

## Mehr als nur Umweltschutz - Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor



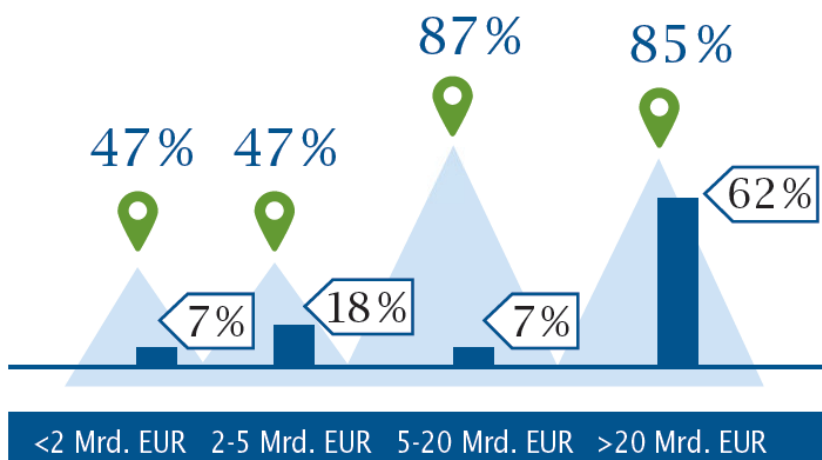
Auf einen Blick:

- Grün lohnt sich: Nachhaltigkeit in Produkten und der gesamten Wertschöpfungskette deckt erhebliche Einsparpotenziale auf.
- Mehr als zwei Drittel der Unternehmen erstellen derzeit noch einen separaten CSR-Bericht.
- Die „Großen“ machen es vor - fast alle DAX-Unternehmen veröffentlichen bereits ausführliche Nachhaltigkeitsinformationen.
- Die international anerkannte G4-Leitlinie der Global Reporting Initiative wird längst nicht von allen Unternehmen angewandt.
- Der enorme Anstieg von Null Unternehmen 2014 zu aktuell etwa einem Viertel der TecDAX-Unternehmen zeigt jedoch die wachsende Relevanz.

Ziele %



Vergütung %



### Variable Vergütung und Nachhaltigkeitsziele bei DAX-Unternehmen.

Beispiel: Von den Unternehmen mit weniger als 2 Mrd. EUR Umsatz definieren 47% messbare Nachhaltigkeitsziele. 7% haben die variable Vergütung der Führungskräfte an diese Ziele geknüpft.

Quellen: Bloomberg, LBBW Research

#### HEAD OF RESEARCH

**UWE BURKERT** GROUP CHIEF ECONOMIST  
 (+49) 711 127-73462 uwe.burkert@LBBW.de  
 LBBW RESEARCH auf Bloomberg LBBK <GO>

#### AUTOREN

**MARTIN DRESP**  
 CORPORATE/RETAIL DEVELOPMENTS  
 (+49) 711 127-48938 martin.dresp@LBBW.de

**RAPHAEL OESCH**  
 CORPORATE/RETAIL DEVELOPMENTS

**MARCO GÖCK** EXECUTIVE DIRECTOR  
 HEAD OF CORPORATE/RETAIL DEVELOPMENTS  
 (+49) 711 127-70493 MARCO.GOECK@LBBW.DE

## Nachhaltigkeitsbericht – Aus Kür wird Pflicht

### Nachhaltigkeitsbericht wird ab 2018 Pflicht – wen betrifft das...

Im März 2017 nahm der deutsche Bundestag den Gesetzentwurf zur Corporate Social Responsibilities-Richtlinie (CSR) an. Bereits 2014 hat die EU die neuen Regelungen zur Berichterstattung über die gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen verabschiedet. Mit der nationalen Umsetzung steht nun fest, dass ab 2018 Unternehmen, Banken und Versicherungen dazu verpflichtet werden, ausführliche Angaben zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen zu veröffentlichen.

