

4. Juli 2017

Neue Nachhaltigkeitsvorschriften

LBBW Research: Berichtspflicht ist eine Chance für den Mittelstand

- **Berichtspflicht für Großunternehmen wird auch bei kleinen Unternehmen für Boom der Nachhaltigkeitsberichte sorgen**
- **Reputationsgewinne, eine verbesserte Kapitalmarkt-Kommunikation oder Ansätzen für Kostensenkungen gleichen Mehraufwand mehr als aus**
- **Nachhaltigkeitskommunikation deutscher DAX-Werte unterscheidet sich stark**
- **Aussagen zum nachhaltigen Wirtschaften nehmen kaum Raum ein, gesellschaftliche Verantwortung dominiert**
- **Trend geht zu Nachhaltigkeitskapiteln in Geschäftsbericht**
- **Besonders Global Player nennen dabei konkrete Ziele, auf die sie Vorstände verpflichten**

Nach Ansicht der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) wird in naher Zukunft die Zahl der Mittelständler stark steigen, die Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen. Ab 2018 sind in Deutschland eigentlich nur rund 500 Großunternehmen berichtspflichtig. Deren Recherchen zur Beschreibung ihrer Lieferketten werden aber auch die Lieferanten unterhalb der Meldeschwellen zu eigenen Veröffentlichungen treiben, um so den Aufwand selbst zu nutzen.

Die Unternehmen können mit einer Ausweitung Ihre Berichterstattung beachtliche Vorteile erzielen, urteilt Analyst Martin Dresp: „Die Vorteile für die Unternehmen gleichen die Kosten für die Nachhaltigkeitsberichte oftmals mehr als aus.“ Die gewonnenen Erkenntnisse über das eigene Unternehmen liefern zum Beispiel Ansätze für Kostensenkungen bei der Energie- oder Materialwirtschaft. Ein guter Nachhaltigkeitsbericht könne aber auch Türöffner zu nachhaltig orientierten Kapitalgebern sein und zugleich bei Angestellten, Bewerbern und potenziellen Kunden die Reputation verbessern.

Wie die empirische Untersuchung des LBBW Research zeigt, nutzen bislang nicht alle Unternehmen die sich bietenden Chancen. So fassten einige der analysierten 61 DAX-Unternehmen Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen auf lediglich 20 Seiten zusammen. Veröffentlichungen anderer Unternehmen umfassten hingegen das Zehnfache. Mehr als zwei Drittel aller Unternehmen entschieden sich für einen klassischen, separat veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht. „Es ist aber mehr als wahrscheinlich, dass es eine Verschiebung in Richtung integrierte Berichterstattung geben wird“, sagt Martin Dresp voraus. Weil das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung gewinnt, werden immer mehr Unternehmen ihre Geschäftsberichte um die Nachhaltigkeitsthemen ausweiten.

Bemerkenswert ist zudem, dass sich zwei Drittel der untersuchten Unternehmen zu konkret messbaren Zielen verpflichten und ein Fünftel sogar einen Teil der Vorstandsvergütung an Nachhaltigkeitsziele knüpft. Bei ihnen ist die Nachhaltigkeit bereits fester Bestandteil der Unternehmensstrategie geworden.

Die komplette Studie ist abrufbar unter:

www.LBBW.de/Nachhaltigkeitsstudie