



Den ersten Platz in der Kategorie KMU erhielt die memo AG. Jürgen Schmidt (Sprecher des Vorstands) nahm den Preis von Bundesarbeitsminister Dr. Franz-Josef Jung und Dr. Volker Hauff, Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung, entgegen.

Sonderteil Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2009: Die besten Nachhaltigkeitsberichte 2009 | Gute Noten für KMU-Nachhaltigkeitsberichte | Zu Wirkungen und Nebenwirkungen von Nachhaltigkeitsberichten

Die besten Nachhaltigkeitsberichte 2009

Mehr als 100 Nachhaltigkeitsberichte der großen deutschen Unternehmen haben das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und der Unternehmensverband future e.V. in diesem Jahr ausgewertet. Den besten hat die BASF AG eingereicht. Auf den Rängen zwei und drei folgen die Siemens AG und die BMW Group.

„Wer sich – wie die Preisträger – in die Karten schauen lässt, leistet etwas Maßgebliches“, sagte Dr. Volker Hauff, der Vorsitzende des Rates für Nachhaltige Entwicklung bei der Vorstellung der Rankingergebnisse. Zusammen mit Dr. Franz-Josef Jung, dem Bundesminister für Arbeit und Soziales, würdigte er die Preisträger im Rahmen der 9. Jahreskonferenz des Nachhaltigkeitsrats am 23. November in Berlin. Marlehn Thieme, die im Rat zuständig für die Themen nachhaltiger Konsum und nachhaltiges Wirtschaften ist, erläuterte gegenüber der Presse, warum dieser das Ranking der

Nachhaltigkeitsberichte durch das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future unterstützt. Sie betonte, dass der Rat dabei größten Wert auf Transparenz, Vergleichbarkeit und Nachvollziehbarkeit lege. Die Bewertung führe zu einem gemeinsamen Lernprozess, denn die Unternehmen würden von den Wissenschaftlern direkt beteiligt „an der Diskussion über die Bewertungskriterien, nach einer ersten Bewertung der Berichte mit der Möglichkeit zur Stellungnahme und nach Abschluss des gesamten Projekts. Darin liegt die besondere Qualität“, so Thieme.

Reporter und Non-Reporter

Um neue Entwicklungen bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf nationaler wie internationaler Ebene einzubeziehen, haben die Wissenschaftler die Bewertungskriterien grundlegend neu gefasst. Außerdem entwickelten sie einen eigenen Kriterienkatalog für das Ranking der Nachhaltigkeitsre-

ports der kleineren und mittelständischen Unternehmen (siehe folgenden Bericht). Bewertet wurden einerseits übergreifende Kriterien wie Nachhaltigkeitsstrategie und -management, andererseits die Berichterstattung über konkrete Aktivitäten der Unternehmen, etwa zur Berücksichtigung von Mitarbeiterinteressen und zu ökologischen Aspekten der Produktion und Produktgestaltung.

Die Anzahl der Unternehmen, die keine besonderen Informationen zu Nachhaltigkeitsaktivitäten veröffentlichen, hat sich verringert. Galt dies vor zwei Jahren noch für etwa ein Drittel der 150 größten Unternehmen, so liegt der Anteil jetzt bei einem Fünftel. Viele „Non-Reporter“ finden sich in den Branchen Versicherungen, Nahrungsmittelindustrie, Technologieunternehmen und Handel. Besonders fallen hier große Handelsunternehmen wie Anton Schlecker und Aldi Nord auf, die keinerlei nachhaltigkeitsbezogene Informationen anbieten.

Integration und Internet

Diejenigen, die berichten, nutzen dafür zunehmend die Möglichkeiten des Internets. Manche bieten als Ergänzung zur Printausgabe vertiefende Informationen auf der Website des Unternehmens, andere halten dort den Bericht zum Download bereit. 13 Unternehmen sind bereits dazu übergegangen, den gedruckten Report vollständig durch eine Internet-Ausgabe zu ersetzen.

