RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE 2021

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

ANFORDERUNGEN AN DIE NACHHALTIGKEITS-BERICHTSERSTATTUNG

Kriterien und Bewertungsmethode im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 von IÖW und future

INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

future

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

IMPRESSUM

Autor/innen:
Christian Lautermann, Svenja Stropahl, Esther Hoffmann, Patrick Schöpflin, Carla Young, Christian Dietsche, Udo Westermann, Tobias Engelmann, Therese Kirsch

Die Reihenfolge der Autoren bemisst sich am Umfang ihres Beitrags für die vorliegende Version der Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die Inhalte dieses Dokuments bauen auf den Vorarbeiten zahlreicher weiterer Personen auf – die Autor/innen vorheriger Versionen. Die Vorversionen sind mit Autorenangaben zugänglich auf der Internetseite des Projektes (s. u.).

Unter Mitarbeit von Svenja Köhler

Version 1.1 vom 26. Januar 2022

Projektleitung:
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin
www.ioew.de

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

Das vorliegende Dokument entstand im Projekt „Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021“, das vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert wird.

Für nähere Informationen zum Projekt: www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Berlin und Münster, August 2021

ÜBERSICHT UND ORIENTIERUNGSHILFE

Um schnell zu den richtigen Informationen zu gelangen, verweisen die folgenden Fragen direkt zu den relevanten Teilen dieser Publikation. Auch im weiteren Text sind zur besseren Navigation Querverweise innerhalb des Dokuments mit Links hinterlegt.

Was hat sich im Vergleich zum letzten Ranking verändert?

- Lesen Sie weiter in Teil 1.

Wie läuft die Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten im Ranking ab?

- Lesen Sie weiter in Teil 2.

Was macht eine gute Nachhaltigkeitsberichterstattung aus?

- Lesen Sie weiter in Teil 3.

INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkung 6

Teil 1 – Neuerungen im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 8

1 Einleitung 8

1.1 Überblick 8
1.2 Bedarf und Ziel der wesentlichen Neuerungen 9
1.3 Vorgehensweise bei der Kriterienüberarbeitung 11

2 Strukturelle Veränderungen 12

2.1 Umstrukturierung (und Umbenennung) von Ober- und Unterkriterien 12
2.2 Modularisierung als neues Grundprinzip 14
2.3 Fünf Kategorien zur inhaltlichen Strukturierung der Module 14
2.4 Verbesserte Konsistenz der beiden Rankings für Grossunternehmen und KMU 19
2.5 Verbesserte Integration branchenspezifischer Anforderungen 20

3 Inhaltliche Aktualisierung und Schwerpunkte 21

3.1 Neue Themenaspekte und Verschärfungen der Anforderungen 21
3.2 Branchenbezogene Neuerungen 23

4 Methodische Änderungen 25

Teil 2 – Methodik und Vorgehensweise 26

1 Stichprobe und Bewertungsgegenstand 26

2 Methodik und Bewertung 27

2.1 Bewertung auf der Ebene der Module 29
2.2 Ebene der Unterkriterien 29
2.3 Ebene der Oberkriterien 31
2.4 Gesamtbewertung 31

Teil 3 – Kriterienset 32

A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung 34

A.1 Unternehmensprofil 34

A.2 Strategie- und Zielentwicklung 36
A.3 Governance und Compliance 40
A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen 44
A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten 58
A.6 Produktverantwortung 71
A.7 Verantwortung in der Lieferkette 77
A.8 Gesellschaftliches Umfeld 83

B Allgemeine Berichtsqualität 94

B.1 Glaubwürdigkeit 94
B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit 96
B.3 Kommunikative Qualität 97

Anhang

1 Umstrukturierung (und Umbenennung) von Ober- und Unterkriterien 100

2 Bewertungshilfen nach Modulkategorien 106

3 Gewichtungen der Unterkriterien 109

4 Kriterienset für die Branchen und KMU 115

VORBEMERKUNG

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte ist ein gemeinsames Projekt des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der Unternehmerinitiative future e.V. – verantwortung unternehmen. Basierend auf einem umfassenden Set sozialer, ökologischer, management- und kommunikationsbezogener Kriterien bewertet das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte seit 1994 die gesellschaftsbezogene Berichterstattung deutscher Unternehmen und erstellt eine Rangfolge der besten Berichterstatter. Im Jahr 2021 geht das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte in die elfte Runde. Wie in den vorangegangenen Durchgängen von 2009, 2011, 2015 und 2018 wird das Ranking der Berichte von Großunternehmen begleitet von einer eigenständigen Bewertung der Berichte kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU). Erstmals werden in diesem Jahr das Kriterienset, die Methodik und die Neuerungen für beide Rankings in einem Dokument integriert veröffentlicht. Speziell für das Kriterienset sind in diesem Dokument nur noch die Basisanforderungen enthalten, die für alle Großunternehmen grundsätzlich gelten. Die ausführlichen Spezifizierungen, Ergänzungen und Anpassungen der Anforderungen für einzelne Branchen wie auch für KMU sind in einem begleitenden Dokument im Tabellenformat enthalten.

Durch das Ranking wollen IÖW und future zu einer aussagekräftigen, stakeholderorientierten Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland beitragen. Die Kriterien und die regelmäßige Bewertung bieten Unternehmen einen Orientierungsrahmen und initiieren dadurch Lernprozesse in Richtung Nachhaltigkeit. Die transparente Darstellung der Ergebnisse fördert einen breiten Diskurs um Nachhaltigkeitsanforderungen an Unternehmen und ihre Berichterstattung. Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte will damit den Wettbewerb zwischen Nachhaltigkeitsberichten befördern und durch den systematischen Vergleich Impulse zur Weiterentwicklung der Berichterstattung, aber auch der Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen geben. Zwischen der Qualität der gesellschaftsbezogenen Berichterstattung von Unternehmen und ihren tatsächlichen Leistungen besteht ein positiver Zusammenhang: Unternehmen, die inhaltlich substanziell und transparent berichten, informieren die Öffentlichkeit über die Unternehmenspolitik und -strategie sowie über abgeleitete und überprüfbare Ziele, Maßnahmen und Leistungen in nachhaltigkeitsrelevanten Handlungsfeldern. Dies fördert einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Richtung Nachhaltigkeit, denn die Unternehmen gehen mit der Veröffentlichung eine Selbstbindung ein: Transparenz in diesen Themen bietet der kritischen Öffentlichkeit die Möglichkeit, sich mit den Strategien und Geschäftspraktiken des Unternehmens auseinanderzusetzen; die genannten Ziele können in Bezug auf die Ambitioniertheit und Angemessenheit bewertet und die Zielerreichung kann beobachtet und kommentiert werden. Nachhaltigkeitsberichterstattung und ihre unabhängige Bewertung liefern damit eine wichtige Basis für einen konstruktiven Dialog und die kritische Begleitung und Weiterentwicklung des Unternehmenshandelns.

Weiteres zum Ranking erfahren Sie unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Für Fragen zum Ranking stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Dr. Christian Lautermann und Dr. Udo Westermann

Berlin und Münster, Juli 2021

TABELLENVERZEICHNIS

Tab. 1: Oberkriterien der Rankings 2018 und 2021 im Vergleich 12
Tab. 2: Fünf Modulkategorien im Überblick 15
Tab. 3: Fünf grundlegende Kategorien für die modulare Darstellung der Anforderungen 17
Tab. 4: Standardmäßige und branchenspezifische Gewichtungen der Oberkriterien 24
Tab. 5: Übersicht über die Branchen im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 27
Tab. 6: Ebenen, Bezeichnungen und Punktzahlen im Bewertungssystem des Rankings 28
Tab. 7: Bewertungsskala für Module 29
Tab. 8: Abweichung von der standardmäßigen Bewertungsskala auf Modulebene 30
Tab. 9: Übersicht über alle Ober- und Unterkriterien 32
Tab. 10: Gewichtungen der Unterkriterien – Industriebranchen 109
Tab. 11: Gewichtungen der Unterkriterien – Dienstleistungsbranchen und KMU 112

TEIL 1 – NEUERUNGEN IM RANKING DER NACHHALTIGKEITSBERICHTE 2021

1 EINLEITUNG

Das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future e. V. haben erstmals im Jahr 1994 ein Ranking der Umweltberichte durchgeführt. Seitdem haben zehn Durchgänge des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte stattgefunden. Dabei sind die **Kriterien zur Bewertung der Nachhaltigkeitsberichte stetig weiterentwickelt** worden, um veränderte gesellschaftliche Anforderungen an das Unternehmenshandeln und veränderte Erwartungen an die Berichterstattung zu berücksichtigen. Eine grundlegende Neufassung der Kriterien fand 2009 statt. In den Durchgängen 2011, 2015 und 2018 wurde das Kriterienset in Einzelaspekten angepasst.

Im Zuge der diesmaligen Überarbeitung der Rankingkriterien sind wieder vergleichsweise **weitgehende Veränderungen vorgenommen** worden – nicht nur in inhaltlicher Hinsicht, sondern insbesondere auch in struktureller und methodischer. Daher werden die zahlreichen Neuerungen im Ranking 2021 in einem ersten Teil übersichtlich und nachvollziehbar dargestellt und begründet. Wen diese Veränderungen nicht interessieren, kann zu Teil 2 dieses Dokumentes springen, um mehr über die **Methodik und Vorgehensweise** im Ranking zu erfahren, oder sich in Teil 3 das **Kriterienset** anschauen.

1.1 ÜBERBLICK

Die Aktualisierung von Kriterienset und Bewertungsmethodik beinhaltet konzeptionelle, inhaltliche und methodische Neuerungen.

Die **konzeptionelle Weiterentwicklung** des Rankings besteht in einer strukturellen Verfeinerung und Anpassung des Kriteriensets zwecks verbesserter Systematik, mehr Übersichtlichkeit und größerer Flexibilität. Die zentrale Veränderung ist dabei eine **Modularisierung der Kriterien** (vgl. 2.2), d.h. eine Differenzierung der Anforderungen in Form so genannter Module. Eine Leitidee zur Verbesserung der inhaltlichen Systematik ist dabei die Unterscheidung von **fünf Modulkategorien** in Anlehnung an elementare Schritte eines Managementprozesses (vgl. 2.3):

- Kontextes und Relevanz
- Ambition und Ziele
- Handlungsansatz und Maßnahmen
- Leistungen und Ergebnisse
- Reflexion und Konsequenzen

Mit der Einführung von Modulen als flexibler tieferliegender Strukturebene bestehen mehr Spielräume, mit Hilfe von Gewichtungen die Anforderungen nach Wesentlichkeitserwägungen zu differenzieren und Besonderheiten Rechnung zu tragen.

Die einheitliche Grundstruktur von der aus begründete Abweichungen vorgenommen werden können, verbessert die **Konsistenz der beiden Rankings für Großunternehmen und KMU** (vgl. 2.4). Auch die zahlreichen **branchenspezifischen Anforderungen** können dadurch **besser integriert** werden (vgl. 2.5).

In struktureller Übereinstimmung mit einem Basiskriterienset für Großunternehmen (vgl. Teil 3) werden die **Kriteriensets für die einzelnen Branchen und die KMU** erstmals in einem **separaten Dokument im Tabellenformat** veröffentlicht (vgl. Anhang 4).

Die Strukturveränderungen bei den Kriterien bringen teilweise auch neue inhaltliche Anforderungen und Schwerpunkte mit sich: Mit der systematischen Anwendung der Modulkategorien werden die **Anforderungen erweitert und verschärft**, weil sie nun expliziter und konsequenter gestellt werden, etwa die Berichterstattung über Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse. Darüber hinaus wurden **bei der inhaltlichen Überarbeitung einige Akzente gesetzt**, indem bei folgenden Themen die Anforderungen erweitert oder verschärft wurden (vgl. 3.1):

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

Daneben gibt es einige **branchenbezogene Veränderungen** (vgl. 3.2), die neben inhaltlichen Anpassungen auch differenziertere branchenspezifische Gewichtungen zwischen den Kriterien beinhalten, um Wesentlichkeitsunterschiede noch deutlicher abzubilden.

Schließlich sind auch ein paar **methodische Änderungen** vorgenommen worden (vgl. Kap. 4). Dazu gehören vor allem die Anpassung der Bewertungs- und Darstellungsskalen auf verschiedenen Ebenen.

1.2 BEDARF UND ZIEL DER WESENTLICHEN NEUERUNGEN

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte von IÖW und future beansprucht, mit seinem Kriterienset und seiner Bewertungsmethodik auf dem Stand der Zeit zu sein und einen **umfassenden Maßstab für gute Nachhaltigkeitsberichterstattung** zu setzen. Daher ist es mit jedem neuen Durchgang des Rankings erforderlich, aktuelle Entwicklungen im Felde der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu reflektieren und relevante Neuerungen aufzugreifen. Um als anspruchsvoller normativer Referenzrahmen Gültigkeit beanspruchen zu können, müssen die Anforderungen des Rankings inhaltlich und konzeptionell über die gängige Praxis hinausgehen. Best Practices, Standardisierungen oder sich abzeichnende Berichtspflichten sowie normativ begründete neue Anforderungen an Unternehmen sind die Maßstäbe, die für die Weiterentwicklung des Rankings herangezogen werden.

Die Anforderungen aus Gesetzen, Richtlinien und Rahmenwerken an die Berichterstattung der Unternehmen verändern und vermehren sich stetig – von der CSR-Berichtspflicht und den Vorschlägen für einen europäischen Reporting-Standard; über die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) bis hin zu der Gemeinwohl-Bilanzierung und den Sustainable Development Goals (SDGs). Für die **inhaltliche Aktualisierung** der Rankingkriterien müssen daher vielfältige Initiativen und Organisationen im Kontext von CSR- und Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie ihre neuen Vorschläge und Anforderungen berücksichtigt werden. Das Ranking hat den Anspruch, dieser dynamischen Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung und ihrer Grundlagen gerecht zu werden.

Neben dem generellen Anspruch inhaltlicher Aktualität und Relevanz war speziell für das Ranking 2021 ein Ziel, das Kriterienset und die Bewertungsmethodik auch **konzeptionell und strukturell weiterzuentwickeln**. Leitideen dafür sind eine verbesserte Systematik, mehr Übersichtlichkeit angesichts vermehrter Anforderungen und eine größere Flexibilität, um dem Prinzip der Wesentlichkeit noch besser gerecht zu werden.

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte gibt es nach wie vor für **KMU** und für **Großunternehmen**, die wiederum aufgeteilt sind in verschiedene **Branchen**. Um diese Differenzierung weiterhin überzeugend vornehmen zu können, bedarf es konzeptioneller Anpassungen. Das Ziel ist eine **konsistente gemeinsame Grundstruktur** als Basis für begründete Differenzierungen.

Mit der Vervielfältigung der Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung wird auch das Kriterienset des Rankings immer umfangreicher – und damit schwieriger zu überschauen. Um die **Übersichtlichkeit** zu erhalten oder sogar noch zu verbessern, ist es somit erforderlich, inhaltliche Strukturen expliziter und damit leichter erkennbar zu machen. **Klarere Binnenstrukturen und eine nachvollziehbare Systematik** für diese Strukturen sollen nicht nur die Anwendung der Kriterien im Rahmen des Rankings erleichtern, sondern auch die Nutzung durch Unternehmen, die das Kriterienset für die Verbesserung ihrer eigenen Berichterstattung verwenden wollen.

Als Maxime für eine gute Berichterstattung ist allgemein unstrittig, dass die Themen, die in Nachhaltigkeitsberichten behandelt werden, dem **Kriterium der Wesentlichkeit** entsprechen sollen. Das Wesentlichkeitsverständnis im Ranking ist ein **konsequent nachhaltigkeitsorientiertes**. Das heißt: Handlungsfelder werden als umso wesentlicher für ein Unternehmen – und damit für seine Berichterstattung – eingestuft, je größer die positiven oder negativen Auswirkungen auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft in diesem Handlungsfeld sind (bzw. sein können) und je größer die Implikationen für eine nachhaltigkeitsorientierte Aus- oder Umgestaltung seines Geschäftsmodells und seiner Unternehmensstrategie sind.[1]

Welche Nachhaltigkeitsaspekte für welche Unternehmen wie wesentlich sind, hängt von einer Reihe von Faktoren ab, beispielsweise der Unternehmensgröße, der Branche, aber auch unternehmensindividuellen Faktoren wie dem Geschäftsmodell und den Standorten des Unternehmens. Um diesem Zusammenhang gerecht zu werden, also um zu vermeiden, Berichte zu pauschal zu bewerten, benötigt das Ranking **möglichst flexible Anpassungsoptionen**. Ein weiteres zentrales Ziel für die strukturelle Weiterentwicklung des Kriteriensets ist somit, gut begründete

[1] Eine (finanz)ökonomische Wesentlichkeit im Sinne einer Geschäftsrelevanz „nichtfinanzieller Belange“, wie sie etwa die CSR-Richtlinie der Europäischen Kommission enthält, findet sich im Kriterienset – untergeordnet – in einer entsprechenden Teilanforderung zur Wesentlichkeitsanalyse (Modul „Bewertung der Geschäftsrelevanz“ im Unterkriterium A.2.2) sowie systematisch bei der Einordnung der Handlungsfelder in den Modulen „Kontext und Relevanz“ zu Beginn eines jeden Oberkriteriums, z. B. bei A.7.0 für das Handlungsfeld Lieferkettenmanagement.

und entsprechend nachvollziehbare Anpassungen der Grundstruktur zu ermöglichen, um der Unterschiedlichkeit von Unternehmen im Sinne der Wesentlichkeit Rechnung zu tragen.

1.3 VORGEHENSWEISE BEI DER KRITERIENÜBERARBEITUNG

Ausgangspunkt für die Ausarbeitung der vorliegenden Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung war das bestehende Kriterienset aus dem Ranking 2018.[2] Der Anspruch für die Überarbeitung war, gleichermaßen eine inhaltliche Aktualisierung wie auch eine konzeptionelle Weiterentwicklung vorzunehmen. Die **inhaltliche Aktualisierung** umfasst sowohl die Überarbeitung der allgemeinen Kriterien als auch die der branchenspezifischen Anforderungen. Die **konzeptionelle Weiterentwicklung** stützt sich auf Ideen, die während des letzten Rankings 2018 entstanden sind, und sie berücksichtigt Anregungen, die Stakeholder des Rankings eingebracht haben. Beide Überarbeitungsziele wurden parallel in einer ganzen Reihe von Arbeitsschritten verfolgt, die sich teils überlappt und wiederholt haben:

- Entwicklung des neuen Grundkonzeptes für eine Neustrukturierung und Modularisierung des Kriteriensets
- Recherchen zu aktuellen Entwicklungen und relevanten Neuerungen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Überführung der bisherigen Kriterien in die neue Struktur
- inhaltliche Ergänzungen aus den Recherchen
- Abgleich mit Schlüsseldokumenten und einschlägigen Rahmenwerken (z. B. GRI Standards)
- Erweiterungen und Verschärfungen einzelner Anforderungen
- Erstellung eines vorläufigen Gesamtentwurfs für das Kriterienset
- Überarbeitung des Gesamtentwurfs in mehreren Feedbackschleifen
- Ergänzung branchenspezifischer Anforderungen aus weiteren Recherchen
- Berücksichtigung von Kommentaren, Einschätzungen und Hinweisen ausgewählter Expert/innen aus Zivilgesellschaft, Wirtschaftsverbänden und Wissenschaft

Ein weiterer wesentlicher Arbeitsschritt in der Weiterentwicklung des Kriteriensets bestand dann in der **ersten Anwendung des Kriteriensets** in seiner vorläufigen Version. Jedes Mitglied des Rankingteams hat den gleichen Nachhaltigkeitsbericht mit dem neuen Kriterienset und Bewertungsverfahren testweise bewertet. Die Ergebnisse wurden dann in gemeinsamen Workshops ausgetauscht und diskutiert. Damit konnten zahlreiche Vorschläge zur weiteren Verbesserung und Hinweise zur Anwendbarkeit gesammelt werden. Daraufhin folgte eine weitere umfassende Überarbeitung des Kriteriensets. Schließlich wurden die Kriterien in die vorgesehene Form zur Veröffentlichung überführt und das vorliegende Dokument samt seinen Anhängen fertiggestellt.

[2] IÖW/future (Hrsg., 2018): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung, Berlin/Münster.

2 STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN

2.1 UMSTRUKTURIERUNG (UND UMBENENNUNG) VON OBER- UND UNTERKRITERIEN

An der **übergeordneten Struktur** der Rankingkriterien hat sich **nichts geändert**: Die Kriterien teilen sich nach wie vor in einen Block A mit „materiellen Anforderungen an die Berichterstattung", in dem die wesentlichen Themen- und Handlungsfelder des CSR- bzw. Nachhaltigkeitsmanagements enthalten sind, und einen Block B mit Kriterien zur „allgemeinen Berichtsqualität", also mit übergeordneten Anforderungen an die Berichterstattung als Kommunikationsleistung.

Auch die Anzahl der **Oberkriterien** (A.1 bis A.8 und B.1 bis B.3)[3] ist gleichgeblieben. Wie die Tabelle 1 zeigt, haben sich die Bezeichnungen der Oberkriterien in wenigen Fällen und insgesamt nur geringfügig verändert. Allein bei A.2 und A.3 erkennt man an den neuen Bezeichnungen eine inhaltliche Verschiebung. Diese erklärt sich aus strukturellen Veränderungen auf tiefer liegenden Ebenen.

Tab. 1: Oberkriterien der Rankings 2018[4] und 2021 im Vergleich

Die Oberkriterien aus dem Ranking 2018:	Die Oberkriterien im Ranking 2021:
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung	A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung
A.1 Unternehmensprofil	A.1 Unternehmensprofil
A.2 Vision, Strategie und Management	A.2 Strategie- und Zielentwicklung
A.3 Ziele und Programm	A.3 Governance und Compliance
A.4 Interessen der Mitarbeiter/innen	A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen
A.5 Ökologische Aspekte der Produktion	A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten
A.6 Produktverantwortung	A.6 Produktverantwortung
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	A.7 Verantwortung in der Lieferkette
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	A.8 Gesellschaftliches Umfeld

[3] Der Vergleich bezieht sich auf das Kriterienset (2018) für Großunternehmen. Das Kriterienset für KMU war 2018 auf der Ebene der Oberkriterien im Teil A genauso aufgebaut wie für Großunternehmen, im Teil B gab es für KMU abweichend vier Oberkriterien.

[4] Für Großunternehmen

B Allgemeine Berichtsqualität	B Allgemeine Berichtsqualität
B.1 Glaubwürdigkeit	B.1 Glaubwürdigkeit
B.2 Berichterstattung zu wesentlichen Themen	B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit
B.3 Kommunikative Qualität	B.3 Kommunikative Qualität

Für die materiellen bzw. thematischen **Oberkriterien A.1 bis A.8** ist im Folgenden von verschiedenen **Handlungsfeldern** des CSR- bzw. Nachhaltigkeitsmanagements[5] die Rede. Diese lassen sich wiederum in zwei Gruppen unterteilen: Die erste Gruppe von Oberkriterien bezeichnet eher allgemeine Aspekte des Unternehmens (A.1) und übergeordnete Handlungsfelder des CSR-Managements (A.2 und A.3); die zweite Gruppe von Oberkriterien (A.4 bis A.8) bildet die wesentlichen betrieblichen und überbetrieblichen Handlungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements ab.

Wie in den bisherigen Versionen des Kriteriensets ist jedes Oberkriterium unterteilt in mehrere **Unterkriterien**. Diese spiegeln etwas **spezifischere Handlungsbereiche** innerhalb der einzelnen Handlungsfelder wider. Auf der Ebene der Unterkriterien sind inhaltlich begründet eine Reihe von strukturellen Veränderungen vorgenommen worden. Die wichtigsten Änderungen werden im Folgenden skizziert; eine detaillierte Gegenüberstellung der bisherigen und der neuen Kriterienstruktur findet sich im Anhang 1.

Zunächst sind manche strukturelle Veränderungen vorgenommen worden, die **neue inhaltliche Schwerpunkte zum Ausdruck bringen** (vgl. Kap. 3 zu den inhaltlichen Schwerpunkten): Auf der Ebene der Oberkriterien ist beispielsweise mit der neuen Ausrichtung von A.3 auf „Governance und Compliance“ ein entsprechender inhaltlicher Akzent gesetzt worden. Auf der Ebene der Unterkriterien ist beispielsweise mit der „Einbeziehung von Stakeholdern“ (A.2.1) und der „Wesentlichkeitsanalyse“ (A.2.2) als eigenständigen Unterkriterien von A.2 die grundlegende Bedeutung dieser Handlungsbereiche für CSR-Management und Nachhaltigkeitsberichterstattung unterstrichen worden. Und innerhalb von Unterkriterien verdeutlichen beispielsweise entsprechende Module zur Kreislaufführung unter „Stoffströme und Kreislaufwirtschaft“ (A.5.3) die Bedeutung des Themas „Circular Economy“.

Außerdem verbessern einige Veränderungen im Zuge der Umstrukturierung die **Konsistenz und Prägnanz** der Kriterien. Beispielsweise wurden zur Klarstellung der zentralen Verantwortungsbereiche des CSR-Managements die Überschriften der Oberkritierien entsprechend vereinheitlicht und im Titel präzisiert (z. B. die Umbenennung von „Interessen der Mitarbeiter/innen“ in „Verantwortung für die Mitarbeiter/innen“). Im Sinne der Vereinheitlichung und Übersichtlichkeit ist teilweise auch die Anzahl von Unterkriterien reduziert worden (z. B. in A.4 von acht auf sechs). Dabei wurde auch auf die sachliche Konsistenz der Unterkriterien geachtet, z. B. durch die klare Aufteilung des Oberkriteriums Produktverantwortung in eine ökologische und eine soziale Dimension.

Eine grundlegende **Vergleichbarkeit** zu dem alten Kriterienset ist auf der Ebene der Oberkriterien weiterhin gegeben, da sich an der Kriterienstruktur wenig verändert hat. Einschränkungen gibt es aufgrund der Verschiebungen bei A.2, A.3 und B.2 (vgl. Anhang 1).

[5] CSR-Management und Nachhaltigkeitsmanagement werden hier synonym verwendet (auch wenn CSR und Nachhaltigkeit nicht dasselbe sind).

2.2 MODULARISIERUNG ALS NEUES GRUNDPRINZIP

In der **bisherigen Konzeption der Rankingkriterien** bestand die kleinste Einheit, die den Gegenstand einzelner Bewertungen ausmachte, in den Unterkriterien (vgl. Teil 2, 2.2). Jedes Unterkriterium bestand aus einer längeren textlichen Beschreibung, die eine Art Konglomerat verschiedener Teilanforderungen darstellte. Zusammen genommen definierten diese die vollständige Erfüllung des jeweiligen Unterkriteriums und damit die Anforderung für das Erreichen der Maximalpunktzahl (5) je Unterkriterium; Abstufungen für geringere Erfüllungsgrade und entsprechend weniger Punkte (3, 1 oder 0) wurden mit der Nennung gewisser Einschränkungen und Abstriche vage umschrieben. Der Vorteil dieser Struktur bestand in der insgesamt relativ überschaubaren Anzahl von Unterkriterien. Damit ist aber der Nachteil einer schlechten Übersichtlichkeit in Bezug auf die Details der Anforderungen verbunden. Denn verschiedene inhaltliche Aspekte stehen in längeren Textpassagen zusammen und sind im Einzelnen nicht leicht identifizierbar. Ein weiterer Nachteil liegt in der mangelnden Flexibilität, einzelne Teilanforderungen für bestimmte Unternehmen (KMU vs. Großunternehmen; unterschiedliche Branchen) anzulegen oder auszuschalten, höher oder geringer zu gewichten und als verpflichtendes „Muss“ oder optionales „Kann“ zu deklarieren.

