den Großunternehmen wurden die 55 Nachhaltigkeitsberichte analysiert, deren Berichtszeitraum mindestens das erste Halbjahr 2020 einschließt. Bei sieben Großunternehmen, liegen die Berichtszeiträume vor der Pandemie: Aldi, Bayerische Landesbank, Debeka, Ergo, Heraeus, Schwarz und TUI[29]. Da viele KMU einen längeren Berichtszyklus wählen, ist der Anteil der Unternehmen, deren Berichtszeitraum vor dem ersten Halbjahr 2020 endet, größer als bei den Großunternehmen. In dieser Sonderauswertung werden 23 Berichte von KMU berücksichtigt (siehe Abbildung 52).[30]

[29] Von TUI nimmt der Sustainability Report 2019 mit dem Berichtszeitraum 1.10.2018-30.09.2019 am Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 teil. Da dieser Bericht im April 2020 veröffentlicht wurde und TUI als Reiseveranstalter besonders von der Pandemie betroffen ist, gibt es dennoch eine Sonderseite zur Corona-Pandemie, die jedoch nicht in die folgende Analyse einfließt.

[30] Folgende KMU sind aufgrund des Berichtszeitraums aus der Corona-Auswertung ausgenommen: Alnatura, Assmann, Bremenports, BVE, Carglass, Denios, Elobau, Gebäudeservice Wodara, Gerüstbau Gemeinhardt, Hakro, Hamburg Port Authority, Lebensbaum, Niedersachsen Ports, Sonnendruck, Studiosus, Wilkhahn

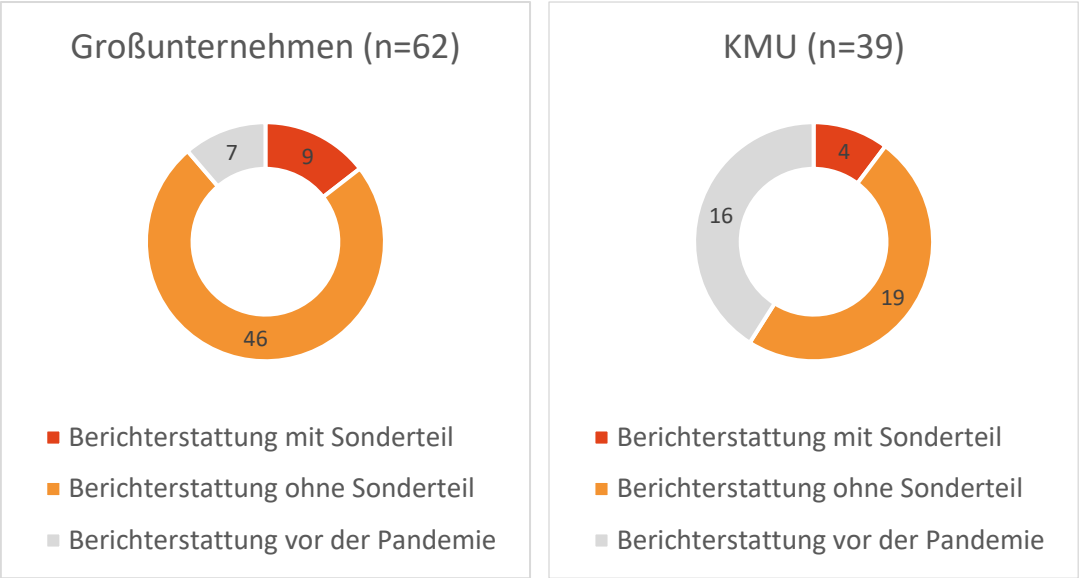

Abbildung 52: Wie berichten die Unternehmen über Corona?

Einige Unternehmen widmen der Corona-Pandemie einen Sonderteil in ihrem Nachhaltigkeitsbericht. Neun Großunternehmen sowie vier KMU berichten in einem Umfang zwischen einer und acht Seiten ausschließlich über die Folgen der Pandemie. Auf den ersten Blick wirkt die Berichterstattung von Evonik bei den Großunternehmen und BVB bei den KMU mit jeweils acht Seiten am ausführlichsten. Der Sonderteil von Evonik umfasst jedoch viele allgemeine Themen rund um die Pandemie, etwa wie sie die Zukunft des Homeoffice und die Gestaltung von Lieferketten beeinflusst und weniger die Folgen für das Unternehmen selbst. Insgesamt werden in den Sonderteilen weniger Zahlen und Fakten präsentiert, sondern mehr subjektive Einschätzungen der Mitarbeiter*innen sowie eine oberflächliche Betrachtung der neuen Situation. Der Fokus der **Corona-Sonderteile** liegt auf den Themen **Gesundheitsschutz der Mitarbeiter*innen und Spendenaktionen für Corona-Hilfsmaßnahmen**, u. a. in Form von Masken und Desinfektionsmitteln. Einige Unternehmen wie Audi, Porsche und Siemens berichten auch über kurzzeitige Schließungen von Produktionsstandorten: Bei Audi standen die Bänder für fünf Wochen still, bei Porsche hat es sechs Wochen gedauert, bis die Produktion wieder angelaufen ist. Die meisten Unternehmen integrieren die Auswirkungen der Corona-Pandemie in verschiedene Kapitel (z. B. Mitarbeiterverantwortung, gesellschaftliches Umfeld) und auch die Berichte, die einen Sonderteil haben, gehen in den jeweiligen Themenfeldern zusätzlich auf die Pandemie ein.

Einfluss der Corona-Pandemie auf die Ranking-Kriterien

Die Corona-Pandemie beeinflusst den Unternehmensalltag auf vielfältige Weise. Die berichteten Themen werden folgenden Oberkriterien des Rankings zugeordnet und ausgewertet: Strategie- und Zielentwicklung, Verantwortung für die Mitarbeiter*innen, ökologische Verantwortung an den Standorten, Produktverantwortung, Verantwortung in der Lieferkette und Gesellschaftliches Umfeld.

