



adelphi

# STATUS QUO DER NACH- HALTIGKEITSBERICHT- ERSTATTUNG IN DER EUROPÄISCHEN UNION

## ZUSAMMENFASSUNG

Katelijne van Wensen MSc (CREM),  
Wijnand Broer MSc (CREM),  
Johanna Klein MSc (adelphi),  
Dr. Jutta Knopf (adelphi)

Social Europe

Diese Studie wurde im Rahmen eines Dienstleistungsauftrags der Europäischen Kommission zur Unterstützung der 'High Level Group' für soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility - CSR) durchgeführt.

Projektleitung: adelphi in Zusammenarbeit mit  
CREM, PPRC, SOMO und ICLEI - © 2011



## Einleitung

Seit den 1990er Jahren ist die Zahl der Unternehmen, die Informationen über ihre Leistungen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG) veröffentlichen, deutlich gestiegen. Für viele große multinationale Konzerne ist die Nachhaltigkeitsberichterstattung bereits zur Regel geworden, während sie für viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) noch immer eine Herausforderung darstellt. Zwar erfüllen die bereitgestellten Informationen nicht immer die Erwartungen der Empfänger, doch hat sich die Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung bereits spürbar verbessert, und die webbasierte Berichterstattung bietet die Möglichkeit, die Informationen exakt auf den Empfänger abzustimmen.

Das Projekt „Status quo der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Europäischen Union“<sup>1</sup> vermittelt einen allgemeinen Überblick über die aktuellen Praktiken und Trends in der Nachhaltigkeitsberichterstattung in den EU-Mitgliedstaaten. Im Einzelnen werden in der Studie folgende Aspekte untersucht:

- Wie gehen die Unternehmen generell bei der Berichterstattung vor und mit welchen Herausforderungen sind Akteure und Empfänger der Nachhaltigkeitsberichterstattung konfrontiert?
- Inwieweit stimmen die Berichterstattungsgepflogenheiten der Unternehmen und der entsprechende Bedarf der Empfänger überein? Die Untersuchung der Übereinstimmung bzw. Nichtübereinstimmung zwischen diesen beiden Perspektiven beschränkt sich auf die verschiedenen Empfängergruppen und deren Erwartungen in Bezug auf die Berichterstattung sowie die Leistungen und Leistungsansprüche der Unternehmen.
- Welches politische Instrumentarium steht für die Regelung und Schaffung von Anreizen für die Aufnahme und die Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung zur Verfügung und welche Wirkung entfalten diese Instrumente?

In dieser Studie wird generell der Begriff Nachhaltigkeitsberichterstattung verwendet. Er bezeichnet die Bereitstellung von Informationen zu ökologischen und sozialen Belangen sowie zur Governance im Rahmen von Dokumenten wie Jahresberichten und Nachhaltigkeitsberichten (in Papierformat oder über das Internet, z. B. im PDF-Format zum Herunterladen).

Die in dieser Studie enthaltenen Informationen können von der Europäischen Kommission, einzelnen Mitgliedstaaten oder sonstigen Interessenträgern (Stakeholder) verwendet werden, die beispielsweise eigene Empfehlungen abgeben oder ergänzende Maßnahmen zur Optimierung der Funktion der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Gesellschaft ergreifen wollen.

---

<sup>1</sup> Die Studie wurde im Auftrag der GD Beschäftigung, Soziales und Integration der Europäischen Union im Rahmen des Dienstleistungsauftrags zur „Unterstützung der Arbeit der Gruppe hochrangiger, für den Bereich Soziale Verantwortung der Unternehmen (SVU) zuständiger Vertreter der Mitgliedstaaten“ durchgeführt [Auftrag Nr. VC/2009/0532].