Um mehr Übersichtlichkeit und eine größere Flexibilität herzustellen, soll mit dem neuen **Grundprinzip einer Modularisierung** der Teilanforderungen diesen Nachteilen entgegengewirkt werden. Das heißt: Mit der Schaffung einer kleineren Einheit unterhalb der Unterkriterien, also mit der Einführung von Modulen, können die inhaltlichen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung deutlicher und differenzierter bestimmt werden. Neben der verbesserten Systematik ist eine weitere Grundeigenschaft von Modulen, dass sie relativ flexibel wählbar und kombinierbar sind. Schließlich bieten die Module die Möglichkeit, zusätzlich zur Einordnung in die Themenhierarchie der Ober- und Unterkriterien mit verschiedenen Eigenschaften auf Modulebene die qualitative Vielfalt der Anforderungen weiter zu differenzieren und klarer erkennbar zu machen. Dazu werden unterschiedliche Modulkategorien (vgl. 2.3) und Modularten (vgl. 2.4 und 2.5) eingeführt. Die Modulkategorien beziehen sich auf unterschiedliche Qualitäten der Anforderungen, die Modularten auf Unterschiede zwischen den Unternehmen (z. B. KMU vs. Großunternehmen).

2.3 FÜNF KATEGORIEN ZUR INHALTLICHEN STRUKTURIERUNG DER MODULE

Module sind die **kleinste Einheit** zur Beschreibung der Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sie werden mit dem Ranking 2021 neu eingeführt. Module liegen unterhalb der Ebene der Unterkriterien (vgl. Tab. 6). Sie helfen somit, ein Unterkriterium weiter zu differenzieren und zu operationalisieren. Ein einzelnes Modul besteht aus einer textlich formulierten Anforderung an einen relativ konkreten Aspekt der Berichterstattung. An dem Ort, an dem sich ein einzelnes Modul in der Systematik aus Ober- und Unterkriterien befindet, erkennt man schon grob, worum es dabei inhaltlich geht. Um zusätzliche Qualitäten einzelner Module schnell zu erfassen, werden fünf verschiedene Kategorien von Modulen definiert. Diese Modulkategorien haben auch den Zweck, **elementare Anforderungen an eine gute Berichterstattung** abzubilden.

Bemisst man die Nachhaltigkeitsberichterstattung daran, einen adäquaten Einblick in das Management von Nachhaltigkeitsbelangen und gesellschaftlichen Verantwortungen eines Unternehmens zu bekommen, so lassen sich in Anlehnung an **elementare Schritte eines Managementprozesses** fünf Kategorien von Berichtsgegenständen unterscheiden, auf die es in allen Handlungsfeldern und -bereichen ankommt:

1. die Bestimmung des Kontextes eines Handlungsfeldes und die Begründung seiner Relevanz
2. die Formulierung einer Ambition, wie in dem Handlungsfeld vorangeschritten werden soll – nach Möglichkeit in Form einer konkreten Zielsetzung
3. die Entwicklung und Umsetzung eines übergeordneten Handlungsansatzes und das Ergreifen konkreter Maßnahmen
4. die Feststellung der Ergebnisse von ergriffenen Maßnahmen und die Bewertung von Leistungen – nach Möglichkeit anhand geeigneter Indikatoren
5. die Reflexion der vier zuvor genannten Schritte im Zusammenhang und das Ableiten von Konsequenzen für das künftige Handeln

Diese fünf Schritte sind konstitutiv für jeden Ansatz eines systematischen Managements und finden sich – so oder ähnlich – in zahlreichen Managementsystemen oder -konzepten wieder. Daher taugen sie als grundlegende Systematik für die Unterscheidung elementarer Anforderungen an die Berichterstattung über einzelne Handlungsfelder des Nachhaltigkeitsmanagements von Unternehmen. Als Kategorien für die Module im Kriterienset des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte werden sie mit folgenden Symbolen und Namen bezeichnet:

Tab. 2: Fünf Modulkategorien im Überblick[6]

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

Diese Systematik kann grundsätzlich für jedes Unterkriterium angewendet werden, das Handlungsbereiche markiert, die systematisch gemanaget werden sollten. Dies trifft in der Struktur der Kriteriensets für die Unterkriterien zu den Oberkriterien A.3 bis A.8 zu (mit ein paar Abstrichen bei A.3). Denn diese bilden die wesentlichen Handlungsbereiche des CSR- bzw. Nachhaltigkeitsmanagements ab. Die Umsetzung im neuen Kriterienset (vgl. Teil 3) erfolgt unter Berücksichtigung einiger **Grundsätze**, die sich in der Bewertungspraxis als sinnvoll erwiesen haben:

[6] Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

- Bei A.1, A.2 und den B-Kriterien wird auf die Anwendung von Modulkategorien verzichtet, weil sie dort keinen Sinn ergibt.
- Innerhalb des Oberkriteriums A.3 werden selektiv dort Modulkategorien angewendet, wo es sinnvoll ist.
- Innerhalb der Oberkriterien A.4 bis A.8 werden Modulkategorien systematisch angewendet – und zwar folgendermaßen:
    - In jedem einzelnen Unterkriterium gibt es immer Module der Kategorien 2, 3 und 4, weil für jeden konkreten Handlungsbereich zumindest eine Berichterstattung über Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse gefordert werden kann.
    - Die Module der Kategorien 1 und 5 werden nicht auf der Ebene der Unterkriterien, sondern gebündelt für jedes Oberkriterium (A.4-A.8), also für das gesamte Handlungsfeld angewendet; denn die Einordnung des Kontextes und die Begründung der Relevanz wie auch die übergeordnete Reflexion und die Ableitung von Konsequenzen werden in der Praxis nicht kleinteilig für jeden Handlungsbereich, sondern übergeordnet vorgenommen.

Um die Anwendung der Modulkategorien bei der Bewertung der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Kriterienset des Rankings besser nachvollziehen zu können, zeigt die nachfolgende Tabelle, worin grundsätzlich die Anforderung einer jeden Modulkategorie besteht – jeweils ergänzt durch Erläuterungen, die allgemein für alle Module der entsprechenden Kategorie gelten.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass **der Wert der Modulkategorien** – und damit die Berechtigung ihrer Anwendung – darin liegt, dem thematisch vielgliedrigen Kriterienset eine methodische Grundlage zu verleihen, die systematisch Lücken auszuschließen hilft und gleichzeitig die nötige Flexibilität gewährt, um ggf. Abweichungen und Sonderfällen Rechnung zu tragen. Das war mit dem bisherigen Kriterienset so nicht möglich.

Tab. 3: Fünf grundlegende Kategorien für die modulare Darstellung der Anforderungen[7]

Nr.	Kategorie	Anforderung	Erläuterungen
1	**Kontext und Relevanz**	Das Unternehmen ordnet die Relevanz des Themas aus einer Perspektive der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit ein. Dabei beschreibt es die gesellschaftlichen und betrieblichen Rahmenbedingungen des Handlungsfeldes und zeigt ggf. die jeweils spezifischen Herausforderungen auf.	Informationen zum Kontext können neben Analysen zum eigenen Unternehmenskontext insbesondere auch wissenschaftliche Erkenntnisse, gesellschaftliche Diskurse, technologische und kulturelle Trends, politische Vereinbarungen (neue Regulierung) sowie Rahmenwerke/Standards umfassen. Die betriebliche Relevanz wird z. B. bestimmt durch die Mitarbeiter- und die Lieferantenstruktur, Branchenbesonderheiten oder auch die Unternehmensgeschichte.
2	**Ambition und Ziele**	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung, die in ihrer Systematik und Ambition die Relevanz und Spezifika des Handlungsbereiches widerspiegelt.	Wird ein Thema als wichtig, aber nicht zentral für das Unternehmen eingestuft oder ist die Ambition nicht ohne weiteres als messbares Ziel zu operationalisieren, so genügt die Formulierung eines qualitativen Anspruchs. Spezifische Anforderungen an die Zielformulierung werden je Thema ergänzt.
3	**Handlungsansatz und Maßnahmen**	Das Unternehmen formuliert einen Handlungsansatz aus, der die identifizierten Herausforderungen adressiert. Das Unternehmen beschreibt Maßnahmen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden (themenspezifische Anforderungen).	Dabei wird deutlich, dass die Maßnahmen systematisch angelegt sind und wesentliche Standorte und Bereiche des Unternehmens abdecken.

[7] Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

Nr.	Kategorie	Anforderung	Erläuterungen
4	**Leistungen und Ergebnisse**	Das Unternehmen stellt die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen dar, wenn möglich anhand adäquater Leistungsindikatoren. Dabei werden die Ergebnisse mit in den jeweiligen Bezugsrahmen eingeordnet (themenspezifische Anforderungen). Zu Leistungsindikatoren werden geeignete Trendgaben gemacht (Dreijahres-Zeitvergleich als Standard).	Wo möglich und sinnvoll verwendet das Unternehmen einschlägige standardisierte Kenngrößen und legt deren Methodik offen. Die Kenngrößen umfassen einen ausreichend repräsentativen Bereich des Unternehmens.
5	Reflexion und Konsequenzen	Das Unternehmen reflektiert die erreichten Leistungen, nennt Fortschritte und ggf. Herausforderungen bei der Umsetzung des Handlungsansatzes. Sind auf der Ebene wesentlicher Handlungsbereiche (vgl. Unterkriterien in der Rankingsystematik) Auffälligkeiten zu erkennen, ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.	Die Reflexion und Fortschrittsbewertung kann insbesondere durch die Bezugnahme zu selbst gesetzten Zielen, zu politischen oder wissenschaftlich empfohlenen Zielsetzungen oder zu Branchenvereinbarungen erfolgen. Darüber hinaus kann ein Unternehmen seine Leistungen in Bezug auf Veränderungen des gesellschaftlichen Diskurses reflektieren (z. B. beim Klimaschutz oder bei der Gleichstellung). Zu den Auffälligkeiten zählen insbesondere die Nichterreichung von Zielen oder sonstige signifikante Verfehlungen.

2.4 VERBESSERTE KONSISTENZ DER BEIDEN RANKINGS FÜR GROSSUNTERNEHMEN UND KMU

Nach wie vor findet das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für zwei Gruppen von Unternehmen statt: zum einen für Großunternehmen, zum anderen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Deswegen sind **in der Vergangenheit zwei verschiedene Dokumente** mit Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung veröffentlicht worden. Die beiden Kriteriensets für Großunternehmen und für KMU waren sich im Großen und Ganzen zwar ähnlich. Doch bereits in der Grundstruktur gab es leichte Abweichungen; und im Detail unterschieden sich die Anforderungen, soweit die unterschiedliche Unternehmensgröße dies erforderlich gemacht hat. Da die Gruppe der KMU im Ranking weit gefasst (vgl. Teil 2, Kap. 1) und damit ziemlich heterogen ist, kann es durchaus sein, dass sich größere Unternehmen unter den KMU (teilweise) für bestimmte Anforderungen an die Berichterstattung von Großunternehmen (bestimmter Branchen) interessieren. Zudem haben die Ergebnisse der KMU-Rankings immer wieder gezeigt, dass einige KMU trotz deutlich geringerer Ressourcen Nachhaltigkeitsberichte erstellen können, die durchaus die umfangreicheren und anspruchsvolleren Anforderungen an die Berichterstattung von Großunternehmen erfüllen.

Vor diesem Hintergrund war eines der Ziele bei der strukturellen Überarbeitung der Rankingkriterien, eine **einheitliche Grundstruktur für alle Unternehmen** herzustellen, von der aus dann begründete Abweichungen für KMU, für einzelne Branchen und selbst für einzelne Unternehmen nachvollziehbar vorgenommen werden (können). Auch bei diesem Ziel hilft die neue modulare Struktur des Kriteriensets. Die Struktur der Ober- und Unterkriterien ist für alle Unternehmen – für Großunternehmen wie KMU – im Grundsatz die gleiche; Abweichungen und Anpassungen, um der Unterschiedlichkeit von Unternehmen gerecht zu werden, erfolgen auf der Ebene der Module (einschließlich der Möglichkeit, Module begründet auszuschalten). Hier kommt neben den Modulkategorien (vgl. 2.3) ein weiteres Qualifizierungsmerkmal für Module ins Spiel: **Modularten**, die die Unterschiede zwischen den Unternehmen markieren. Im Hinblick auf die Unterschiede zwischen Großunternehmen und KMU wird das durch drei verschiedene Modularten operationalisiert:

- BASIS-Module gelten sowohl für Großunternehmen als auch für KMU.
- GROSS-Module gelten nur für Großunternehmen.
- KMU-Module gelten nur für KMU.

Bei der operativen Ausgestaltung des Kriteriensets bedeutet dies, dass überall dort, wo es gute Gründe gibt, die Anforderungen an Großunternehmen und an KMU zu differenzieren, ein BASIS-Modul in ein entsprechendes GROSS-Modul und KMU-Modul aufgesplittet wird. Die beiden entsprechenden Module in den Modularten GROSS und KMU haben immer das gleiche Thema und die gleiche Modulkategorie, nur die inhaltlichen Anforderungen in der textlichen Formulierung unterscheiden sich. Zudem ermöglicht es die Modulstruktur, zusätzlich zu den Ebenen der Ober- und Unterkriterien **auch auf der Ebene der einzelnen Module mit Gewichtungen** begründete Anpassungen für mehr oder weniger relevante Anforderungen speziell für KMU vorzunehmen oder auch einzelne Module auszuschalten (vgl. Kap. 4).

Für diese Veröffentlichung werden die **Anforderungen an die Großunternehmen als Standard** des Kriteriensets gesetzt, weil diese in der Regel etwas umfassender und anspruchsvoller sind. Das

heißt: Das Kriterienset in Teil 3 dieses Dokuments enthält neben den BASIS-Modulen nur die GROSS-Module. Die KMU-Module sind in dem speziellen **Kriterienset für kleine und mittlere Unternehmen als separates Dokument** im Tabellenformat veröffentlicht – genauso wie die Kriteriensets für Großunternehmen einzelner Branchen (vgl. Anhang 4).

2.5 VERBESSERTE INTEGRATION BRANCHENSPEZIFISCHER ANFORDERUNGEN

Ein Qualitätsmerkmal und Aushängeschild des Rankings der Nachhaltigkeitsberichte von IÖW und future ist die differenzierte Ausgestaltung der Anforderungen an die Berichterstattung speziell für eine ganze Reihe unterschiedlicher Branchen. Die **Branchendifferenzierung des Kriteriensets** ist ein wichtiges Instrument, um dem Anspruch gerecht zu werden, die Berichterstattung konsequent gemäß dem Prinzip der Wesentlichkeit zu bewerten (vgl. 1.2, letzter Absatz). Umgesetzt wurde dieser Anspruch im bisherigen Kriterienset in Form von branchenspezifischen Anhängen, in denen die allgemeine Formulierung der jeweiligen Kriterien wiederholt und um die branchenspezifischen Anforderungen ergänzt wurde. Für die speziellen Zielgruppen aus den einzelnen Branchen waren diese Anhänge zwar informativ – und alle branchenbezogenen Ergänzungen waren nachvollziehbar und gut erkennbar. Doch wegen der Aufteilung in Hauptteil und Anhänge war das Ergebnis etwas unübersichtlich und enthielt einige redundante Passagen.

Genauso wie für das Kriterienset, das speziell für die Gruppe von KMU angepasst wurde, werden mit diesem Update der Rankingkriterien auch die Kriteriensets für jede einzelne Branche eigenständig und vollständig angepasst in einem separaten Dokument im Tabellenformat veröffentlicht (vgl. Anhang 4).[8] Auch die operative Umsetzung in der Modulstruktur erfolgt analog zu den KMU-Modulen mit entsprechenden **Modularten für die Branchen**. In Ergänzung der obigen Liste gibt es zwei weitere Modularten:

- BASIS+BRANCHE-Module
- BRANCHEN-Module

Die Unterscheidung dieser beiden Varianten von Branchenmodulen hat folgenden Hintergrund: In manchen Fällen erscheint es sinnvoll, bestehende BASIS-Module nur geringfügig zu modifizieren. Das BASIS-Modul bleibt weitgehend erhalten; nur in einzelnen Details werden der Anforderungen speziell für die jeweilige Branche ergänzt oder spezifiziert. Deswegen heißt diese **Modulart BASIS+BRANCHE**. In manchen Fällen sind die branchenspezifischen Anpassungen (meist Konkretisierungen) so geringfügig, dass es nicht angemessen erscheint, daraus ein eigenes BASIS+BRANCHE-Modul zu erstellen. In diesen Fällen wurden einfach entsprechende Hinweise in den Erläuterungen zu den branchenspezifischen Anforderungen ergänzt.

In anderen Fällen gibt es dagegen gute Gründe für branchenbedingt sehr weitreichende Zusatzanforderungen, die so weit über die Basisanforderungen hinausgehen, dass sie ein eigenes **BRANCHEN-Modul** rechtfertigen. Die neue Modulstruktur erlaubt es, die branchenspezifischen Module der beiden zusätzlichen Modularten prinzipiell für alle Modulkategorien zu erstellen. Dies wurde überall dort umgesetzt, wo es sachliche Gründe gab. Die Flexibilität der Modulstruktur ermöglicht es ferner, dass in den begleitenden Branchendokumenten nur alldiejenigen Module enthalten

[8] Zu finden unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen

sind, die für die jeweilige Branche relevant sind. Jedes Branchendokument enthält somit das komplette, für die jeweilige Branche gültige Kriterienset. Schließlich ermöglicht es die Modulstruktur auch, für jede Branche in begründeten Fällen **einzelne Module auszuschalten** – nämlich dann, wenn sie nicht relevant oder nicht wesentlich sind.

3 INHALTLICHE AKTUALISIERUNG UND SCHWERPUNKTE

3.1 NEUE THEMENASPEKTE UND VERSCHÄRFUNGEN DER ANFORDERUNGEN

Im neuen Kriterienset für das Ranking 2021 sind einige Anforderungen angepasst, konkretisiert und ergänzt worden. Damit gehen zum Teil auch Verschärfungen einher. Die Änderungen im Vergleich zu den bisherigen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung resultieren aus verschiedenen Quellen. Zunächst haben sich aus der **neuen thematischen Strukturierung der Anforderungen durch Module** verschiedener Kategorien (vgl. 2.3) bei vielen Unterkriterien Erweiterungen ergeben: In dem vorliegenden neuen Kriterienset ist die Anforderung, für einzelne Handlungsbereiche über Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse zu berichten, nun viel systematischer und expliziter enthalten (vgl. Teil 3). Auch die Anforderung, die einzelnen Handlungsfelder in ihre gesellschaftlichen und betrieblichen Kontexte einzuordnen und ihre Relevanz zu begründen, bedeutet mit der Explizierung in entsprechenden Modulen eine Erweiterung und Verschärfung der bisherigen Anforderungen. Gleiches gilt für die nun systematisch verankerte Anforderung, dass Unternehmen je Handlungsfeld ihre Fortschritte reflektieren und daraus Konsequenzen ableiten sollen.

Neben der strukturellen Weiterentwicklung des Kriteriensets wurden die Inhalte aller Kriterien auf der Grundlage von Recherchen, Abgleichen mit einschlägigen Quellen und gezielten Expertenanfragen inhaltlich überarbeitet (vgl. 1.3). Als Ergebnis können folgende **Schwerpunkte der inhaltlichen Überarbeitungen** festgehalten werden.

Auf der Ebene der strategischen Einbettung des CSR-Managements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung sind zwei Berichtsgegenstände in den Anforderungen besonders ausgearbeitet worden: (1) Bei der **Wesentlichkeitsanalyse** umfassen die Berichtsanforderungen alle Dimensionen, die in den einschlägigen Rahmenwerken und aktuellen Diskursen maßgeblich sind: von dem Kriterium der Stakeholder-Orientierung, das schon lange in den GRI Standards etabliert ist; über die beiden Komponenten der „Doppelten Wesentlichkeit“, wie sie mit der novellierten Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der EU (im Entwurf) klargestellt wurden; bis hin zur Bezugnahme auf die Erreichung globaler Nachhaltigkeitsziele, also der Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. (2) Zudem sind die Anforderungen an die Darstellung der **Nachhaltigkeitsstrategie** eines Unternehmens durch eine Reihe zu berichtender Strategieaspekte präzisiert und operationalisiert worden: Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen, relevante Trends und Handlungsbedingungen, langfristiger Zielzustand sowie mögliche Transformationsbedarfe des Geschäftsmodells.

Dass dem übergeordneten Thema **Governance** im Hinblick auf Nachhaltigkeitsanforderungen an Unternehmen eine immer größere Bedeutung zukommt, zeigt sich an der Weiterentwicklung einschlägiger Rahmenwerke wie auch an aktuellen Entwicklungen in der Politik, insbesondere der Sustainable Corporate Governance Initiative auf EU-Ebene. Um dem Rechnung zu tragen, wurden in dem neuen Oberkriterium „A.3 Governance und Compliance“ mit entsprechenden Modulen die Governance-Aspekte „Vorstandsvergütung“ und „Zusammensetzung und Verantwortung des Kontrollorgans“ mit neuen Nachhaltigkeitsanforderungen verschärft. Zudem ist der ganze Bereich „Compliance (inkl. Anti-Korruption)“ durch die Anwendung der Modulkategorien ausgebaut worden.

Ein weiterer zentraler Trend mit erheblichen Implikationen für die Nachhaltigkeitsberichterstattung sind die aktuellen Entwicklungen zum Thema **Sustainable Finance**, nicht zuletzt die europäischen Regulierungsbestrebungen, insbesondere in Gestalt der so genannten Grünen Taxonomie.[9] Vor diesem Hintergrund sind die Anforderungen an die Berichterstattung über die finanzielle Verantwortung von Unternehmen im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung weiter ausgebaut worden. Dazu wurde ein neues Modul zur nachhaltigkeitsorientierten Finanzplanung bei den Strategiethemen unter A.2 eingerichtet. Zudem wurden die bisherigen Finanzthemen Steuern und Subventionen um differenzierte Anforderungen an eine nachhaltigkeitsorientierte Finanzverwaltung erweitert. Die Umbenennung des gesamten Unterkriteriums A.8.2 in **Finanzielle Verantwortung (Steuern, Subventionen und Asset Management)** soll die Bedeutung des Themas unterstreichen.

Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 hat weitestgehend Berichte über das Berichtsjahr 2020 zum Gegenstand – das erste Jahr der **Corona-Pandemie**. Der Umgang der Unternehmen mit den Herausforderungen der Pandemie ist natürlich auch eine Frage ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Daher wurden an den Stellen im Kriterienset, an denen pandemierelevante Handlungsbereiche angesprochen werden, die entsprechenden Module um Corona-spezifische Anforderungen erweitert. Konkret betrifft dies das Unterkriterium „A.4.2 Gute Arbeitsbedingungen“, in dem die Module „Entgeltpolitik und soziale Absicherung + Corona“ und „Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen + Corona“ angelegt wurden, sowie das Unterkriterium „A.4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz“ mit dem Modul „Gesundheitsschutz Corona“.

Im Handlungsfeld betrieblicher Umweltschutz (A.5) war das zentrale Ziel für die Kriterienüberarbeitung, **das Thema Circular Economy zu stärken**. Dies erfolgte nicht nur strukturell durch die Zusammenlegung der Handlungsbereiche „Rohstoff- und Materialeinsatz“ und „Abfallmanagement“ zum neuen Unterkriterium „A.5.3 Stoffströme und Kreislaufwirtschaft“. Auch inhaltlich sind die Anforderungen in den einzelnen Modulen verschärft worden. Dies beinhaltet zusätzliche Anforderungen bei der Berichterstattung über Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse innerhalb von A.5.3, aber auch für den Handlungsbereich Wassermanagement (A.5.4).

Begleitend zum Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021 führt das IÖW eine Grundlagenstudie zum Thema „Corporate Digital Responsibility“ durch. Sie wird ebenfalls gefördert durch das BMAS. Die Ergebnisse dieser Studie werden zwar erst 2022 veröffentlicht, aber da die Arbeiten parallel begonnen haben, konnten in die neuen Kriterien schon exemplarisch einige Hinweise zur **Digitalverantwortung von Unternehmen** eingebaut werden. Dies erfolgte bei einigen relevanten Modulen zunächst in Form von kurzen Erläuterungen, die exemplarisch veranschaulichen sollen,

[9] Vgl. etwa die Mitteilung der Vertretung der EU-Kommission in Deutschland vom 21. April 2021: Nachhaltiges Finanzwesen und EU-Taxonomie: Kommission unternimmt weitere Schritte, um Geld in nachhaltige Tätigkeiten zu lenken.

was die jeweilige Anforderung im Lichte der digitalen Transformation konkret bedeuten kann. Für ein künftiges Kriterien-Update sind weitergehende Veränderungen der Anforderungen, z. B. in Form neuer Module, denkbar.

Ein letzter Schwerpunkt der inhaltlichen Überarbeitung, der hier genannt werden soll, ist die Weiterentwicklung der Anforderungen an die Berichterstattung zu politischen Aktivitäten von Unternehmen und ihren Verbänden. Um das Anliegen zu unterstreichen, ist das Unterkriterium A.8.3 entsprechend in **Politische Verantwortung (Lobbying, Verbände und Ordnungsrahmen)** umbenannt worden. Inhaltlich sind die Anforderungen speziell für Großunternehmen mit den neuen Modulen „Politische Positionierung“ und „Strukturen der Lobbyarbeit“ erweitert worden.

3.2 BRANCHENBEZOGENE NEUERUNGEN

Die allgemeinen, branchenübergreifenden Kriterien des Rankings werden durch **branchenspezifische Kriterien** ergänzt bzw. konkretisiert. Aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit werden sie nicht mehr als Ergänzung des allgemeinen Kriteriensets innerhalb dieses Dokuments veröffentlicht, sondern **separat in einem eigenständigen Dokument im Tabellenformat**.[10] Dieses Dokument enthält übersichtlich strukturiert die Anforderungen für jede Branche des Rankings sowie die für kleine und mittlere Unternehmen in eigenen Tabellenblättern.

Die Auswahl der Branchen richtet sich wie gehabt nach der Branchenzuordnung der in das Ranking einbezogenen Großunternehmen. Die aktuellen branchenspezifischen Anforderungen bauen auf den Vorarbeiten aus früheren Rankings der Nachhaltigkeitsberichte auf. Die inhaltlichen Neuerungen sind punktuelle Ergänzungen ausgewählter branchenspezifischer Kriterien aus dem vorangegangenen Kriterienset. Die Ergänzungen basieren zum einen auf einem **Medienscreening**, in dem Diskussionen und Kontroversen rund um die Branche und die am Ranking beteiligten Unternehmen erfasst wurden. Zum anderen wurden **Stakeholderdialoge** mit ausgewählten Branchenexpert/innen geführt, um Anregungen und Einschätzungen zu neuen Anforderungen aufnehmen zu können.

Für das Ranking 2018 wurden die branchenspezifischen Kriterien im Hinblick auf das Wesentlichkeitsprinzip auf Branchenebene gestärkt – auch strukturell, indem erstmals branchenspezifische Änderungen an der Gewichtung einzelner Kriterien vorgenommen wurden. Das Ergebnis der aktuellen Kriterienüberarbeitung ist, dass die **branchenspezifischen Gewichtungen** zwischen den einzelnen Oberkriterien unter Wesentlichkeitserwägungen zum Teil **noch deutlicher akzentuiert** sind. In der folgenden Übersicht sind nur die Branchen aufgeführt, bei denen Gewichtungen einzelner Oberkriterien von der standardmäßigen Gewichtung abweichen (vgl. Tab. 4).