Strategie- und Zielentwicklung

Ein Aspekt des Oberkriteriums Strategie- und Zielentwicklung betrifft die **Einbeziehung von Stakeholdern**. Durch die Pandemie konnten viele Veranstaltungen mit Stakeholdern nicht

wie gewohnt stattfinden, sondern es mussten neue Möglichkeiten der Partizipation gefunden werden. Die meisten Unternehmen berichten, wie sie ihre Stakeholder-Dialoge und andere Formate **virtuell** oder in hybrider Form abgehalten haben. Viele Unternehmen standen dabei zunächst vor der Herausforderung, eine geeignete Alternative zu finden und die Technik so zu nutzen, dass ein guter Austausch entsteht.

Darüber hinaus erfordert das Management der Corona-Pandemie auch neue Gremien. In einem Großteil der Nachhaltigkeitsberichte wird von **Krisenstäben oder Task Forces** berichtet, die zu Beginn des Jahres 2020 spontan gebildet wurden. Die meisten Unternehmen berichten, wie sich ihre Krisenstäbe zusammensetzen und wie Entscheidungen getroffen werden, um die Weiterführung der Geschäftstätigkeit, die Liquidität sowie den Gesundheitsschutz der Mitarbeiter*innen sicherzustellen.

Verantwortung für die Mitarbeiter*innen

Die Verantwortung für ihre Mitarbeiter*innen stellten viele Unternehmen in den Fokus der Corona-Berichterstattung. Im Ranking-Modul **„Gesundheitsschutz Corona“** werden vier Großunternehmen und fünf KMU mit „vollständig erfüllt“ bewertet (Abbildung 53): 50Hertz, EnBW, Merck und ThyssenKrupp überzeugen mit den Darstellungen ihrer Hygiene-Konzepte. Ebenso stellen Alstria, Arno, Fraunhofer Institut ISE, Hipp und Memo ihre Maßnahmen zum Gesundheitsschutz in der Corona-Pandemie ausführlich dar. Allerdings behandeln nicht alle Berichte ausreichend die Maßnahmen zum Infektionsschutz: 40 Prozent der Großunternehmen und 30 Prozent der KMU erfüllen die Kriterien dieses Moduls nicht oder nur teilweise. Teilweise fehlen Informationen, wie Mitarbeiter*innen geschützt werden, die nicht ins Homeoffice ausweichen konnten, und es wird kaum darauf eingegangen, wie mit den negativen Auswirkungen der Schutzmaßnahmen umgegangen wird, beispielsweise wie Unternehmen „Maskenpausen“ ermöglichen, wenn die Mitarbeiter*innen am Arbeitsplatz eine Maske tragen mussten.

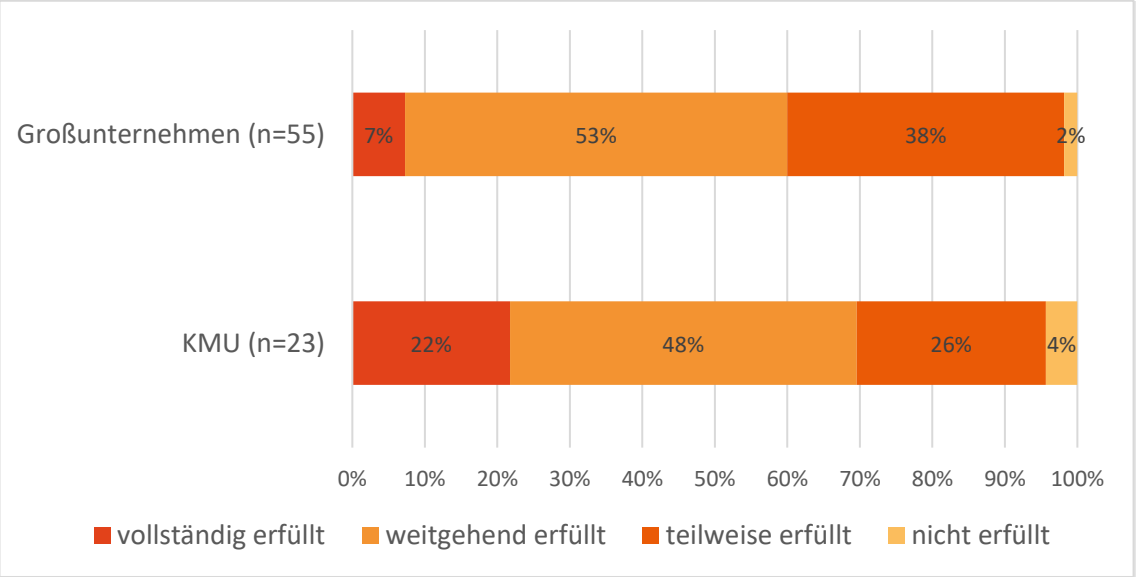

Abbildung 53: Ergebnisse der Großunternehmen und KMU im Modul „Gesundheitsschutz Corona“

Eine Maßnahme zum Gesundheitsschutz, die viele Unternehmen genutzt haben, ist die Verlagerung der Tätigkeit ins **Homeoffice**. 52 der 55 ausgewerteten Großunternehmen und 19

von 23 KMU berichten, dass zumindest Teile der Belegschaft während der Pandemie im Homeoffice arbeiten und sich dadurch Unternehmenskultur, Abläufe und Ansprüche an digitale Lösungen verändern. Die Automobilhersteller BMW und Volkswagen sowie der Getränkeproduzent Neumarkter Lammsbräu erwähnen zwar in ihren Nachhaltigkeitsberichten die Möglichkeit der mobilen Arbeit, stellen diese allerdings nicht als eine Maßnahme zum Gesundheitsschutz während der Pandemie dar. Das Handelsunternehmen Metro, der Lebensmittelhersteller Bohlsener Mühle, der Versorgungsdienstleister Mainova sowie die Steinbildhauerei Vincent berichten gar nicht über die Möglichkeit, aus dem Homeoffice zu arbeiten.