## Die wichtigsten Trends in der Nachhaltigkeitsberichterstattung

In den letzten zehn Jahren haben sich in der Nachhaltigkeitsberichterstattung folgende Trends und Entwicklungen abgezeichnet:

- Die Unternehmen setzen zur Erreichung der Adressaten ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung ein breiteres Spektrum an Instrumenten und Kommunikationskanälen ein.
- Der Umfang der Berichterstattung nimmt zwar zu (weltweit wurden 4 000 Berichte registriert, 2 000 davon in Europa), doch ist er gemessen an der Gesamtzahl der Unternehmen (rund 82 000 multinationale Konzerne und wesentlich mehr KMU weltweit) immer noch relativ begrenzt.
- Berichterstattungssysteme wie die G3-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) oder die von United Nations Global Compact (UNGC) geforderten regelmäßigen Fortschrittsberichte (Communication on Progress - COP) sowie die Online-Kommunikationstools und webbasierten Anwendungen wie XBRL (eXtensible Business Reporting Language) zur Verbesserung des Austauschs und der Vergleichbarkeit von Geschäftsdaten kommen zunehmend zum Einsatz. In der Diskussion über die Berichterstattung der Zukunft ist die integrierte Berichterstattung eines der Hauptthemen.
- Es findet eine immer engere Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung aktiven Organisationen statt. Fast alle Gremien und Organisationen, die sich die Förderung der Nachhaltigkeitsberichterstattung zur Aufgabe gemacht haben, sind Partnerschaften mit der GRI eingegangen, darunter UN Global Compact, AccountAbility, OECD, UNEP, das Carbon Disclosure Project sowie zahlreiche Regierungen und Branchenvereinigungen.
- Hinsichtlich der Hauptthemen der Berichterstattung zeigt sich, dass die Offenlegung der CO<sub>2</sub>-Emissionen inzwischen relativ üblich ist, wohingegen die Berichterstattung zum Thema Menschenrechte noch relativ neu ist, jedoch zunehmend an Bedeutung gewinnt.
- Die Online-Berichterstattung wird zunehmend zur gängigen Praxis, da sie die Möglichkeit bietet, zusätzliche Informationen bereitzustellen, die Informationen genau auf die Zielgruppe abzustimmen und ein Feedback der Stakeholder entgegenzunehmen.
- Sowohl die Überprüfung durch externe Instanzen als auch das Engagement der Stakeholder und die integrierte Berichterstattung sind weiter auf dem Vormarsch.
- Von einem Ranking der Berichterstattung, Auszeichnungen und ähnlichen Programmen können interessante Impulse für die Aufnahme der Nachhaltigkeitsberichterstattung und die Qualität der entsprechenden Berichte ausgehen. Die meisten Stakeholder sehen in Berichterstattungssystemen ein nützliches Instrument zur Verbesserung der Qualität der Berichterstattung und zur Verbesserung der Vergleichbarkeit von Unternehmen. Dabei gilt die GRI als „beste verfügbare“ Initiative und „guter Ausgangspunkt“. Allerdings wird

von verschiedener Stelle darauf hingewiesen, dass die GRI-Leitlinien für KMU zu kompliziert seien. Ein neuer globaler Trend ist auch die Vorlage eines UNGC-COP. Die Verwendung von ergänzenden branchenspezifischen Berichten wird von vielen Befragten als positive Entwicklung gewertet, während andere einwenden, dass die Berichte dadurch zu fachbezogen werden. Des Weiteren machen verschiedene Stellen geltend, dass die Berichterstattung durch ein einheitliches System zu einer reinen Routineübung wird und zu viel Spielraum für übertriebene grüne Imagewerbung bietet.