[10] Zu finden unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen, vgl. Anhang 4.

Tab. 4: Standardmäßige und branchenspezifische Gewichtungen der Oberkriterien[11]

Ranking-Kriterien: standardmäßige Gewichtung und Abweichungen in einzelnen Branchen	Standardmäßige Gewichtung	Grundstoffe	Energieversorgung	Handel/ Bekleidung	Transport/ Logistik/ Tourismus	Banken & Versicherungen
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung						
A.1 Unternehmensprofil	1	1	1	1	1	1
A.2 Strategie- und Zielentwicklung	4	4	4	4	4	4
A.3 Governance und Compliance	4	4	4	4	4	4
A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen	3	3	3	**4**	**4**	**4**
A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten	3	**4**	**4**	**2**	**2**	**2**
A.6 Produktverantwortung	4	**3**	4	4	4	**6**
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	4	4	**3**	4	4	**2**
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	2	2	2	2	2	2
B Allgemeine Berichtsqualität						
B.1 Glaubwürdigkeit	2	2	2	2	2	2
B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit	2	2	2	2	2	2
B.3 Kommunikative Qualität	1	1	1	1	1	1
Summe	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**

Eine noch detailliertere Darstellung der branchenspezifischen Gewichtungen für alle Ober- und Unterkriterien findet sich im Anhang 3.

[11] Die farbliche Hervorhebung einzelner Gewichtungen weist auf eine Abweichung von der standardmäßigen Gewichtung hin.

4 METHODISCHE ÄNDERUNGEN

Wie in den vorangegangenen Kapiteln von Teil 1 werden auch hier nur die Veränderungen im Vergleich zum Ranking 2018 dargelegt. Die vollständige Methodik und Vorgehensweise im Ranking 2021 werden eigenständig im nachfolgenden Teil 2 dieses Dokuments erklärt.

Die methodischen Änderungen im Ranking 2021 stehen in Zusammenhang mit den strukturellen Veränderungen des Kriteriensets (vgl. Kap. 2). Mit der Einführung einer neuen tieferliegenden Strukturebene, den Modulen (vgl. 2.2), wurden die Bewertungs- und Darstellungsskalen leicht angepasst. Auf nun drei Ebenen – Module, Unter- und Oberkriterien – bestehen deutlich mehr Spielräume, mit Hilfe von Gewichtungen die Anforderungen nach Wesentlichkeitskriterien zu differenzieren (vgl. Teil 2, Kap. 2). Gleichzeitig sind mit den Modulen die elementaren Bewertungseinheiten kleiner geworden und haben sich vermehrt. Dadurch wird die **Punktevergabe präziser**. Somit brauchen Qualitätsunterschiede in der Berichterstattung nicht mehr in erster Linie über die basale Punkteskala abgebildet werden. Das heißt, die Spreizung der Punkteskala kann auf Modulebene verringert werden: Die Spannbreite für die **grundlegende Vierer-Skala** wurde von 0-1-3-5 möglichen Punkten (in den bisherigen Rankings) auf **0-1-2-3** (im aktuellen Ranking) reduziert. Gleichzeitig ermöglichen die Gewichtung und das Ausschalten von Modulen eine weitere Differenzierung der Bewertungssystematik (vgl. Teil 2, 2.1).

Eine weitere Änderung betrifft die Aggregation der Bewertungen und entsprechenden Punkte über die verschiedenen Bewertungsebenen hinweg – sowie deren Darstellung. Sowohl auf der **Ebene der Unterkriterien** als auch auf der **Ebene der Oberkriterien** ist eine **Zehner-Skala** (von 0 bis 10) eingeführt worden, um die Spannbreite für Qualitätsunterschiede deutlicher sichtbar zu machen. Das heißt: Die Bewertungsergebnisse – als gemittelte Summe der gewichteten Modulpunkte – werden auf der Ebene der Unterkriterien stärker ausdifferenziert als bislang, weil statt einer Vierer- nun eine Zehner-Skala verwendet wird. Gleiches gilt für die Ebene der Oberkriterien, die durch Angabe einer Nachkommastelle nochmal um den Faktor zehn differenzierter dargestellt werden. Für die Darstellung der **Gesamtpunktzahl** wird abweichend von der bisher erreichbaren Maximalpunktzahl von 700 nun eine **Skala von 0 bis 100** angelegt (zur besseren Differenzierung mit einer Nachkommastelle). Ein methodischer Unterschied besteht dabei darin, dass nicht mehr mit einer festen Maximalpunktzahl gearbeitet wird, sondern die gewichteten, summierten Mittelwerte auf die Zehner-Skala (Ober- und Unterkriterien) bzw. 100er-Skala (Gesamtbewertung) umgerechnet werden.

TEIL 2 – METHODIK UND VORGEHENSWEISE

In Teil 2 dieses Dokuments wird die aktuell gültige, also für das Ranking 2021 angewandte Methodik dargestellt, um die zugrundeliegende Bewertungssystematik und die Durchführung des Rankings nachvollziehen zu können. Auf Änderungen im Vergleich zu der Methodik des letzten Rankings wird hier nicht eingegangen (vgl. dazu ausführlich Teil 1, insbesondere Kap. 4). Die inhaltlichen Anforderungen in Gestalt des Kriteriensets werden detailliert in Teil 3 dargestellt.

1 STICHPROBE UND BEWERTUNGSGEGENSTAND

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

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

Als Informationsquelle wird die Unternehmensstatistik der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zugrunde gelegt. Auf dieser Grundlage erfolgt dann die **Einteilung der Großunternehmen in Branchen** (vgl. Tab. 5), für die jeweils spezifische Anforderungen an ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung gestellt werden.

Parallel wird ein Ranking der Nachhaltigkeitsberichte von **kleinen und mittelständischen 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 einreichen.

Bewertet werden **eigenständige Nachhaltigkeits-, CSR- und integrierte Berichte**, die sich auf das gesamte Unternehmen und einen eindeutigen Berichtszeitraum beziehen. Dabei wird in der Regel der deutschsprachige Bericht im PDF- oder Printformat zugrunde gelegt. Teilweise ergänzen Unternehmen ihren Nachhaltigkeitsbericht durch Zusatzdokumente, auf die aus dem PDF-Bericht verwiesen wird oder die gebündelt innerhalb einer Microsite speziell für den Nachhaltigkeitsbericht zum betreffenden Berichtsjahr veröffentlicht werden. Die Bewertung der Berichte im Ranking orientiert sich an dieser Praxis und zieht als Basis der Bewertung das jeweilige Kerndokument heran. Hiervon ausgehend **können weitere Quellen einbezogen werden**, z. B. GRI-Indizes, Geschäftsberichte, Unternehmensleitlinien, ESG-Daten, Umwelterklärungen oder Ähnliches. Voraussetzung ist, dass das Kerndokument explizite und qualifizierte Verweise (als Internetlinks) enthält, die es dem Leser/der Leserin erlauben, die zusätzlichen Informationen ohne Probleme zu finden.

Tab. 5: Übersicht über die Branchen im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2021

Vollständige Bezeichnung	Kurzbezeichnung
Automobilhersteller	Automobil
Banken	Banken
Chemie, Pharma und chemienahe Konsumgüter	Chemie/Pharma
Energieversorgung	Energieversorgung
Grundstoffindustrie	Grundstoffe
Handel und Bekleidung	Handel/Bekleidung
Hoch- und Tiefbau	Hoch-/Tiefbau
Maschinenbau und Technologie	Maschinenbau/Technologie
Medien und Informationsdienstleister	Medien/IT
Transport, Logistik und Tourismus	Transport/Logistik/Tourismus
Versicherungen	Versicherungen
Kleine und mittlere Unternehmen	KMU

In Teil 3 dieses Dokumentes sind die standardmäßigen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung für Großunternehmen detailliert dargestellt. Die branchenspezifischen Anforderungen und die Anforderungen an die KMU-Berichterstattung sind in einem separaten Dokument im Tabellenformat veröffentlicht.[12]

2 METHODIK UND BEWERTUNG

Um die Methodik und Bewertung im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte leichter nachvollziehen zu können, ist es hilfreich, sich zunächst die **Gesamtstruktur des Kriteriensets** mit ihren verschiedenen Ebenen und Begrifflichkeiten im Überblick vor Augen zu führen (vgl. Tab. 6): Von den Modulen auf unterster Ebene (grau) über die Unter- und Oberkriterien (gelb-orange) baut sich das Kriterienset von unten nach oben auf: von den konkreten Berichtsanforderungen, die sich in thematischen Handlungsbereichen verorten lassen, die wiederum größeren Handlungsfeldern des CSR-Managements zugeordnet werden. Die Bewertung eines Nachhaltigkeitsberichts in Form einer Gesamtpunktzahl errechnet sich über Punktzahlen und differenzierte Gewichtungen auf allen drei Ebenen.

[12] Zu finden unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen, vgl. Anhang 4.

Tab. 6: Ebenen, Bezeichnungen und Punktzahlen im Bewertungssystem des Rankings

Ebenen im Kriterienset	Bezeichnungen (auf) jeder Ebene	Skalen, Gewichtungen, Punkte
A B z. B.: A	Materielle Anforderungen an die Berichterstattung Allgemeine Berichtsqualität	Gesamtpunktzahl als Summe gewichteter Mittelwerte der Oberkriterien 100er-Skala: 0 bis 100 (mit einer Nachkommastelle)
A.1 – A.8 z. B. A.6 Produktverantwortung	Oberkriterien: Handlungsfelder des CSR-Managements	Summe gewichteter Mittelwerte der Unterkriterien Zehner-Skala: 0 bis 10 (mit einer Nachkommastelle) Mögliche Gewichtung: Faktor 2 bis 6
A.6.0, A.6.1, A.6.2 z. B. A.6.1 Ökologische Produktverantwortung	Unterkriterien: Handlungsbereiche innerhalb der Handlungsfelder	Summe gewichteter Mittelwerte der Module Zehner-Skala: 0 bis 10 Mögliche Gewichtung: doppelt
z. B. Ökologische Wirkung ☑ BASIS „Das Unternehmen stellt dar, in welchem Umfang das Produkt- und Dienstleistungsportfolio an ökologischen Kriterien ausgerichtet ist und …“	Module: konkrete Anforderungen konkretisiert durch: Modulart: BASIS-Modul für alle Unternehmen Modulkategorie: Leistungen und Ergebnisse (Symbol) Textliche Beschreibung der Anforderungen	Eigentliche Bewertung auf Modulebene Vierer-Skala: 0-1-2-3 (nicht-teilweise-weitgehend-vollständig erfüllt) Mögliche Gewichtung: halb oder doppelt

Die **Prüfung und Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten** im Rahmen des Rankings erfolgt auf der kleinsten Ebene des Kriteriensets: **auf der Ebene der Module** (vgl. Teil 1, 2.2, Teil 2, 2.1), die konkrete Anforderungen an die Berichterstattung formulieren (vgl. Teil 3). Aus den Bewertungen der einzelnen Module werden Durchschnittswerte berechnet, die in das Ergebnis auf der Ebene der Unter- und Oberkriterien einfließen. Auf allen drei Ebenen – Module, Unterkriterien und Oberkriterien – werden **Gewichtungen** vorgenommen, um systematisch Relevanzunterschieden gerecht zu werden. In der Summe ergibt sich aus den Werten das Gesamtergebnis in Form einer Punktzahl, mit deren Hilfe der bewertete Bericht auf einer Rangliste platziert wird. Dieses Ranking ermöglicht schließlich den Vergleich der Berichte untereinander. Neben dem Vergleich des Gesamtergebnisses erlaubt das mehrstufige Bewertungssystem auch differenzierte Analysen und Vergleiche der Berichtsqualitäten im Detail, etwa einen Vergleich der Berichterstattung über gute Arbeitsbedingungen innerhalb der Branche Handel/Bekleidung oder zwischen Branchen.

2.1 BEWERTUNG AUF DER EBENE DER MODULE

Die konkreten Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung werden auf der Ebene der einzelnen Module anhand einer **Vierer-Skala** bewertet. Sie reicht von „nicht erfüllt“ über „teilweise“ und „weitgehend“ bis „vollständig erfüllt“; die standardmäßige Punktspanne dieser Skala – 0-1-2-3 – wird bei sehr hoher Relevanz eines Moduls doppelt gewichtet, bei geringerer Relevanz halbiert (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: Bewertungsskala für Module

	vollständig erfüllt	weitgehend erfüllt	teilweise erfüllt	nicht erfüllt
Standard	3	2	1	0
Hohe Relevanz	6	4	2	0
Geringe Relevanz	1,5	1	0,5	0

Jedes Modul definiert die Summe an Anforderungen, die für eine Höchstbewertung „vollständig erfüllt“ sein müssen. Während auch das untere Ende der Skala „nicht erfüllt“ eindeutig ist, erlaubt die Aufteilung des Mittelfelds in „weitgehend“ und „teilweise erfüllt“ einen Ermessensspielraum, der dem komplexen Bewertungsgegenstand Rechnung trägt. Um eine möglichst **einheitliche Anwendung der Bewertungsskala** über alle Berichte im Ranking sicherzustellen, unterzieht das Ranking-Team einen ausgewählten Bericht zunächst einer parallelen Testbewertung. Deren Ergebnisse werden dann verglichen und führen so zu einer Eichung in der Anwendung des Kriteriensets. Zwei weitere Maßnahmen zur Gewährleistung möglichst einheitlicher Bewertungen sind: zum einen ergänzende Erläuterungen neben den Anforderungen bei einigen Modulen (vgl. das Kriterienset in Teil 3); und zum zweiten systematische Bewertungshilfen, die für alle Module mit Modulkategorien (vgl. Teil 1, 2.3) angewendet werden. Diese Bewertungshilfen formulieren also für die Module in den thematischen Handlungsfeldern (A.4 bis A.8 sowie A.3.2) allgemeingültige Anforderungen (vgl. Anhang 2).

Die Bewertung erfolgt durch ein Team aus Mitarbeitenden von IÖW und future, die Erfahrung mit der Berichterstattung zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen vorweisen. Der eigentliche **Bewertungsprozess** besteht aus mehreren Phasen. Zusätzlich zu internen Schleifen der Qualitätssicherung gibt es auch eine Feedbackschleife mit den Unternehmen: Sie erhalten jeweils ihre ausführlichen Bewertungen und können schriftlich auf Missverständnisse oder nicht berücksichtigte Informationen hinweisen.

2.2 EBENE DER UNTERKRITERIEN

Die Bewertung eines Unterkriteriums ergibt sich aus dem gewichteten Mittelwert der einzelnen Modulbewertungen zu diesem Unterkriterium. Ausgehend von der Vierer-Skala für die Modulbewertungen können Gewichtungen eine höhere Relevanz (Verdopplung der Punkte) oder eine geringere Relevanz (Halbierung der Punkte) zum Ausdruck bringen (vgl. 2.1). Die **Gewichtung von Modulen** innerhalb eines Unterkriteriums folgt zwei Logiken: Zum einen wird mit der (höheren

oder geringeren) Gewichtung einzelner Module die unterschiedliche Relevanz der entsprechenden Anforderungen für Großunternehmen und KMU abgebildet; zum anderen wird mit der standardmäßig unterschiedlichen Gewichtung von Modulkategorien deren unterschiedlicher Stellenwert systematisch verankert:

Für alle Unterkriterien, die nach Modulkategorien strukturiert sind, also diejenigen unter A.4 bis A.8 sowie A.3.2 gilt folgende **Grundregel**: Die Kategorie „Ambition und Ziele“ wird einfach gewertet (Höchstpunktzahl 3), während die beiden Kategorien „Handlungsansatz und Maßnahmen“ sowie „Leistungen und Ergebnisse“ doppelt gewichtet werden (Höchstpunktzahl 6). Mit dieser Gewichtungsregel für diese drei Modulkategorien soll reflektiert werden, dass die Berichterstattung über Maßnahmen und Ergebnisse für Stakeholder tendenziell bedeutsamer ist als die über Ziele, zumal letztere viel leichter formuliert werden können.

Die Bewertungen verschiedener Module einer Kategorie bilden zusammen einen Durchschnittswert und dieser fließt dann (je nach Kategorie) gewichtet in die Gesamtbewertung eines Unterkritierums ein. Da die Kategorien häufig unterschiedlich viele Module haben, setzt sich die Bewertung jeder Kategorie aus dem Durchschnitt aller Modulbewertungen zusammen. Die Summe aller gewichteten Modulbewertungen wird für das jeweilige Unterkriterium auf eine **Skala von 0 bis 10** umgerechnet.[13]

Für ausgewählte Module, die nicht den Kategorien „Handlungsansatz und Maßnahmen“ und „Leistungen und Ergebnisse“ zugeordnet werden, gilt begründet eine **abweichende Relevanz**. In diesen Fällen werden die Module entweder mit hoher oder niedriger Relevanz, also doppelt oder halbiert gewichtet (vgl. Tab. 8).

Tab. 8: Abweichung von der standardmäßigen Bewertungsskala auf Modulebene

Kriterienebene	Modultitel	Abweichende Bewertungsskala
A.2.1	Stakeholder-Management: Ziele und Ansatz	Hohe Relevanz
A.2.3	Nachhaltigkeitsstrategie	Hohe Relevanz
A.2.3	Nachhaltigkeitsziele und -erreichung	Hohe Relevanz
A.3.1	Managementsysteme und Steuerungsinstrumente	Hohe Relevanz
B.1	Ausgewogenheit und Offenheit	Hohe Relevanz
B.1	Datenqualität und Berichtsprüfung	Hohe Relevanz
B.3	Externe Verweise	Geringe Relevanz
B.3	Kontakt	Geringe Relevanz

[13] Formel: erreichte Punkte/maximale Punkte * 10; das Ergebnis wird in der Darstellung auf ganze Zahlen auf- oder abgerundet.

2.3 EBENE DER OBERKRITERIEN

Die Bewertung auf der Ebene der Oberkriterien ergibt sich wie im Ranking 2018 aus dem gewichteten Mittelwert der Unterkriterien. Auch hier wird der **unterschiedlichen Relevanz zwischen den Unterkriterien** Rechnung getragen, indem einzelne Unterkriterien mit doppelter Gewichtung in die Bewertung einfließen. Im Hinblick auf die Unterschiede zwischen Großunternehmen und KMU werden für die KMU einzelne Unterkriterien auch halb gewertet. Für bestimmte Branchen, wo die entsprechenden Handlungsbereiche keine Relevanz haben, können einzelne Unterkriterien auch ausgeschaltet werden. Sie fließen dann nicht in die Bewertungssumme ein. Beispielsweise wird das Unterkriterium „A.5.2 Luftschadstoffe und weitere produktionsbezogene Emissionen“ für Banken und Versicherungen generell ausgeschaltet, weil diese keine Produktion haben, die Emissionen verursacht.

Eine Sonderstellung haben die neu eingeführten Unterkriterien **Einordnung des Handlungsfeldes**. Sie wurden daher mit einer Null betitelt (A.X.0), und sie werden den bisherigen Unterkriterien vorangestellt, um ihren übergeordneten Charakter abzubilden. Sie beinhalten die Module der Kategorien „Kontext und Relevanz“ sowie „Reflexion und Konsequenzen“. Um der Einordnung des jeweiligen Handlungsfeldes im Bewertungssystem einen einheitlichen Stellenwert zuzuweisen, gehen die vorangestellten Unterkriterien (A.X.0) standardmäßig, d. h. bei allen betreffenden Oberkriterien (A.4 bis A.8), mit einem Anteil von 10 % in die mögliche Gesamtpunktzahl für das jeweilige Oberkriterium ein. Die einzige Ausnahme bildet mit A.7.0 die Einordnung des Handlungsfeldes Lieferkettenmanagement, die wegen zusätzlicher Anforderungen an dieser Stelle mit 20 % doppelt gewichtet wird. Auch auf der Ebene der Oberkriterien wird das Ergebnis als gewichteter Mittelwert auf einer Skala von 0 bis 10 abgebildet.[14] Eine detaillierte Übersicht zu den standardmäßigen und branchenspezifischen Gewichtungen für alle Ober- und Unterkriterien findet sich im Anhang 3.

2.4 GESAMTBEWERTUNG

Die Gesamtbewertung ergibt sich aus der Summe der unterschiedlich gewichteten Bewertungen der Oberkriterien. Um die zum Teil erheblichen **Unterschiede in der Relevanz einzelner Oberkriterien für verschiedene Branchen** angemessen abzubilden, erfolgt die Gewichtung der Oberkriterien auf einer größeren Bandbreite: Von einer doppelten bis zu einer maximal sechsfachen Gewichtung (für eine äußerst hohe Relevanz) werden unterschiedliche Relevanzstufen angewendet. Die gewichteten Ergebnisse der Oberkriterien fließen entsprechend in die Gesamtpunktzahl ein. Die **Maximalpunktzahl** wird, abweichend von den bisherigen Rankings, auf **100 Punkte** (mit einer Nachkommastelle) gesetzt, um die Ergebnisbewertung zu erleichtern.

[14] Das Ergebnis wird in der Darstellung auf eine Nachkommastelle gerundet, um den Vergleich zwischen den Unternehmen zu verbessern.

TEIL 3 – KRITERIENSET

Teil 3 dieses Dokuments enthält die eigentlichen Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung in Gestalt des vollständigen Kriteriensets mit allen Oberkriterien, Unterkriterien und Modulen (vgl. zu dieser Systematik Teil 2, Kap. 2). Als Grundlage für die Spezifizierung der Anforderungen nach Branchen und für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) bilden die folgenden Übersichten **das allgemeine Kriterienset für alle Großunternehmen** ab. Die angepassten Kriteriensets für die einzelnen Branchen und für KMU sind in einem eigenständigen Dokument im Tabellenformat veröffentlicht (zu finden unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen).

Die Nachhaltigkeitsanforderungen an Unternehmen werden immer mannigfaltiger und anspruchsvoller. Daher werden nicht nur die Nachhaltigkeitsberichte immer umfangreicher, sondern auch die vorliegenden Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung. **Tabellarische Übersichten** und eine **einheitliche Farbstruktur** sollen daher bei der Orientierung helfen.

Tab. 9: Übersicht über alle Ober- und Unterkriterien

A MATERIELLE ANFORDERUNGEN AN DIE BERICHTERSTATTUNG
A.1 Unternehmensprofil
A.2 Strategie- und Zielentwicklung
A.2.1 Einbeziehung von Stakeholdern
A.2.2 Wesentlichkeitsanalyse
A.2.3 Vision, Strategie und Ziele
A.3 Governance und Compliance
A.3.1 Unternehmensführung und Steuerung/Managementsystem
A.3.2 Compliance (inkl. Anti-Korruption)
A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen
A.4.0 Einordnung des Handlungsfeldes Mitarbeiterverantwortung
A.4.1 Arbeitnehmerrechte
A.4.2 Gute Arbeitsbedingungen (Entgeltpolitik, Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen)
A.4.3 Personalentwicklung
A.4.4 Chancengerechtigkeit und Vielfalt
A.4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
A.4.6 Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung

A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten

A.5.0 Einordnung des Handlungsfeldes Ökologische Verantwortung an den Standorten

A.5.1 Energiemanagement und Klimaschutz an den Standorten

A.5.2 Luftschadstoffe und weitere produktionsbezogene Emissionen

A.5.3 Stoffströme und Kreislaufwirtschaft

A.5.4 Wassermanagement

A.5.5 Logistik und Verkehr

A.5.6 Produktions-, Transport- und Lagersicherheit

A.5.7 Biodiversität, Naturschutz und Flächenverbrauch

A.6 Produktverantwortung

A.6.0 Einordnung des Handlungsfeldes Produktverantwortung

A.6.1 Ökologische Produktverantwortung

A.6.2 Soziale Produktverantwortung

A.7 Verantwortung in der Lieferkette

A.7.0 Einordnung des Handlungsfeldes Lieferkettenverantwortung

A.7.1 Umsetzung sozialer und ökologischer Verantwortung in der Lieferkette

A.8 Gesellschaftliches Umfeld

A.8.0 Einordnung des Handlungsfeldes Gesellschaftliches Umfeld

A.8.1 Regionale Verantwortung an den Standorten

A.8.2 Finanzielle Verantwortung (Steuern, Subventionen und Asset Management)

A.8.3 Politische Verantwortung (Lobbying, Verbände und Ordnungsrahmen)

A.8.4 Corporate Citizenship

B ALLGEMEINE BERICHTSQUALITÄT

B.1 Glaubwürdigkeit

B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit

B.3 Kommunikative Qualität

A MATERIELLE ANFORDERUNGEN[15] AN DIE BERICHTERSTATTUNG

A.1 UNTERNEHMENSPROFIL

Umsatz, Gewinn, Mitarbeiter/innen, Standorte BASIS[16]	Das Unternehmen macht in übersichtlicher und schnell zugänglicher Form Angaben zum Umsatz, Gewinn, Mitarbeiter/innen und den Standorten: ▪ Gesamtumsatz; offenlegungspflichtige Unternehmen: zusätzlich Angaben zum Ergebnis ▪ Anzahl und ggf. internationale Verteilung der Beschäftigten ▪ Anzahl und Verteilung der Standorte ▪ Relevante Veränderungen bzgl. Umsatz, Ergebnis, Mitarbeiteranzahl und Standorten werden erläutert
Geschäftsbereiche, Produktgruppen BASIS	Der Bericht stellt die wichtigsten Geschäftsbereiche und Produktgruppen des Unternehmens übersichtlich dar und verdeutlicht deren wirtschaftliche Bedeutung für das Unternehmen (z. B. durch Angabe von Umsatz- oder Gewinnanteilen, Anzahl der Beschäftigten). Bei relevanten Veränderungen sind diese zahlenmäßig darzustellen und zu erläutern.

[15] Die Anforderungen, die im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte angewendet werden, stehen in den grauen Feldern der folgenden Tabellen. In den Fällen, in denen die grauen Felder zweigeteilt sind, stehen links die Anforderungen und rechts weiterführende Erläuterungen.

[16] BASIS: gilt für alle Unternehmen; GROSS: gilt nur für Großunternehmen.

Eigentumsverhältnisse und Unternehmensbeteiligungen BASIS	Der Bericht enthält eine gebündelte und schnell zugängliche Darstellung der Eigentumsverhältnisse (Aktionärs-/ Inhaberstruktur) und geht dabei ggf. auf relevante Sonderregelungen zu Stimmrechten ein. Der Bericht benennt – falls vorhanden - die Beteiligungen des Unternehmens (z. B. durch einen qualifizierten Verweis auf den Konsolidierungskreis) und weist die aus Nachhaltigkeitsperspektive wesentlichen Minderheitsbeteiligungen hin.