Der Umfang der Berichterstattung über das mobile Arbeiten während der Pandemie variiert stark: Während einige Unternehmen die Möglichkeit wie eine Selbstverständlichkeit in einem Nebensatz erwähnen, erörtern andere die Herausforderungen und Chancen der veränderten Arbeitssituation oder nennen Zahlen, wie viele Mitarbeiter*innen von zu Hause gearbeitet haben. Hierbei kommen vor allem Unternehmen der Versicherungsbranche auf hohe Quoten: bei R+V arbeiteten 90 Prozent der Mitarbeiter*innen aus dem Homeoffice, bei Münchener Rück fast 100 Prozent und Hannover Rück berichtet, dass alle Mitarbeiter*innen weltweit zu Hochzeiten der Pandemie von zu Hause gearbeitet haben. Siemens berichtet, dass weltweit 220.000 Beschäftigte (ca. 75 % der Gesamtbelegschaft) Homeoffice genutzt haben, bei der Deutschen Telekom waren es 180.000 Mitarbeiter*innen (ca. 80 % der Gesamtbelegschaft) weltweit. Viele Unternehmen waren gut vorbereitet auf das mobile Arbeiten, einige stellte es vor Herausforderungen. So schnell wie möglich mussten Laptops und andere mobile Endgeräte beschafft sowie zusätzliche Server in Betrieb genommen werden. Darüber hinaus berichten viele Unternehmen von angebotenen Schulungen zu der ungewohnten Arbeitssituation, wie z. B. zur Zeiteinteilung im Homeoffice, und von der digitalen Einarbeitung von Beschäftigten, die bisher gar nicht von Zuhause gearbeitet haben.

Viele Unternehmen geben an, dass die Zeit lehrreich für sie gewesen ist und dass sie in Zukunft die Möglichkeiten des mobilen Arbeitens stärker nutzen wollen. Sie sehen die Chance, dadurch als Arbeitgeber an Attraktivität zu gewinnen sowie den Beschäftigten die Verbindung zwischen Arbeit und Familie zu erleichtern. Viele Unternehmen berichten weiter, dass neu gebildete Arbeitsgruppen Konzepte ausarbeiten, wie die Erfahrungen aus der Zeit des mobilen Arbeitens für die Zukunft genutzt werden können, ohne den Zusammenhalt in den Teams zu verlieren oder die Unternehmenskultur zu verschlechtern.

Durch die Lockdowns, schwierige Betreuungssituation sowie Sorge vor Ansteckung hat die Corona-Pandemie auch Auswirkungen auf die **mentale Gesundheit**. Hierauf gehen viele Unternehmen in ihren Nachhaltigkeitsberichten ein und zeigen, mit welchen Maßnahmen sie darauf reagieren. Am häufigsten sind digitale Angebote zur Prävention, u. a. LBBW, Covestro und Adidas berichten darüber. Einige Unternehmen bieten individuelle Sprechstunden an – entweder mit Mitarbeitenden aus dem Personalbereich (z. B. Audi), externen Berater*innen (z. B. 50Hertz, R+V) oder internen Mental-Health-Teams (z. B. Merck). Besonders heraus sticht das Angebot der Allianz: Neben digitalen Präventionsangeboten sowie kontinuierlicher Information über die Bedeutung mentaler Gesundheit werden einige Mitarbeiter*innen zu Ersthelfer*innen für mentale Gesundheit ausgebildet. Darüber hinaus fand 2020 ein virtueller „Global Mental Health Day“ mit virtuellen Aktivitäten und Diskussionen statt, zu dem alle Mitarbeiter*innen eingeladen waren.

Besonders herausfordernd ist die Corona-Pandemie für Eltern. Viele Unternehmen (z. B. 50Hertz und Siemens) haben ihre Arbeitszeitregelungen flexibilisiert, damit Eltern ihre Kinder in Zeiten pandemiebedingter Schließungen von Schulen und Kindertagesstätten jederzeit be-

treuen können. Darüber hinaus haben einige Unternehmen (z. B. Memo, Helios) ihre unternehmenseigene Betreuung und Austauschmöglichkeiten unter Eltern (z. B. Stadtwerke München und Alstria) ausgebaut. Bei Talanx und EnBW konnten Mitarbeiter*innen ihre Kolleg*innen durch Überstunden- bzw. Resturlaubsspenden bei der Kinderbetreuung unterstützen. Einige Unternehmen unterstützen die Eltern innerhalb der Belegschaft mit virtuellen Angeboten: Uniper bietet virtuelle Kinderbetreuung an, Adidas Nachhilfeunterricht sowie Bewegungs- und Bastelaktivitäten. Insgesamt haben viele Unternehmen ein **digitales Angebot** aufgebaut, um ihre Mitarbeiter*innen zu unterstützen und trotz der Pandemie das Gemeinschaftsgefühl zu stärken: von Sport- und Meditationsangeboten über Kurse mit Tipps zum mobilen Arbeiten bis hin zu gemeinsamen virtuellen Mittags- oder Kaffeepausen.