Einen weiteren Trend in der Nachhaltigkeitsberichterstattung sieht future-

Ranking mit Tradition

Seit 15 Jahren unterziehen das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und future – verantwortung unternehmen Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen einem Ranking. 2009 untersuchten sie erneut die Nachhaltigkeitsberichte der 150 größten Unternehmen Deutschlands. Zusätzlich wurden erstmals auch die entsprechenden Publikationen von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in einem eigenen Ranking beurteilt. Die Kriterien dieser unabhängigen und anerkannten Bewertung tragen dazu bei, die inhaltlichen Standards für aussagekräftige und glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen zu setzen und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte wird maßgeblich unterstützt vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales sowie vom Rat für Nachhaltige Entwicklung.

Geschäftsführer Dr. Udo Westermann in dem Bemühen der Unternehmen ihre verschiedenen Berichtsformate zu integrieren: „In diesem Jahr haben bereits drei Unternehmen ihre Geschäftsberichte mit den Nachhaltigkeitsreports zusammengeführt: BASF, Solarworld und die Stadtwerke Hannover“.

Klimaschutz

Als dominierendes Thema über alle Branchen hinweg durchzieht die Berichte mittlerweile der Klimaschutz. „Die Unternehmen sind sich der Relevanz des Klimaschutzes bewusst“, so Jana Gebauer, Projektleiterin des Rankings am IÖW. „Es gibt keinen einzigen Bericht, der dieses Thema auslöst“. Dennoch müsse berücksichtigt werden, „dass gute Berichterstattung allein ein Unternehmen noch nicht zum Muster-Klimaschützer macht. Gute Berichte liefern zunächst die notwendige transparente Grundlage, um die Klimaschutzaktivitäten der Unternehmen einschätzen und vergleichen zu können“, so Gebauer.

Auch Spitzenreiter BASF, der sich selbst als „das führende Chemie-Unternehmen der Welt“ bezeichnet, widmet sich intensiv diesem Thema. Außerdem überzeugte die Jury sein Bericht mit dem Titel: „Wir gestalten Zukunft“, besonders durch die strukturierte Darstellung der Themen Produktsicherheit und Verantwortung in der Lieferkette. Besondere Beachtung schenkte sie dem integrierten Ansatz: Seit 2007 führt BASF Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung in einem Bericht zusammen. „Das zeigt, dass Nachhaltigkeitsthemen bei einer Integration in die Geschäftsberichter-

stattung nicht an Umfang und Tiefe verlieren müssen. BASF ist es gelungen, durch die kombinierte Form einen Mehrwert zu schaffen“, erläutert Jana Gebauer. Das Unternehmen betont, dass Nachhaltigkeit fester Bestandteil der Unternehmensstrategie sei. Schon beim vorhergehenden Ranking im Jahr 2007 belegte man den dritten Platz. „Nachhaltigkeit ist bei BASF kein Schönewetterthema, sondern zunehmend in bestehende Managementsysteme integriert. Wir minimieren Risiken und differenzieren uns durch Nachhaltigkeit im Wettbewerb. Dieser Ansatz spiegelt sich auch in unserer integrierten Berichterstattung wider“, so Dr. Ulrich von Deessen, Leiter des Kompetenzzentrums Umwelt, Gesundheit und Sicherheit und Klimaschutzbeauftragter des Unternehmens. ☞

*Dr. Udo Westermann
future – verantwortung unternehmen
Geschäftsstelle Münster
Am Hof Schultmann 63, 48163 Münster
T 0251 97316-34
udo.westermann@future-ev.de
www.future-ev.de*

*Jana Gebauer
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
(IÖW)
Potsdamer Straße 105, 10785 Berlin
T 030 884594-33
jana.gebauer@ioew.de, www.ioew.de*

*www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de
www.nachhaltigkeitsrat.de
www.basf.com/nachhaltigkeit*

Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2009 – die besten Zehn

Rang 2009	Rang 2007	Rang 2005	Unternehmen	Gesamtpunkte	Branche	Soziale Anforderungen	Ökologische Anforderungen	Gesellschaftliches Umfeld	Management	Allgemeine Anforderungen
1	3	13	BASF-Gruppe	533	Chemie/Pharma	137	122	40	152	82
2	–	–	Siemens AG	524	Mischkonzern	104	112	25	212	71
3	10	9	BMW Group	518	Automobil	100	114	25	198	81
4	2	6	RWE AG	507	Energieversorger	98	88	40	185	97
5	12	–	Deutsche Bahn AG	480	Transport und Logistik	98	111	35	175	62
6	9	7	Volkswagen	478	Automobil	100	106	30	168	74
7	27	14	Daimler	476	Automobil	87	105	15	195	75
8	19	10	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	475	Elektro	91	95	35	182	73
9	38	33	Landesbank Baden-Württemberg	467	Banken	109	118	30	142	69
10	1	3	Otto Group	457	Handel/Bekleidung	102	108	40	135	73

Gute Noten für KMU-Nachhaltigkeitsberichte

Es werden immer mehr und ihre Qualität ist beachtlich. So lässt sich das Ergebnis der erstmals in einem Ranking bewerteten Nachhaltigkeitsberichte von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) in Deutschland zusammenfassen. Die beste von den 46 untersuchten Publikationen legt das Versandhaus für umweltfreundlichen Bürobedarf memo AG vor. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Öko-Brauerei Neumarkter Lammsbräu und die Kommunikationsagentur Johanssen + Kretschmer.

Insgesamt legten 46 Unternehmen dem Bewertungsteam vom IÖW und future e.V. einen Nachhaltigkeitsbericht oder CSR-Report vor, 13 davon hatten erstmals eine solche Publikation erstellt. Einige, die teilweise schon viele Jahre über ein Umweltmanagement verfügen, ergänzen mittlerweile ihre Umwelterklärungen um Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit. Diese Publikationen wurden gesondert bewertet, wobei die Oktoberdruck AG das beste Ergebnis lieferte. Sie ging knapp vor dem Babynahrungsanbieter Hipp und dem Büromöbelhersteller Wilkhahn Wilkening + Hahne ins Ziel.

Vielfalt und Qualität

So vielfältig die Formen sind, die kleine und mittelständische Unternehmen wählen, um ihr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit mit den verschiedenen Interessengruppen in ihrem Umfeld zu kommunizieren, so vielfältig sind auch die beteiligten Branchen. Das Spektrum reicht von Herstellern ökologischer Lebensmittel, wie beispielsweise Hipp oder Lebensbaum, über Stadtwerke und kommunale Verkehrsunternehmen, wie die Bremer Straßenbahn AG oder die Leipziger Wasserwerke (KWL), bis hin zum Hamburger Sportverein (HSV), der als erster deutscher Profifußballklub eine Broschüre über seine Aktivitäten unter dem Stichwort Corporate Social Responsibility (CSR) herausgegeben hat (siehe factorY 3/2009, Seite 24).

Dabei halten die KMU-Reports dem Vergleich mit den Nachhaltigkeitsberichten der Großunternehmen durchaus stand.

Die Punktzahlen sind zwar wegen der sich etwas unterscheidenden Kriterien nicht direkt vergleichbar, aber hinsichtlich der allgemeinen Aussagekraft, der Werteorientierung und der Glaubwürdigkeit der Berichterstattung hat die Mehrzahl der Berichte in beiden Kategorien ein ähnlich hohes Niveau erreicht. „Durch starke regionale Bezüge, einen bewussten Umgang mit der Produktverantwortung und nicht zuletzt der oft größeren Nähe zu den Mitarbeitern, können KMU deutlich punkten“, erläutert Udo Westermann von future e.V. Insbesondere den letzten Themenbereich, der Berichterstattung zu „Mitarbeiterinteressen“, sieht er allerdings als noch deutlich verbesserungswürdig an – nicht nur in den KMU-Berichten.