#### ...direkt...

Die Richtlinie betrifft kapitalmarktorientierte Unternehmen, Finanzdienstleister und Versicherungen, die im Jahresdurchschnitt mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen, deren Bilanzsumme über 20 Mio. EUR beträgt oder die mehr als 40 Mio. EUR Umsatz erzielen. Nach Schätzungen des Bundesanzeiger-Verlags dürften mehr als 500 Unternehmen hierzulande von der CSR-Richtlinie betroffen sein, wobei in etwa die Hälfte davon Banken, Sparkassen und Versicherungen sind.

#### ... oder indirekt?

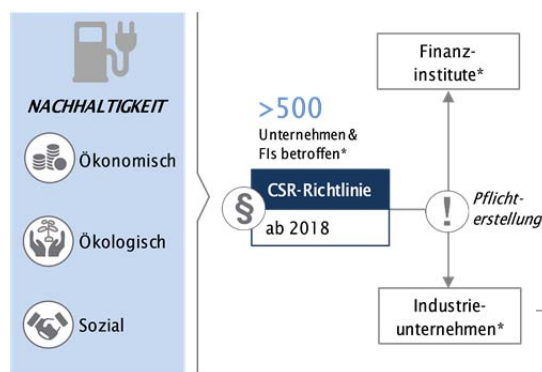
Die Auswirkungen einer umfassenden Nachhaltigkeitsberichterstattung gehen jedoch weit über die direkt betroffenen Unternehmen hinaus und betreffen fast alle Unternehmen. Die Wertschöpfung eines Produkts ist im Regelfall nicht nur auf das eigene Unternehmen beschränkt, sondern vielmehr ein Ergebnis verschiedener

Zuliefererketten, ausgehend vom Rohstoff bis hin zu fertigen Teilkomponenten. Darüber hinaus findet dieser Prozess nicht alleine in Deutschland, sondern über die Kontinente hinweg verteilt statt. Für das zum Nachhaltigkeitsbericht verpflichtete Unternehmen spielt die Lieferkette somit eine entscheidende Rolle. Dies zeigt das Beispiel des Automobilherstellers BMW, der im Zuge der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts 2016 rund 5.600 potentielle und bestehende Lieferanten weltweit auf Basis eines Fragebogens bewertet. Somit sind große und aber auch mittelständisch geprägte Unternehmen betroffen.

### Blick über den Tellerrand als erster Schritt zum Ziel „Nachhaltigkeitsbericht 2017“

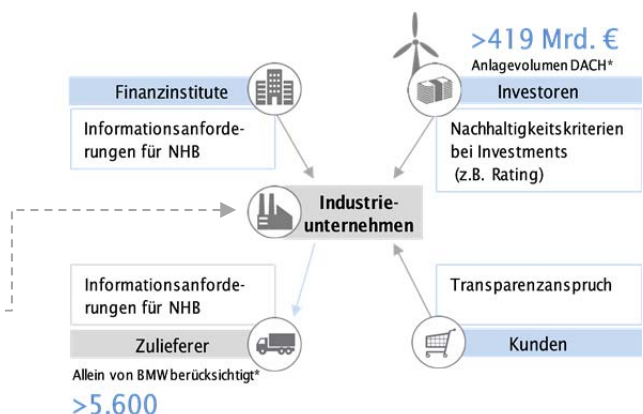
Ausgangspunkt des nachfolgenden „Nachhaltigkeits-Peervergleichs“ stellen daher im ersten Schritt 240 Unternehmen dar, die potentiell von der CSR-Richtlinie betroffen sind. Dabei zeigt sich, dass der Berichtsumfang, der in Bezug zur Nachhaltigkeit steht, stark variiert. Mehr als 40% der im ersten Schritt betrachteten Unternehmen verwenden weniger als 10 Seiten für Erläuterungen zur gesellschaftlichen Verantwortung. Dieser geringe Umfang reicht i.d.R. nicht aus, um ein umfängliches Bild des Unternehmens in Bezug auf die Nachhaltigkeit darstellen zu können. Ein merklich differenziertes Bild zeigt sich bei Unternehmen, die sich bei der Berichtserstellung an Leitlinien bzw. anerkannten Standards orientieren. Eine international weit verbreitete Norm ist der sogenannte GRI G4-Standard, der von der Global Reporting Initiative (GRI), entwickelt wird. 61 der genannten 240 Unternehmen berichten derzeit nach diesen Leitlinien, wobei der Umfang der CSR-