Die Unternehmen, die die Produktion im Frühjahr 2020 unterbrochen haben, haben ihre Produktionsmitarbeiter*innen für diese Zeit freigestellt (Audi, BMW, Continental, HeidelbergCement, Kion, MAN, Schaeffler, ThyssenKrupp, Volkswagen). Um Personalkosten einzusparen, nutzten einige Unternehmen **Kurzarbeit**. So berichten die Deutsche Bahn (DB Cargo UK), Infineon, Bosch und die Deutsche Post über die Einführung von Kurzarbeit. Eine Ausnahme sind Unternehmen, die angeben, wie lange sie Kurzarbeit in Anspruch genommen haben: Mitarbeiter*innen von Daimler etwa waren von Anfang April bis Anfang Juni in Kurzarbeit. Insbesondere für die Lufthansa war Kurzarbeit eine wichtige Maßnahme, um die Pandemie zu bewältigen. Das Unternehmen nahm Kurzarbeit über das Jahr 2020 hinaus in Anspruch und stockte die Zahlungen auf 90 Prozent bzw. ab 2021 auf 87 Prozent auf. Um Kurzarbeit so weit wie möglich zu vermeiden, setzte die Rewe-Gruppe einige Mitarbeiter*innen der Touristikvertriebslinie DER Touristik zur Unterstützung im Lebensmitteleinzelhandel bei Rewe und Penny ein. Einige Unternehmen berichten außerdem, dass sie durch flexiblere Arbeitszeiten keine Kurzarbeit in Anspruch nehmen mussten, wie z. B. Hapag-Lloyd, BVB und Memo. Unter den KMU berichten Sedus, Neumarkter Lammsbräu sowie die Stadtreinigung Hamburg mit ihren Gebrauchtwarenkaufhäusern von Kurzarbeit. Lediglich Neumarkter Lammsbräu erwähnt, dass sie das Kurzarbeitergeld um 50 Prozent des Differenzbetrages aufgestockt haben. Des Weiteren berichten einige Unternehmen (u. a. Deutsche Post, Stadtwerke München und die Steinbildhauerei Vincent) über Corona-Sonderzahlungen, um die Arbeit ihrer Beschäftigten in der herausfordernden Pandemiesituation zu würdigen.

Über den Schutz der Mitarbeiter*innen, die nicht im Homeoffice arbeiten konnten, berichten die Unternehmen weniger umfangreich. Hierzu berichten Unternehmen über Masken und Desinfektionsmittel, die sie den Beschäftigen zur Verfügung stellen, sowie über eingeführte Abstandsregeln. In Unternehmen mit Schichtarbeit wurden teilweise die Schichtzeiten angepasst, um Kontakte zwischen den verschiedenen Schichten zu vermeiden.

Ökologische Verantwortung an den Standorten

Viele Unternehmen berichten, dass sie 2020 den **Energieverbrauch** an den Standorten reduzieren konnten. Neben verbesserten Energieeffizienzmaßnahmen ist die Corona-Pandemie ein entscheidender Faktor dafür. Der Grund für einen geringeren absoluten Energieverbrauch ist bei vielen Unternehmen die **reduzierte Produktionsauslastung** (z. B. Bayer, Bertelsmann) bzw. eine **Unterbrechung der Produktion** (z. B. Continental, Daimler) während des Lockdowns im Frühjahr 2020. Einige Automobilhersteller (z. B. Audi, BMW, MAN) berichten wiederum von einem erhöhten Energieverbrauch pro produziertem Fahrzeug, da bei gleichbleibender Grundlast weniger Fahrzeuge hergestellt wurden. Auch bei BASF ist die Energieeffizienz zurückgegangen, da durch die geringere Nachfrage die Produktion heruntergefahren wurde. Die Deutsche Bahn und die Bremer Straßenbahn berichten ebenso über gesun-

kene Energieeffizienz durch die geringere Auslastung im Personenverkehr. Einige Unternehmen, wie Brenntag und HeidelbergCement, konnten keine Auswirkungen auf den Energieverbrauch feststellen, da alle operativen Betriebsabläufe aufrechterhalten wurden.

Während der Pandemie wurde das tägliche Pendeln vieler Mitarbeitender durch mobiles Arbeiten und viele Geschäftsreisen durch Online-Meetings ersetzt. Dadurch verzeichnen die meisten Unternehmen einen **Rückgang ihrer mobilitätsbedingten Treibhausgasemissionen**. Von überdurchschnittlichen Rückgängen berichten die Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche wie Banken und Versicherungen. Auch der Energieversorger Uniper berichtet von einem Rückgang der Emissionen aus Geschäftsreisen um 89 Prozent und das Handelsunternehmen BayWa um 84 Prozent. Viele Unternehmen wollen daraus Konsequenzen ziehen und prüfen, welche Geschäftsreisen nach der Pandemie durch virtuelle Meetings vermieden werden können. Während die meisten Unternehmen berichten, dass ihr Stromverbrauch in den Büros durch die Corona-Pandemie gesunken ist, erwähnen nur wenige, dass sie den Stromverbrauch ihrer Mitarbeitenden im Homeoffice in ihre Kalkulation mit einbeziehen (z. B. Commerzbank) oder dass der Mehrverbrauch der erhöhten IT-Anforderungen sogar die Einsparungen übersteigt (z. B. DZ Bank).

Produktverantwortung

Die größte Veränderung, die die Corona-Pandemie hinsichtlich der Produkte gebracht hat, ist die **Beschleunigung der Digitalisierung**. Nicht nur innerbetriebliche Prozesse wurden häufig über Nacht digitalisiert, sondern auch die Produkte und die Kommunikation mit den Kund*innen. So hat etwa die Allianz seit der Pandemie den Anspruch, für ihre Kund*innen jederzeit auf dem von ihnen gewünschten Weg erreichbar zu sein und hat dafür die digitale Kommunikation stark ausgebaut. Viele Unternehmen wie BayWa und die Landesbank Baden-Württemberg berichten darüber, dass sie ihre Online-Portale ausgebaut haben, um schnell und einfach auf digitalem Weg für ihre Kund*innen erreichbar zu sein. Die Landesbank Baden-Württemberg nennt außerdem eine erhöhte Nachfrage für kontaktlose, digitale Bezahlmöglichkeiten (z. B. Apple Pay) als Folge der Pandemie. In dem Zuge beschäftigen sich die Unternehmen vermehrt mit dem Thema **Corporate Digital Responsibility**, der digitalen Unternehmensverantwortung. Einige Unternehmen standen erstmals vor der Herausforderung, welche Vorkehrungen zum Datenschutz im Homeoffice nötig sind oder wie mit digitalisierten Produkten Kundendaten sicher bleiben. Unter anderem die Deutsche Bahn, Münchener Rück und Hapag-Lloyd haben die Herausforderung erkannt und berichten darüber in ihrem Nachhaltigkeitsbericht. Die Deutsche Telekom berichtet von einem digitalen Schutzpaket für die Sicherheit von sensiblen Kundendaten, das im Zuge der Pandemie angeboten wurde.[31]