### **Nachhaltigkeitsberichterstattung aus der Sicht der Unternehmen**

Aus der Sicht der Unternehmen lassen sich bezüglich ihrer Beweggründe für bzw. gegen die Berichterstattung und der damit verbundenen Herausforderungen im Wesentlichen folgende Schlussfolgerungen ziehen:

- Die Bereitschaft zur Berichterstattung fällt von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich aus. Dabei haben ethische Erwägungen, der Ruf des Unternehmens und der Markenwert an Bedeutung gewonnen, während wirtschaftliche Erwägungen heute weniger relevant sind. Der Ruf des Unternehmens als Beweggrund für die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist vor allem für multinationale Konzerne von maßgeblicher Bedeutung; dies ist darauf zurückzuführen, dass von ihnen möglicherweise bedeutende ökologische und soziale Auswirkungen ausgehen, und dass sie ein wesentlicher Bestandteil der internationalen Lieferketten sind, wo beschäftigungs- und umweltpolitische Fragen und die Thematik der Menschenrechte eine wichtige Rolle spielen.
- Wenn sich Unternehmen gegen die Berichterstattung entscheiden, hängt dies meistens damit zusammen, dass sie sich davon keinen großen Vorteil versprechen. KMU verzichten außerdem vielfach auf eine Berichterstattung, weil sie damit einen erheblichen Kostenaufwand verbinden. Andererseits hat die Erfahrung der die Berichterstattung befürwortenden KMU gezeigt, dass sich durchaus Fortschritte erzielen lassen, wenn ihnen angemessene Unterstützung zuteil wird und geeignete Instrumente zur Verfügung gestellt werden.
- Zu den Herausforderungen im Zusammenhang mit der Berichterstattung zählen die Auswahl der Themen, über die berichtet werden soll, die Sensibilität der betreffenden Informationen und die (empfundenen) Kosten der Datenerhebung. Besondere Herausforderungen für die Berichterstattung der Unternehmen bilden die Abgrenzung der Berichterstattung sowie Fragen im Zusammenhang mit deren Inhalten („Wesentlichkeit“, „Einbeziehung der Stakeholder“, „Nachhaltigkeitskontext“ und „Vollständigkeit“) und der Qualität des Berichts („Ausgewogenheit“, „Vergleichbarkeit“, „Genauigkeit“, „Aktualität“ und „Klarheit“). Diese Punkte werden in den Grundsätzen der Berichterstattung der G3-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) beschrieben, die

einen wichtigen Bezugspunkt für Entscheidungen über den Inhalt der Berichte bilden. Eine weitere wichtige Referenz ist das Netzwerk für unternehmerische Verantwortung UNGC (für die Erstellung eines COP), dessen 10 UNGC-Grundsätze und UN-Ziele als Grundlage für die inhaltliche Abgrenzung dienen können.

### **Nachhaltigkeitsberichterstattung aus der Sicht der Empfänger**

Aus der Sicht der Empfänger ergeben sich im Wesentlichen folgende Erkenntnisse in Bezug auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung:

- Als Hauptindikatoren für die Qualität eines Berichts gelten für sie Transparenz, Vollständigkeit und Ausgewogenheit. Sie erwarten von den Unternehmen Informationen mit einem hohen Maß an Glaubwürdigkeit und Relevanz.
- Viele Stakeholder möchten sich nicht länger mit einer Gegenreaktion der Unternehmen auf die globalen Probleme begnügen. Angesichts der umfangreichen Medienberichterstattung über ökologische und soziale Fragen haben die Unternehmen die Möglichkeit, ihre Marken mit positiven Werten zu assoziieren und sich durch bessere Leistungen ein hohes Ansehen zu verschaffen.
- Bei der Qualitätsberichterstattung müssen die vorgelegten Informationen in einen Kontext gestellt werden, der Vergleiche zwischen verschiedenen Produkten und Akteuren gestattet.
- Unternehmen, die Zivilgesellschaft und sonstige Empfängergruppen neigen zu ähnlichen Erwartungen hinsichtlich der Inhalte und Qualität der Berichte. Die wesentlichsten Unterschiede bestehen darin, wie die verschiedenen Empfängergruppen die Berichte nutzen.
- Die Empfänger erwarten sich von den Berichten folgende Informationen:
  - Verknüpfung zwischen der Nachhaltigkeitsstrategie und der allgemeinen Unternehmensstrategie und –planung;
  - Verbindliche Zusage zur Nachhaltigkeit;
  - Aufwand im Umgang mit der Nachhaltigkeitsthematik, woraus hervorgeht, welche konkreten Maßnahmen die Unternehmen tatsächlich zur Gewährleistung der Nachhaltigkeit getroffen haben. Innovative Ansätze für die Lösung von Nachhaltigkeitsproblemen.