## Nachhaltigkeit wird Pflicht



\*Hans Böcker Stiftung, CSR-Richtlinie verpflichtend für Unternehmen mit >500 Mitarbeiter und deren Bilanzsumme >20 Mio. EUR oder Umsatz >40 Mio. EUR; Quelle: LBBW Research

## Interessensbeziehungen



\*Forum Nachhaltige Geldanlagen, BMW Sustainable Value Report 2016, NHB=Nachhaltigkeitsbericht; Quelle: LBBW Research

Berichte von 20 bis zu mehr als 200 Seiten reicht.

**Die „Großen“ machen es bereits vor**

Dass der Nachhaltigkeitsgedanke hierzulande nicht gänzlich neu ist, lässt sich schnell in den bestehenden Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten erkennen. So zeigt bspw. eine Studie aus dem Jahr 2015, dass damals bereits fast alle der DAX 30-Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht erstellten und sich dabei an den GRI-Leitlinien orientierten. Der Anteil nachhaltiger Berichterstattung in den weiteren Indizes der DAX-Familie jedoch deutlich geringer war. Aktuell zeigt sich jedoch ein deutlicher Anstieg. Sieben der 30 im TecDAX gelisteten Unternehmen berichten zumindest in Teilen nach den G4-Reporting Guidelines. Zudem hat ein weiteres Unternehmen im Geschäftsbericht 2016 angekündigt, demnächst zum ersten Mal einen Nachhaltigkeitsbericht nach GRI G4 zu veröffentlichen. Im DAX 30 gibt es lediglich zwei Unternehmen, die noch nicht dem Standard folgen. Bei den weiteren Indizes der DAX-Familie, MDAX und SDAX, wenden in etwa die Hälfte bzw. ein Viertel der Unternehmen bereits den international anerkannten Standard an.

**Unternehmen machen ernst – CSR wird Chefsache**

Um ein detaillierteres Bild über den Stand der Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland zu bekommen, wurden die Nachhaltigkeitsberichte von 61 deutschen Unternehmen ausgewählt. Dabei handelt es sich um an der Deutsche Börse in Frankfurt notierte Unternehmen, wobei etwa jeweils ein Drittel im DAX und MDAX sowie ein Drittel in weiteren Indizes gelistet ist, die gemäß dem GRI G4-Standard berichten. Durch den einheitlichen Berichterstattungsstandard, können die Berichte verglichen werden.

**Griff in den Geldbeutel als Umsetzungsgarantie**

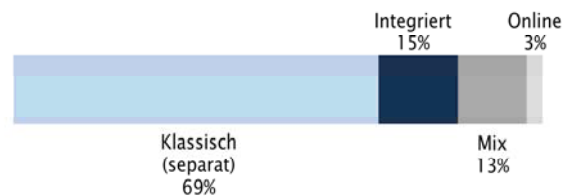
Bereits bei einem der wichtigsten Bestandteile eines Nachhaltigkeitsberichts, der Selbstverpflichtung, wie bspw. die Nennung konkreter Ziele, sind jedoch deutliche Unterschiede bemerkbar. Als Zielformulierungen werden Aussagen definiert, die einen messbaren und klar definierten Wert, wie zum Beispiel: „Reduktion der Schadstoffemission pro Fahrzeug um 10% bis 2020“ enthalten. Die Verknüpfung von Nachhaltigkeitszielen an die variable Vergütung des Verwaltungsrats oder Top-Managements kann zudem ein Indiz für die konse-

quente Umsetzung dieser Ziele sein. Bereits bei einem Fünftel der Unternehmen ist ein Teil der variablen Vergütung des Vorstandes an Nachhaltigkeitsziele gebunden, während zwei Drittel konkrete Ziele definieren. Hierbei sind es die Großen, die es vormachen. Von den Unternehmen mit einem Umsatz größer als 20 Mrd. EUR definieren 85% messbare Ziele und 62% haben die variable Vergütung an diese Ziele geknüpft. Bei Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 5 Mrd. EUR definieren etwa die Hälfte konkrete Nachhaltigkeitsziele, jedoch ist nur bei 13% ein Teil der variablen Vergütung daran gebunden.