Durch die wachsende Relevanz des mobilen Arbeitens haben die IT-Dienstleister Deutsche Telekom und SAP neue Lösungen entwickelt und ihre Produkte an die Umstände der Corona-Pandemie angepasst. Die Deutsche Telekom berichtet unter anderem über Angebote für Homeschooling und sicheres Homeoffice, während SAP ihre Kund*innen beim Umstieg in die Cloud-Technologie begleitet hat. Darüber hinaus haben die Energieversorger und IT-Dienstleister wie die Deutsche Telekom erkannt, dass sie ihre Produktverantwortung ausweiten müssen: Menschen, die unerwartet aus dem Homeoffice arbeiten, müssen zuverlässig mit

[31] Zum Thema Corporate Digital Responsibility erscheint gleichzeitig mit diesem Bericht eine Grundlagenstudie im Rahmen des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte. Alle Publikationen unter: https://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen

Strom und Internet versorgt werden, damit sie ihrer Arbeit so uneingeschränkt wie möglich nachgehen können.

Einige Unternehmen veränderten während der Pandemie ihre Produktion und stellten Produkte oder Dienstleistungen zur Pandemiebekämpfung oder zum Umgang mit der Pandemie her: Maschinenbauunternehmen und Automobilhersteller wie Audi, Volkswagen, Porsche, Bosch, Schaeffler oder Continental stellten Corona-Schutzmasken her, in erster Linie zum Schutz der eigenen Mitarbeiter*innen. Unternehmen der Chemie- und Pharmabranche produzierten Desinfektionsmittel und arbeiteten wie etwa BASF und Evonik an Wirkstoffen zur Behandlung oder Vorbeugung einer Corona-Erkrankung mit. SAP und die Deutsche Telekom waren an der Entwicklung der Corona-Warn-App beteiligt. Siemens hat Lösungen für die Transportbranche zum Gesundheitsschutz von Mitarbeiter*innen und Pendler*innen eingeführt und produzierte Ersatzteile für medizinische Geräte in Krankenhäusern. Henkel berichtet von der Produktion von Coronatests und Bayer installierte ein Testlabor in einem seiner Forschungslabore.

Als Beispiel der sozialer Produktverantwortung berichtet E.on darüber, dass von März bis Juli 2020 keine Stromsperren bei Privat- und Geschäftskund*innen mit Zahlungsrückständen durchgeführt wurden.

Verantwortung in der Lieferkette

Die Corona-Pandemie stellt viele Unternehmen vor die Herausforderung, ihre Lieferketten aufrechtzuerhalten. Ein effektives **Lieferkettenmanagement** sowie kontinuierlicher Kontakt sind notwendig, um rechtzeitig alle Produkte zu erhalten, die für die Produktion gebraucht werden. Einige Unternehmen wie Bayer, Deutsche Post und Schaeffler berichten, dass sich ihre Lieferkette in Zeiten der Krise als stabil und robust erwiesen hat. Jedoch hatten viele Unternehmen mit Lieferengpässen zu kämpfen, z. B. Adidas, Evonik und Infineon. Insbesondere die Beschaffung von Halbleiterkomponenten stellte produzierende Unternehmen wie Audi, Bosch und Continental vor Herausforderungen, als die Nachfrage nach ihren Produkten Ende 2020 wieder anstieg.

Gesellschaftliches Umfeld

In einer Krise wie der Corona-Pandemie wollen viele Unternehmen auch ihrem Umfeld helfen. In den Nachhaltigkeitsberichten ist der Bereich **Corporate Citizenship** in der Corona-Pandemie daher ein zentraler Punkt. Die meisten Unternehmen berichten, wie sie mit der **Spende von Geld oder Schutzprodukten** verschiedene Einrichtungen unterstützt haben. Viele Unternehmen haben ihre selbst hergestellten Produkte zum Schutz vor einer Corona-Infektion gespendet, z. B. an Krankenhäuser und Arztpraxen. Digitale Geräte wie Laptops und Tablets wurden Schulen oder bedürftigen Schüler*innen für das Homeschooling oder Pflegeheimen für den Kontakt mit Angehörigen kostenlos zur Verfügung gestellt. Manche Unternehmen stellten auch ihre Produkte unentgeltlich zur Verfügung: Die Deutsche Telekom hat Datenvolumen bereitgestellt, Bayer Medikamente und Infineon Leistungselektronik für Beatmungsgeräte.

Fazit & Ausblick

Auch wenn die Auswirkungen von Corona auf den Alltag und die Wirtschaft deutlich länger zu spüren sind, traf die Pandemie unser Leben vor allem in den ersten Monaten unvorbereitet: Ein harter Lockdown, Lieferengpässe und Erkrankungen stellten Unternehmen aller Branchen vor Probleme. Auch im weiteren Jahresverlauf nahmen die Herausforderungen für die

Unternehmen nicht ab. Das dominierende Thema des Jahrs 2020 ist die Corona-Pandemie. Daher ist es keine Überraschung, dass es sich auch in verschiedenen Themen der Nachhaltigkeitsberichterstattung niederschlägt. Mit der Pandemie entstanden für die Unternehmen vielfältige Herausforderungen, die sich auf nahezu alle Bereiche des Geschäftsbetriebs ausgewirkt haben. Viele Unternehmen sehen im Umgang mit der Corona-Pandemie aber auch Chancen: Die Digitalisierung schreitet schneller voran als zuvor, das mobile Arbeiten funktioniert und viele Geschäftsreisen können auch in Zukunft durch Videotelefonate ersetzt werden. Corona verändert die Geschäftswelt langfristig und wird mit seinen Auswirkungen auch in kommenden Nachhaltigkeitsberichten ein Thema sein. Dabei sollten zukünftig insbesondere die Lehren und Erkenntnisse hinsichtlich Energieverbrauch durch zunehmende Digitalisierung, resiliente Lieferketten sowie Chancen und Risiken des Homeoffice beleuchtet werden.

