



Untersuchung der CSR-Berichterstattung in Europa 2018

Trends und Herausforderungen für europäische
Unternehmen bei der CSR-Berichterstattung und
der Integration von Nachhaltigkeitszielen

Ziele der Studie

Die Studie wird jährlich durchgeführt. Zudem ist vorgesehen, die Zahl der zu untersuchenden Unternehmen im Laufe der Zeit zu erhöhen, ebenso wie die Auswahl der bei der Auswertung ihrer Berichterstattungspraktiken in Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung zu berücksichtigenden Kriterien.

Unsere Ziele lauten wie folgt:

Erstellen einer intelligenten Datenbank der besten CSR-Berichterstattungspraktiken, basierend auf den von großen börsennotierten Unternehmen veröffentlichten Berichten;

Identifizierung von Problemfeldern bei der Kommunikation von Nachhaltigkeitsinformationen an die Außenwelt;

Entwicklung von Empfehlungen und Instrumenten zur Verbesserung solcher Kommunikation.

Wir sind davon überzeugt, dass die Nachhaltigkeitsinformationen von Unternehmen mehr beinhalten müssen als eine Auflistung von offenzulegenden Metriken und Situationen. Sie müssen vielmehr ein klares Bild der Unternehmensziele und -Strategien in diesem Bereich vermitteln und zeigen, dass das Unternehmen die Erwartungen seiner Anteilseigner sowie die von diesen festgesetzten Anforderungen erfüllt. So muss der aktive Dialog zwischen dem Unternehmen und seinen Anteilseignern im Zentrum jeglicher CSR-Bemühung stehen.

Ein weiteres wichtiges Ziel besteht darin sicherzustellen, dass die von verschiedenen Unternehmen berichteten Informationen einen Eins-zu-Eins-Vergleich zulassen. Es muss Sache der Anteilseigner sein festzulegen, ob und in welchem Maß die Geschäftsoperationen eines jeden konkreten Unternehmens ihre Erwartungen erfüllen und inwieweit sie der weltweit anerkannten besten Praxis entsprechen.

Untersuchungsrahmen

Infolge der Einführung der EU Non-Financial Reporting Directive 2014/95/EU ist es das Ziel dieser Untersuchung der CSR-Berichterstattung in Europa im Jahr 2018, den Status der nichtfinanziellen Berichterstattung großer europäischer Unternehmen zu analysieren.

Die Studie untersucht das Maß an Engagement europäischer Unternehmen mittels ihrer gemeinsamen strategischen Nachhaltigkeits- und CR-Ziele. Überdies wird untersucht, wie gut sie deren Auswirkungen und deren Wert zu messen in der Lage sind.

An der Studie nahmen 314 Unternehmen aus 9 europäischen Aktienindizes teil, wobei ein breites Spektrum an Geschäftsbereichen abgedeckt wurde, wie z.B. Finanzdienstleistungen, Bauwesen, Lebensmittelindustrie, Logistik, Gesundheitswesen, Telekommunikation oder der Energiesektor.

Berichterstattung ist schon immer ein Weg für Unternehmen, Fortschritt und Pläne für die Wertschöpfung und nachhaltigeres Auskommen für das Unternehmen und seine Anteilseigner zu erkennen und zu kommunizieren. Die vorliegende Studie hat einen dreistufigen Ansatz zu Grunde gelegt, um festzustellen, inwieweit die Berichterstattung sich weiterentwickelt hat.

1. Transparency: Overall CSR perspective
2. Investors perspective
3. Footprint perspective

Hinzugezogen und analysiert wurden Unternehmenswebsites und Berichte.

Die CSR-Kommunikation von 314 europäischen Unternehmen aus den folgenden europäischen Indizes wurde untersucht:

- FTSE (UK)
- CAC (Frankreich)
- DAX (Deutschland)
- MIB (Italien)
- IBEX (Spanien)
- AEX (Niederlande)
- BEL (Belgien)
- PSI (Portugal)
- SMI (Schweiz)



Wichtigste Trends und Herausforderungen

1. Hohes Maß an Transparenz

Nichtfinanzielle Berichterstattung ist eine standardmäßige Kommunikationspraxis, wobei 96 Prozent der 314 Unternehmen in 9 europäischen Indizes CSR-Berichte erstellen.

2. Rasche Übernahme der Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals - SDGs) der Vereinten Nationen

Die Nachhaltigkeitsaktivität von Unternehmen und die Sustainable Development Goals (SDGs) der UN sind eng miteinander verbunden. Die SDGs finden in den noch nicht einmal zwei Jahren seit ihrer Einführung in Unternehmen weltweit eine starke Resonanz. Insgesamt 58 Prozent der Unternehmen verknüpfen ihre Aktivität mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung.