**Trotz Leitlinien sehr heterogene Berichte**

Die Verschiedenartigkeit der Berichterstattung zeigt sich ebenfalls bei der Form der Berichterstattung. Lediglich 15% der Unternehmen kommunizieren ihre Bemühungen in Richtung Nachhaltigkeit in einem Teil des Geschäftsberichts. Die große Mehrheit bevorzugt weiterhin den „klassischen“, separaten Nachhaltigkeitsbericht. Die übrigen Unternehmen stellen die Informationen entweder nur online auf ihrer Webseite zur Verfügung oder verwenden eine Mischung aus mehreren Berichtsarten. Trotz der überwiegend separaten Berichterstattung wäre es falsch anzunehmen, dass sich diese Form als „Standard“ durchgesetzt hat. Gemäß einer aktuellen Umfrage ist es im Gegenteil wahrscheinlich, dass vermehrt eine Verschiebung in Richtung integrierter Berichterstattung stattfinden wird. Nachhaltigkeitsaspekte gewinnen zunehmend an Bedeutung für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens.

**Klassische Berichterstattungsart dominiert**



Quellen: LBBW Research

**Umfang variiert**

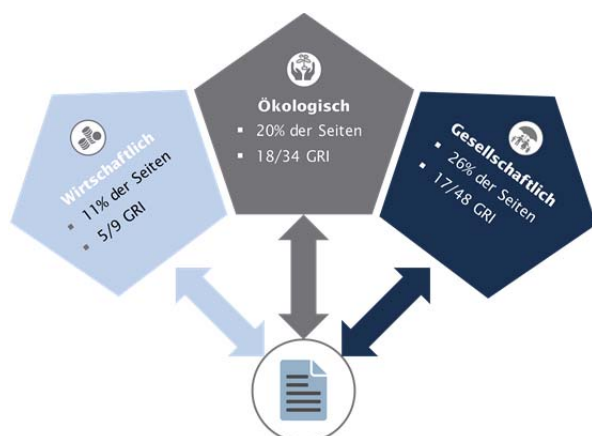
Nebst der Berichtsform zeigt auch der Berichtsumfang ein sehr differenziertes Bild, der als Indikator für den Informationsgehalt und die Qualität eines Berichts gesehen werden kann.

Der Umfang variiert zwischen 20 und 252 Seiten, wobei im Durchschnitt 90 Seiten zur Kommunikation der unternehmerischen Verantwortung verwendet werden. Diese Spannweite wird stark durch die unterschiedliche Größe der Unternehmen getrieben. Ein Nachhaltigkeitsstatement von einem Unternehmen mit einem Umsatz über 20 Mrd. EUR umfasst im Durchschnitt fast doppelt so viele Seiten, wie das eines kleinen Unternehmens. Mit dem Umsatz steigt aber nicht nur der Umfang, sondern auch der Anteil an extern geprüften Berichten. Während in der kleinsten Umsatzkategorie 40% der Nachhaltigkeitsberichte eine externe Prüfung vorweisen, sind es über 80% bei den großen Unternehmen.

**Nachhaltigkeit als Synonym für ökologisch?**

Die GRI G4 spezifischen Standardangaben sind in die drei Kategorien *Wirtschaftlich*, *Ökologisch* und *Gesellschaftlich* unterteilt. Beim Betrachten der drei Hauptkategorien Wirtschaftlich, Ökologisch und Gesellschaftlich fällt auf, dass über wirtschaftliche Aspekte am wenigsten geschrieben wird. Im Durchschnitt wird etwa 10% des Berichts für die wirtschaftliche Leistung verwendet. Die wirtschaftlichen Aspekte werden jedoch keineswegs vernachlässigt. Denn der GRI-Standard weist dieser Kategorie von Beginn an die geringste Gewichtung zu. Der Grund dafür dürfte am Geschäftsbericht liegen, der bereits viele Themenfelder abdeckt.