7 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Regulierung, Standardisierung, politische und ethische Normen, neue Themen und Handlungsfelder – es gibt viele Entwicklungen, die dazu beitragen, dass die Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen zunehmen. Die Kriterien im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte bilden diese Entwicklungen ab und stellen einen aktuellen Benchmark für gute Nachhaltigkeitsberichterstattung dar. Mit der Aktualisierung und strukturellen Weiterentwicklung des Kriteriensets haben wir die Anforderungen im Ranking insgesamt weiter verschärft.

Indem im Ranking fünf grundlegende Anforderungskategorien getrennt ausgewiesen werden, zeigen die Ergebnisse nun auch themenübergreifend, dass die Qualität der Berichterstattung unterschiedlich ausfällt. So zeigt sich über alle Berichte hinweg, dass Unternehmen besser über ihre Ambitionen und Zielsetzungen berichten als über die Handlungsansätze und Maßnahmen, mit denen sie diese erreichen wollen. Ebenso bestehen beim Reporting der tatsächlich erreichten Leistungen und Ergebnisse in vielen Bereichen größere Lücken. Gut berichtet wird diese Dimension dann, wenn Kennzahlen bereits gut etabliert sind wie etwa bei der Klimaberichterstattung.

Die Ergebnisse des Rankings zeigen auch Qualitätsunterschiede zwischen den Themen des CSR-Reportings auf. Klimaschutz ist das Thema, das insgesamt am besten dargestellt wird. Am Beispiel Klimaschutz zeigt sich aber auch, dass ohne Einordnung und Substanz auch anspruchsvoll klingende Ziele zahnlos bleiben: Das vielfach genannte Ziel der Klimaneutralität wird kaum erklärt – somit bleibt unklar, welche Emissionen in die Betrachtung einfließen und welche Rolle die Kompensation von Treibhausgasemissionen dabei spielt. Ohne das jeweilige Verständnis von Klimaneutralität zu kennen, kann das Ambitionsniveau eines Unternehmens nicht beurteilt werden. Kontextualisierung ist somit eine entscheidende Grundlage für die Vergleichbarkeit von Berichten.

Auch bei einigen Themen mit hoher Nachhaltigkeitsrelevanz bleibt die Berichterstattung ausbaufähig. Etwa bei der Kreislaufwirtschaft: Zwar wird der Begriff häufig genannt, doch bei den konkreten Anforderungen gibt es in der Regel Schwächen. Ansätze zur Vermeidung und Kreislaufführung kritischer Materialien oder Indikatoren der Materialnutzung werden oft wenig aussagekräftig dargestellt. Auch die Berichterstattung zur Lieferkette bleibt über alle Unternehmen hinweg ein Schwachpunkt: Insbesondere die Darstellung von Lieferkettenstruk-

turen, Angaben zur Wirksamkeit von Maßnahmen und die Beschreibung der Ansätze zur Lieferantenentwicklung bleiben vor allem bei den Großunternehmen hinter den Erwartungen zurück.

Zum Thema Corona stellten die Unternehmen vor allem ihre Ansätze zum akuten Pandemiemanagement und zur Ausweitung des Homeoffice dar. In zukünftigen Berichten sollte es darum gehen, die Lehren daraus zu ziehen und darüber zu berichten, wie Unternehmen sich angesichts multipler Krisen resilienter aufstellen – insbesondere auch mit Blick auf die Lieferketten.

Neue Reporting-Anforderungen, die durch zukünftige Regulierungen wie die EU-Taxonomie absehbar auf die Unternehmen zukommen, antizipieren die Berichte nur in Ausnahmefällen. Insbesondere zur finanziellen Verantwortung besteht Verbesserungsbedarf. Denn nur sehr wenige Großunternehmen machen Angaben dazu, inwieweit ihre eigene Finanzverwaltung an Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtet ist. Eine Ausnahme sind Banken und Versicherungen, die als Teil ihrer Produktverantwortung in der Regel über nachhaltigkeitsorientierte Anlagekriterien berichten – aber auch bei diesen bleibt oft unklar, inwieweit diese Kriterien in der Breite Anwendung finden oder wie Nachhaltigkeitsaspekte bei der Entwicklung neuer Angebote berücksichtigt werden.

Insgesamt haben die verschärften Anforderungen und die Erweiterung der Themen im Ranking neue Erkenntnisse ermöglicht. So werden Defizite besser erkennbar, aber auch gute Beispiele können als vorbildliche Praktiken herausgestellt werden. Dadurch können die Ergebnisse des Rankings wichtige Impulse zur weiteren Verbesserung der Nachhaltigkeitsberichterstattung geben. Eine kohärente Berichterstattung, die kontextualisiert, Ziele formuliert, Maßnahmen beschreibt und Ergebnisse darstellt und dies mit einer handlungsorientierten Reflexion abrundet, stellt nicht nur Transparenz her. Sie treibt auch die notwendigen Managementprozesse in Unternehmen an, um Fortschritte auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Wirtschaftsweise zu befördern.

8 LITERATURVERZEICHNIS

Bjørn, A.; Tilsted, J.P.; Addas, A.; Lloyd, S.M. (2022): Can Science-Based Targets Make the Private Sector Paris-Aligned? A Review of the Emerging Evidence. *Curr Clim Change Rep*.

Dyke, J., Watson, R. & Knorr, W. Climate scientists: concept of net zero is a dangerous trap. The Conversation (22 April 2021); https://theconversation.com/climate-scientists-concept-of-net-zero-is-a-dangerous-trap-157368

Fankhauser, S.; Smith, S.M.; Allen, M. et al. (2022): The meaning of net zero and how to get it right. Nature Climate Chang. 12, 15–21 (2022).