Profil

Die Publikationen der Spitzenreiter zeigen sehr eindrucksvoll, dass ein ausgezeichneter Bericht durchaus unterschiedliche Schwerpunkte setzen kann, um das Profil des Unternehmens deutlich herauszustellen. Über das alle bewegende Thema des Klimaschutzes und die vielfältigen Maßnahmen dazu hinaus, sticht der CSR-Bericht der Berliner Kommunikationsagentur Johanssen + Kretschmer vor allem durch

seine Diskussion der ethischen Fragestellungen für eine Kommunikationsberatung hervor. Die Öko-Brauerei Neumarkter Lammsbräu baut auf ihrer langjährigen Tradition von Öko-Controlling-Berichten auf und setzt entsprechend den Schwerpunkt auf die Umweltauswirkungen des Produktionsprozesses. Spitzenreiter memo erläutert eingehend, welche hohen sozialen und ökologischen Anforderungen er an sein Warensortiment stellt. Besonders positiv fällt an diesem Bericht auf, dass neben der Erläuterung der vielen Stärken auch noch vorhandene Defizite nicht verschwiegen werden. So benennt und erklärt der Bericht Rückschläge, zum Beispiel in der Versandlogistik, und geht auch auf kritische Rückmeldungen in den durchgeführten Mitarbeiterbefragungen ein.

„Bei der memo AG wird deutlich, dass nachhaltige Produkte, soziales Engagement und die transparente Berichterstattung darüber Bestandteile einer nachhaltigen Unternehmensstrategie sind“, so future-Geschäftsführer Westermann. GK

Die Ergebnisse zum Ranking der KMU-Nachhaltigkeitsberichte sind im Internet dokumentiert: www.kmu.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de

Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2009 – Ergebnisse KMU

Rang	Unternehmen	Punkte	Branche	Berichte
Beste Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten				
1	memo AG	574	Handel	Nachhaltigkeitsbericht 2009/10
2	Neumarkter Lammsbräu, Gebr. Ehrnsperger e.K.	568	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht 2008. 17. Öko-Controlling-Bericht
3	Johanssen+Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH	536	Dienstleister	Wissen. Wirken. Werte. CSR-Bericht 2008
Beste Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten				
1	Bremer Straßenbahn AG	486	Stadtwerke/ÖPNV	Fahrtwind. Nachhaltigkeitsbericht 2007
2	Solarworld AG	470	Produktion	Konzernbericht 2008
3	Rheinbahn AG	451	Stadtwerke/ÖPNV	Nachhaltigkeitsbericht 2008. Unsere Verantwortung
Beste Umwelterklärungen mit ergänzenden Informationen zur sozialen Nachhaltigkeit				
1	Oktoberdruck AG	442	Druckerei	Wie wir drucken. Umwelterklärung 2008
2	Hipp (Werke Pfaffenhofen, Gmunden und Hansägliget)	436	Ernährung	Nachhaltigkeitsbericht. Umwelterklärung 2009 Werk Pfaffenhofen
3	Wilkhahn Wilkening + Hahne GmbH+Co.KG	432	Produktion	Konsolidierte Umwelterklärung 2008

Der Nachhaltigkeitsbericht: Zu Wirkungen und Nebenwirkungen

Warum erstellt ein Unternehmen einen Nachhaltigkeits- oder CSR-Bericht? Wer soll ihn lesen und welche Wirkung kann er entfalten? Einige Unternehmensvertreterinnen und -vertreter, die ihre Reports zum Ranking durch das IÖW und future e.V. eingereicht hatten, geben hier dazu Auskunft:



Lothar Hartmann leitet das Nachhaltigkeitsmanagement der memo AG, Greußenheim

Lothar Hartmann „Der Nachhaltigkeitsbericht der memo AG erscheint alle zwei Jahre. Damit informieren wir unsere Stakeholder – Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Umwelt- und Unternehmensverbände sowie die interessierte Öffentlichkeit – transparent, offen und ehrlich über unsere vielfältigen Nachhaltigkeitsleistungen. Wir kommunizieren wichtige Unternehmenskennzahlen, sprechen aber auch Problembereiche an. Der Nachhaltigkeitsbericht ist somit eines unserer wichtigsten Kommunikationsmittel: Er dient als Nachweis nach außen, dass wir den Status als ganzheitlich nachhaltiges Unternehmen verdient haben. Intern wird der Bericht regelmäßig als Informations- und Inspirationsquelle genutzt.“