**Soziale und ökologische Verantwortung dominieren die Berichterstattung**



Lesebeispiel: Im Durchschnitt werden 11% des Berichtsumfangs für wirtschaftliche Erläuterungen verwendet, wobei im Durchschnitt 5 von 9 der vorgesehenen Stichwörter dieser Kategorie behandelt werden.  
Quellen: LBBW Research

Überraschenderweise nehmen die ökologischen Aspekte nicht den größten Anteil im CSR-Bericht ein. Im Durchschnitt enthält nur 20% eines Nachhaltigkeitsbe-

richts Informationen zu den 34 spezifischen Standardangaben der Kategorie Ökologisch. Mit im Durchschnitt 18 beantworteten GRI-Indikatoren werden jedoch am meisten Themen aus dieser Kategorie angesprochen. Der Konsumgüterhersteller Henkel berichtet in einem auffallend hohen Anteil seines Nachhaltigkeitsbericht über Umweltthemen.

Mit einem Anteil von im Durchschnitt 26% wird über die Kategorie Gesellschaftlich am meisten berichtet. Die Informationen konzentrieren sich jedoch auf durchschnittlich 17 Indikatoren, obschon es sich mit 48 spezifischen Standardangaben und vier Untergruppen um die größte GRI G4-Kategorie handelt.

**Fazit**

Im kommenden Jahr wird Nachhaltigkeit in den Berichten für das Geschäftsjahr 2017 eine tragende Rolle einnehmen. Bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts ist eine intensive Auseinandersetzung mit den internen Vorgängen notwendig. Nachdem eine Nachhaltigkeitsstrategie ausgearbeitet wurde, muss sichergestellt werden, dass diese auch umgesetzt wird. Eine effiziente Maßnahme, um das zu erreichen, ist die Verknüpfung der variablen Vergütung an Nachhaltigkeitszielen. Während die Studie zeigt, dass Unternehmen bisher vorwiegend klassische Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen, empfiehlt sich oftmals eher, integriert zu berichten. Die zeitliche Verfügbarkeit der notwendigen Daten wirkt dabei jedoch einschränkend. Die Nachfrage der breiten Öffentlichkeit nach nicht-finanziellen Informationen steigt. Mit einem integrierten Bericht wird diese Nachfrage befriedigt und die Informationen gleichermaßen Investoren und anderen Stakeholdern zur Verfügung gestellt. Der Megatrend Nachhaltigkeit wird u.E. auch in den nächsten Jahren weiterbestehen. Es kann deshalb angenommen werden, dass die Legislative weitere Richtlinien verabschiedet wird und bestehende Gesetze ggf. verschärft. Für Unternehmen, die durch die CSR-Richtlinie nur am Rande betroffen sind, kann es sich deshalb lohnen, sich bereits jetzt mit dem Thema auseinanderzusetzen.

## Ansprechpartner

### Ansprechpartner Produktlösungen

**Corp. Loans & Acquis. Finance**  
 Syndizierte Kredite, M&A und  
 Akquisitionsfinanzierung, Advisory  
 +49 711 127-49836