Aus der Befragung der Adressaten lassen sich folgende Lehren ableiten:

- Unterschiedlichste Adressatengruppen sind übereinstimmend der Ansicht, dass es den Berichten vielfach an Wesentlichkeit fehlt, dass sie oft unvollständig und bisweilen inhaltlich selektiv sind. Sie weisen darauf hin, dass beim Abwägen zwischen positiven und negativen Aspekten vielfach ein Trend zum Positiven besteht, so dass das Unternehmen in einem günstigen Licht dasteht.
- Die meisten Befragten stellten erhebliche Qualitätsunterschiede zwischen der Berichterstattung von Großunternehmen und von KMU fest. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass Großunternehmen vielleicht eine eigene Abteilung für die Berichterstattung haben, während es KMU vielfach an Zeit und finanziellen Mitteln dafür fehlt.

### **Abgleich zwischen den Sichtweisen von Unternehmen und Adressaten der Berichterstattung**

In vielen wichtigen Punkten der Nachhaltigkeitsberichterstattung waren sich die befragten Unternehmen und Adressaten einig. Diese Einschätzungen stimmen auch mit Erkenntnissen aus der jüngsten Literatur überein:

- Die Berichterstattung ist kein Selbstzweck, sondern dient der Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens.
- Verbindliche Anhaltspunkte für die Abfassung der Nachhaltigkeitsberichte kämen dem Inhalt der Berichte und ihrer Überprüfbarkeit (Gewähr) in Bezug auf ihre Qualität, Glaubwürdigkeit und Vergleichbarkeit erheblich zugute.
- Eine integrierte Berichterstattung ist ein vielversprechender Ansatz für eine weitere Aufwertung nichtfinanzieller Informationen.
- Es bedarf einer stärkeren Einbindung der Stakeholder in den Berichterstattungsprozess.

Allerdings werden die Erwartungen der Adressaten nicht immer ganz erfüllt. Dies ist möglicherweise auf tatsächliche oder vermeintliche Grenzen der Nachhaltigkeitsberichterstattung zurückzuführen:

- Viele Adressaten hegen noch Zweifel an der Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsberichten.
- Sie können sich nicht des Eindrucks erwehren, dass die bereitgestellten Informationen nicht ganz ausgewogen sind (zwischen Erfolgsmeldungen und Aspekten, in denen noch Verbesserungen erforderlich sind).
- Sie haben das Gefühl, dass auf Fragen, die ihnen wichtig sind, nicht hinreichend eingegangen wird.

- Einige (potenzielle) Empfängergruppen wurden mit den aktuellen Nachhaltigkeitsberichten noch nicht wunschgemäß erreicht.

Die größte Herausforderung für die Bericht erstattenden Unternehmen besteht darin, einen Nachhaltigkeitsbericht zu verfassen, der alle für das Unternehmen wie auch für die Stakeholder relevanten Punkte abdeckt und für die vielschichtige Gruppe der Adressaten mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen und Interessen trotzdem gut verständlich ist. Dabei muss ein Unternehmen gleichzeitig verschiedene externe und interne Interessenträger ansprechen. Welche Zielgruppen ein Unternehmen auswählt, kann von seinen Beweggründen für die Berichterstattung, den Interessen des Unternehmens und seinen strategischen Schwerpunkten abhängen.

Die Betrachtung der Nachhaltigkeitsberichterstattung aus der Sicht der Unternehmen und der Adressaten zeigt, dass sowohl hinsichtlich der Inhalte als auch der Qualität der Berichterstattung durchaus noch Spielräume für Verbesserungen vorhanden sind.