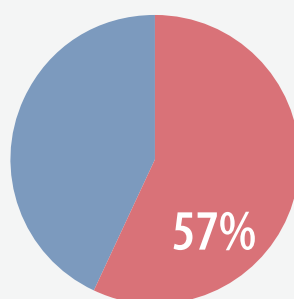
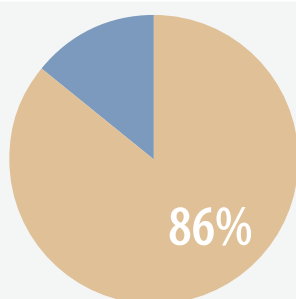
3. Klimawandel ist das Hauptberichtsthema

Der Bereich Energie ist das vorherrschende Berichtsthema, wobei 93% der Unternehmen über Strategien und Programme zum Energieverbrauch und den Treibhausgasemissionen des Unternehmens berichten. 78 Prozent respektive 85 Prozent der Unternehmen liefern dabei absolute Zahlen zum Energieverbrauch und zum Treibhausgasausstoß.

4. Kommunikation von Performance-Daten bleibt weit hinter der Weitergabe strategischer Informationen zurück

Verglichen mit dem hohen Maß an strategischen Informationen, die von Organisationen bereitgestellt werden (86%), scheint es eine große Zurückhaltung bei der Weitergabe von absoluten Performance-Daten (57%) zu geben. Auf diesem Gebiet gibt es viel Raum für Verbesserung, insbesondere bei der Berichterstattung über den Einsatz erneuerbarer Energien (29%) und über den Materialeinsatz (23%).

Level of communication



86%

Investor perspective

57%

Footprint perspective

5. Große Unterschiede bei der CSR-Berichterstattung zwischen den einzelnen Branchen

Spitzenreiter in Bezug auf die CSR-Berichterstattung sind die Industriezweige Basisgüter, Rohstoffe und Versorger. Nachzügler sind der Finanz-, der IT- und der Immobiliensektor.

Transparenz

Die vorliegende europäische Studie zur unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung hat ergeben, dass die nichtfinanzielle Berichterstattung eine allgemein übliche Kommunikationspraxis ist, wobei fast alle der größten in den 9 Indizes gelisteten Unternehmen CSR-Berichte erstellen, entweder integriert oder alleinstehend.

Insgesamt 96 Prozent der 314 Unternehmen veröffentlichen CSR-Berichte. Obwohl ein großer Teil der CSR-Berichterstattung freiwillig ist, hat die Einführung von Verordnungen für die Berichterstattung durch Regierungen und Börsen einen großen Beitrag zur Verbesserung der Transparenz und der Rechenschaftslegung geleistet. Das hat zu einer fast 100%igen Berichterstattungsquote in ganz Europa geführt.

In Zeiten von Online-Medien ist es erstaunlich zu beobachten, dass nicht alle Unternehmen, die CSR-Berichte erstellen, diese Nachhaltigkeitsinformationen auch auf ihren Unternehmenswebsites veröffentlichen. Von den 96% aller Unternehmen, die CSR-Berichte herausgeben, veröffentlichen nur 89 Prozent ihre CSR-Aktivität online. Die Online-Kommunikation kann noch deutlich ausgebaut werden.

58 Prozent der Unternehmen verknüpfen ihre Nachhaltigkeitsaktivität mit den SDGs der UN. Die SDGs hatten in den weniger als 2 Jahren seit ihrer Einführung weltweit einen starken Einfluss auf die Wirtschaft. Die Annahme der SDGs erfolgte innerhalb einer sehr kurzen Zeitspanne und lässt darauf schließen, dass die SDGs in den kommenden Jahren eine immer größere Rolle bei der CSR-Berichterstattung spielen werden.

Die Zahl der Unternehmen, die die SDGs anwenden (58%), ist geringfügig höher als die Zahl derer, die sich nach den Vorgaben der Nachhaltigkeitsinitiative Global Reporting Initiative richten (52%).

Auf Landesebene wurden – mit den Ergebnissen der Indizes als Indikator – große Unterschiede bezüglich der Anwendung von SDGs und der Annahme der Vorgaben der GRI beobachtet. Im FTSE und im DAX gelistete Firmen nehmen die Vorgaben weitaus zögerlicher an, während die in den Indizes IBEX, MIB, PSI und SMI gelisteten Konzerne ihnen diesbezüglich weit voraus sind.