A.2 STRATEGIE- UND ZIELENTWICKLUNG

A.2.1 EINBEZIEHUNG VON STAKEHOLDERN

Stakeholder-Management: Ziele und Ansatz GROSS	Das Unternehmen erläutert in dem Bericht seine Richtlinie (Policy) zur Einbeziehung von Stakeholdern oder verweist auf eine solche öffentlich zugängliche Richtlinie (Policy). Darin werden die Grundsätze/Prinzipien, Ziele und Verfahren der Einbeziehung von Stakeholdern geregelt (z. B. konform zu den Anforderungen des AccountAbility Stakeholder Engagement Standard AA1000APS (2015). Der Bericht zeigt auf, nach welchen Kriterien die relevanten Stakeholder(gruppen) identifiziert und ausgewählt wurden. Dabei wird deutlich, dass auch die Perspektiven von externen, nicht-marktlichen Stakeholdern aufgenommen und berücksichtigt wurden. Das Unternehmen berichtet über die Aktivitäten zur Information, Konsultation und Beteiligung der Stakeholder und zur Erfassung ihrer begründeten Interessen/Erwartungen. Diese Aktivitäten zur Einbeziehung von Stakeholdern werden hinsichtlich Methodik, Umfang und Häufigkeit eingeordnet. Es wird angezeigt, wie die eingebundenen Stakeholder über die Ergebnisse des Engagements informiert werden.	Nicht-marktliche Stakeholder: definiert als Stakeholder, zu denen keine Marktbeziehungen bestehen, also alle jenseits von (Arbeits-, Finanz- oder Güter-) Märkten wie Nachbarn, NGOs, Gewerkschaften, Politik. Die Betroffenheit und Interessen von Stakeholdern können auch durch Vertreter vorgetragen werden (z. B. Umweltverbände wie der WWF oder NABU für die Umwelt).
Stakeholder-Management: Ergebnisse BASIS	Das Unternehmen geht im Bericht auf die Schwerpunktthemen und Bedenken ein, die im Rahmen der Einbeziehung von Stakeholdern aufgeworfen wurden. Es zeigt auf, wie diese im Rahmen des CSR-/Nachhaltigkeitsmanagements und der Berichterstattung adressiert und berücksichtigt wurden.	

A.2.2 WESENTLICHKEITSANALYSE

Stakeholder-einbindung in die Wesentlich-keitsanalyse BASIS	Das Unternehmen stellt dar, mit welchem Verfahren die berechtigten Erwartungen und Interessen von Stakeholdern des Unternehmens im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse identifiziert und bei der Bewertung berücksichtigt wurden. Dabei wird deutlich, dass alle relevanten Stakeholdergruppen einbezogen wurden.	
Soziale- und ökologische Impact-Bewer-tung GROSS	Das Unternehmen zeigt, wie es die wesentlichen (potenziellen) Auswir-kungen seiner Unternehmenstätigkeit auf Mensch, Umwelt und Gesell-schaft nachvollziehbar analysiert und abschätzt. Dabei wird verdeutlicht, dass in dem Verfahren sowohl direkte als auch vor- und nachgelagerte Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. Dabei analysiert das Unternehmen auch die positiven Auswirkungen sei-ner Geschäftstätigkeiten (z. B. durch eine Erläuterung, wie das Unterneh-men zu der Erreichung der UN-SDGs beiträgt). Das Unternehmen legt dar, auf welcher Informationsgrundlage und mit welchen Instrumenten die Analyse durchgeführt wurde (insb. mittels fun-dierter Studien, freiwilliger und gesetzlicher CR-Standards, -Indizes und -Benchmarks, Medienberichten und eigenen Hot-Spot- bzw. Lebenszyklus-Analysen).	Mögliche Quellen für die Impact-/Risikoanalyse sind: ▪ CSR RISIKO-CHECK (UPJ, MVO): https://www.mvorisicochecker.nl/de ▪ Medienanalysen über Menschenrechts-verletzungen, Unfälle, Umweltver-schmutzungen, z. B. https://www.busi-ness-humanrights.org/de/ ▪ Unternehmensbewertungen wie durch den Corporate Human Rights Benchmark ▪ Länderbewertungen wie den Corruption Perceptions Index von Transparency In-ternational, Global Slavery Index, Envi-ronmental Performance Index
Bewertung der Geschäftsrele-vanz GROSS	Das Unternehmen stellt das Bewertungsverfahren des Risiko- und Chancenmanagements zur Einordnung der Geschäftsrele-vanz der Nachhaltigkeitsthemen dar. Dafür werden die Kriterien zur Bewertung von geschäftlichen Risiken und Chancen vor-gestellt (insb. Eintrittswahrscheinlichkeit, Schadenshöhe für Risiken und Markt-/Innovationspotenziale für Chancen).	

	Das Unternehmen berichtet, inwieweit bei der Feststellung substanzieller strategischer und/oder finanzieller Risiken und Chancen auch mittel- und langfristige Zeithorizonte berücksichtigt wurden. Es wird verdeutlicht, inwieweit Szenarien genutzt wurden, um mögliche Veränderungen von Rahmenbedingungen bei der Bewertung mit einzubeziehen.
Ergebnispräsentation BASIS	Das Unternehmen stellt die Priorisierung der ermittelten wesentlichen Themen dar (z. B. in einer Matrix). Dabei wird deutlich, wie das Unternehmen mit divergierenden Interessen und Ansprüchen umgegangen ist. Aus der Darstellung lassen sich folgende Aspekte ablesen: (1) die Erheblichkeit der Auswirkungen auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft, (2) die Geschäftsrelevanz der ermittelten Themen sowie (3) die Erheblichkeit des Einflusses auf die Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder und (4) der Beitrag zur Erreichung globaler Nachhaltigkeitsziele.

A.2.3 VISION, STRATEGIE UND ZIELE

Selbstverständnis und Wertebasis BASIS	Das Unternehmen erläutert seine grundlegenden Werte und die langfristigen Unternehmensziele (im Sinne eines Selbstverständnisses/Leitbilds und übergeordneten Handlungsrahmen). Die Darstellung wird in Bezug zu zentralen, anerkannten Standards, Leitprinzipien und Normen gesetzt (z. B. UN Global Compact; UN-SDGs; UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte).

Nachhaltigkeits-strategie BASIS	Der Bericht vermittelt eine am Leitbild der Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensstrategie, die (indirekte und langfristige) Anforderungen einer zukunftsfähigen Entwicklung von Mensch, Umwelt und Gesellschaft integriert. Dabei bildet die Unternehmensstrategie die unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten priorisierten strategischen Handlungsfelder ab. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens wird anhand folgender Strategieaspekte deutlich gemacht: ▪ Das Unternehmen erklärt, worin die wesentlichen Nachhaltigkeitsrisiken und -chancen bestehen (sowohl für das Unternehmen selbst als auch für Mensch, Umwelt und Gesellschaft). ▪ Dabei wird auf relevante Trends und Handlungsbedingungen Bezug genommen. ▪ Die Ausführungen vermitteln ein (Leit)Bild vom langfristig angestrebten Zustand zur Lösung des betreffenden Nachhaltigkeitsproblems (z. B. vollständige Dekarbonisierung/Klimaneutralität für Klimastrategie). ▪ Das Unternehmen erläutert Transformationsbedarfe in Bezug auf sein Geschäftsmodell (insbes. sein operatives Geschäft und – bei entsprechender Relevanz – seine Beschaffungs- und Absatzmärkte).
Nachhaltigkeits-ziele und -erreichung BASIS	Auf der Basis der strategischen Handlungsfelder leitet das Unternehmen spezifische Ziel- und Maßnahmenprogramme ab und stellt diese übersichtlich und schnell auffindbar dar. Die Definitions- und Bewertungsgrundlage der Ziel- und Statusangaben ist nachvollziehbar dargestellt. Es erfolgt eine systematische, übersichtliche und vollständige Berichterstattung über den Erreichungsgrad der für den Berichtszeitraum gesetzten relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Ziele. Ehemals gesetzte Ziele werden explizit genannt. Die Nichterreichung und die Veränderung von Zielen werden offen und eindeutig dargestellt und begründet; ggf. werden Korrekturmaßnahmen zur Erreichung bislang nicht erfüllter Ziele dargestellt.

A.3 GOVERNANCE UND COMPLIANCE

Modulkategorien

Kontext & Relevanz

Ambition & Ziele

Handlungsansatz & Maßnahmen

Leistungen & Ergebnisse

Reflexion & Konsequenzen

Modularten

BASIS: gilt für alle Unternehmen

GROSS: gilt nur für Großunternehmen

Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

A.3.1 UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND STEUERUNG/MANAGEMENTSYSTEM

Organisation und Verantwortlichkeiten BASIS	Der Bericht stellt die Verantwortlichkeiten für das Management wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen dar. Dafür beschreibt der Bericht die personelle und strukturelle Verankerung von Nachhaltigkeitsthemen in der Unternehmensorganisation und stellt dabei die Zuordnung von Verantwortlichkeiten in den obersten Entscheidungsgremien für das CSR-/Nachhaltigkeitsmanagement heraus (Organigramm mit Zuständigkeiten).
Vorstandsvergütung GROSS	Das Unternehmen berichtet über die Vorstandsvergütung und geht darauf ein, inwiefern die finanziell gesetzten Anreize (Vergütung, Bonuszahlungen) an Nachhaltigkeitskriterien gebunden sind. Dabei wird deutlich, dass die Anreize auf die Erreichung der strategischen Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens bezogen sind.

Zusammensetzung und Verantwortung des Kontrollorgans GROSS	Das Unternehmen berichtet über die personelle Zusammensetzung des Kontrollorgans. Dabei wird erläutert, welche Kriterien bei der Auswahl von Personen angelegt wurden (z. B. Kompetenzen, Diversitätsaspekte). Es werden Vorgaben und Verfahren zur Sicherstellung der Unabhängigkeit und Vermeidung von Interessenskonflikten des Kontrollorgans dargestellt. Es wird verdeutlicht, wie das Kontrollorgan im Rahmen seiner Verantwortung die nachhaltigkeitsorientierte Unternehmensstrategie und -entwicklung kontrolliert und unterstützt.	
Nachhaltigkeitsorientierte Finanzplanung GROSS	Das Unternehmen berichtet, inwiefern die Finanzplanung eine an Nachhaltigkeitskriterien orientierte Unternehmensentwicklung und die in diesem Zusammenhang gesetzten strategischen Prioritäten des Unternehmens befördern. Der Bericht legt den Anteil der Investitions- und Betriebsausgaben offen, die Nachhaltigkeitskriterien entsprechen.	Investitionsausgaben werden oftmals mit der Abkürzung „CapEx“ (für Capital Expenditure) und Betriebsausgaben mit „OpEx“ (für Operational Expenditure) bezeichnet.
Managementsysteme und Steuerungsinstrumente GROSS	Das Unternehmen berichtet, für welche als wesentlich definierten CSR-Bereiche Managementsysteme installiert wurden. Der Bericht ordnet ein, nach welchen Standards die Managementsysteme aufgesetzt wurden. Der Bericht stellt eingesetzte Steuerungs- und Planungsinstrumente dar. Der Bericht stellt die Wirksamkeit der Managementsysteme hinsichtlich ihres Abdeckungsgrad an den nationalen und ggf. internationalen Unternehmensstandorten dar (inkl. geeigneter Trendangaben). Für bisher nicht eingebundene Standorte werden die Perspektiven der Implementation dargelegt. Die wesentlichen Ergebnisse der Audits und Bewertungen sowie die daraus gezogenen Schlussfolgerungen werden aufgezeigt. Der Bericht stellt die Strukturen und Prozesse dar, mit denen die Wirksamkeit der Managementsysteme überprüft wird (z. B. externe Auditierungen und Zertifizierungen, interne Revision). Die wesentlichen Ergebnisse der Audits und Bewertungen sowie die daraus gezogenen Schlussfolgerungen werden aufgezeigt.	Zu den wesentlichen CSR-Bereichen zählen z. B. die Bereiche Umweltschutz, Gefahrenvermeidung und Störfallvorkehrungen, Personal, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Qualitätssicherung, Datensicherheit oder Beschaffung.

A.3.2 COMPLIANCE (INKL. ANTI-KORRUPTION)

Kontext und Relevanz BASIS	Das Unternehmen ordnet die Relevanz des Themas Compliance aus einer Perspektive der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit ein. Dabei beschreibt es die betrieblichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Handlungsfeldes und zeigt ggf. unternehmens- oder branchenspezifische Compliance- und Korruptionsrisiken auf.
Ambition und Ziele BASIS	Das Unternehmen positioniert sich mit der Zielsetzung zur Rechtskonformität und Einhaltung der unternehmenseigenen Richtlinien. Die Bekämpfung von Korruption wird als erklärtes Ziel beschrieben.
Compliance-Management BASIS	Das Unternehmen zeigt, wie es die Befolgung der unternehmenseigenen Richtlinien sicherstellt und Rechtskonformität in den Bereichen Umweltrecht, Menschen- und Arbeitnehmerrechte, Datenschutz, Bekämpfung der Korruption und Wettbewerbsrecht gewährleistet (Compliance-Management). Dafür werden die Leitlinien und Standards des Compliance-Managements dargestellt. Darüber hinaus stellt der Bericht Strukturen und Prozesse zur Erfassung von Compliance-Verstößen dar. Es werden die Hinweisgebersysteme beschrieben und es wird dargestellt, wie der Schutz von Hinweisgebern sichergestellt wird. Der Umgang mit relevanten Hinweisen auf Verstöße wird erläutert.
Anti-Korruption GROSS	Das Unternehmen legt Verfahren zur Prüfung betrieblicher Korruptionsrisiken dar (z. B. nach Betriebsteilen wie Tochtergesellschaften, Betriebsbereiche, Regionen) und benennt spezifische Korruptionsrisiken und stellt Strukturen und Mechanismen zum Umgang mit Interessenkonflikten und zur Vermeidung von Korruption im Unternehmen dar. Dazu zählen die Kommunikation von Regeln und Schulungen der Mitarbeiter/innen.

Ergebnisse zu Compliance und Anti-Korruption BASIS	Der Bericht informiert über die Einhaltung der Sorgfaltspflichten des Unternehmens und macht Angaben zu Art und Menge der Hinweise bzw. Beschwerden bzgl. möglicher Compliance-Verstöße. Das Unternehmen benennt wesentliche Rechtsverstöße des Unternehmens und gegen das Unternehmen gerichtete Klagen. Wesentliche Bußgelder und nicht-monetäre Strafen werden angegeben. Sofern Fälle von Korruption und Bestechung auftraten, werden diese genannt, ansonsten erfolgt eine Fehlanzeige.
Reflexion und Konsequenzen BASIS	Das Unternehmen reflektiert die erreichten Leistungen, nennt Fortschritte und ggf. Herausforderungen bei der Umsetzung des Handlungsansatzes. Bei festgestellten Verstößen berichtet das Unternehmen über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.

A.4 VERANTWORTUNG FÜR DIE MITARBEITER/INNEN

Modulkategorien

Kontext & Relevanz

Ambition & Ziele

Handlungsansatz & Maßnahmen

Leistungen & Ergebnisse

Reflexion & Konsequenzen

Modularten

BASIS: gilt für alle Unternehmen

GROSS: gilt nur für Großunternehmen

Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

A.4.0 EINORDNUNG DES HANDLUNGSFELDES MITARBEITERVERANTWORTUNG

Kontext und Relevanz BASIS	Das Unternehmen ordnet die Relevanz der Rechte und Ansprüche seiner Beschäftigten aus einer Perspektive der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit ein. Dabei erklärt es seine spezifischen Verantwortlichkeiten gegenüber seinen Beschäftigten und erläutert die Chancen für das Unternehmen, die sich aus dem Engagement ergeben. Zudem beschreibt es die betrieblichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Handlungsfeldes Mitarbeiterverantwortung und zeigt ggf. die jeweils spezifischen Herausforderungen auf.

Reflexion und Konsequenzen BASIS	Das Unternehmen reflektiert seine Leistungen bei der Erfüllung seiner Verantwortung für die Mitarbeiter/innen, nennt Fortschritte und ggf. Herausforderungen bei der Umsetzung der Handlungsansätze. Sind auf der Ebene wesentlicher Handlungsbereiche Auffälligkeiten zu erkennen, ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.	

A.4.1 ARBEITNEHMERRECHTE

Beschäftigungspolitik BASIS	Das Unternehmen beschreibt die Ausrichtung seiner Beschäftigungspolitik anhand grundlegender Werte, Normen und Verhaltensrichtlinien, die den gemeinsamen Umgang im Arbeitsalltag bestimmen. Es bekennt sich zur Wahrung grundlegender Arbeitnehmerrechte und dem Ansatz der Mitbestimmung bei arbeits- und geschäftsrelevanten Entscheidungen.	Bezugnahme auf z. B. ILO-Kernarbeitsnormen, Dreigliedrige Grundsatzerklärung über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik der ILO, UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, OECD-Guidelines für multinationale Unternehmen, Global Compact/CEO Statement etc.
Schutz der Arbeitsnehmer- und Menschenrechte BASIS	Das Unternehmen erläutert, wie es die Einhaltung der Arbeitsnehmer- und Menschenrechte der Beschäftigten achtet und sicherstellt. Dazu zählen ▪ ein Verhaltenskodex, ▪ Beschwerdemechanismen ▪ und Verfahren zur Vermeidung, Identifikation und Bearbeitung von Verstößen im Rahmen des Compliance-Managements. Unterhält das Unternehmen Standorte in Krisen- und Konfliktgebieten, erläutert es den Prozess, mit dem es menschenrechtliche Risiken an den Standorten erfasst und die Achtung der Menschenrechte im Unternehmen verankert.	

Mitbestimmungsrechte BASIS	Das Unternehmen legt dar, wie es die Vereinigungsfreiheit der Beschäftigten und ihr Recht auf Kollektivverhandlungen und Versammlungsfreiheit gewährleistet. Dies kann durch Verweis auf bestehende – den jeweiligen Landesverhältnissen angepasste – Formen von Arbeitnehmervertretungen geschehen. Der Bericht stellt die Zusammenarbeit mit betrieblichen Arbeitnehmervertretungen und/oder Sozialpartnern allgemein sowie bei akuten Interessenkonflikten exemplarisch dar. Insbesondere bei Betriebsänderungen werden die Auswirkungen auf die Beschäftigten sowie die Maßnahmen für deren sozialverträgliche Abfederung (Interessenausgleich, Sozialplan) beschrieben.	Zu den Formen von Arbeitnehmervertretungen zählen Gewerkschaften, (Euro- und Welt- bzw. Konzern-) Betriebsräte, Vertrauensleute, Belegschaftsinitiativen oder andere. Gilt v. a. für deutsche Standorte. In relevanten Fällen erfolgen diese Aussagen auch für internationale Standorte. Zu den Betriebsveränderungen zählen: Fusionen, Übernahmen, Verkäufe, Outsourcing-Aktivitäten und Standortverlagerungen.
Entwicklung des Personalbestands GROSS	Der Bericht enthält Zahlenangaben zum Personalbestand, der nach Beschäftigungsverhältnis bei Angestellten (befristet, unbefristet) aufgeschlüsselt wird. Die Entwicklung des Personalbestands wird durch eine Zeitreihe und durch die Anzahl der Einstellungen und Entlassungen angegeben. Der Umfang und die Bereiche des Einsatzes von Leih- und Zeitarbeitnehmer/innen wird dargelegt oder es wird eine Fehlanzeige vorgenommen.	Dazu verwendet das Unternehmen, falls vorhanden, einschlägige standardisierte Kenngrößen und legt, falls erforderlich, deren Methodik offen. Die Kenngrößen umfassen einen ausreichend repräsentativen Bereich des Unternehmens.

Beschwerden und festgestellte Verstöße BASIS	Das Unternehmen macht Angaben ▪ zur Anzahl der Beschwerden hinsichtlich Arbeitnehmer- oder Menschenrechte, ▪ erläutert die Beschwerdegründe ▪ und den Umgang mit Verdachtsfällen. Es wird die Anzahl bestätigter Verstöße gegen Arbeitnehmer- oder Menschenrechte im Unternehmen (oder ihre Fehlanzeige) berichtet.	Ein Beispiel wäre die Anzahl der gemeldeten Beschwerden (z. B. über eine Whistleblower-Hotline), in denen das Unternehmen Druck auf Mitarbeiter/innen ausübte und damit die Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung beschränkte. Digitalverantwortung: Das Unternehmen stellt dar, wie es beim Einsatz digitaler Anwendungen den Beschäftigtendatenschutz gewährleistet.
Mitbestimmung BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zum Abdeckungsgrad von Arbeitnehmervertretungen.	Bsp.: Anteil der Beschäftigten, für die formalisierte Strukturen der Arbeitnehmervertretung und/oder Kollektivvereinbarungen über Arbeitsbedingungen gelten.

A.4.2 GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN (ENTGELTPOLITIK, ARBEITSZEIT- UND ARBEITSORTREGELUNGEN)

Gute Arbeitsbedingungen BASIS	Das Unternehmen beschreibt seine Leitlinien, Standards und/oder Ziele zur Schaffung guter Arbeitsbedingungen. Dabei wird deutlich, dass sie ▪ zur Lohngerechtigkeit beitragen, ▪ die soziale Absicherung der Beschäftigten gewährleisten ▪ und die Vereinbarkeit von Beruf- und Privatleben unterstützen sollen.

Entgeltpolitik und soziale Absicherung + Corona BASIS	Das Unternehmen gibt einen umfassenden Überblick über die Entgeltpolitik und über Maßnahmen zur sozialen Absicherung der Beschäftigten. Unternehmen des Niedriglohnsektors und/oder mit Standorten in Ländern mit niedrigen Lohn- und Sozialstandards berichten, wie sie eine existenzsichernde Entlohnung der Beschäftigten gewährleisten und den Lebensstandard der Beschäftigten steigern. Unternehmen, die Arbeitnehmerüberlassung in Anspruch nehmen, stellen ihre Entgeltpraxis zudem für diese Arbeitsverhältnisse (Leiharbeit, Zeitarbeit) dar. Das Unternehmen erläutert seine Handhabung der Corona-Pandemie mit Blick auf seine Entgeltpolitik. Dabei stellt es z. B. den Umgang mit geringfügig Beschäftigten und mit Kurzarbeitergeld dar.	Dabei wird deutlich, dass die Maßnahmen systematisch angelegt sind und wesentliche Standorte und Bereiche des Unternehmens abdecken. Beispiel Digitalverantwortung: In Bereichen der Digitalwirtschaft (z. B. bei Dienstleistungsplattformen) sollte angesichts der Gefährdung durch prekäre Beschäftigung über Maßnahmen zur Vermeidung von Niedriglöhnen (z. B. „Clickworker“), Scheinselbständigkeit, kurzfristigen Anstellungen ohne angemessenen Arbeitnehmerschutz berichtet werden.
Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen + Corona BASIS	Das Unternehmen stellt die Arbeitszeitregelungen und -modelle dar. Es berichtet über die Begrenzung der maximalen Wochenarbeitszeit und die Handhabung von Überstunden. Der Bericht erläutert Ansätze zur Flexibilisierung der Arbeitszeit und Arbeitsortsregelungen. Dabei geht der Bericht auf die Bedürfnisse relevanter Zielgruppen ein und stellt dar, welche Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben und zur Chancengerechtigkeit geschaffen wurden. Das Unternehmen erläutert seine Handhabung der Corona-Pandemie mit Blick auf seine Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle. Dabei stellt es z. B. den Umgang mit Home Office und Betreuungsbedarfen dar.	Zu den Arbeitszeitmodellen zählen bspw. Schichtsysteme, Teilzeit- und Saisonarbeit, Gleitzeit, Arbeitszeitkonten, Heim- und Telearbeit, Sabbaticals oder Elternzeit. Zu den relevanten Zielgruppen gehören z. B. Alleinerziehende, Pflegende, ältere Beschäftigte, Beschäftigte mit Behinderung, Leistungsgewandelte, Beschäftigte in Rehabilitation/Wiedereingliederung.

Lohngerechtigkeit BASIS	Das Unternehmen ordnet Höhe und Angemessenheit von Löhnen und Gehältern ein (insb. im Niedriglohnsektor und bei Standorten in Ländern mit niedrigem Lohnniveau). Bei einem Verweis auf Tarifverträge wird der Anteil der tarifgebundenen Beschäftigten berichtet. Es werden Angaben zur Lohnspreizung gemacht.	Höhe und Angemessenheit sind im Niedriglohnsektor in Relation zum gesetzlichen Mindestlohn einzuordnen. Lohnspreizung: z. B. Verhältnis der Jahresgesamtvergütung des/der höchstbezahlten Mitarbeiters/Mitarbeiterin zum mittleren Niveau der Jahresgesamtvergütung aller Beschäftigten oder zum geringstbezahlten Beschäftigten.
Soziale Absicherung BASIS	Form und Umfang der betrieblichen Altersvorsorge werden dargestellt. Unternehmen mit internationalen Standorten bilden Art und Umfang der sozialen Mindestsicherung für die Standorte in Ländern ohne staatliche Alters- und Krankenversicherung ab.	
Vereinbarkeit von Beruf- und Privatleben BASIS	Das Unternehmen gibt die Tages- bzw. Wochenarbeitsstunden ggf. differenziert nach Regionen und Beschäftigtengruppen an. Das Unternehmen belegt die Verbreitung und Inanspruchnahme der Modelle zur flexiblen Arbeitsgestaltung durch Zahlenangaben.	

Eltern-/Pflegezeiten GROSS	Das Unternehmen macht Angaben zum prozentualen Anteil der Angestellten, die die ihnen zustehende Pflege- bzw. Elternzeit in Anspruch genommen haben und die anschließende Verbleiberate im Unternehmen.	

A.4.3 PERSONALENTWICKLUNG

Ziele Personalentwicklung BASIS	Das Unternehmen berichtet über seine Leitlinien, Standards und/oder Ziele zur Personalentwicklung. Dabei erklärt es, dass durch eine Qualifizierung der Beschäftigten bestimmten betrieblichen und gesellschaftlichen Herausforderungen begegnet werden soll - und welche Herausforderungen das sind.	Beispiele für relevante betriebliche und gesellschaftliche Herausforderungen sind demografischer Wandel, Fachkräftemangel, Digitalisierung, Nachhaltigkeit.
Handlungsansatz der Personalentwicklung BASIS	Das Unternehmen formuliert einen Handlungsansatz zur Personalentwicklung, der die identifizierten Herausforderungen adressiert und systematisch die individuellen Kompetenzen und den individuellen Weiterbildungs- bzw. Förderungsbedarfs der Beschäftigten ermittelt. Der Bericht gibt einen Überblick über die Aus- und Weiterbildungsprogramme des Unternehmens sowie über Schwerpunkte der Personalentwicklung. Das Unternehmen erläutert zudem, wie es im Rahmen der Personalentwicklung die Beschäftigten hinsichtlich Nachhaltigkeitsanforderungen qualifiziert.	

Berufsausbildung BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zur Anzahl der Auszubildenden und Trainees in Relation zum Eigenbedarf des Unternehmens an Nachwuchskräften.	
Weiterbildung BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zu Weiterbildungsstunden oder Weiterbildungsausgaben, zumindest für die deutschen Standorte differenziert nach Beschäftigtengruppen. Außerdem bewertet es die Wirkung der Qualifizierungsmaßnahmen.	Zu möglichen Beschäftigungsgruppen zahlen z. B. ältere/jüngere Beschäftigte, Management/Beschäftigte/ Führungskräftenachwuchs.

A.4.4 CHANCENGERECHTIGKEIT UND VIELFALT

Ziele zur Chancengerechtigkeit und Vielfalt BASIS	Das Unternehmen berichtet über seine unternehmensweit gültigen Leitlinien, Grundsätze und Ziele zur Chancengerechtigkeit. Das Unternehmen stellt seine Ambitionen zur Förderung der soziokulturellen Vielfalt im Unternehmen vor.