### **Die Rolle der EU-Regierungen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung**

Die EU und ihre Mitgliedstaaten verfolgen die Nachhaltigkeitsberichterstattung und die dafür vorhandenen politischen Instrumente, die sich hinsichtlich ihrer Beschaffenheit, ihrer Schwerpunkte und der beteiligten Akteure erheblich unterscheiden, aufmerksam mit. Über die Folgen und Auswirkungen des politischen Instrumentariums auf die Berichterstattungspraxis stehen nur begrenzte Informationen zur Verfügung, doch lassen sich daraus bereits einige Schlussfolgerungen ziehen:

- Bei den Regierungen zeichnet sich ein zunehmender Trend zur Bewertung der Wirkung ihrer Politikinstrumente ab, was darauf hindeutet, dass die öffentliche Politik einen Beitrag zu einer stärkeren Aufnahme der Nachhaltigkeitsberichterstattung geleistet hat (jüngste Studien in Dänemark und Schweden).
- Gleichzeitig haben viele Unternehmen die Berichterstattung bereits eingeführt, bevor dies gesetzlich vorgeschrieben war. Im Falle des Vereinigten Königreichs z. B. standen als treibende Kraft nicht nur Lobbytätigkeit und Medieninteresse hinter der Berichterstattung, sondern auch finanzielle Interessengruppen, Akteure der Wirtschaft und NRO sowie die Tatsache, dass zahlreiche Experten im Bereich Nachhaltigkeitsberichterstattung im Vereinigten Königreich niedergelassen sind.
- National begrenzte Rahmenbedingungen und Rechtsvorschriften können zu unterschiedlichen Systemen und Vorgaben führen. Insbesondere bei der Veröffentlichung örtlich begrenzter Berichte und der Zusammenfassung derartiger lokal begrenzter Informationen in einem globalen Bericht können sich unterschiedliche Offenlegungsanforderungen als problematisch erweisen.
- Einige Instrumente werden von verschiedenen Staaten bereits mit Erfolg eingesetzt und könnten im Hinblick auf eine weitere Optimierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf breiterer Ebene zur Anwendung kommen, z. B.:

- Einführung von Benchmarks und Anerkennungsverfahren für gute Leistungen;
- Nachhaltigkeitsberichte öffentlicher Einrichtungen als nachahmenswertes Beispiel;
- Sensibilisierung für die Vorteile der Berichterstattung auf verschiedenen Regierungsebenen;
- Aktive Beteiligung an Diskussionen über die Zukunft der Berichterstattung;
- Unterstützung von Entwicklungsländern auf dem Gebiet der Datenerhebungstechniken;
- Verpflichtung staatlicher Unternehmen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung;
- Engagement zugunsten einheitlicher Vorschriften für die Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Für viele multinationale Großunternehmen ist die Nachhaltigkeitsberichterstattung bereits eine Selbstverständlichkeit. Die Regierungen der EU-Staaten verfolgen diese Berichterstattung genau mit. Allerdings ist die Anzahl der Nachhaltigkeitsberichte gemessen an der Vielzahl der in der EU aktiven multinationalen Konzerne noch immer sehr gering. Außerdem sind sowohl hinsichtlich der Qualität der Berichte als auch der politischen Vorgaben für die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach wie vor erhebliche Unterschiede zu verzeichnen. In Zusammenarbeit mit Unternehmen und im Bereich der (Nachhaltigkeits-)Berichterstattung aktiven Organisationen könnte es den Regierungen gelingen, die Zahl der Berichte und die Qualität der Berichterstattung deutlich anzuheben.





CREM BV  
Spuistraat 104D  
1012 VA Amsterdam  
Niederlande  
Tel: +31(0)20 6274969  
Fax: +31(0)20 6266539  
office@crem.nl  
www.crem.nl



**adelphi**

adelphi  
Caspar-Theyss-Strasse 14a  
D - 14193 Berlin  
Deutschland  
Tel. +49 (30) 89 000 68-0  
Fax: +49 (30) 89 000 68-10  
office@adelp.de  
www.adelphi.de

Social Europe