Wir orientieren uns seit der Erstellung unseres ersten Berichts im Jahr 2003 an den Rankingkriterien von IÖW und future e.V. Die Auszeichnung unseres aktuellen Nachhaltigkeitsberichts nach den neuen Rankingkriterien für KMU durch eine Jury, die sich seit vielen Jahren intensiv mit der Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten auseinandersetzt, bestätigt unsere Arbeit der letzten Jahre. Wir freuen uns, dass unsere Nachhaltigkeitsleistungen und das dafür gewählte Kommunikationsmittel auf so hoher Ebene Würdigung und Bestätigung erfahren.“



Christoph Deinert ist Geschäftsführer der Märkisches Landbrot GmbH, Berlin

Christoph Deinert „Nachhaltigkeit ist für Märkisches Landbrot schon seit 1981 mit der Umstellung auf einen Ökobetrieb – durch Joachim Weckmann dem heutigen Besitzer – ein zentraler Begriff. Unser oberstes Firmenziel lautet: Märkisches Landbrot trägt durch konsequent ökologische Produktion mit biologischen Rohstoffen zur Gesundheit der Erde bei und dient mit seinen Produkten der Gesundheit und dem Wohlbefinden der Menschen. Damit wollen wir Maßstäbe setzen und streben nach einer kontinuierlich von außen transparenter werdenden Betriebsweise. Neben der langjährigen Veröffentlichung unserer Ökobilanz, Umwelterklärung und unseres CSR-Berichts wollen wir mit einem Nachhaltigkeitsbericht Inhalte bündeln und übersichtlicher gestalten. Vorbereitend auf die eigentliche Berichterstattung haben wir uns mit der Bewerbung zum Deutschen Nachhaltigkeitspreis befasst und unsere vorhandenen Dokumente beim IÖW/

future-Ranking eingereicht. Da wir als kleines Unternehmen keinerlei Einschätzung darüber hatten, wie unsere Aktivitäten „offiziell“ im Vergleich zu anderen Unternehmen bewertet würden, waren wir nicht wenig überrascht, als wir plötzlich zu den Top 3 der nachhaltigsten Produktion Deutschlands (Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2009) gehörten. Beim Ranking lagen wir in der Hauptkategorie mit 523 Punkten nur knapp hinter den ausgezeichneten drei Spitzenplätzen. Für die zukünftige Arbeit wird uns die im Rahmen des IÖW/future-Rankings erstellte umfassende und sehr detaillierte Auswertung von unschätzbarem Wert sein. Das Antragsverfahren war sehr einfach und die Abwicklung unkompliziert.“

Katja Kraus „In unserer täglichen Arbeit wird uns immer wieder bewusst, wie weitreichend der HSV in all seinen Facetten und auch durch das Handeln Einzelner wahrgenommen wird. Diese Verantwortung nehmen wir an und wir haben ihr auch durch den ersten Schritt zu einer CSR-Berichterstattung Rechnung getragen. Soziales und ökologisches Engagement werden in unserer Gesellschaft immer wichtiger. Wir wollen daher Ansporn sein für andere, uns aber auch selbst fordern.“

Wir stehen in erheblichem Maße auf zum Teil emotionale Weise in einem ständigen Austausch mit unseren Interessen- und Anspruchsgruppen. Dazu gehören neben unseren Fans und Mitgliedern auch die Medien, unsere Geschäftspartner, unsere Spieler wie auch unsere sportlichen Konkurrenten. Um den Ansprüchen dieser Gruppen gerecht zu werden, übernehmen wir Verantwortung und richten unsere Vereinstätigkeit nach den Grundsätzen unseres CSR-Verständnisses – also nach Aufrichtigkeit, Ausgeglichenheit und langfristiger Effizienz aus. Ziel ist es dabei, einen spürbaren Beitrag für die Gesellschaft zu leisten.“



Katja Kraus ist im Vorstand des Hamburger Sport-Vereins (HSV) verantwortlich für die Bereiche Kommunikation und Marketing