Förderung von Chancengerechtigkeit und Vielfalt BASIS	Das Unternehmen gibt zu erkennen, dass es sich im Hinblick auf seine Beschäftigungspolitik mit gesellschaftlich strukturell benachteiligten Gruppen auseinandergesetzt hat. Es beschreibt den Handlungsansatz (z. B. Programme, Strukturen), um Chancengerechtigkeit zu gewährleisten und Diskriminierung abzuwenden. Dazu zählen: ▪ Bias-sensible Einstellungs- und Auswahlverfahren ▪ Karriereförderung ▪ Quotierung bzw. paritätische Besetzung von Führungspositionen ▪ Sensibilisierung von Führungskräften und der Belegschaft (Trainings; Kampagnen) ▪ Inklusionsförderung und Barrierefreiheit der Räumlichkeiten und Medien	Gesellschaftlich wirksame Unterscheidungen können erfolgen entlang von Merkmalen wie ethnisch-kulturelle Herkunft, religiöse Prägung und Weltanschauung, sozio-ökonomischer Hintergrund, Alter, zugeschriebenes Geschlecht, geschlechtliche Identität, sexuelle Orientierung, Behinderung, Asylstatus, Fluchtgeschichte und weitere. Beispiel Digitalverantwortung: Unternehmen, die im Bewerbungs- und Auswahlverfahren von Mitarbeiter/innen automatisierte Entscheidungsprozesse (künstliche Intelligenz) einsetzen, berichten darüber, wie sie sicherstellen, dass sich daraus keine Diskriminierung oder Verstetigung von Bias ergibt.
Förderung von Chancengerechtigkeit und Vielfalt GROSS	Das Unternehmen berichtet über die Mitgliedschaft bzw. Teilnahme an Initiativen und Vereinigungen, die sich für die Gleichstellung und Beteiligung von gesellschaftlich strukturell benachteiligten Gruppen im Arbeitskontext einsetzen.	

Anti-Diskriminierungs-maßnahmen BASIS	Das Unternehmen erläutert, welche Maßnahmen es zur Aufdeckung von Diskriminierungsvorfällen ergreift. Es stellt dar, an wen und auf welchem Wege Betroffene eine Beschwerde einreichen können und wie diese gehandhabt werden.
Gleichstellung von Frauen GROSS	Das Unternehmen macht kommentierte Angaben zur Gleichstellung von Frauen: ▪ Frauenanteil in Führungspositionen (über mehrere Managementebenen) ▪ Frauenanteil in Programmen der Karriereförderung ▪ Entgeltdifferenz zwischen Frauen und Männern
Gleichstellung von benachteiligten Gruppen GROSS	Das Unternehmen macht kommentierte Angaben zu den Ergebnissen seiner Bemühungen um Chancengerechtigkeit für relevante Beschäftigtengruppen, die aufgrund ihrer gesellschaftlichen Stellung strukturell benachteiligt sind.

Inklusion von Menschen mit Behinderung BASIS	Das Unternehmen macht kommentierte Angaben zur Beschäftigungsquote von schwerbehinderten Menschen (nur direkt Beschäftigte).
Beschwerden und Verstöße BASIS	Das Unternehmen ▪ macht quantitative Angaben zur Anzahl von Beschwerden hinsichtlich Diskriminierungsvorwürfen, ▪ ordnet die Art der Vorwürfe ein ▪ und gibt die bestätigten Verstöße an.

A.4.5 ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Ziele BASIS	Das Unternehmen berichtet über seine unternehmensweit gültigen Leitlinien, Grundsätze und Ziele zur Gesunderhaltung der Beschäftigten und ihrem Wohlergehen.

Arbeits-sicherheit und Gesundheits-schutz: Maßnahmen BASIS	Das Unternehmen erläutert seinen Handlungsansatz für die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz. Dabei stellt es die Programme und ergriffenen Maßnahmen allgemein sowie bei besonderen Gefährdungslagen dar. Der Ansatz umfasst ▪ neben Schutzmaßnahmen ▪ die Gefahrenidentifizierung, ▪ Risikobewertung ▪ und Untersuchung von Vorfällen.	Besondere Gefährdungslagen sind z. B. ▪ risikobehaftete Anlagen und Arbeitsorte wie Baustellen, ▪ der Umgang mit giftigen oder Allergie auslösenden Stoffen, ▪ hohe physische oder psychische Belastungen, ▪ regionenspezifische Ansteckungsgefahren wie hohe Malaria- oder HIV-Infektionsraten, Covid-19-Infektionsrisiken.
Gesundheits-prävention und -förderung BASIS	Das Unternehmen erläutert seinen Ansatz, wie es zur Gesunderhaltung der Beschäftigten beiträgt. Dazu zählen präventive Maßnahmen wie Gesundheitschecks, Beratung und Sensibilisierung für Gesundheitsrisiken und gesundheitsfördernde Maßnahmen hinsichtlich Fitness und Ernährung. Dabei ordnet es die Inanspruchnahme von Angeboten der Gesundheitsförderung ein.	
Gesundheits-schutz Corona BASIS	Das Unternehmen erläutert seine Handhabung der Corona-Pandemie mit Blick auf den Gesundheitsschutz. Dabei stellt es die Maßnahmen zum Schutz vor Ansteckungen mit Covid-19 dar sowie den Umgang mit möglichen negativen Aspekten der Schutzmaßnahmen: Tragen von Mund-Nasen-Schutz in Verbindung mit „Maskenpausen“; Gesundheitsschutz im Home Office.	

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Ergebnisse BASIS	Das Unternehmen macht kommentierte Trendangaben zu ▪ Unfallhäufigkeit mit zugrundlegender Definition der Kennzahl, ▪ Anzahl nach Art und Unfallschwere, ▪ Todesfällen aufgrund arbeitsbedingter Verletzungen.	In der Regel wird die Unfallhäufigkeit definiert als „meldepflichtige Arbeitsunfälle auf 1 Million Arbeitsstunden“. Dabei sind in einem Abgleich mit A.5.6 (Produktions-, Transport- und Lagersicherheit) bei Vorfällen die Auswirkungen auf die Beschäftigten zu berücksichtigen.
Gesundheitsförderung BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zur Gesundheitsquote bzw. Krankheitsquote mit zugrundlegender Definition der Kennzahl.	

A.4.6 ARBEITSZUFRIEDENHEIT UND MITARBEITERBINDUNG

Arbeitszufriedenheit und Verbundenheit als Anspruch BASIS	Das Unternehmen formuliert das Ziel einer wertschätzenden, dialogorientierten Unternehmenskultur, die sich an der Zufriedenheit und Verbundenheit der Beschäftigten als Maßstab orientiert.

Unternehmens-kulturl BASIS	Das Unternehmen stellt dar, wie es eine wertschätzende, dialogorientierte Unternehmenskultur aufbaut bzw. stärkt (z. B. durch die Qualifizierung von Führungskräften).	
Mitarbeiter-befragung und -einbindung BASIS	Der Bericht beschreibt, wie das Unternehmen Aussagen der Beschäftigten zur Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung erhebt und verwendet. Der Bericht beschreibt dazu Formen der Einbindung von Beschäftigten (bspw. in das betriebliche Vorschlagswesen bzw. Ideenmanagement).	Dazu zählen u. a. ▪ Mitarbeiterbefragungen, ▪ Feedbackgespräche/360-Grad-Feedback, ▪ Beschwerdemöglichkeiten, ▪ Erfassung von Kündigungsgründen.
Arbeitszufrie-denheit BASIS	Das Unternehmen stellt die Ergebnisse von Erhebungen zur Arbeitszufriedenheit dar und erläutert sie.	
Betriebszuge-hörigkeit BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zu Stand und Entwicklung der Fluktuationsrate und der durchschnittlichen Dauer der Be-triebszugehörigkeit.	

A.5 ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG AN DEN STANDORTEN

Modulkategorien

Kontext & Relevanz

Ambition & Ziele

Handlungsansatz & Maßnahmen

Leistungen & Ergebnisse

Reflexion & Konsequenzen

Modularten

BASIS: gilt für alle Unternehmen

GROSS: gilt nur für Großunternehmen

Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

A.5.0 EINORDNUNG DES HANDLUNGSFELDES ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG AN DEN STANDORTEN

Kontext und Relevanz

BASIS

Das Unternehmen ordnet die Relevanz der standortbezogenen Umweltauswirkungen aus einer Perspektive der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit ein.

Dabei beschreibt es politische und gesetzliche Rahmenbedingungen, die das Handlungsfeld Ökologische Verantwortung an den Standorten normieren, und zeigt ggf. die jeweils spezifischen Herausforderungen auf.

Falls betroffen, berichtet das Unternehmen über seine Teilnahme am Europäischen Emissionshandel.

Reflexion und Konsequenzen BASIS	Das Unternehmen reflektiert die erreichten Leistungen zur Verbesserung der standortbezogenen Umweltauswirkungen und nennt Fortschritte sowie ggf. Herausforderungen bei der Umsetzung des Handlungsansatzes. Dabei geht es auch auf die Zielerreichung ein. Sind auf der Ebene wesentlicher Handlungsbereiche Auffälligkeiten zu erkennen, ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.	

A.5.1 ENERGIEMANAGEMENT UND KLIMASCHUTZ AN DEN STANDORTEN

Klimaziele GROSS	Das Unternehmen setzt Ziele zum effizienten und sparsamen Einsatz von Energie sowie zur Reduktion von Treibhausgasen in Bezug auf die Herstellung bzw. Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen. Diese Ziele setzt es in Bezug zum Pariser Klimaabkommen. Produzierende Unternehmen setzen operative Ziele zur Reduktion von Treibhausgasen und zeigen an, inwiefern die Zielsetzung wissenschaftsbasiert erfolgte und das verfügbare CO2-Budget nach dem Pariser Klimaabkommen berücksichtigt wurde. Es wird die Methodik der Zielsetzung erläutert (Quelle, Berechnungsmethodik).	Zielsetzung sollte gegenüber einem Basisjahr genannt werden.
Klimaschutz und Energiemanagement BASIS	Das Unternehmen formuliert seinen Handlungsansatz zum Klimaschutz (durch Vermeidung, Reduktion und Kompensation von THG-Emission) und für das Energiemanagement und beschreibt entsprechende Maßnahmen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden. Bei eigenständiger Energieerzeugung beschreibt das Unternehmen seine Ansätze zur Dekarbonisierung durch die Abkehr von fossilen Energieträgern.	Der Handlungsansatz kann z. B. durch ein Klimaschutzprogramm oder einen Energieeffizienzplan dargestellt werden, der Steuerungsinstrumente (z. B. CO2-Preis/Carbon Pricing) und technische Lösungen beinhaltet. Dekarbonisierung: Substitution kohlenstoffhaltiger Energieträger durch kohlenstofffreie Energieträger.

		Beispiel Digitalverantwortung: Digitales Energiemanagement in Gebäuden und der Produktion durch z. B. automatisierte Zähler (Smart Metering), intelligente Kühlsteuerung bei Servern, Load Shifting.
Energieverbrauch und -erzeugung BASIS	Das Unternehmen stellt die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen dar, wenn möglich anhand adäquater Leistungsindikatoren. Das Unternehmen berichtet über die Entwicklung seines Energieverbrauchs, mindestens unter Angabe folgender Daten: ▪ Energieeinsatz absolut ▪ Energieeinsatz differenziert nach relevanten Energieträgern: Elektrizität, Wärme, Mineralöl, Gas, Kraftstoffe und andere Bei produzierenden Unternehmen sind weiterhin folgende Angaben gefordert: ▪ Energieeffizienz als organisationsspezifische Kennzahl (z. B. pro Mitarbeitende, pro € Umsatz) ▪ Bei Energieeigenerzeugung stellt es die Energieeffizienz (z. B. Wirkungsgrade) der Anlagen dar und gibt eine quantitative Einordnung (z. B. Anteil KWK)	Dazu zählen eingesparte Energie bzw. vermiedene THG-Emissionen durch z. B. Energieeffizienzmaßnahmen bei den Anlagen, Umstellung auf LED-Beleuchtung, installierte erneuerbare Energietechnologie, Grünstromvertrag etc. Eine quantitative Einordnung der Stromeigenerzeugung kann z. B. über den Anteil der KWK-Stromerzeugung erfolgen. KWK: Kraft-Wärme-Kopplung
Erneuerbare Energie BASIS	Das Unternehmen stellt den Einsatz regenerativ erzeugter Energie quantitativ dar und ordnet ihn im Verhältnis zum Gesamtenergieverbrauch ein. Dazu wird falls relevant zwischen direktem und indirektem Energieverbrauch unterschieden. Art und Standards der Erzeugung (Zertifizierungen) werden qualitativ eingeordnet.	Mögliche Kennzahlen zur Einordnung: ▪ regenerativer Anteil am direkten Energieverbrauch ▪ regenerativer Anteil am indirekten Energieverbrauch (Strom, Fernwärme, Kälte, Dampf)

Treibhausgas-emissionen BASIS	Das Unternehmen berichtet über die Entwicklung seiner standortbezogenen Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen). Gefordert sind Daten zu: ▪ THG-Emissionen aus eigenen Anlagen (stationäre Verbrennung von Energieträgern, Prozessemissionen) ▪ THG-Emissionen aus zugekaufter Energie Das Unternehmen berichtet über die gewählten Standards und Annahmen der THG-Bilanzierung. Dabei werden die Quellen der eingesetzten Emissionsfaktoren angegeben. Treten relevante Emissionen anderer treibhausrelevanter Gase (Methan CH4, Distickstoffoxid N2O, Fluorkohlenwasserstoffe HKFW, Perfluorierte Kohlenwasserstoffe FKW, Schwefelhexafluorid SF6, Stickstofftrifluorid NF3) auf, werden diese in CO2-Äquivalenten ausgewiesen.	Zuordnung verkehrsbedingter Emissionen eines eigenen Fuhrparks in A.5.5

A.5.2 LUFTSCHADSTOFFE UND WEITERE PRODUKTIONSBEZOGENE EMISSIONEN

Emissionsziele GROSS	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung zur Reduzierung relevanter produktionsbezogener Emissionen (z. B. Lärm, Licht, Erschütterungen oder Gerüche) aus Produktion sowie, falls zutreffend, aus eigener Energieerzeugung.

Reduzierung von Emissionen GROSS	Das Unternehmen formuliert seinen Handlungsansatz zur Reduzierung relevanter produktionsbezogener Emissionen und beschreibt Maßnahmen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden.	
Relevante Emissionen BASIS	Das Unternehmen stellt seine relevanten produktionsbezogenen Emissionen sowie die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen zur Reduzierung dieser dar. Dabei wird, sofern relevant, insbesondere auf Säure bildende Emissionen, Emissionen an NM-VOC und Schwermetallen sowie Partikelemissionen wie vor allem Feinstaub eingegangen.	NM-VOC: leichtflüchtige organische Verbindungen ohne Methan.

A.5.3 STOFFSTRÖME UND KREISLAUFWIRTSCHAFT

Reduktions- und Substitutionsziele BASIS	Das Unternehmen stellt seine Ambitionen zur Schonung natürlicher Ressourcen sowie zur Reduzierung der negativen Auswirkungen der Stoffströme dar. Produzierende Unternehmen und Handelsunternehmen formulieren bei besonderer Relevanz Ziele zur absoluten Reduktion eingesetzter Materialien und Rohstoffe sowie zu Steigerung der Effizienz und Kreislaufführung von Materialien und Rohstoffen. Dies gilt insbesondere beim Einsatz von aus Nachhaltigkeitsperspektive kritischen Rohstoffen bzw. Materialien. Für diese wird außerdem dargestellt, inwieweit eine Substitution angestrebt wird (z. B. durch Umstellung auf erneuerbare, bio-basierte, recyclingfähige Rohstoffe).	Das Ziel könnte sich u.a. auf die Vermeidung von THG-Emissionen beziehen, die mit der Gewinnung, Herstellung und Entsorgung von Materialien verbunden sind. Besondere Relevanz: z. B. hoher Anteil Materialkosten an Gesamtkosten, Einsatz von Rohstoffen/Materialien mit besonderen ökologischen Aspekten oder Knappheit Aus Nachhaltigkeitsperspektive kritisch sind Rohstoffe etwa, wenn ihre Gewinnung oder

		Entsorgung mit erheblichen (potentiellen) Auswirkungen auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft verbunden ist.
Abfallziele BASIS	Das Unternehmen formuliert Ziele zur Reduktion des Abfallaufkommens. Bei Entstehung von Abfällen, für die keine Wiederverwendung oder Verwertung möglich ist (insbesondere für gefährliche Abfälle) formuliert das Unternehmen außerdem Ziele zur Minimierung von negativen Auswirkungen bei der Entsorgung. Insbesondere gilt dies bei ausländischen Standorten mit niedrigeren gesetzlichen Umweltauflagen.	
Effizienz, Kreislaufführung und Substitution BASIS	Das Unternehmen stellt seinen Handlungsansatz zur Schonung natürlicher Ressourcen sowie zur Reduzierung der negativen Auswirkungen der Stoffströme dar. Produzierende Unternehmen und Handelsunternehmen beschreiben die Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz und Kreislaufführung von Materialien und Rohstoffen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden. Beim Einsatz von aus Nachhaltigkeitsperspektive kritischen Rohstoffen bzw. Materialien werden Ansätze zur Vermeidung, Substitution und Verminderung dargestellt (z. B. durch technische Lösungen oder die Umstellung auf erneuerbare, bio-basierte und/oder recyclingfähige Rohstoffe). Dabei erläutert das Unternehmen, welche Nachhaltigkeitskriterien bei der Umstellung angelegt werden (z. B. Zertifizierungen), um negative Folgewirkungen zu vermeiden.	

Abfall BASIS	Das Unternehmen stellt Maßnahmen zur Reduktion des Abfallaufkommens dar. Dabei orientiert sich das Unternehmen an der Abfallhierarchie (Vermeidung > Wiederverwendung > Recycling (stoffliche Verwertung) > sonstige Verwertung > Beseitigung). Bei Entstehung von Abfällen, für die keine Wiederverwendung oder Verwertung möglich ist (insbesondere für gefährliche Abfälle) zeigt es Maßnahmen zur Minimierung von negativen Auswirkungen bei der Entsorgung auf. Insbesondere gilt dies bei ausländischen Standorten mit niedrigeren gesetzlichen Umweltauflagen.	Es werden Angaben zur fachgerechten Entsorgung gemacht, durch die abfallbezogene Auswirkungen reduziert werden. Hierzu gehören Angaben zur fachgerechten Deponierung sowie zur thermischen Entsorgung. Es wird ein festgelegter Prozess erläutert, der eine sichere Entsorgung gewährleistet (z. B. Angaben zu Audits von Entsorgungsdienstleistern) oder/und konkrete Maßnahmen genannt z. B. eine biologische, chemische oder physikalische Behandlung des Abfallmaterials oder die Behandlung oder Entsorgung in zugelassenen Anlagen, die speziell für die Aufnahme des Abfalls konzipiert sind.
Materialeinsatz, Kreislaufführung und Substitution BASIS	Das Unternehmen quantifiziert den Rohstoff- bzw. Materialeinsatz nach relevanten Kategorien und zeigt die Ergebnisse ergriffener Maßnahmen auf, wenn möglich anhand adäquater Leistungsindikatoren. Produzierende Unternehmen und Handelsunternehmen schlüsseln den Materialeinsatz in den nachfolgenden Kategorien nach Art und Volumen bzw. Gewicht oder Einkaufswert auf: ▪ Rohstoffe ▪ Hilfs- und Betriebsstoffe ▪ Vorprodukte und ggf. Einsatzmittel; sofern relevant, explizit Materialeinsatz für Transport- und Produktverpackungen Aus den wesentlichen Materialeinsätzen leitet das Unternehmen die damit verbundenen THG-Emissionen ab. Produzierende Unternehmen demonstrieren darüber hinaus die Materialeffizienz als organisationsspezifische Kennzahl (z. B. pro produzierte Menge, pro € Umsatz). Des Weiteren demonstriert das Unternehmen seine Erfolge zur Vermeidung, Reduktion bzw. Substitution von aus Nachhaltigkeitsperspektive kritischen Rohstoffen bzw. Materialien anhand adäquater Leistungsindikatoren. Dazu zählt der entsprechende Anteil z. B. bio-basierter, erneuerbarer, recycelter, wiederverwendeter Rohstoffe und Materialien.	

Abfall BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zum Gewicht bzw. Volumen der Gesamtabfallmenge, ggf. unter differenzierter Angabe der wichtigsten Abfallarten. Produzierende Unternehmen differenzieren den Gesamtabfall außerdem nach Art der Entsorgung: ▪ Recycling (stoffliche Verwertung) ▪ sonstigen Verwertung (insbesondere energetisch und zur Verfüllung) ▪ Beseitigung differenziert nach gefährlichen und nicht gefährlichen Abfällen Bei besonderer Relevanz leitet das Unternehmen die aus den wesentlichen Abfallkategorien verbundenen THG-Emissionen ab.

A.5.4 WASSERMANAGEMENT

Wasserziele BASIS	Das Unternehmen stellt seine Ambitionen zur Verbesserung des Wassermanagements dar, insbesondere an Standorten in Regionen mit Wasserstress. Bei besonderer Relevanz formuliert das Unternehmen eine Zielsetzung zur absoluten Verbrauchsminderung (z. B. durch Effizienzsteigerung und/oder Kreislaufführung) sowie zur Minderung des Schadstoffeintrags des Abwassers.	Besondere Relevanz: Hoher absoluter Wasserverbrauch im Gesamtbetrieb, Standorte in Regionen mit Wasserstress, Einträge von bedenklichen Stoffen ins Abwasser und damit verbundener hoher Reinigungsbedarf des Abwassers.

Wasserverbrauch und Schadstoffeinträge BASIS	Das Unternehmen stellt seinen Handlungsansatz zur Verbesserung des Wassermanagements dar, insbesondere an Standorten in Regionen mit Wasserstress. Bei besonderer Relevanz stellt das Unternehmen Maßnahmen zur absoluten Verbrauchsminderung (z. B. über Verbesserung der Effizienz und Kreislaufführung) sowie zur Minderung des Schadstoffeintrags dar, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden.	Verbrauchsminderung durch technologische Effizienzmaßnahmen, Kreislaufführung und Umstellung auf Grauwasser.
Wasserverbrauch BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zum Wasserverbrauch. Bei besonderer Relevanz enthält der Bericht außerdem Zahlenangaben zu ▪ Wasserentnahme differenziert nach Quellen, ▪ Wiederverwendetem Wasser (Kreislaufführung). Weiterhin stellt das Unternehmen bei besonderer Relevanz die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen dar.	Entnahmequellen: Grundwasser, Trinkwasser, Oberflächenwasser, Meerwasser, produziertes Wasser (im Herstellungsprozess), Wasser von Dritten (z. B. Wasserversorger) z. B. eingespartes Wasser, Verringerung von Schadstoffeinträgen
Abwasser BASIS	Das Unternehmen stellt die mit seinen Produktionsprozessen einhergehenden bedeutenden Schadstofffrachten der Abwassereinleitungen dar und trifft Aussagen zur Einhaltung der Grenzwerte. Weiterhin macht das Unternehmen quantitative Angaben zur gesamten Abwassermenge.	Schadstofffrachten: insbesondere Emissionen von Schwermetallen, Stickstoff und Phosphor sowie CSB bzw. BSB. CSB: Chemischer Sauerstoffbedarf BSB: Biologischer oder biochemischer Sauerstoffbedarf

A.5.5 LOGISTIK UND VERKEHR

Verkehrsziele BASIS	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung zur Reduzierung des Transport- und Personenverkehrs und zur Minderung der damit verbundenen Umweltbelastungen.	
Reduzierung verkehrs-bezogener Auswirkungen BASIS	Das Unternehmen formuliert Handlungsansätze zur Reduzierung des Transport- und Personenverkehrs und zur Minderung der damit verbundenen Umweltbelastungen und beschreibt entsprechende Maßnahmen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden.	Beispiele für Handlungsansätze sind ▪ Umstellung auf umweltschonendere Fahrzeuge bzw. Verkehrsträger, ▪ Ersatz von Dienstreisen durch Videokonferenzen, ▪ Unterstützung einer nachhaltigen Mitarbeitermobilität.
Fuhrpark und Transport-dienstleistungen BASIS	Das Unternehmen stellt seinen Fuhrpark aus Dienstwagen und ggf. Transportfahrzeugen dar und berichtet über beauftragte Transportdienstleistungen. Das Unternehmen schlüsselt die genutzten Verkehrsträger (Luft, Schiene, Straße, Wasser, ggf. Pipelines) auf. Bei Relevanz werden die verkehrsbedingten THG-Emissionen berichtet (Dienstreisen, Mitarbeiterverkehre sowie Zulieferung und Auslieferung). Das Unternehmen stellt die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen dar. Beispiele zur Reduzierung des Transport- und Personenverkehrs und zur Minderung der Umweltbelastungen werden quantitativ eingeordnet.	Die quantitative Einordnung der Beispiele kann erfolgen etwa mittels Anzeige von Schadstoffklassen der Fahrzeuge, Anteil umweltschonender Verkehrsträger, Vereinbarungen mit Transportdienstleistern.

A.5.6 PRODUKTIONS-, TRANSPORT- UND LAGERSICHERHEIT

Ziel zu Sicherheit BASIS	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung zur Reduktion von Produktions- und Transportunfällen sowie zur Freisetzung von Chemikalien, Kraftstoffen und Ölen und nennt ein entsprechendes Vorsorgekonzept. Unternehmen, die signifikante Mengen gefährlicher Substanzen herstellen, in ihrem Produktionsprozess einsetzen oder transportieren, berichten darüber, ob und wie das Vorsorgeprinzip berücksichtigt wird.	
Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen BASIS	Das Unternehmen formuliert einen Handlungsansatz zur Sicherstellung der Produktions-, Transport- und Lagersicherheit und beschreibt Maßnahmen zur Reduktion von Produktions- und Transportunfällen sowie zur Reduktion der Freisetzung von Chemikalien, Kraftstoffen und Ölen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden.	
Unfälle GROSS	Das Unternehmen macht Angaben zu relevanten Unfällen (sofern eingetreten) in der Produktion, bei der Lagerung oder bei Transporten, bei denen umweltschädliche Stoffe freigesetzt wurden oder eine Freisetzung hätte ausgelöst werden können. Wenn es keine Vorfälle gegeben hat, macht es eine Fehlanzeige. Aufgetretene Schäden werden in ihrem Ausmaß (z. B. Schadenshöhe, Anzahl betroffener Personen, betroffene Fläche) bewertet. Mengen und Ursachen signifikanter Freisetzungen von Chemikalien, Kraftstoffen, Ölen (auch unabhängig von Unfällen) werden angegeben. Sofern keine bedeutsamen Freisetzungen aufgetreten sind, kann die Angabe entfallen. Gefordert sind Zahlenangaben zur	Die Darstellung der Auswirkungen auf Beschäftigte wird unter A.4.5 bewertet.

	▪ Anzahl der Schadensereignisse in Produktion und Lagerung, ▪ Unfallhäufigkeit bei Transporten: auf der Straße, auf der Schiene, mit Binnenschiff, auf See.	