Top2 and Bottom 2 Country vs SDG / GRI application

		GRI	SDG
Top 2	SMI	89%	83%
	IBEX	85%	76%
	AVERAGE	52%	58%
Bottom 2	FTSE	29%	45%
	DAX	47%	27%

Anlegerperspektive

CSR wird für Investoren immer bedeutsamer, da es wichtig für sie ist, wo und wie ihr Geld angelegt wird. Unternehmen, für die CRS-Berichte mehr als nur Lippenbekenntnisse sind, zeigen ihren Anlegern, dass sie hohe Maßstäbe an ihr Risikomanagement legen. Der Kapitalmarkt verlangt zunehmend von Unternehmen, dass sie ihre CSR-Aktivität bis ins Detail offenlegen.

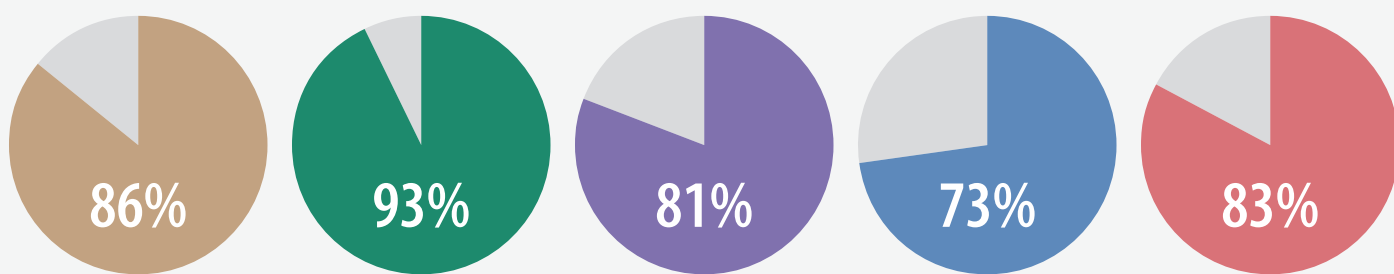
In der vorliegenden Studie wurde untersucht, ob Unternehmen ihre Strategien und Programme zu den folgenden Themen kommunizieren:

- Organisation: CR-Managementsysteme
- 4 ausgewählte CSR-Themen: Energie, Wasser, Abfall und Mitarbeitergesundheit

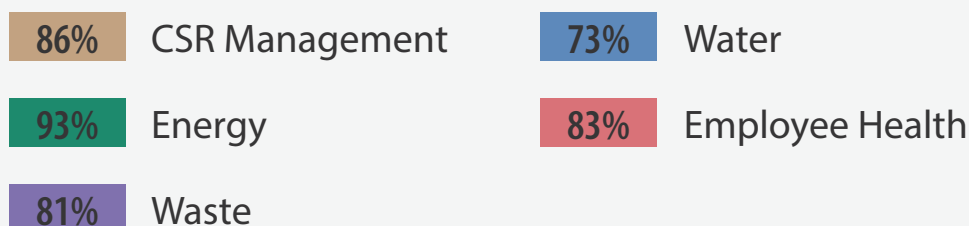
Insgesamt demonstrieren die Unternehmen aus Anlegerperspektive eine gute Kommunikation. Durchschnittlich 83 Prozent der Unternehmen berichten über die Themen der Studie. Zwischen den einzelnen Ländern gibt es kaum Unterschiede im Umfang der Berichterstattung.

Das Thema Energie steht mit 93 Prozent der Firmen, die diesbezüglich über ihre Strategien und Programme berichten, am deutlichsten im Fokus der Berichterstattung. Bedenkt man allerdings, dass der Klimawandel ganz oben auf der allgemeinen Nachhaltigkeitsagenda steht und dieses Thema auch in den Medien ausführlich behandelt wird, so überrascht das nicht.

Topics vs average coverage by all companies



Level of communication over all companies



Unterrepräsentiert ist dagegen das Thema Wasser, über das 73 Prozent der Unternehmen spezifische Informationen bereitstellen.

Die Industriezweige Basiskonsumgüter, Rohstoffe und Versorger liegen bei der Berichterstattung vorn, während die Finanz-, IT- und Immobiliensektoren diesbezüglich die Schlusslichter bilden.