**Corporate Capital Markets**  
 ABS, Schuldscheine, Anleihen, Eigen-  
 kapitalmaßnahmen  
 +49 711 127-78746

**Zahlungsverkehrslösungen**  
 SEPA, AZV, Cash-Management,  
 Karten, Konten, E-Commerce  
 +49 711 127-46565

**International Business**  
 AZV, Trade and Export Finance,  
 Internationales Netzwerk  
 +49 711 127-41440

**ZWRM**  
 Zins-, Währungs-,  
 Rohstoffmanagement  
 +49 711 127-75677

**SüdLeasing**  
 Mobilienleasing, Vendorleasing,  
 Fördermittel, Mietkauf  
 +49 711 127-15152

**SüdFactoring**  
 Forderungsankauf, Finanzierung,  
 Debitorenmanagement  
 +49 711 127-78953

### LBBW Research

**Uwe Burkert**  
 Chefvolkswirt  
 +49 711 127-73462  
 uwe.burkert@LBBW.de

### Strategy Research

**Marco Göck**  
 Leiter der Gruppe Corporate/  
 Retail Developments  
 +49 711 127-70493  
 marco.goeck@LBBW.de

**Barbara Ambrus**  
 +49 711 127-73461  
 barbara.ambrus@LBBW.de

**Clemens Bundschuh**  
 +49 711 127-74029  
 clemens.bundschuh@LBBW.de

**Martin Dresp**  
 +49 711 127-48938  
 martin.dresp@LBBW.de

**Martin Güth**  
 +49 711 127-79603  
 martin.gueth@LBBW.de

**Thomas Hollenbach**  
 +49 711 127-42794  
 thomas.hollenbach@LBBW.de

**Hans-Peter Kuhlmann**  
 +49 711 127-70563  
 hans-peter.kuhlmann@LBBW.de

**Antje Laschewski**  
 +49 711 127-73064  
 antje.laschewski@LBBW.de

**Dr. Katja Müller**  
 +49 711 127-42106  
 katja.mueller@LBBW.de

**Horst Soulier**  
 +49 711 127-74061  
 horst.soulier@LBBW.de

## Impressum

Redaktion: Landesbank Baden-Württemberg  
Strategy Research  
Am Hauptbahnhof 2  
70173 Stuttgart  
Telefon: +49 711 127-70493

Die LBBW unterliegt den Aufsichtsbehörden Europäische Zentralbank (EZB), Postfach 16 03 19, 60066 Frankfurt am Main und Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin), Postfach 1253, 53002 Bonn/Postfach 50 01 54, 6039 1 Frankfurt.

Diese Publikation beruht auf von uns nicht überprüfbaren, allgemein zugänglichen Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit wir jedoch keine Gewähr übernehmen können. Sie gibt unsere unverbindliche Auffassung über den Markt und die Produkte zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses wieder, ungeachtet etwaiger Eigenbestände in diesen Produkten. Diese Publikation ersetzt nicht die persönliche Beratung. Sie dient nur zu Informationszwecken und gilt nicht als Angebot oder Aufforderung zum Kauf oder Verkauf. Für weitere zeitnähere Informationen über konkrete Anlagemöglichkeiten und zum Zwecke einer individuellen Anlageberatung wenden Sie sich bitte an Ihren Anlageberater.

Diese Publikation wird von der LBBW nicht an Personen in den USA vertrieben und die LBBW beabsichtigt nicht, Personen in den USA anzusprechen.

**Wir behalten uns vor, unsere hier geäußerte Meinung jederzeit und ohne Vorankündigung zu ändern. Wir behalten uns des Weiteren vor, ohne weitere Vorankündigung Aktualisierungen dieser Information nicht vorzunehmen oder völlig einzustellen.**

Diese Publikation richtet sich nicht an Privatkunden und erfüllt die Anforderungen des § 4 Abs. 4 WpDVerOV im Hinblick auf Aussagen zu früheren Wertentwicklungen der behandelten Finanzinstrumente, Finanzindexe oder Wertpapierdienstleistungen nicht.

Mitteilung zum Urheberrecht: © 2014, Moody's Analytics, Inc., Lizenzgeber und Konzerngesellschaften ("Moody's"). Alle Rechte vorbehalten. Ratings und sonstige Informationen von Moody's ("Moody's-Informationen") sind Eigentum von Moody's und/oder dessen Lizenzgebern und urheberrechtlich oder durch sonstige geistige Eigentumsrechte geschützt. Der Vertriebshändler erhält die Moody's-Informationen von Moody's in Lizenz. Es ist niemandem gestattet, Moody's-Informationen ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Moody's ganz oder teilweise, in welcher Form oder Weise oder mit welchen Methoden auch immer, zu kopieren oder anderweitig zu reproduzieren, neu zu verpacken, weiterzuleiten, zu übertragen zu verbreiten, zu vertreiben oder weiterzuverkaufen oder zur späteren Nutzung für einen solchen Zweck zu speichern. Moody's® ist ein eingetragenes Warenzeichen.