A.5.7 BIODIVERSITÄT, NATURSCHUTZ UND FLÄCHENVERBRAUCH

Ambitionen zu Biodiversität BASIS	Das Unternehmen stellt seine Ambitionen zum Erhalt und zur Förderung der Biodiversität und Natur an seinen Standorten dar. Bei direkten Eingriffen in die Natur durch die Geschäftstätigkeit formuliert das Unternehmen darüber hinaus eine Zielsetzung zur Reduzierung der Auswirkungen auf die Biodiversität.	Wenn keine direkten Eingriffe in die Natur, dann Förderung von Biodiversität z. B. naturnahe Gestaltung des Firmengeländes (insektenfreundliche Wiesen, Gebäudebegrünung, Nisthilfen für Wildbienen etc.).
Schutzgebiete und Flächenverbrauch BASIS	Das Unternehmen formuliert einen Handlungsansatz zum Erhalt und zur Förderung der Biodiversität und des Naturschutzes. Es legt dar, welche Betriebsstandorte in/neben Schutzgebieten oder Gebieten mit hohem Biodiversitätswert liegen (z. B. Lage und Größe des Standorts sowie Art des Betriebs) und welche Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität ergriffen werden. Bei direkten Eingriffen in die Natur durch die Geschäftstätigkeit formuliert das Unternehmen seinen Handlungsansatz zur Reduzierung der Auswirkungen auf die Biodiversität und beschreibt Maßnahmen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden. Bei besonders hohem Flächenverbrauch macht das Unternehmen Angaben zu diesem und beschreibt Maßnahmen zu dessen Begrenzung sowie Ausgleichsmaßnahmen. Dabei geht es insbesondere auf Erweiterungen der Betriebsflächen und Neubauten von Betriebsgebäuden ein.	Maßnahmen zum Schutz: z. B. Erfassung und Bewertung der Bedrohung, Überwachung, Schutzkonzepte.

Ergebnisse zum Naturschutz BASIS	Das Unternehmen stellt die Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen zum Erhalt und zur Förderung der Biodiversität und des Naturschutzes dar, wenn möglich anhand adäquater Leistungsindikatoren.

A.6 PRODUKTVERANTWORTUNG

Modulkategorien

Kontext & Relevanz

Ambition & Ziele

Handlungsansatz & Maßnahmen

Leistungen & Ergebnisse

Reflexion & Konsequenzen

Modularten

BASIS: gilt für alle Unternehmen

GROSS: gilt nur für Großunternehmen

Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

A.6.0 EINORDNUNG DES HANDLUNGSFELDES PRODUKTVERANTWORTUNG

Kontext und Relevanz BASIS	Das Unternehmen gibt einen Überblick über seine wichtigsten Absatzmärkte und Kundengruppen. Zudem beschreibt es die betrieblichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für die Übernahme von Produktverantwortung und zeigt die spezifischen Herausforderungen auf. Das Unternehmen ordnet die wichtigsten ökologischen und sozialen Wirkungen seiner Produkte bzw. Dienstleistungen über deren Lebensweg aus einer Perspektive der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit ein. Das Unternehmen erklärt die spezifischen Verantwortungen für seine Produkte und Dienstleistungen gegenüber seinen Kund/innen und erläutert die Chancen, die sich aus der Orientierung an deren Interessen ergeben.	Zu Herausforderungen bei der Sicherstellung von Kundeninteressen gehören z. B. der Umgang mit sensiblen Kundendaten oder eine transparente Produktkennzeichnung. Zu relevanten Rahmenbedingungen gehören z. B. gesetzliche Vorgaben bzgl. Datenschutz, Rücknahmepflichten oder Produktkennzeichnung.

Reflexion und Konsequenzen BASIS	Das Unternehmen reflektiert die erreichten Leistungen, nennt Fortschritte und ggf. Herausforderungen bei der Umsetzung seiner Produktverantwortung. Sind auf der Ebene wesentlicher Handlungsbereiche Auffälligkeiten zu erkennen, ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.	Auffälligkeiten im Kontext der Produktverantwortung sind z. B. eine hohe oder steigende Anzahl von Kundenbeschwerden.

A.6.1 ÖKOLOGISCHE PRODUKTVERANTWORTUNG

Produktpolitik u. -entwicklung BASIS	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung zur stetigen Verbesserung seiner Produkte und Dienstleistungen sowie des Gesamtportfolios hinsichtlich der ökologischen Wirkungen entlang des gesamten Produktlebenswegs. Hierfür wird explizit darauf eingegangen, dass sich die Produktentwicklung an ökologischen Anforderungen orientiert und darauf zielt, zur Lösung ökologischer Problemlagen beizutragen.	
EU-Taxonomie GROSS	Es wird deutlich, inwieweit das Unternehmen eine ambitionierte nachhaltige Produktpolitik verfolgt, durch Angabe der Investitionen für Innovationen in Produkte oder Dienstleistungen, die einen substanziellen Beitrag zu mindestens einem der sechs Umweltziele gemäß der grünen EU-Taxonomie leisten und gleichzeitig keinem der anderen Umweltziele erheblichen Schaden zufügen.	Sechs EU-Umweltziele: ▪ 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

Produktpolitik und -entwicklung BASIS	Das Unternehmen stellt seinen Handlungsansatz zur umweltverträglichen Ausrichtung seines Produkt- und Dienstleistungsportfolios dar. Es wird gezeigt, wie ökologische Kriterien systematisch in die Produktentwicklung integriert werden und dabei geeignete Instrumente bzw. Analysetools zum Einsatz kommen. Des Weiteren stellt das Unternehmen dar, wie es die Einhaltung ökologischer Anforderungen über den Produktlebenszyklus sicherstellt (z. B. über Produktkettenzertifizierung).	Instrumente: z. B. ABC- und Cross-Impact-Analysen, Produktbilanzen und Produktlinienanalysen, Ressourcen- und Lebenszykluskostenrechnungen, Ecodesigntools, Ökoeffizienzanalysen, Carbon Footprint und Umweltinformationssysteme. Produktzertifizierungen: z. B. MSC, Bio, Fair-Trade, GOTS, Blauer Engel.
Ökologische Wirkung BASIS	Das Unternehmen stellt dar, in welchem Umfang das Produkt- und Dienstleistungsportfolio an ökologischen Kriterien ausgerichtet ist und welche ökologischen Wirkungen die Produkte bzw. Dienstleistungen haben. Betrachtungsrahmen ist der gesamte Lebenszyklus von Produkten und Leistungen. Anhand von Beispielen, die durch ihre ökologische Relevanz oder ihren bedeutenden Anteil am Produkt- und Dienstleistungsportfolio begründet sind, stellt das Unternehmen Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen dar. Dafür geht es beispielsweise auf folgende Aspekte ein: ▪ Reduktion von Energieverbrauch und klimarelevanten Emissionen ▪ Verbesserung der Material- und Ressourceneffizienz ▪ Reduktion von Abfällen und Schadstoffeinträgen ▪ Verlängerung der Lebensdauer durch Reparaturen	Mögliche Beispiele: ▪ Einsatz von Recyclingmaterialien sowie nachwachsenden und ökologisch verträglich angebauten Rohstoffen in Produkten ▪ Langlebigkeit, Reparatur- und Recyclingfähigkeit der Produkte sowie Rücknahmekonzepte ▪ Angebot ressourcenschonender Dienstleistungskonzepte ▪ Im B2B-Bereich auch Produkte, die den Kund/innen eine energieeffiziente oder materialeffiziente Produktion ermöglichen

A.6.2 SOZIALE PRODUKTVERANTWORTUNG

Soziale Wirkung BASIS	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung zur stetigen Verbesserung seiner Produkte und Dienstleistungen sowie des Gesamtportfolios hinsichtlich ihrer sozialen Wirkungen. Hierfür wird explizit darauf eingegangen, wie sich die Produktentwicklung an sozialen Anforderungen orientiert und darauf zielt, zur Lösung gesellschaftlicher Problemlagen beizutragen.	
Kundenbelange und Verbraucherschutz BASIS	Der Bericht zeigt auf, welchen Grundsätzen und Leitlinien das Unternehmen in den Bereichen Kundendaten und Kundeninformation folgt. Unternehmen mit Privatpersonen als Kund/innen (B2C) formulieren strategische Ansätze und Zielsetzungen für die Sicherstellung von Verbraucherschutzbelangen.	Beispiel Digitalverantwortung: Besondere Relevanz bei digitalen Dienstleistungen, Onlinehandel und -marketing Je nach unternehmensspezifischer Relevanz sollten z. B. folgende Bereiche behandelt werden: Schutz von Kundendaten, Werbung, Umgang mit Rückrufen, Bereitstellung von Informationen zur Herkunft und ökologisch relevanten Inhaltsstoffen von Produkten/Produktbestandteilen, Informationen zur sicheren Nutzung und Entsorgung.
Produktpolitik und –entwicklung BASIS	Das Unternehmen stellt seinen Handlungsansatz zur Ausrichtung seines Produkt- und Dienstleistungsportfolios zur Lösung gesellschaftlicher Problemlagen dar. Es wird gezeigt, inwieweit soziale Kriterien (z. B. Gesundheits- und Sicherheitsaspekte) systematisch in die Produktentwicklung integriert werden und dabei geeignete Instrumente bzw. Analysetools zum Einsatz kommen.	

Datenschutz BASIS	Der Bericht erläutert, wie das Unternehmen den Schutz der Daten und der Privatsphäre der Kund/innen sicherstellt. Hierfür geht er ein auf den Umgang mit Kundendaten (Verschlüsselung, Löschung) und etablierte Systeme zur Datensicherheit (Ausschluss der Weitergabe, Schutz vor Diebstahl und Missbrauch, IT-Sicherheit).	Beispiel Digitalverantwortung: Das Unternehmen berichtet darüber, wie es sicherstellt, dass die von Drittanbietern genutzten digitalen Anwendungen zur Kundenkommunikation (Social Media, Apps, Cloud-Dienste) den Datenschutzbestimmungen gerecht werden.
Kundendialog, Verbraucherschutz und Produktinformationen BASIS	Das Unternehmen erläutert, wie es Kundenwünsche und -ansprüche mit Bezug auf soziale und gesellschaftliche Auswirkungen der Produkte ermittelt und einbezieht. Unternehmen mit Privatpersonen als Kund/innen (B2C) berichten außerdem über Strukturen und Maßnahmen im Bereich Verbraucherschutz (z. B. Beschwerdesysteme und Handhabung von Reklamationen, Praxis von Rückrufaktionen). Der Bericht stellt dar, wie das Unternehmen Nachhaltigkeitsaspekte in den Bereichen Produktinformation und Werbung berücksichtigt, beispielsweise durch die Angabe folgender Informationen: ▪ Nachhaltigkeitsbezogene Informationen bei der Produktkennzeichnung (z. B. Angaben zur Zusammensetzung und Herkunft der Inhaltsstoffe, zur sicheren Nutzung, Pflege und richtige Entsorgung, kritischen Inhaltsstoffen, Energieverbrauch der Produkte, genutzte Siegel: Bio, Fair Trade) ▪ Einbeziehung von Nachhaltigkeitsinformationen in Marketing und Produktwerbung ▪ Sicherstellung ethischer Standards in der Werbung	Instrumente dafür sind z. B. Kundenbefragungen oder die Einbeziehung von Kund/innen in Produktentwicklungsprozesse. Beispiel Digitalverantwortung: Einsatz digitaler Hilfsmittel wie z. B. QR-Codes oder Barcode-Scans mit hinterlegten Informationen für die Verbraucher/innen (z. B. auf Basis des digitalen Produktpasses). Bei Einsatz von automatisierten Kundendiensten (z. B. Beschwerden) stellt das Unternehmen dar, wie die Servicequalität und die Wahrung der Verbraucherrechte sichergestellt werden (insb. der Zugänglichkeit).

Soziale Wirkung BASIS	Das Unternehmen stellt dar, in welchem Umfang das Produkt- und Dienstleistungsportfolio an gesellschaftlichen Bedürfnissen ausgerichtet ist, und welche positiven und negativen gesellschaftlichen Wirkungen die Produkte haben. Anhand von Produktbeispielen, die durch ihre gesellschaftliche Relevanz oder ihren bedeutenden Anteil an der Produktpalette begründet sind, stellt das Unternehmen Ergebnisse der ergriffenen Maßnahmen dar. Dafür geht es je nach Schwerpunkt beispielsweise auf folgende Aspekte ein: ▪ Berücksichtigung von Gesundheits-, Sicherheits- und Jugendschutzaspekten ▪ Orientierung an spezifischen Bedürfnissen von Verbrauchergruppen (z. B. Senior/innen, Menschen mit Behinderung, Allergiker/innen) ▪ faire Preisgestaltung in Marktbereichen mit eingeschränktem Wettbewerb und eine spezifische Produktausrichtung für einkommensschwache Zielgruppen (Base of the Pyramid) zur Ermöglichung einer wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Teilhabe	
Datenschutz BASIS	Der Bericht stellt die Ergebnisse des datenschutzbezogenen Managementsystems zum Schutz der Daten und der Privatsphäre der Kund/innen dar. Das Unternehmen macht dabei quantitative Angaben oder Fehlanzeigen mindestens zu folgenden Aspekten: ▪ Anzahl von gemeldeten Vorfällen des Datenmissbrauchs ▪ Anzahl der Kundenbeschwerden im Bereich Datennutzung	
Kundendialog und Verbraucherschutz BASIS	Das Unternehmen stellt die Ergebnisse von Kunden-Dialogprozessen dar und zeigt anhand von Beispielen auf, wie es diese Ergebnisse in die Produktentwicklung mit Bezug auf soziale und gesellschaftliche Auswirkungen einbezieht. Unternehmen mit Privatpersonen als Kund/innen (B2C) berichten außerdem über Beschwerden und Problemfälle bzgl. Verbraucherschutzbelangen (bzw. berichten eine Fehlanzeige).	z. B. Ergebnisse aus Kundenbefragungen

A.7 VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

Modulkategorien

Kontext & Relevanz

Ambition & Ziele

Handlungsansatz & Maßnahmen

Leistungen & Ergebnisse

Reflexion & Konsequenzen

Modularten

BASIS: gilt für alle Unternehmen

GROSS: gilt nur für Großunternehmen

Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

A.7.0 EINORDNUNG DES HANDLUNGSFELDES LIEFERKETTENVERANTWORTUNG

Risikoanalyse BASIS	Das Unternehmen geht auf die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ein, die das Handlungsfeld Lieferkettenverantwortung prägen und normieren (Menschenrechtsverletzungen, Unfälle und signifikante Umweltverschmutzungen, gesetzliche Sorgfalts- und Berichtspflichten bzw. entsprechende Forderungen der Zivilgesellschaft). Der Bericht enthält quantitative Informationen über die Ergebnisse der Risikoanalyse (z. B. Anteil Lieferanten aus Risikoländern, Hotspots hinsichtlich Nachhaltigkeitsauswirkungen, menschenrechtliche Risikoprofile).	Zu Risiken zählen z. B. Gefährdungen und schwere Unfälle mit bleibenden Schäden oder Todesfolge, Menschenrechtsrisiken, wesentliche vor- und nachgelagerte Treibhausgasemissionen, Wasserverbräuche in Regionen mit Wasserstress. Angaben zur Methodik der durchgeführten Risikoanalyse werden in A.2.2 Wesentlichkeitsanalyse (Soziale- und ökologische Impact-Bewertung) bewertet.

		Beispiel Digitalverantwortung: Durch die Zunahme digitaler Produkte und Anwendungen steigt der Ressourcenverbrauch von kritischen Rohstoffen wie z. B. Lithium, Seltene Erden, Kupfer, div. Metalle, Kunststoff.
Struktur GROSS	Das Unternehmen gibt einen Überblick über die Struktur seiner wesentlichen Lieferketten (begründet durch Beschaffungsmenge bzw. Umsatz). Hierzu gehören ein Überblick über die wichtigsten Beschaffungsbedarfe sowie eine quantitative geographische Einordnung der der Herkunft seiner Primärrohstoffe und Hauptlieferanten. Wichtige im Berichtszeitraum vollzogene Änderungen in der Struktur der wesentlichen Lieferketten werden benannt. Dies betrifft insbesondere neue Outsourcing-Entscheidungen, relevante Standortverlagerungen von Teilen der Lieferkette von einem Land in ein anderes sowie beendete Handelsbeziehungen. Für Lieferketten, bei denen ein besonders hohes Risiko identifiziert wurde, legt das Unternehmen eine Liste mit namentlicher Nennung der Geschäftspartner vor.	Beispiele für Risiken siehe Erläuterungen BASIS-Modul „Risikoanalyse“.
Reflexion und Konsequenzen BASIS	Das Unternehmen reflektiert die erreichten Leistungen, nennt Fortschritte und ggf. Herausforderungen bei der Umsetzung sozialer und ökologischer Verantwortung in der Lieferkette. Sind Auffälligkeiten zu erkennen, ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.	Handlungskonsequenzen sind z. B. Veränderung von Richtlinien oder Managementprozessen aufgrund von Vorfällen oder Beschwerden oder angepasste Zielsetzungen zur Lieferantenbewertung.

A.7.1 UMSETZUNG SOZIALER UND ÖKOLOGISCHER VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

Lieferketten-standards GROSS	Es wird das Ziel fairer und langfristig ausgerichteter Geschäftsbeziehungen inklusive der Zahlung von existenzsichernden Löhnen und Einkommen entlang der Lieferkette formuliert. Das Unternehmen erklärt seine Verantwortung für die Wahrung der international anerkannten Umwelt-, Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards in der Lieferkette in einer Grundsatzerklärung. Die Grundsatzerklärung ist verlinkt und die formulierten Anforderungen spiegeln explizit international anerkannte Normen und Standards wider.	International anerkannten Standards und Normen: ▪ OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen (Organisation for economic cooperation and development), ▪ UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte/Nationaler Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte Grundsatzerklärung z. B. in Form eines Verhaltenskodex, Einkaufspolitik bzw. –richtlinien.
Instrumente und interne Maßnahmen BASIS	Das Unternehmen stellt Instrumente dar, mit denen die Lieferanten zur Wahrung der Umwelt-, Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards verpflichtet werden. Weiterhin stellt das Unternehmen Maßnahmen dar, mit denen die Verankerung der sozialen und ökologischen Verantwortung für die Lieferkette unternehmensintern gestärkt wird.	Instrumente sind z. B. allgemeine Geschäftsbedingungen oder die Unterzeichnung eines Lieferantenkodexes. Interne Maßnahmen sind z. B. Schulungen und Trainings in Fachabteilungen und Einkauf der Erweiterung des Kalkulationsspielraums bei Vertragskonditionen.

Überprüfung von Lieferanten BASIS	Das Unternehmen beschreibt Ansätze zur Überprüfung der direkten Lieferanten auf Einhaltung der gesetzten Anforderungen. Dazu zählen: ▪ Einholung von Selbstauskünften ▪ Auditierungen vor Ort ▪ Zertifizierungssysteme ▪ Nutzung von Bewertungsplattformen wie EcoVadis, SEDEX oder (Branchen-)Initiativen Dabei wird der Prüfrahmen (geprüfte Lieferanten im Berichtszeitraum) und das Prüfniveau (Inhalte, Anspruch, Vorgehen) nachvollziehbar definiert und begründet. Darüber hinaus stellen Unternehmen in einer maßgebenden, fokalen Marktstellung dar, wie sie ihren Sorgfaltspflichten zur Wahrung der Umwelt-, Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards entlang risikobehafteter Beschaffungsgüter über die gesamte Lieferkette nachkommen. Das gilt insbesondere, wenn das Unternehmen (direkt oder indirekt durch Vorprodukte) Konfliktmineralien bezieht.	Definition „maßgebende, fokale Marktstellung“: Unternehmen, die sich dadurch auszeichnen, dass sie über Marken verfügen, die sie direkt an Kund/innen vermarkten und auf der anderen Seite die Produktentwicklung und den Einkauf eigenverantwortlich steuern. Damit müssen Unternehmen nicht unbedingt über Produktentwicklungsabteilungen am eigenen Standort verfügen. Eine Auslagerung von Funktionen an Lieferanten ist auch als eigenverantwortlich einzustufen, da im Vordergrund der Zuordnung nicht die konkrete Durchführung der Aufgabenstellung steht, sondern immer Planung und Auftragsvergabe einer Aufgabe. Wahrung der Sorgfaltspflichten über die gesamte Lieferkette kann bei angemessenem Qualitäts- und Ambitionsniveau über Nachweissysteme (z. B. Produktkettenzertifizierungen wie Fairtrade, GOTS o.ä.) oder Brancheninitiativen erfolgen. Beispiel Digitalverantwortung: Digitale Technologien können die Transparenz und Nachvollziehbarkeit von Lieferketten erhöhen. Der „Digitale Produktpass“ ist ein Beispiel, das in der Praxis bereits Anwendung findet. Konfliktmineralien nach EU-Konfliktmineralien-Verordnung: Zinn, Tantal, Wolfram, deren Erze und Gold (3TG).

Entwicklung von Lieferanten GROSS	Unternehmen beschreiben für risikobehaftete Lieferketten ihren Handlungsansatz zur Lieferantenentwicklung in Bezug auf die wesentlichen sozialen und ökologischen Aspekte. Sind die Lieferanten in einer finanziell schwächeren Position, beschreibt das Unternehmen seine Maßnahmen zur Unterstützung der Lieferanten in der Umsetzung, insbesondere bei kostspieligen Maßnahmen (z. B. partnerschaftliche Finanzierungsmodelle und Innovationsförderung).	Handlungsansätze: z. B. operative Maßnahmen- und Zielvorgaben, Entwicklungs- und Schulungsprogramme, Verbands- und Brancheninitiativen
Beschwerdemechanismen GROSS	Das Unternehmen beschreibt den Beschwerdemechanismus, über den mögliche Verstöße gegen die international anerkannten Umwelt-, Menschenrechts-, Arbeits- und Sozialstandards und dabei entstandene Schäden durch Lieferanten erfasst und bearbeitet werden. Die Beschreibung beinhaltet Angaben, die Aussagen über die Effektivität des Beschwerdemechanismus erlauben: Zugang, Hinweisgeberschutz, angebotene Kanäle, klar definierte Prüf- und Bewertungsverfahren und entsprechenden Verantwortlichkeiten.	
Überprüfung von Lieferanten BASIS	Das Unternehmen berichtet über die Ergebnisse der Sorgfaltspflichten-Prüfung, indem es die Lieferanten hinsichtlich der Einhaltung der Anforderungen bewertet (insbesondere festgestellte Verstöße). Bei Verstößen ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über Handlungskonsequenzen inklusive Angaben zum Monitoring eingeleiteter Maßnahmen. Dabei wird eingeordnet, inwiefern sich aus der Bewertung eine Priorisierung der Lieferanten ableitet (A-Lieferanten). Unternehmen in einer maßgebenden, fokalen Position berichten über den Anteil risikobehafteter Beschaffungsgüter, für die sie die Wahrung der Sorgfaltspflichten entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen können. Das gilt insbesondere, wenn das Unternehmen (direkt oder indirekt durch Vorprodukte) Konfliktmineralien bezieht.	Ergebnisse von eigener Auditierung und von Externen durchgeführten Audits nach Standards. Handlungskonsequenzen bei festgestellten Verstößen sind z. B. Sanktionen, im Berichtszeitraum beendete Geschäftsbeziehungen (bei erheblichen Verstößen), Maßnahmen zur Wiedergutmachung und Abhilfe. Die Wahrung der Sorgfaltspflichten über die gesamte Lieferkette kann bei angemessenem Qualitäts- und Ambitionsniveau über Nachweissysteme (z. B. Produktkettenzertifizierungen wie Fairtrade, GOTS o. ä.) oder Brancheninitiativen erfolgen.

Entwicklung von Lieferanten GROSS	Unternehmen stellen die Ergebnisse der Lieferantenentwicklung in risikobehafteten Lieferketten dar. Die Ergebnisse werden nach Möglichkeit quantifiziert.	Eine Möglichkeit der Quantifizierung ist z. B. die Anzahl der Lieferanten, die ihre Nachhaltigkeitsleistung nach Audits verbessert haben.
Wirksamkeit von Maßnahmen GROSS	Der Bericht enthält quantitative Informationen, die Hinweise auf die Wirksamkeit der Instrumente und Maßnahmen zur Gewährleistung der definierten Anforderungen liefern. Hierzu zählen z. B.: ▪ Anzahl der vom Beschwerdemechanismus erfassten und bearbeitenden Hinweise und festgestellten Verstöße sowie Angaben zu daraufhin eingeleiteten Maßnahmen ▪ Anteil wesentlicher Lieferanten mit zertifizierten Managementsystemen, SEDEX-Audits nach SMETA, EcoVadis, (Branchen-)Initiativen ▪ Anteil wesentlicher Lieferanten, die die operativen Entwicklungsziele des Unternehmens erfüllen ▪ Anteil des Einkaufsvolumens, welches hinsichtlich Menschenrechts- und Umweltrisiken bewertet wurde	Managementsysteme: Faire Arbeitsbedingungen SA 8000, Arbeitssicherheit: ISO 45001, Umweltmanagement: ISO 14001, EMAS.

A.8 GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

Modulkategorien

Kontext & Relevanz

Ambition & Ziele

Handlungsansatz & Maßnahmen

Leistungen & Ergebnisse

Reflexion & Konsequenzen

Modularten

BASIS: gilt für alle Unternehmen

GROSS: gilt nur für Großunternehmen

Icons von OpenMoji – CC BY-SA 4.0

A.8.0 EINORDNUNG DES HANDLUNGSFELDES GESELLSCHAFTLICHES UMFELD

Kontext und Relevanz BASIS	Das Unternehmen ordnet die Auswirkungen seines Handelns auf die wichtigsten gesellschaftlichen Umfelder aus einer Perspektive der gesellschaftlichen Verantwortung und Nachhaltigkeit ein. Das Unternehmen erklärt die spezifischen Verantwortungen in seinen gesellschaftlichen Rollen und erläutert die Chancen, die sich aus einer Gemeinwohlorientierung ergeben. Zudem beschreibt es die betrieblichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für die Übernahme dieser gesellschaftlichen Verantwortungen und zeigt ggf. die jeweils spezifischen Herausforderungen auf.	Zu den wichtigen gesellschaftlichen Umfeldern gehören das regionale Umfeld (A.8.1), das Finanzmarktumfeld (A.8.2), das ordnungspolitische Umfeld (A.8.3) und das weitere gesellschaftliche Umfeld (A.8.4). Entsprechend betreffen die gesellschaftlichen Rollen die Verantwortung eines Unternehmens ▪ als regionaler Akteur (regionaler Arbeitgeber, Investor, Auftraggeber, Lieferant, Anrainer etc.), ▪ als finanzpolitischer Akteur,

		▪ als ordnungspolitischer Akteur ▪ und als gesellschaftspolitischer Akteur (im Sinne eines „Good Corporate Citizen").
Reflexion und Konsequenzen BASIS	Das Unternehmen reflektiert die erreichten Leistungen, nennt Fortschritte und ggf. Herausforderungen bei seinem gesellschaftlichen Engagement bzw. der Umsetzung seiner Verantwortung in gesellschaftlichen Umfeldern. Sind auf der Ebene wesentlicher Handlungsbereiche Auffälligkeiten zu erkennen, ordnet das Unternehmen diese ein und berichtet über gezogene Lehren und Handlungskonsequenzen.	Mögliche Indikatoren für eine angemessene Reflexion der Leistungen und ggf. fortbestehenden Herausforderungen für ein Unternehmen hinsichtlich seiner gesellschaftlichen Umfelder ist die Thematisierung ▪ möglicher Zielkonflikte zwischen verschiedenen Rollen, ▪ möglicher Widersprüche zwischen der eigenen Position und der von anderen politischen Akteuren (wie Verbänden, Regierungen oder anderen politischen Organisationen), ▪ möglicher Grenzen des eigenen Engagements bzw. der Einflussmöglichkeiten, ▪ möglicher Änderungen der bisherigen Strategie oder Praxis.