Level of communication in selected industry sectors Comparison Consumer Staples and Information Technology vs Water / Waste and Employee Health

Waste



Water



Employee Health



Fußabdruck-Perspektive

CSR-Strategien und -Programme bilden die Grundlage für solide CR-Agenden. Metriken hingegen ermöglichen das Messen der Performance und das Entwickeln der CR-Agenda.

Entscheidungen auf Managementebene sollten nicht nur unter Berücksichtigung von finanziellen Aspekten getroffen werden, sondern sie sollten auch ökologische und soziale Kriterien einbeziehen. Die Baseline für die Entscheidungsfindung sollte klar sein und es müssen aktuelle Informationen über die Nachhaltigkeit aller Tätigkeiten bereitgestellt werden.

Absolute Zahlen bieten die Möglichkeit, die Performance nachzuvollziehen und sie oder Organisationen zu vergleichen. Sie bieten außerdem eine Basis für die Kommunikation von Fortschritt bezüglich der CSR-Strategien und ermöglichen es, bestimmte Anteilseigner zu informieren und CSR-Strategien neu zu definieren und zu korrigieren.

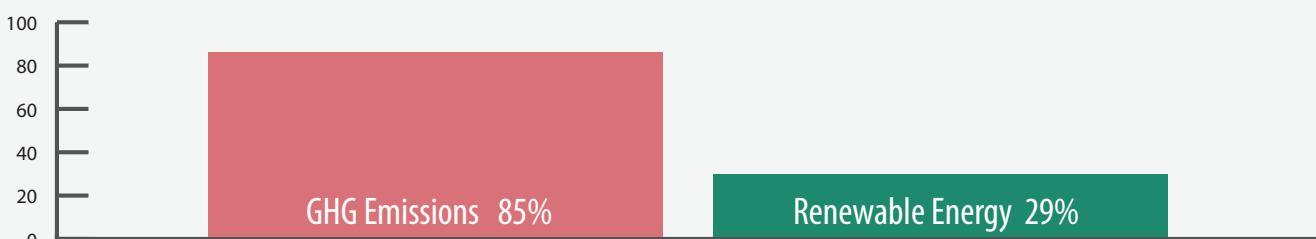
In der vorliegenden Studie wurde untersucht, inwieweit Unternehmen über die folgenden ausgewählten Themen in absoluten Zahlen berichten:

- Energie
- Treibhausgasemissionen
- Materialeinsatz
- Erneuerbare Energien
- Abfall
- Wasser

Absolute Zahlen werden eindeutig am häufigsten zu den Themen Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen bereitgestellt, wobei 78 Prozent respektive 85 Prozent der Unternehmen darüber berichten.

GHG emissions and renewable energy vs. average all companies

Level of communication on absolute data - over all companies



Die Kommunikation von Daten über erneuerbare Energien und Materialeinsatz ist in den CSR-Berichten stark unterrepräsentiert. Nur 29% bzw. 23 Prozent der Unternehmen berichten über diese Themen.

Das weist darauf hin, dass der Einsatz von erneuerbaren Energien bisher noch nicht Teil der Unternehmensstrategien ist. Bedenkt man die Relevanz des Klimawandels, überrascht das sehr. Um lebenszyklusbezogene Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu entwickeln, ist das Messen des Materialeinsatzes von großer Wichtigkeit. Daher ist es erstaunlich, dass die Mehrheit der Unternehmen nicht über dieses Thema berichtet, obgleich die lebenszyklusbezogene Wirkungsabschätzung in CSR-Berichten eine große Rolle spielt.

Insbesondere Unternehmen im Vereinten Königreich hinken bei der Kommunikation von absoluten Performance-Zahlen hinterher, während spanische und Schweizer Firmen überdurchschnittlich viel berichten.

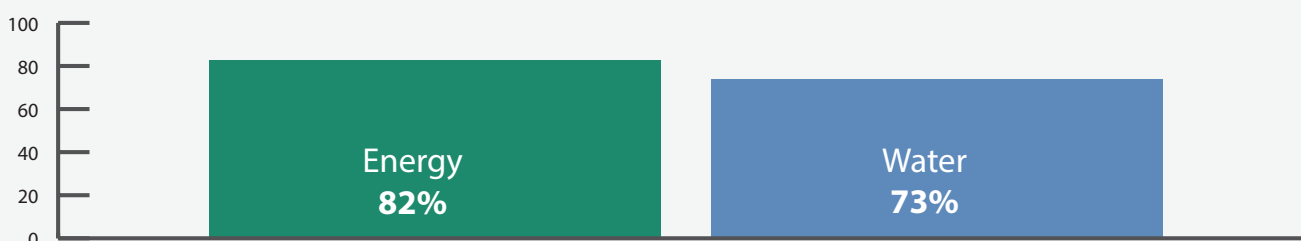
Rohstoffe und Versorger sind die Branchen mit dem höchsten Berichterstattungs-Level, wohingegen der Finanz- und der Immobiliensektor hier die geringste Quote aufweisen.