Hale, T.; Smith, S.M.; Black, R.; Cullen, K.; Fay, B.; Lang, S.; Mahmood, S. (2022): Assessing the rapidly-emerging landscape of net zero targets, Climate Policy, 22:1, 18-29.

IÖW & future (Hrsg., 2021): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung, Berlin/Münster. Unter: https://www.rankingnachhaltigkeitsberichte.de/fileadmin/ranking/user_upload/2021/Ranking_der_Nachhaltigkeitsberichte_2021_Bewertungskriterien.pdf.

IÖW & future (Hrsg., 2022): CSR-Reporting in Deutschland 2021. Ergebnisse im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte und Trends in der Berichterstattung von Großunternehmen und KMU, Berlin/Münster. CSR-Reporting in Deutschland 2021 (ranking-nachhaltigkeitsberichte.de)

Lautermann, C.; Hoffmann, E.; Young, C.; Duscha, M. Kern, W.; Steyrer, T; Feddersen, K. (2021): Empfehlungen für die Gestaltung von Standards zur Nachhaltigkeits-berichterstattung im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), UBA-Texte 159/2021.

Net Zero Tracker (2022): The Net Zero Stocktake Report 2022, Net-Zero-Stocktake-Report-2022.pdf (edcdn.com)

New Climate Institute/Carbon Market Watch (2022): CMW Corporate Climate Responsibility Monitor 2022; CorporateClimateResponsibilityMonitor2022.pdf (newclimate.org)

SBTi (2021): SBTi Corporate Net-Zero Standard, Version 1.0, October 2021; https://sciencebasedtargets.org/resources/files/Net-Zero-Standard.pdf

United Nations (2022): Press release: Secretary-General Will Push Business, Investors, Cities to 'Walk the Talk' on Net-Zero Pledges, Launching Expert Group as Climate Crisis Worsens (31 March 2022); https://www.un.org/press/en/2020/sga2109.doc.htm

9 ANHANG

GESAMTTABELLE DER GROSSUNTERNEHMEN

Tabelle 19: Gesamttabelle der Großunternehmen im Ranking 2021

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

Ergebnisse Großunternehmen 2021

Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punktzahl	Rang						
			2021	2018	2015	2011	2009	2007	2005
Deutsche Telekom AG	Medien / Informationsdienstleister	72,2	**1**	3	8	6	24	37	10
Rewe Gruppe	Handel / Bekleidung	65,1	**2**	1	10	33	21	C	X
Merck KGaA	Chemie / Pharma	63,5	**3**	6	18	32	13	12	26
Robert Bosch GmbH	Maschinenbau / Technologie	62,2	**4**	A	A	A	15	15	12
BASF-Gruppe	Chemie / Pharma	61,9	**5**	14	33	3	1	3	13
Henkel AG & Co. KGaA	Chemie / Pharma	59,1	**6**	12	21	11	11	14	1
Daimler AG	Automobil	57,3	**7**	45	13	4	7	27	14
Landesbank Baden-Württem-berg (LBBW)	Banken	57,2	**8**	4	7	8	9	38	33
EnBW Energie Baden-Württem-berg AG	Energieversorgung	55,8	**9**	35	A	A	A	28	A
KfW-Konzern	Banken	55,5	**10**	10	3	A	28	31	16
Bayer AG	Chemie / Pharma	55,0	**11**	8	14	5	12	7	31
Evonik Industries AG	Chemie / Pharma	54,8	**12**	13	26	30	29	17	15
Allianz Group	Versicherungen	53,6	**13**	16	25	28	41	C	A
BMW Group	Automobil	53,6	**13**	2	1	1	3	10	9
DZ Bank Gruppe	Banken	52,4	**15**	19	9	30	44	D	X
Münchener-Rück-Gruppe	Versicherungen	51,9	**16**	42	41	35	46	33	23
Deutsche Bank AG	Banken	51,8	**17**	A	36	40	36	29	A
Siemens AG	Maschinenbau / Technologie	51,3	**18**	11	17	2	2	C	A
Adidas AG	Handel / Bekleidung	51,1	**19**	37	27	21	30	17	5
Deutsche Bahn AG	Transport / Logistik / Tourismus	51,0	**20**	7	34	A	5	12	A
Commerzbank AG	Banken	49,7	**21**	5	4	22	25	46	D
Talanx AG	Versicherungen	49,3	**22**	20	D	X	E	X	-
Covestro AG	Chemie / Pharma	48,5	**23**	31	-	-	-	-	X
Aldi-Gruppe (Aldi-Nord)	Handel / Bekleidung	47,3	**24**	15	D	E	X	X	X
Hannover Rück SE	Versicherungen	47,3	**24**	17	19	-	-	-	X
Aurubis AG	Grundstoffe	46,7	**26**	25	49	49	42	C	-

RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE
von IÖW und future

Ergebnisse Großunternehmen

2021

Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punktzahl	Rang						
			2021	2018	2015	2011	2009	2007	2005
Schaeffler AG	Maschinenbau / Technologie	46,4	**27**	40	C	C	C	E	C
HeidelbergCement AG	Grundstoffe	45,6	**28**	20	45	37	47	23	A
MAN SE	Automobil	45,3	**29**	A	30	43	50	47	A
E.ON SE	Energieversorgung	44,6	**30**	46	29	25	14	20	C
SAP SE	Medien / Informationsdienstleister	44,5	**31**	41	A	23	43	C	E
Volkswagen AG	Automobil	43,5	**32**	9	5	9	6	9	7
RWE AG	Energieversorgung	42,7	**33**	48	14	13	4	2	6
BayWa AG München	Handel / Bekleidung	42,2	**34**	38	A	E	D	C	X
Porsche AG	Automobil	41,9	**35**	A	A	C	C	C	A
50Hertz Transmission GmbH	Energieversorgung	41,7	**36**	A	A	-	-	-	-
Continental AG	Maschinenbau / Technologie	41,5	**37**	31	A	A	A	C	C
Lufthansa Group	Transport / Logistik / Tourismus	41,5	**37**	47	A	44	A	26	18
R + V Konzern	Versicherungen	41,5	**37**	26	47	E	E	X	X
ZF Friedrichshafen AG	Maschinenbau / Technologie	41,3	**40**	29	36	D	D	C	20
Audi AG	Automobil	39,2	**41**	36	24	-	-	49	-
Deutsche Post AG	Transport / Logistik / Tourismus	38,7	**42**	31	46	18	44	45	34
Bayerische Landesbank	Banken	38,0	**43**	18	23	39	38	C	28
Hapag-Lloyd AG	Transport /Logistik / Tourismus	37,8	**44**	A	C	D	D	-	B
Beiersdorf AG	Chemie / Pharma	37,3	**45**	-	A	A	33	35	A
HELIOS Kliniken Gruppe	Chemie / Pharma	37,3	**45**	-	-	-	-	-	-
NRW.BANK	Banken	36,8	**47**	-	A	A	49	-	-
Kion Group AG	Maschinenbau / Technologie	36,2	**48**	-	C	E	E	-	-
Debeka Versicherungen	Versicherungen	36,1	**49**	50	E	X	E	X	X
Uniper SE	Energieversorgung	36,1	**49**	A	-	-	-	-	33
Bertelsmann SE & Co. KGaA	Medien / Informationsdienstleister	-	**A**	A	A	46	A	40	A
Brenntag AG	Chemie / Pharma	-	**A**	A	A	E	-	-	-
ERGO Group AG	Versicherungen	-	**A**	30	22	-	-	-	-
Heraeus Holding GmbH	Grundstoffe	-	**A**	A	D	E	D	E	D
Hochtief Aktiengesellschaft	Hoch-/Tiefbau	-	**A**	43	A	36	37	10	26
Infineon Technologies AG	Maschinenbau / Technologie	-	**A**	39	A	C	D	C	32
Metro AG	Handel / Bekleidung	-	**A**	A	A	48	40	31	22
Phoenix Group	Handel / Bekleidung	-	**A**	A	A	-	-	-	D
Schwarz-Gruppe	Handel / Bekleidung	-	**A**	-	X	D	X	X	-
Stadtwerke München GmbH	Energieversorgung	-	**A**	-	D	C	C	D	-
ThyssenKrupp AG	Maschinenbau / Technologie	-	**A**	A	42	C	32	34	-

Ergebnisse Großunternehmen

2021

Unternehmen	Rankingbranche	Gesamt-Punktzahl	Rang						
			2021	2018	2015	2011	2009	2007	2005
TUI AG	Transport / Logistik / Tourismus	-	**A**	A	A	41	A	21	21
Airbus Operations GmbH	Maschinenbau / Technologie	-	**B**	B	B	B	B	B	B
Amazon Deutschland	Handel / Bekleidung	-	**B**	E	E	-	-	-	-
Axa Konzern AG	Versicherung	-	**B**	B	B	B	B	B	B
Benteler Gruppe	Maschinenbau / Technologie	-	**B**	-	E	E	E	E	X
BP Europa SE	Grundstoffe	-	**B**	B	B	B	B	41	B
ExxonMobil Central Europe Holding GmbH	Grundstoffe	-	**B**	B	B	B	B	B	B
Ford-Werke GmbH	Automobil	-	**B**	B	B	B	B	B	B
Generali Deutschland AG	Versicherung	-	**B**	B	B	B	B	X	-
ING-DiBA AG	Banken	-	**B**	B	B	-	-	-	-
McKesson Europe AG	Handel / Bekleidung	-	**B**	A	B	-	-	-	-
Opel Automobile GmbH	Automobil	-	**B**	B	-	-	-	-	-
Samsung Electronics Holding GmbH	Maschinenbau / Technologie	-	**B**	-	B	-	-	-	-
Shell Deutschland Oil GmbH	Grundstoffe	-	**B**	B	B	B	B	B	B
Strabag AG	Hoch- und Tiefbau	-	**B**	-	B	B	B	X	X
Tennet TSO GmbH	Energieversorgung	-	**B**	B	B	-	-	-	-
Total Mineralöl und Chemie GmbH	Grundstoffe	-	**B**	B	B	B	B	B	B
Unicredit Bank AG	Banken	-	**B**	B	16	20	20	22	7
Vattenfall Deutschland	Energieversorgung	-	**B**	B	A	B	A	A	B
Vodafone GmbH	Medien / Informationsdienstleister	-	**B**	B	B	26	25	16	B
Aldi-Gruppe (Aldi-Süd)	Handel / Bekleidung	-	**C**	49	D	E	X	X	X
Amprion GmbH	Energieversorgung	-	**C**	E	E	-	-	-	-
Edeka-Verbund	Handel / Bekleidung	-	**C**	C	C	C	C	X	X
Freudenberg Gruppe	Maschinenbau / Technologie	-	**C**	C	C	E	E	E	D
Liebherr-International	Maschinenbau / Technologie	-	**C**	E	E	X	X	D	C
Mahle GmbH	Maschinenbau / Technologie	-	**C**	D	C	E	C	C	C
Würth-Gruppe	Handel / Bekleidung	-	**C**	C	C	E	E	C	D
Boehringer Ingelheim	Chemie / Pharma	-	**D**	D	D	D	C	48	D
Ceconomy AG	Handel / Bekleidung	-	**D**	-	-	-	-	-	-
Fresenius SE & Co. KGaA	Chemie / Pharma	-	**D**	D	D	D	D	C	D
Landesbank Hessen-Thüringen Girozentrale AöR	Banken	-	**D**	D	D	E	D	E	X
Remondis SE & Co. KG	Energieversorgung	-	**D**	-	D	-	-	E	-

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 20: 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

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