A.8.1 REGIONALE VERANTWORTUNG AN DEN STANDORTEN

Bekenntnis zur regionalen Verantwortung BASIS	Das Unternehmen formuliert eine Selbstpositionierung, Zielvorstellung oder Strategie, wie es seiner regionalen Verantwortung an den Standorten gerecht werden will.	Relevante Rollen zur Wahrnehmung der regionalen Verantwortung sind z. B. das Unternehmen als Investor, Arbeitgeber, Auftraggeber oder Lieferant.
Steuerung der Auswirkungen BASIS	Das Unternehmen erläutert die Maßnahmen zur Steuerung der Auswirkungen im regionalen Umfeld. Hierbei geht es auf die unter Nachhaltigkeitsaspekten relevanten Standorte ein.	Beispiele für Maßnahmen zur Steuerung der Auswirkungen im regionalen Umfeld sind: Investitionen in lokale Infrastruktur, Public Private Partnerships, regionale Beschaffung, Wahrung von Eigentumsrechten. Relevante Standorte sind mindestens diejenigen, an denen das lokale Umfeld von den Unternehmensaktivitäten, insbesondere den Produktionsauswirkungen, (negativ) betroffen sind.
Autoritäre Regime GROSS	Falls das Unternehmen Standorte in Ländern mit autoritären Regimen oder in Konfliktregionen betreibt, stellt es dar, wie es hier seiner besonderen sozialen und ökologischen Verantwortung nachkommt.	Für relevante Länder vgl. den Index von www.freedomhouse.org. Die soziale und ökologische Verantwortung kann sich in diesem Zusammenhang beispielsweise auf die Wahrung von Arbeitnehmer- und Menschenrechten oder die Vermeidung von Naturzerstörung beziehen.

Auswirkungen an Standorten BASIS	Der Bericht stellt die sozialen und indirekten ökonomischen Auswirkungen des Unternehmens auf das lokale/regionale Umfeld an den Standorten dar, die das Unternehmen als Investor, Arbeit- und Auftraggeber sowie als regionaler Beschaffer und Lieferant hervorruft. Wo möglich, macht das Unternehmen quantitative Angaben.	Quantitative Angaben können sich z. B. auf die Höhe der Investitionen in die lokale Infrastruktur oder den Anteil der regionalen Beschaffung beziehen. Eine gute Ergebnisdarstellung beinhaltet in diesem Zusammenhang etwa, ▪ ob eine Evaluation der Bedarfe lokaler Gemeinwesen an Infrastruktur und Versorgung durchgeführt wurde, ▪ welche Ergebnisse solche Evaluation(en) geliefert haben, ▪ den prozentualen Anteil des Beschaffungsbudgets wichtiger Betriebsstätten, der für lokal und regional angesiedelte Lieferanten ausgegeben wird.

A.8.2 FINANZIELLE VERANTWORTUNG (STEUERN, SUBVENTIONEN UND ASSET MANAGEMENT)

Bekenntnis zur finanziellen Verantwortung BASIS	Das Unternehmen macht deutlich, dass es den Anspruch verfolgt, seiner finanziellen Verantwortung gerecht zu werden. Dabei geht es auf wesentliche Bereiche der finanziellen Verantwortung wie Steuerzahlungen, Erhalt von Subventionen und Geldanlage ein.	Um ihre Verantwortung bei der Geldanlage zum Ausdruck zu bringen, können Unternehmen sich etwa zur Zusammenarbeit mit Finanzmarktakteuren bekennen, die die einschlägigen Prinzipien der Vereinten Nationen unterzeichnet haben: ▪ Asset Manager: UN Principles for Responsible Investment, kurz: PRI, vgl. https://www.unpri.org/

		▪ Banken: UN Principles for Responsible Banking, kurz: PRB, vgl. www.unepfi.org/banking/banking-principles/ ▪ Versicherer: UNEP FI Principles for Sustainable Insurance, kurz: PSI, vgl. www.unepfi.org/psi/
Compliance zu Steuern und Subventionen BASIS	Großunternehmen und internationale Konzernunternehmen stellen ihr Compliance-Management zur konzernweiten Verantwortung hinsichtlich Steuerzahlungen, Abgaben und dem Erhalt von Subventionen dar. Dafür werden entsprechende Richtlinien, das Hinweisgeber- und Kontrollsystem und dessen Prüfverfahren erläutert.	
Nachhaltigkeitsorientierte Finanzverwaltung GROSS	Das Unternehmen beschreibt seinen Handlungsansatz zur Bewertung und Verbesserung der Nachhaltigkeitsorientierung seiner Finanzverwaltung in den wesentlichen Bereichen: ▪ Verwaltung der Liquidität (Treasury) ▪ Verwaltung von Rücklagen, z. B. für Pensionszusagen ▪ Asset Management, (strategisches) Investment-Portfolio	

Steuerzahlungen und Subventionen BASIS	Großunternehmen und internationale Konzernunternehmen machen Angaben zu Steuerzahlungen und Subventionen/finanziellen Zuwendungen wie Steuererleichterungen und Förderungen des Unternehmens. Die Angaben werden differenziert nach Ländern berichtet, in denen das Unternehmen Gesellschaften hält.	Best-Practice-Orientierung: Bedeutende Veränderungen der Steuerzahlungen und Subventionen/finanziellen Zuwendungen werden im Zeitverlauf dargestellt.
Compliance zu Steuern und Subventionen GROSS	Das Unternehmen macht Angaben zur Anzahl und zum Umgang mit gemeldeten Compliance-Verstößen in Bezug auf Steuern und Subventionen.	
Anteil und Qualität der nachhaltigkeits-orientierten Finanzverwaltung GROSS	Das Unternehmen macht Angaben zum Anteil und zur Qualität der nachhaltigkeitsorientierten Verwaltung seiner Finanzen.	Typische Indikatoren für die Qualität von Finanzanlagen im Sinne einer Nachhaltigkeitsorientierung sind ESG Ratings (Enviroment, Social, Governance) z. B. von ISS Oekom (Institutional Shareholder Services), Sustainalytics oder dem Forum Nachhaltige Geldanlage (FNG).

A.8.3 POLITISCHE VERANTWORTUNG (LOBBYING, VERBÄNDE UND ORDNUNGSRAHMEN)

Politische Positionierung BASIS	Das Unternehmen formuliert eine Zielsetzung für seine politische Interessenvertretung und ordnet diese in seine CSR-Strategie ein. Das Unternehmen stellt die Grundpositionen seiner politischen Interessenvertretung dar und beschreibt die Themen, für die Lobbyarbeit betrieben wird. Dabei macht es die Bedeutung von Nachhaltigkeitsbelangen deutlich. Die Möglichkeit von Zielkonflikten zwischen ökonomischen Interessen und Nachhaltigkeitszielen wird dabei erörtert. Das Unternehmen legt Positionen zu relevanten Gesetzesvorschlägen dar - sowohl die eigene als auch Positionen von Verbänden.	Eine Möglichkeit, sich als politischer Akteur entsprechend zu positionieren, ist eine Bezugnahme auf die OECD Prinzipien zur Transparenz und Integrität im Lobbying (www.oecd.org/gov/ethics/oecdprinciplesfortransparencyandintegrityinlobbying.htm).
Strukturen der Lobbyarbeit BASIS	Das Unternehmen erläutert die personellen Verantwortlichkeiten und organisationalen Strukturen seiner politischen Interessensvertretung. Das Unternehmen nennt seine Mitgliedschaften in Branchenverbänden zur politischen Interessensvertretung. Das Unternehmen legt dar, welche Register es zur Offenlegung seiner Interessenvertretung nutzt.	Zur Erläuterungen der personellen Verantwortlichkeiten gehören detaillierte Angaben über Interessensvertreter/innen, die beim Unternehmen angestellt sind und in dessen direktem Interesse handeln (sog. Interne Lobbyisten). Bei den Angaben zu Mitgliedschaften in Verbänden zur politischen Interessensvertretung sollten deren Aktivitäten erläutert werden. Eine zentrale Möglichkeit ist die freiwillige Eintragung in das Transparency Register der Europäische Kommission (vgl. https://ec.europa.eu/transparencyregister/). Seit 2021 gibt es zudem für Deutschland die beim Deutschen Bundestag geführte “öffentliche Liste über die Registrierung von Verbänden und deren Vertretern“.

Engagement in Nachhaltigkeits-initiativen BASIS	Das Unternehmen zeigt, wie es sich in Nachhaltigkeitsinitiativen (z. B. auf Branchen- oder regionaler Ebene) engagiert und für die Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards einsetzt. Dabei sollte deutlich werden, wie die Nachhaltigkeitsinitiativen arbeiten, welche Rolle das Unternehmen bei dieser Arbeit spielt und was dieses Engagement bewirkt.	Solche Initiativen können sich auf eine politische Einflussnahme zur rechtlichen Durchsetzung von Nachhaltigkeitsstandards richten oder sie können selbst Nachhaltigkeitsstandards etablieren, die über bestehende gesetzliche Regelungen hinausgehen. Ein Beispiel auf internationaler Ebene ist für die Finanzbranche die Mitwirkung in der United Nations-Convened Net-Zero Asset Owner Alliance (www.unepfi.org/net-zero-alliance/).
Nachhaltigkeits-orientierung der Lobbyarbeit GROSS	Das Unternehmen macht erkennbar, ob und inwieweit es sich in seiner nationalen und internationalen Lobbyarbeit kooperativ und problembewusst mit nachhaltigkeitsrelevanten Themen auseinandersetzt.	Zur Lobbyarbeit gehören z. B. Regierungsbeziehungen, die Arbeit in Verbänden und die Unterstützung bei der Entwicklung von Gesetzen. Die nachhaltigkeitsrelevanten Themen sind je nach Branche z. B. Klimaschutz-, Chemikalien-, Menschenrechts-, Beschäftigungs-, Wettbewerbs- und Entwicklungspolitik.
Parteispenden BASIS	Es werden quantitative Angaben zu Spenden an Parteien und Politiker/innen gemacht.	Wie bei anderen quantitativen Angaben ist auch hier ein Dreijahres-Zeitvergleich gefordert.

Lobbying-Budget GROSS	Das Unternehmen informiert über seine finanziellen Ausgaben für Zwecke der politischen Interessensvertretung (Lobbying-Budget).	Zu einer guten Praxis gehört hierbei, die Ausgaben weiter zu differenzieren, etwa nach nationaler und EU-Ebene oder zwischen direkten Ausgaben und indirekten (über die Mitgliedschaft in Verbänden zur politischen Interessensvertretung). Auch die Beschreibung der Themen, für die Lobbyarbeit betrieben wird, macht eine gute Praxis aus.

A.8.4 CORPORATE CITIZENSHIP

CC-Konzept BASIS	Das Unternehmen formuliert ein begründetes Konzept für Corporate Citizenship (CC) verstanden als gesellschaftliches Engagement über verschiedene Ebenen und Handlungsbereiche. Das CC-Konzept wird in die CSR-Strategie des Unternehmens eingeordnet; dabei wird die längerfristige Ausrichtung des CC-Engagements erläutert.	CC-Engagement erfolgt häufig auf lokaler und regionaler Ebene; es gibt aber auch Formen mit nationaler oder internationaler Reichweite. Typische Handlungsbereiche des CC sind ▪ Gemeinnütziges Engagement bzw. unterstützte Freiwilligenarbeit der Beschäftigten (Corporate Volunteering), ▪ finanzielle Zuwendungen in Form von Spenden und Sponsoring (Corporate Giving), ▪ Gründung und Unterhaltung von Stiftungen (Corporate Foundations), ▪ Kooperationen mit gemeinnützigen bzw. zivilgesellschaftlichen Akteuren.

CC-Aktivitäten und Schwerpunkte BASIS	Das Unternehmen stellt seine wesentlichen Aktivitäten zur Förderung gemeinnütziger Zwecke dar – differenziert nach Förderzwecken und/oder Handlungsbereichen. Dabei begründet es gesetzte Schwerpunkte.	Bereiche zur Förderung gemeinnütziger Zwecke sind z. B. Sport, Kultur, Wissenschaft und Bildung. Berücksichtigt werden Maßnahmen in den Handlungsbereichen des CC: ▪ Gemeinnütziges Engagement bzw. unterstützte Freiwilligenarbeit der Beschäftigten (Corporate Volunteering) ▪ finanzielle Zuwendungen in Form von Spenden und Sponsoring (Corporate Giving) ▪ Gründung und Unterhaltung von Stiftungen (Corporate Foundations) ▪ Kooperationen mit gemeinnützigen bzw. zivilgesellschaftlichen Akteuren
Umfang der CC-Aktivitäten BASIS	Das Unternehmen macht Angaben zu Umfang und Größenordnungen seines gesellschaftlichen Engagements. Diese Angaben verwenden geeignete Maßstäbe - ja nach CC-Handlungsbereich. Dabei wird die Bedeutung (Größenordnung) der CC-Aktivitäten in Bezug auf das Gesamtunternehmen deutlich gemacht.	Geeignete Maßstäbe sind z. B. Spendensummen (Corporate Giving) und Arbeitsstunden (Corporate Volunteering). Die Größenordnung der Aufwendungen für gesellschaftliches Engagement kann verdeutlicht werden als Anteil am Umsatz bzw. der Gesamtjahresarbeitszeit.

Auswirkungen und Kontinuität der CC-Aktivitäten GROSS	Das Unternehmen macht Angaben zur Bewertung der kurz- und langfristigen Auswirkungen seiner CC-Aktivitäten (“Social Impact Measurement”). Dabei stellt es die verwendete Methodik für die Wirkungsbewertung und deren Angemessenheit dar. Zudem macht das Unternehmen Angaben zur Kontinuität und Stabilität seiner CC-Aktivitäten und der Beziehungen zu den beteiligten Akteuren. Dabei macht es deutlich, inwieweit vergangene CC-Aktivitäten sinnvoll fortgesetzt wurden bzw. wie lange die bestehenden CC-Aktivitäten zurückreichen.	Die Wirkungsbewertung verwendet quantitative Maßstäbe, wo es die Messbarkeit erlaubt, oder qualitative, wo die Messbarkeit an Grenzen stößt, z. B. langfristige Veränderungen in der Lebenslage, den Fähigkeiten oder Handlungen der Zielgruppen.

B ALLGEMEINE BERICHTSQUALITÄT

B.1 GLAUBWÜRDIGKEIT

Ausgewogenheit und Offenheit BASIS[17]	Die Informationen im Bericht werden ausgewogen dargestellt, d. h. zu wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekten werden nicht nur positive Ergebnisse, sondern auch Schwachstellen, ungelöste Fragen bzw. Zielkonflikte offen angesprochen. Dabei werden das Unternehmen oder die Branche betreffende, aktuelle öffentliche Diskussionen und Kontroversen zu negativen Auswirkungen auf Mensch, Umwelt und Gesellschaft aufgegriffen.
Wesentlichkeit BASIS	Der Bericht ist auf die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens fokussiert. Er stellt diese in angemessenem Umfang und Tiefe dar und begründet Auslassungen. Schwerpunktsetzungen im Bericht sind begründet und nachvollziehbar, aus Nachhaltigkeitssicht unwesentliche Aktivitäten werden nicht in den Mittelpunkt gestellt.
Externe Bewertung und Feedbackkultur GROSS	Die Ergebnisse von systematischen Bewertungen des Unternehmens durch Externe (z. B. Rankings, Auszeichnungen, Auditierungen) werden vorgestellt. Dabei werden Relationen deutlich gemacht (z. B. Vergleiche zu Wettbewerbern oder Veränderungen zum Vorjahr). Zudem werden Informationen bereitgestellt, die eine Einschätzung der Bedeutung der jeweiligen Bewertung ermöglichen (z. B. Informationen zur durchführenden Institution, zur Reichweite oder zur Methodik).

[17] BASIS: gilt für alle Unternehmen; GROSS: gilt nur für Großunternehmen.

Datenqualität und Berichts-prüfung GROSS	Das Unternehmen stellt Ansätze zur Sicherung der Informations- und Datenqualität des Berichts dar. Um diese Anforderung weitgehend zu erfüllen, wird eine unabhängige Prüfung mit begrenzter Sicherheit („limited assurance“) vorausgesetzt, um sie voll zu erfüllen, eine mit hinreichender Sicherheit („reasonable assurance“). Dabei werden der Prüfungsumfang, Prüfungsstandard und die Prüfergebnisse transparent angegeben.	
Umweltfreund-licher Druck BASIS	Bei gedruckten Berichten werden die Papierart (Frischfaserpapier, Recyclingpapier) bzw. der Papierstandard (z. B. Der Blaue Engel, FSC Recycling etc.) sowie ökologische Kriterien für den Druck ausgewiesen (z. B. zur Klimaneutralität; zu Farben).	In den Fällen, in denen ein Unternehmen keine Printversion seines Berichtes veröffentlicht, wird diese Anforderung ausgeschaltet.

B.2 AUSSAGEKRAFT UND VERGLEICHBARKEIT

Berichtsgrenzen BASIS[18]	Die zeitliche Bezugseinheit (Berichtsjahr, Vergleichszeiträume o.Ä.) und die organisatorischen Bilanzierungsgrenzen (welche Standorte, Unternehmensteile, Mitarbeitende usw. wurden einbezogen) werden durchgängig deutlich benannt. Der Ansatz zur Festlegung der Berichts- und Bilanzierungsgrenzen wird plausibel dargestellt. Die definierten Berichts- und Bilanzierungsgrenzen umfassen die wesentlichen Geschäftsaktivitäten/-bereiche. Diesbezügliche Auslassungen (z. B. aufgrund fehlender Datenverfügbarkeit) werden angegeben und begründet.
Berichtsgrenzen und Beteiligungen GROSS	Solange Tochtergesellschaften mit einer Mehrheitsbeteiligung nicht eigenständig berichten, sind diese in die Berichterstattung des Konzerns einbezogen. Minderheitsbeteiligungen an Unternehmen mit aus Nachhaltigkeitssicht besonders relevanten Geschäftstätigkeiten werden offengelegt.
Mess- und Vergleichbarkeit BASIS	Die berichteten Daten und Informationen ermöglichen durchgängig quantitative Zeitreihenvergleiche, Branchenvergleiche und den Abgleich mit Zielvorgaben. Auf mögliche Ungenauigkeiten und Einflussfaktoren von Daten (Standortveränderungen, Veränderungen der Produktpalette etc.) wird hingewiesen. Wesentliche Steuerungsgrößen werden so differenziert angegeben, dass Vergleiche trotz der Veränderungen möglich sind (z. B. durch eine Nachberechnung des Vorjahreswerts oder separate Ausweisung von Teilwerten). Es wird angegeben, wie die Daten errechnet und inwieweit Berechnungsstandards (z. B. Vorgaben und Standards des Greenhouse Gas Protocol) genutzt wurden. Bei der Zeitreihendarstellung von Prozentangaben und Indexwerten wird das Basismessjahr angegeben.

[18] BASIS: gilt für alle Unternehmen; GROSS: gilt nur für Großunternehmen.

B.3 KOMMUNIKATIVE QUALITÄT

Berichtsstruktur BASIS[19]	Die Strukturierung des Berichts ermöglicht einen schnellen Überblick über die zentralen Inhalte und einen gezielten Zugang zu Einzelaspekten. Dafür ist der Bericht klar, logisch und leicht verständlich gegliedert und enthält ein Inhaltsverzeichnis sowie ggf. einen Index (Stichwortverzeichnis, GRI-Index oder Vergleichbares). Über Querverweise werden aufeinander aufbauende Berichtsinhalte verbunden. PDF- und Online-Berichte unterstützen durch Navigierbarkeit und Menüführung eine leichte Orientierung und bieten zudem gezielte Selektions- und Suchoptionen für den schnellen Zugang spezifischer Nutzergruppen.
Externe Verweise BASIS	An relevanten Stellen wird zielgerichtet auf berichtsexterne Informationsquellen und -materialien verwiesen. Ein zielgerichteter Verweis ermöglicht einen schnellen Zugang zu der zusätzlichen Information (etwa durch eine genaue Quellenangabe mit Seitenzahl oder URL). PDF- und Online-Berichte arbeiten mit Hyperlinks zur direkten Verknüpfung der Informationen des Nachhaltigkeits- sowie des gesamten Online-Auftritts des Unternehmens. Websites und Dokumente Dritter werden direkt verlinkt. Das Unternehmen weist auf seiner Homepage direkt auf sämtliche relevanten Nachhaltigkeitsinformationen hin. Die Nachhaltigkeitsseiten enthalten neben weiterführenden Informationen insbesondere ein Archiv der bisherigen Nachhaltigkeitsberichte.

[19] BASIS: gilt für alle Unternehmen; GROSS: gilt nur für Großunternehmen.

Textgestaltung und Sprachstil BASIS	Die textliche Gestaltung zielt auf eine authentische Wiedergabe der Nachhaltigkeitsherausforderungen und -leistungen des Unternehmens. Dafür ist der Text stringent, prägnant, sachlich und gut verständlich formuliert. Er enthält keine widersprüchlichen oder vagen Aussagen und setzt keine werbende Text- und Bildsprache ein. Die verwendeten Begriffe und Abkürzungen werden, sofern zum allgemeinen Verständnis erforderlich, definiert bzw. erläutert; formale oder technische Sachverhalte werden allgemeinverständlich dargestellt. Fachbegriffe, Akronyme und Fremdwörter werden im Bericht vermieden oder, falls erforderlich, erklärt. In der Darstellung wird der Unterschied zwischen Fakten und ihrer Interpretation durch das Unternehmen deutlich.	Eine Darstellung ist prägnant, wenn sie trotz Kürze einen hohen Bedeutungsgehalt aufweist. Das Gegenteil von Prägnanz ist Umständlichkeit, Weitschweifigkeit oder Ungenauigkeit.
Layout BASIS	Das Berichtslayout unterstützt die Lesefreundlichkeit und leichte Erfassbarkeit der Berichtsinhalte. Dafür werden die Inhalte durch Überschriften, Zwischenüberschriften, Lead-Texte oder Marginalien klar gegliedert. Weiterführende (Internet-) Verweise werden hervorgehoben. Zur Visualisierung und leichteren Erfassbarkeit der Inhalte (Beschreibungen und Zahlenangaben) enthält der Bericht Abbildungen, Grafiken und Tabellen. Bildliche Darstellungen und Fotos werden unterstützend, d. h. mit klarem Text- und Sinnbezug, eingesetzt und folgen einer einheitlichen und ansprechenden Gestaltung. Die Abbildungen liefern eine kompakte und verständliche Darstellung komplexer Zusammenhänge, organisatorischer Strukturen oder technischer Abläufe. Die Grafiken bilden schnell erfassbar Unternehmensleistungen und deren Entwicklung in Daten und Fakten ab, ohne dabei die Größen- oder Mengenverhältnisse zu verfälschen; die genauen Zahlenangaben sind Bestandteil der Grafiken. Die Tabellen sind kompakt, übersichtlich und schnell erfassbar. PDF- und Online-Berichte sind responsiv, beachten die Vorgaben zur Barrierefreiheit und verfügen über ein komfortables Seiten- und Drucklayout bzw. -format (bildschirm- und druckoptimiert).	

Kontakt GROSS	Der Bericht lädt zur Kontaktaufnahme ein und enthält schnell auffindbar die erforderlichen Kontaktdaten. Dazu gehören die Adresse des Unternehmens (Hauptstandort) inklusive Website, die für den Bericht und/oder die Themenbereiche Nachhaltigkeit/CSR zuständige Abteilung mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse sowie eine konkrete Ansprechperson. Bei reinen Online-Berichten sind die zuständigen Abteilungen und Ansprechperson/en direkt für Fragen und Feedback erreichbar, beispielsweise über ihre E-Mail-Adresse, ein spezifisches Kontaktformular.

ANHANG

1 UMSTRUKTURIERUNG (UND UMBENENNUNG) VON OBER- UND UNTERKRITERIEN

A.1 Unternehmensprofil

Das Oberkriterium A.1 ist traditionell relativ klein und überschaubar. Das gilt auch für seine bisherigen drei Unterkriterien. Mit der Einführung einer weiteren Strukturebene unterhalb der Unterkriterien im Ranking 2021, den so genannten Modulen (vgl. dazu ausführlich Teil 1, 2.2 und 2.3), haben sich die Unterkriterien erübrigt, weil sie in etwa der Größenordnung der kleinteiligen Module entsprechen. Die bisherigen Unterkriterien A.1.1, A.1.2 und A.1.3 wurden somit in entsprechende Module überführt. Eine inhaltliche Verschiebung resultiert aus der Einführung der neuen Modulkategorie „Kontext und Relevanz“: Angaben zu Absatzmärkten und Kundengruppen werden nicht mehr unter A.1.2, sondern in den entsprechenden Kontext-Modulen unter A.6.0 und A.7.0 berücksichtigt.

Ranking 2018:	**Ranking 2021:**
A.1 Unternehmensprofil	A.1 Unternehmensprofil
A.1.1 Umsatz, Gewinn, Mitarbeiter/innen, Standorte A.1.2 Geschäftsbereiche, Produkt- und Kundengruppen A.1.3 Eigentumsverhältnisse und Unternehmensbeteiligungen	[Keine Unterkriterien, sondern in Module überführt, vgl. Teil 1, 2.2 und 2.3]

A.2 Strategie- und Zielentwicklung und A.3 Governance und Compliance

Die Veränderungen der beiden Oberkriterien A.2 und A.3 müssen im Zusammenhang betrachtet werden. Denn beide sind u.a. durch Querverschiebungen auf der Ebene von Unterkriterien gänzlich neu strukturiert worden – und haben damit jeweils ein neues thematisches Profil erhalten. Damit sind diese beiden Oberkriterien zwischen dem Ranking 2018 und dem Ranking 2021 nicht mehr vergleichbar.

Ein wesentlicher Grund für diese Neustrukturierung ist der Ansatz, die Berichterstattung über Ziele, Maßnahmen und die Zielerreichung nicht mehr nur auf übergeordneter Ebene zu bewerten, sondern Anforderungen an die **Zieleberichterstattung** explizit für jeden einzelnen Handlungsbereich anzusetzen, wo dies sinnvoll und angemessen ist (also in den meisten Unterkriterien von A.4 bis A.8 in Gestalt entsprechender Module, vgl. Teil 1, 2.3). Die übergeordnete Berichterstattung über die Nachhaltigkeitsziele eines Unternehmens werden nun im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeitsstrategie im neuen Unterkriterium A.2.3 bewertet.

Demgegenüber ist das zentrale Handlungsfeld **Governance und Compliance**, das bislang neben anderen Themen unter „Vision, Strategie und Management“ eingeordnet war, als eigenes Oberkriterium (A.3) aufgewertet worden. Die Korruptionsbekämpfung mag nur ein Compliance-Thema neben anderen wichtigen sein, wegen ihres besonderen Stellenwertes (etwa im Global Compact oder der CSR-Richtlinie der Europäischen Union) und in Kontinuität zur bisherigen Bezeichnung des Unterkriteriums wurde sie in Klammern noch einmal explizit hervorgehoben. Eine ähnliche Intention ist mit dem neuen Zusatz **Managementsystem** bei dem Unterkriterium **Unternehmensführung und Steuerung** verbunden, das nun dem neuen Oberkriterium Governance und Compliance zugeordnet ist.

Des Weiteren wurde die **Einbeziehung von Stakeholdern** als strategischen Handlungsbereich einer gesellschaftsorientierten Unternehmensführung als erstes und eigenständiges Unterkriterium in A.2 herausgestellt. Gleiches gilt für die **Wesentlichkeitsanalyse**, die grundlegend für die unternehmensspezifische Gewichtung der Themen des Nachhaltigkeitsmanagements und der Berichterstattung ist. Neben ihrer Bedeutung in den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) wird sie auch künftig im Kontext der fortentwickelten Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der europäischen Union eine wichtige Rolle spielen.