Verglichen mit dem hohen Maß an strategischen Informationen, die von Organisationen bereitgestellt werden, scheint es eine große Zurückhaltung bei der Weitergabe von absoluten Performance-Daten zu geben. Auf diesem Gebiet gibt es viel Raum für Verbesserung. Durchschnittlich berichten 86 Prozent aller Unternehmen über strategische Fragen, während nur 57 Prozent Performance-Daten bereitstellen.

Comparison Utilities and Financials vs Energy and Water

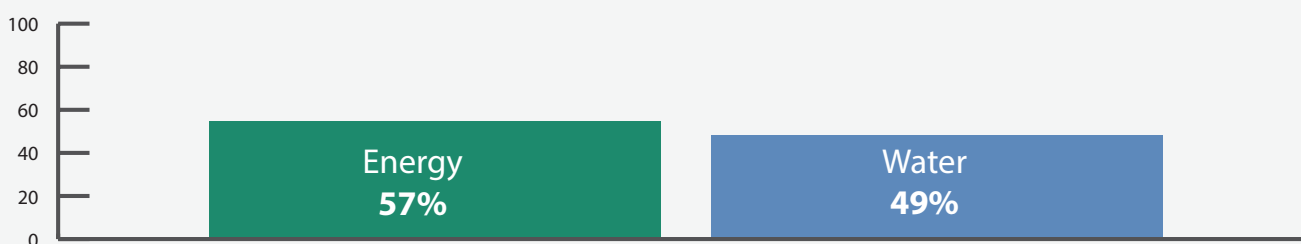
Level of communication on absolute data - Industry Sector benchmarking

Utilities



Level of communication on absolute data - Industry Sector benchmarking

Financials



Über die Studie

Diese unabhängige Studie entstand in Zusammenarbeit von P&R Square und Erik van Buuren in Berlin.

Perception & Reality Square ist ein in Berlin ansässiges Unternehmen, das in den folgenden Bereichen arbeitet: Reputationsmanagement, Berichterstattung zur Nachhaltigkeitsentwicklung, Finanzkommunikation, Öffentliche Meinung & Wahrnehmung. Hauptziel unserer Arbeit ist das Entwickeln von Lösungen, dank denen Unternehmen, deren Anteilseigner, Non-Profit-Organisationen und die Allgemeinheit Informationen jeglicher Art effizienter nutzen können.

Erik van Buuren ist ein anerkannter CSR-Experte mit über 20 Jahren internationaler Erfahrung in den Bereichen Investieren nach ESG-Kriterien, Nachhaltigkeitsstrategien und Innovation. Erik beaufsichtigt nicht nur die Aktienanalyse auf Nachhaltigkeit für europäische Investmentfonds, sondern ist zudem Mitgestalter der Transformation in eine Kreislaufwirtschaft, indem er sich in der Produktentwicklung und dem Materialzusammenschluss engagiert sowie in Initiativen zur Zusammenarbeit von Wirtschaft, Regierung und öffentlichen Institutionen.



Erik van Buuren

Die Studie bietet einen Blick auf die Kommunikationstrends im Bereich CR-Berichterstattung und eröffnet Führungskräften, Vorständen und CSR-Experten Einblicke. Während von großen internationalen Konzernen die Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten erwartet wird, verschiebt sich der Fokus auf die KMUs in der Lieferkette. Die Untersuchung wurde durchgeführt, um diesen Unternehmen in der Lieferkette einen Einblick und eine Orientierungshilfe bei der Erstellung ihrer eigenen CR-Berichterstattung zu geben. Die Studie dient außerdem Investoren als Leitfaden, die Nachhaltigkeitsinformationen in die Performance- und Risikobewertung von Unternehmen einfließen lassen.

Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich auf die Bewertung des Transparenzniveaus und darauf, welche ausgewählten Themen Großunternehmen in ihren CSR-Berichten abdecken. Die Studie basiert auf mehrmonatiger Forschungsarbeit im Sommer und Herbst 2018.

Kontakt und weitere Information:

Perception & Reality Square GmbH
Germany, 10435 Berlin, Schoenhauser Allee 149.

Website: www.pr-square.de

E-mail: info@pr-square.de