Im Sinne der Wesentlichkeit ist **das gesamte Oberkriterium A.3 Governance und Compliance** innerhalb des Kriteriensets **aufgewertet worden**. Dazu wurde es bezogen auf die standardmäßige Gewichtung der Oberkriterien im Vergleich zum Ranking 2018 höher gewichtet (von Faktor 3 auf 4).

Ranking 2018:	**Ranking 2021:**
A.2 Vision, Strategie und Management	A.2 Strategie- und Zielentwicklung
A.2.1 Stakeholder-Beteiligung und Wesentlichkeitsanalyse A.2.2 Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, Werte, Vision und Strategie A.2.3 Unternehmensführung und Steuerung A.2.4 Compliance und Antikorruption	A.2.1 Einbeziehung von Stakeholdern A.2.2 Wesentlichkeitsanalyse A.2.3 Vision, Strategie und Ziele
A.3 Ziele und Programm	A.3 Governance und Compliance
A.3.1 Zielerreichung A.3.2 Ziele und Maßnahmen	A.3.1 Unternehmensführung und Steuerung/Managementsystem A.3.2 Compliance (inkl. Anti-Korruption)

A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen

Um die Vielzahl von Unternehmensverantwortungen als Leitidee des CSR-Managements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu unterstreichen, sollte der Begriff der Verantwortung auch möglichst deutlich in den Rankingkriterien zu erkennen sein. Daher wurde das Oberkriterium A.4 in Verantwortung für die Mitarbeiter/innen umbenannt, analog zu den Oberkriterien A.6, A.7 und A.8.

Das Oberkriterium A.4 hatte in der Vergangenheit sehr viele (acht) Unterkriterien. In der neuen Struktur wird die thematische Vielfalt jedoch vor allem über die neue Strukturebene der Module abgebildet (vgl. Teil 1, 2.2), sind bisherige Unterkriterien von A.4 zusammenlegen worden, soweit

dies sinnvoll und vertretbar erschien. So wurden die Handlungsbereiche „Vielfalt und Chancengleichheit“ und „Gleichstellung von Frauen und Männern“ zu dem neuen Unterkriterium **Chancengerechtigkeit und Vielfalt** zusammengeführt. Die Entgeltpolitik und die Arbeitszeitregelungen, ergänzt um Regelungen zum Arbeitsort, was nicht zuletzt in Zeiten der Corona-Pandemie an Bedeutung erlangt hat, wurden zu dem neuen Unterkriterium **Gute Arbeitsbedingungen** zusammengeführt. Des Weiteren wurden die „Arbeitnehmerrechte“ bewusst an den Anfang gestellt und die „Aus- und Weiterbildung“ in „Personalentwicklung“ umbenannt.

Ranking 2018:	**Ranking 2021:**
A.4 Interessen der Mitarbeiter/innen	A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen
A.4.1 Entgeltpolitik A.4.2 Arbeitszeitregelungen A.4.3 Aus- und Weiterbildung A.4.4 Arbeitnehmerrechte und Beschäftigung A.4.5 Vielfalt und Chancengleichheit A.4.6 Gleichstellung von Frauen und Männern A.4.7 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz A.4.8 Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung	A.4.1 Arbeitnehmerrechte A.4.2 Gute Arbeitsbedingungen (Entgeltpolitik, Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen) A.4.3 Personalentwicklung A.4.4 Chancengerechtigkeit und Vielfalt A.4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz A.4.6 Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung

A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten

Das Oberkriterium A.5 hat ebenfalls einen neuen Namen erhalten. Mit der Umbenennung soll zum einen auch hier die Verantwortungsrolle des Unternehmens betont werden. Die „Standorte“ zu fokussieren, soll zum anderen – ähnlich wie bisher „Produktion“ – das Handlungsfeld inhaltlich zur ökologischen Verantwortung in vor- oder nachgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette (A.7 und A.6) abgrenzen. Die Umbenennung soll verdeutlichen, dass die Handlungsbereiche dieses Oberkriteriums **mehr als die bloße Produktion** umfassen. Dazu gerechnet werden etwa auch Logistik und Verkehr, Produktions-, Transport- und Lagersicherheit sowie Biodiversität, Naturschutz und Flächenverbrauch. Auch wenn die neue Bezeichnung streng ausgelegt nicht alle diese Aspekte einfängt (z. B. weil Transport zwischen den Standorten verläuft), so sollte damit doch deutlich werden, dass es um den **direkten Einfluss- und Kontrollbereich des Unternehmens** an seinen eigenen Produktions-, Verwaltungs- und Lagerstandorten geht.

Die einzige strukturelle Veränderung, die innerhalb des Oberkriteriums A.5 vorgenommen wurde, besteht in der Zusammenlegung von „Rohstoff- und Materialeinsatz“ mit „Abfallmanagement“ zu dem neuen Unterkriterium **Stoffströme und Kreislaufwirtschaft**. Diese Fusion der beiden Material-bezogenen Handlungsbereiche folgt der Idee, materielle Ressourcen-Inputs und -Outputs im Sinne einer Circular Economy stärker integriert zu betrachten – wie es unter anderem auch die Europäische Union mit dem „Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft“ als einem der sechs zenralen Umweltziele in ihrer grünen Taxonomie getan hat.[20]

[20] Vgl. 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.

Ranking 2018:	Ranking 2021:
A.5 Ökologische Aspekte der Produktion	A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten
A.5.1 Energiemanagement und Klimaschutz A.5.2 Schadstoffemissionen in die Luft und Lärmemissionen A.5.3 Rohstoff- und Materialeinsatz A.5.4 Abfallmanagement A.5.5 Wassermanagement A.5.6 Logistik und Verkehr A.5.7 Produktions- und Transportunfälle, Freisetzung von Chemikalien, Kraftstoffen, Ölen A.5.8 Naturschutz, Flächennutzung und Artenvielfalt	A.5.1 Energiemanagement und Klimaschutz an den Standorten A.5.2 Luftschadstoffe und weitere produktionsbezogene Emissionen A.5.3 Stoffströme und Kreislaufwirtschaft A.5.4 Wassermanagement A.5.5 Logistik und Verkehr A.5.6 Produktions-, Transport- und Lagersicherheit A.5.7 Biodiversität, Naturschutz und Flächenverbrauch

A.6 Produktverantwortung

Die Neustrukturierung des Oberkriteriums Produktverantwortung folgt der simplen **Zweiteilung in eine ökologische und eine soziale Dimension**. Bislang wurden soziale und ökologische Aspekte nur in Bezug auf die Wirkungen der Produkte getrennt bewertet, nicht aber hinsichtlich der Produktentwicklung. Zusätzlich gab es das eher soziale Thema „Verbraucherorientierung und Kundeninformation“ als eigenständiges Unterkriterium. Die Vielfalt der sozialen Handlungsbereiche bei der Produktverantwortung – von der Produktentwicklung über den Daten- und Verbraucherschutz bis hin zu den sozialen Wirkungen der Produkte – werden künftig über entsprechende Module innerhalb das Unterkriteriums A.6.2 „Soziale Produktverantwortung“ abgebildet.

Ranking 2018:	Ranking 2021:
A.6 Produktverantwortung	A.6 Produktverantwortung
A.6.1 Soziale und ökologische Aspekte der Produktentwicklung A.6.2 Ökologische Wirkungen der Produkte A.6.3 Gesellschaftliche Wirkungen der Produkte A.6.4 Verbraucherorientierung und Kundeninformation	A.6.1 Ökologische Produktverantwortung A.6.2 Soziale Produktverantwortung

A.7 Verantwortung in der Lieferkette

Der Unterteilung in ein ökologisches und soziales Handlungsfeld – analog zur Produktverantwortung (A.6) –, ist bislang auch das Oberkriterium A.7 Verantwortung in der Lieferkette gefolgt, ergänzt durch eine vorgelagerte Beschreibung und Analyse der Lieferkette. Aus verschiedenen Gründen wird diese Gliederung nicht aufrecht erhalten. Der wissenschaftliche wie der politische

Fachdiskurs behandeln menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken, Probleme und entsprechende Sorgfaltspflichten in der Lieferkette längst integriert. Denn die kritischen Situationen in den Ursprungsregionen am Anfang der Wertschöpfungskette zeichnen sich meistens durch eine unauflösbare Verknüpfung sozialer und ökologischer Problemlagen aus. Entsprechend berichten die Unternehmen über Risiken und Sorgfaltspflichten in der Lieferkette, über Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse des **Lieferkettenmanagements als einem integrierten (sozial-ökologischen) Handlungsfeld**. Die Aufteilung in einen sozialen und einen ökologischen Handlungsbereich der Lieferkettenverantwortung wurde nicht zuletzt aufgegeben, weil eine getrennte Bewertung der Berichterstattung sich als schwierig bis unmöglich erwiesen hat. Die Differenzierung zwischen verschiedenen Instrumenten, Maßnahmen und Ergebnissen des nachhaltigkeitsorientierten Lieferkettenmanagements ist dagegen sinnvoll und praktikabel. Aber dies erfolgt entsprechend der neuen Strukturierungslogik auch hier auf der Ebene von Modulen unterhalb der Ebene von Unterkriterien (vgl. Teil 1, 2.2 und 2.3).

Ranking 2018:	**Ranking 2021:**
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	A.7 Verantwortung in der Lieferkette
A.7.1 Beschreibung und Analyse der Lieferkette A.7.2 Umsetzung sozialer Verantwortung in der Lieferkette A.7.3 Umsetzung ökologischer Verantwortung in der Lieferkette	A.7.1 Umsetzung sozialer und ökologischer Verantwortung in der Lieferkette

A.8 Gesellschaftliches Umfeld

Von oben betrachtet hat sich innerhalb des Oberkriteriums A.8 strukturell nichts verändert, abgesehen von ein paar begrifflichen Anpassungen bei den Namen der einzelnen Unterkriterien. Die Namensänderungen folgen auch hier der Idee, verschiedene Gegenstandsbereiche der Unternehmensverantwortung als solche zu benennen. Weitere Änderungen liegen auf der inhaltlichen Ebene (vgl. Teil 1, Kap. 3) und zeigen sich erst auf der Ebene der Module in den einzelnen Unterkriterien.

Ranking 2018:	**Ranking 2021:**
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	A.8 Gesellschaftliches Umfeld
A.8.1 Regionale Verantwortung als Investor, Arbeitgeber, Auftraggeber und Lieferant A.8.2 Steuern und Subventionen A.8.3 Beitrag zur Politik und zum Ordnungsrahmen A.8.4 Corporate Citizenship-Konzepte	A.8.1 Regionale Verantwortung an den Standorten A.8.2 Finanzielle Verantwortung (Steuern, Subventionen und Asset Management) A.8.3 Politische Verantwortung: Lobbying, Verbände und Ordnungsrahmen A.8.4 Corporate Citizenship

B-Kriterien

Bislang haben sich bei den B-Kriterien im Kriterienset für Großunternehmen von dem für KMU strukturell unterschieden. Die Kriterienstrukturen im Block B sind nun vereinheitlicht worden; Unterschiede zwischen Großunternehmen und KMU bestehen im Kriterienset nun auf der Ebene der Module. Eine strukturelle Änderung bei den B-Kriterien besteht darin, dass es im neuen Kriterienset keine Unterkriterien mehr gibt, sondern die Anforderungen der bisherigen Unterkriterien in Module überführt wurden. Außerdem ist eine wichtige inhaltliche Verschiebung vorgenommen worden: Das bisherige Unterkriterium B.1.3 ist zu einem eigenen Oberkriterium „Aussagekraft und Vergleichbarkeit“ geworden. Das bisherige Oberkriterium B.2 „Berichterstattung zu wesentlichen Themen“, das keine Unterkriterien hatte, ist dagegen in ein Modul unter B.1 Glaubwürdigkeit eingegangen. Damit sind diese Ober- bzw. Unterkriterien zwischen dem Ranking 2018 und dem Ranking 2021 nicht mehr vergleichbar.

Ranking 2018:	**Ranking 2021:**
B.1 Glaubwürdigkeit	B.1 Glaubwürdigkeit
B.1.1 Stellungnahme der Geschäftsführung B.1.2 Offenheit B.1.3 Aussagekraft und Vergleichbarkeit der Angaben und Daten	[Keine Unterkriterien, sondern in Module überführt, vgl. Teil 1, 2.2 und 2.3]
B.2 Berichterstattung zu wesentlichen Themen	B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit
B.3 Kommunikative Qualität	B.3 Kommunikative Qualität
B.3.1 Berichtsstruktur B.3.2 Text B.3.3 Layout und Abbildungen B.3.4 Weiterführende Informationen und Kontakt	[Keine Unterkriterien, sondern in Module überführt, vgl. Teil 1, 2.2 und 2.3]

2 BEWERTUNGSHILFEN NACH MODULKATEGORIEN

Im Folgenden sind die systematische Bewertungshilfen aufgeführt, die für alle Module mit Modulkategorien angewendet werden. Sie sind anwendbar für alle Module in den thematischen Handlungsfeldern (A.4 bis A.8 sowie A.3.2, vgl. Teil 2, 2.1).

	Kontext und Relevanz
vollständig erfüllt	Relevanz des Themas wird aus Perspektive gesellschaftlicher Verantwortung und Nachhaltigkeit eingeordnet. Betriebliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen und ggf. spezifische Herausforderungen werden aufgezeigt.
weitgehend erfüllt	Relevanz des Themas wird (zumindest ansatzweise) verdeutlicht. Darstellung der betrieblichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und ggf. spezifischer Herausforderungen weist allerdings Lücken auf.
teilweise erfüllt	Bericht enthält lediglich punktuelle Darstellungen zu Relevanz, Rahmenbedingungen und Herausforderungen.
nicht erfüllt	Keine Darstellungen: Weder Relevanz des Themas noch spez. Rahmenbedingungen und Herausforderungen werden verdeutlicht.
	Ambition und Ziele
vollständig erfüllt	Unternehmen formuliert Zielsetzung. Systematik und Ambition der Zielsetzung spiegeln die Relevanz des Handlungsfeldes wider.
weitgehend erfüllt	Unternehmen formuliert Zielsetzung. Systematik und Ambition der Zielsetzung spiegeln jedoch nicht die Relevanz des Handlungsfeldes wider.
teilweise erfüllt	Zielsetzung für das Themenfeld wird nur ansatzweise deutlich.
nicht erfüllt	Keine Darstellungen: Weder wird Zielsetzung formuliert noch wird Ambition des Unternehmens bzgl. des Handlungsfelds deutlich.

	Handlungsansatz und Maßnahmen
vollständig erfüllt	Unternehmen formuliert Handlungsansatz aus, der die identifizierten Herausforderungen adressiert. Unternehmen beschreibt Maßnahmen, die im Berichtszeitraum ergriffen wurden und bildet diese entsprechend der einzelnen Anforderungen des Moduls ab. Es wird deutlich, dass die Maßnahmen systematisch angelegt sind und wesentliche Standorte und Bereiche des Unternehmens abdecken.
weitgehend erfüllt	Handlungsansatz und Maßnahmen werden ausgeführt. Die dargestellten Maßnahmen sind systematisch angelegt (nicht punktuell nur auf einen Standort oder einen Bereich bezogen). Sie decken jedoch nicht vollständig die Anforderungen des Moduls ab.
teilweise erfüllt	Handlungsansatz oder zentrale Maßnahmen des Moduls werden genannt und teilweise ausgeführt. Es wird nicht deutlich, dass die Maßnahmen systematisch angelegt sind und wesentliche Standorte abdecken.
nicht erfüllt	Der Handlungsansatz des Unternehmens wird nicht deutlich. Es werden keine Maßnahmen dargestellt.
	Ergebnisse und Leistungen (mit KPIs)
vollständig erfüllt	Vollständige Darstellung der geforderten Daten mit geeigneten Trendangaben (grundsätzlich 3-Jahresreihe; begründet ist ein Trend zum Vorjahr ausreichend). Bezugsrahmen (zeitlich und Standorte) der Kennzahlen wird transparent angegeben und umfasst den gesetzten Berichtsrahmen des Unternehmens. Bei Steuerungsgrößen (spezifische Kennzahlen; berechnete Werte) wird die Datengrundlage und Methodik hinter den Angaben transparent angegeben. Daten ermöglichen Abgleich mit Zielvorgaben (sofern vorhanden). Daten sind regional differenziert (sofern für Einordnung relevant).
weitgehend erfüllt	Vollständige Darstellung der geforderten Daten mit geeigneten Trendangaben und klarem Bezugsrahmen sind vorhanden. Die anderen Anforderungen sind nicht vollständig erfüllt.

teilweise erfüllt	Daten enthalten keine Trendangaben oder mehrere der anderen Anforderungen sind nicht erfüllt. Die Darstellung der Ergebnisse hat anekdotische Züge.
nicht erfüllt	Es werden keine Kennzahlen angegeben.
	Ergebnisse und Leistungen (qualitativ, ohne KPIs)
vollständig erfüllt	Einordnung der Leistungen im Vergleich zu Zielvorgaben (sofern vorhanden) wird transparent angegeben. Bezugsrahmen (zeitlich und Standorte) der Angaben wird deutlich und umfasst den gesetzten Berichtsrahmen des Unternehmens.
weitgehend erfüllt	Ergebnisse/Leistungen des Unternehmens werden grundsätzlich deutlich. Die Darstellungen sind allerdings lückenhaft (z. B. keine Einordnung im Vergleich zu Zielvorgaben, zeitlicher Bezugsrahmen unklar).
teilweise erfüllt	Ergebnisse/Leistungen des Unternehmens werden nur ansatzweise deutlich. Die Darstellung der Ergebnisse hat anekdotische Züge.
nicht erfüllt	Keine Angaben vorhanden.
	Reflexion und Konsequenzen
vollständig erfüllt	Erreichte Leistungen werden eingeordnet (z. B. durch Bezugnahme zu globalen Nachhaltigkeitszielen, politischen oder zumindest Branchenzielen), Fortschritte bzw. Herausforderungen werden benannt. Nichterreichung von Zielen und andere Auffälligkeiten werden dargestellt und erklärt. Lehren und Handlungskonsequenzen werden dargelegt.
weitgehend erfüllt	Erreichte Leistungen werden grundsätzlich eingeordnet, die Darstellungen weisen allerdings Lücken auf (z. B.: Nichterreichung von Zielen wird dargestellt und erklärt, Konsequenzen daraus werden jedoch nicht erläutert).
teilweise erfüllt	Ansätze der Reflexion und Erläuterungen von Konsequenzen sind nur punktuell zu erkennen und stark lückenhaft (z. B.: auf Nichterreichung von Zielen wird lediglich verwiesen, ohne diese zu erklären und Konsequenzen zu erläutern).
nicht erfüllt	Keine Darstellungen: Eine Einordnung der Leistungen ist nicht erkennbar.

3 GEWICHTUNGEN DER UNTERKRITERIEN

Tab. 10: Gewichtungen der Unterkriterien – Industriebranchen[21]

Ranking-Kriterien	Standard-mäßige Gewichtung	Maschinen-bau/Tech-nologie	Automobil	Grundstoffe	Energie-versorgung	Chemie/ Pharma	Hoch-/Tief-bau
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung							
A.1 Unternehmensprofil	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**
A.2 Strategie- und Zielentwicklung	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**
A.2.1 Einbeziehung von Stakeholdern	1	1	1	1	1	1	1
A.2.2 Wesentlichkeitsanalyse	2	2	2	2	2	2	2
A.2.3 Vision, Strategie und Ziele	2	2	2	2	2	2	2
A.3 Governance und Compliance	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**
A.3.1 Unternehmensführung; Steuerung/Managementsystem	1	1	1	1	1	1	1
A.3.2 Compliance (inkl. Anti-Korruption)	1	1	1	1	1	1	1
A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen	**3**	**3**	**3**	**3**	**3**	**3**	**3**
A.4.0 Einordnung des Handlungsfeldes Mitarbeiterverantwortung	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.4.1 Arbeitnehmerrechte	2	2	2	2	2	2	2
A.4.2 Gute Arbeitsbedingungen (Entgeltpolitik, Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen)	2	2	2	2	2	2	2
A.4.3 Personalentwicklung	1	1	1	1	1	1	1

[21] Die farbliche Hervorhebung einzelner Gewichtungen weist auf eine Abweichung von der standardmäßigen Gewichtung hin.

Ranking-Kriterien	Standard-mäßige Gewichtung	Maschinen-bau/Tech-nologie	Automobil	Grundstoffe	Energie-versorgung	Chemie/ Pharma	Hoch-/Tief-bau
A.4.4 Chancengerechtigkeit und Vielfalt	1	1	1	1	1	1	1
A.4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	1	1	1	2	2	2	2
A.4.6 Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung	1	1	1	1	1	1	1
A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten	**3**	**3**	**3**	**4**	**4**	**3**	**3**
A.5.0 Einordnung des Handlungsfeldes Ökologische Verantwortung an den Standorten	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.5.1 Energiemanagement und Klimaschutz an den Standorten	2	2	2	2	2	2	2
A.5.2 Luftschadstoffe und weitere produktionsbezogene Emissionen	1	1	1	1	1	1	1
A.5.3 Stoffströme und Kreislaufwirtschaft	1	2	2	2	1	2	2
A.5.4 Wassermanagement	1	1	1	2	1	1	1
A.5.5 Logistik und Verkehr	1	1	1	1	1	1	1
A.5.6 Produktions-, Transport- und Lagersicherheit	1	1	1	1	1	1	1
A.5.7 Biodiversität, Naturschutz und Flächenverbrauch	1	1	1	2	1	**1**	1
A.6 Produktverantwortung	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**
A.6.0 Einordnung des Handlungsfeldes Produktverantwortung	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.6.1 Ökologische Produktverantwortung	1	2	2	2	2	2	2
A.6.2 Soziale Produktverantwortung	1	1	1	1	1	1	1
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**
A.7.0 Einordnung des Handlungsfeldes Lieferkettenverantwortung	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
A.7.1 Umsetzung sozialer und ökologischer Verantwortung in der Lieferkette	1	1	1	1	1	1	1

Ranking-Kriterien	Standard-mäßige Gewichtung	Maschinenbau/Technologie	Automobil	Grundstoffe	Energieversorgung	Chemie/Pharma	Hoch-/Tiefbau
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
A.8.0 Einordnung des Handlungsfeldes Gesellschaftliches Umfeld	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.8.1 Regionale Verantwortung an den Standorten	1	1	1	1	1	1	1
A.8.2 Finanzielle Verantwortung (Steuern, Subventionen und Asset Management)	1	1	1	1	1	1	1
A.8.3 Politische Verantwortung: Lobbying, Verbände und Ordnungsrahmen	2	2	2	2	2	2	2
A.8.4 Corporate Citizenship	1	1	1	1	1	1	1
B Allgemeine Berichtsqualität							
B.1 Glaubwürdigkeit	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
B.3 Kommunikative Qualität	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**

Tab. 11: Gewichtungen der Unterkriterien – Dienstleistungsbranchen und KMU[22]

Ranking-Kriterien	Standard-mäßige Gewichtung	Handel/Bekleidung	Transport/Logistik/Tourismus	Medien/IT	Banken	Versicherungen	KMU
A Materielle Anforderungen an die Berichterstattung							
A.1 Unternehmensprofil	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**
A.2 Strategie- und Zielentwicklung	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**
A.2.1 Einbeziehung von Stakeholdern	1	1	1	1	1	1	1
A.2.2 Wesentlichkeitsanalyse	2	2	2	2	2	2	2
A.2.3 Vision, Strategie und Ziele	2	2	2	2	2	2	2
A.3 Governance und Compliance	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**
A.3.1 Unternehmensführung und Steuerung/Management-system	1	1	1	1	1	1	2
A.3.2 Compliance (inkl. Anti-Korruption)	1	1	1	1	1	1	1
A.4 Verantwortung für die Mitarbeiter/innen	**3**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**
A.4.0 Einordnung des Handlungsfeldes Mitarbeiterverantwortung	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.4.1 Arbeitnehmerrechte	2	2	2	2	2	2	0,5
A.4.2 Gute Arbeitsbedingungen (Entgeltpolitik, Arbeitszeit- und Arbeitsortregelungen)	2	2	2	2	2	2	2
A.4.3 Personalentwicklung	1	1	1	1	1	1	1
A.4.4 Chancengerechtigkeit und Vielfalt	1	1	1	1	1	1	1
A.4.5 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	1	1	1	1	1	1	1
A.4.6 Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung	1	1	1	1	1	1	1

[22] Die farbliche Hervorhebung einzelner Gewichtungen weist auf eine Abweichung von der standardmäßigen Gewichtung hin.

Ranking-Kriterien	Standard-mäßige Gewichtung	Handel/Bekleidung	Transport/Logistik/Tourismus	Medien/IT	Banken	Versicherungen	KMU
A.5 Ökologische Verantwortung an den Standorten	**3**	**2**	**2**	**3**	**2**	**2**	**3**
A.5.0 Einordnung des Handlungsfeldes Ökologische Verantwortung an den Standorten	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.5.1 Energiemanagement und Klimaschutz an den Standorten	2	2	2	2	2	2	2
A.5.2 Luftschadstoffe und weitere produktionsbezogene Emissionen	1	1	1	1	/	/	1
A.5.3 Stoffströme und Kreislaufwirtschaft	1	1	1	1	1	1	1
A.5.4 Wassermanagement	1	1	1	1	1	1	1
A.5.5 Logistik und Verkehr	1	2	/	1	1	1	1
A.5.6 Produktions-, Transport- und Lagersicherheit	1	1	1	1	/	/	1
A.5.7 Biodiversität, Naturschutz und Flächenverbrauch	1	1	1	1	1	1	1
A.6 Produktverantwortung	**4**	**4**	**4**	**4**	**6**	**6**	**4**
A.6.0 Einordnung des Handlungsfeldes Produktverantwortung	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.6.1 Ökologische Produktverantwortung	1	1	2	1	1	1	1
A.6.2 Soziale Produktverantwortung	1	1	1	2	1	1	1
A.7 Verantwortung in der Lieferkette	**4**	**4**	**4**	**4**	**2**	**2**	**3**
A.7.0 Einordnung des Handlungsfeldes Lieferkettenverantwortung	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
A.7.1 Umsetzung sozialer und ökologischer Verantwortung in der Lieferkette	1	1	1	1	1	1	1

Ranking-Kriterien	Standard-mäßige Gewichtung	Handel/Bekleidung	Transport/Logistik/Tourismus	Medien/IT	Banken	Versicherungen	KMU
A.8 Gesellschaftliches Umfeld	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
A.8.0 Einordnung des Handlungsfeldes Gesellschaftliches Umfeld	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
A.8.1 Regionale Verantwortung an den Standorten	1	1	1	1	1	1	1
A.8.2 Finanzielle Verantwortung (Steuern, Subventionen und Asset Management)	1	1	1	1	2	2	0,5
A.8.3 Politische Verantwortung: Lobbying, Verbände und Ordnungsrahmen	2	2	2	2	2	2	2
A.8.4 Corporate Citizenship	1	1	1	1	1	1	2
B Allgemeine Berichtsqualität							
B.1 Glaubwürdigkeit	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
B.2 Aussagekraft und Vergleichbarkeit	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**	**2**
B.3 Kommunikative Qualität	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**

4 KRITERIENSET FÜR DIE BRANCHEN UND KMU

Das ausführliche Kriterienset für jede einzelne Branche des Rankings sowie für kleine und mittelständische Unternehmen ist im Tabellenformat zu finden unter www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de/publikationen.

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

ranking@future-ev.de

www.future-ev.de