



Rat für  
NACHHALTIGE  
Entwicklung



# Leitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex

Orientierungshilfe für Einsteiger

Nachhaltigkeit bedeutet Wohlstand für alle – weder auf Kosten anderer Länder, anderer Menschen und künftiger Generationen noch zulasten der natürlichen Umwelt. Kurz: heute nicht auf Kosten von morgen, hier nicht auf Kosten von anderswo.

Nachhaltig wirtschaften heißt demnach in die Zukunft blicken und dabei soziale, ökologische und ökonomische Ziele austarieren.

Zielkonflikte sind dabei unvermeidbar. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex leistet einen konkreten Beitrag zur informierten Diskussion. Unternehmen und Organisationen beschreiben über die vielen Möglichkeiten, welche Rolle Nachhaltigkeit im unternehmerischen Handeln spielt, worin Erfolge und Herausforderungen liegen.



# Inhalt

Vorwort	4
Zu diesem Leitfaden	6
Häufig gestellte Fragen	8
DIE 20 KRITERIEN DES DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSKODEX (DNK)	14
STRATEGIE	16
<b>01</b> Strategische Analyse und Maßnahmen	18
<b>02</b> Wesentlichkeit	22
<b>03</b> Ziele	26
<b>04</b> Tiefe der Wertschöpfungskette	30
PROZESSMANAGEMENT	34
<b>05</b> Verantwortung	36
<b>06</b> Regeln und Prozesse	40
<b>07</b> Kontrolle	44
<b>08</b> Anreizsysteme	48
<b>09</b> Beteiligung von Anspruchsgruppen	52
<b>10</b> Innovations- und Produktmanagement	56
UMWELT	60
<b>11</b> Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen	62
<b>12</b> Ressourcenmanagement	66
<b>13</b> Klimarelevante Emissionen	70
GESELLSCHAFT	74
<b>14</b> Arbeitnehmerrechte	76
<b>15</b> Chancengerechtigkeit	82
<b>16</b> Qualifizierung	86
<b>17</b> Menschenrechte	90
<b>18</b> Gemeinwesen	96
<b>19</b> Politische Einflussnahme	100
<b>20</b> Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	104
ANHANG	108
Impressum	123

# VORWORT

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex setzt Maßstäbe für Transparenz.



Mit diesem Leitfaden ermuntert der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) Unternehmen und Organisationen aller Größen und Rechtsformen dazu, den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) anzuwenden. Der Nachhaltigkeitskodex kann Ihnen dabei helfen, gesetzliche Anforderungen zu erfüllen, und bietet Einsteigern mittels Berichtsansforderungen Hinweise, was getan werden müsste, um zu einem integrierten, glaubwürdigen Nachhaltigkeitsmanagement zu gelangen. Der DNK ist das Kondensat jahrelanger Erfahrungen mit nachhaltigem Wirtschaften sowie bester Praxis zur Berichterstattung. Mit seinen 20 Kriterien und ausgewählten Leistungsindikatoren konkretisiert der DNK den Begriff der Nachhaltigkeit für den unternehmerischen Kontext. Er lenkt den Blick auf das Wesentliche und unterstützt Sie dabei, Ihre unternehmerische Verantwortung für eine wirtschaftlich, gesellschaftlich und ökologisch nachhaltige Entwicklung wirksamer und ehrgeiziger wahrzunehmen.



Der Nutzen des DNK liegt in seiner komprimierten und anwenderfreundlichen Form. Er stellt einen Rahmen zur Berichterstattung über Nachhaltigkeitsaspekte und deren Management zur Verfügung. Anwender des DNK können so beispielsweise nicht nur über ihren Beitrag zum Pariser Klimaschutzabkommen, sondern auch über die Wahrnehmung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten entlang der Wertschöpfungskette berichten, wie im Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) des Auswärtigen Amtes gefordert. Darüber hinaus können nach dem Handelsgesetzbuch (HGB) berichtspflichtige Unternehmen den DNK nutzen, um eine nichtfinanzielle Erklärung im Sinne der CSR-Berichtspflicht zu erstellen. Dass sich betroffene Unternehmen beim Deutschen Nachhaltigkeitskodex gut aufgehoben fühlen, konnten wir bei unserer Anwenderbefragung 2018 erfahren. Die Mehrheit unserer Anwender ist berichtspflichtig nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz.

Der DNK vereinfacht für alle Unternehmen den Einstieg in die Berichterstattung und hält Aufwand und Nutzen in einem angemessenen Verhältnis. Des Weiteren bietet er den Vorteil, Nachhaltigkeit besser zu managen sowie diese Themen mit der Betrachtung des wirtschaftlichen Erfolgs zu verknüpfen. Er birgt für Unternehmen die Chance, ihr Engagement und ihren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung sichtbar und vergleichbar darzustellen. Das stärkt sie im Wettbewerb um die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bei der Positionierung gegenüber Kundinnen

und Kunden sowie Finanzdienstleistern. Und nicht zu vergessen: Die Beschäftigung mit der Berichterstattung über Nachhaltigkeit motiviert die Beschäftigten mit dem Signal, dass dieses Thema im Unternehmen tatsächlich einen hohen Stellenwert in der Unternehmenskultur hat.

Der Leitfaden wurde mit Unterstützung der Bertelsmann Stiftung im engen Austausch mit Unternehmen und Anspruchsgruppen erarbeitet und durch Branchenverbände mit ihrer spezifischen Perspektive weiterentwickelt. Wir danken allen Beteiligten sehr herzlich, dass sie ihn mit ihrer Zeit, ihrer Expertise und ihren Ideen bereichern!

Der Leitfaden erscheint nun in der dritten aktualisierten Auflage. Wir freuen uns über die große Nachfrage und wünschen Ihnen gute Erfahrungen in der Befassung mit diesem Leitfaden.



Prof. Dr. Günther Bachmann

Generalsekretär des Rates für Nachhaltige  
Entwicklung der Bundesregierung



Yvonne Zwick

Stellvertretende Generalsekretärin und  
Leiterin Büro Deutscher Nachhaltigkeitskodex

# Zu diesem Leitfaden

## **Hilfreicher Begleiter**

Dieser Leitfaden erleichtert den Einstieg in den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Wir erklären darin genau, was der DNK ist und was es mit seinen einzelnen Kriterien auf sich hat. Wir unterstützen Sie damit beim Einstieg in die tägliche Praxis des nachhaltigen Wirtschaftens und dabei, diese stetig zu verbessern. So wollen wir auch Unternehmen ansprechen, die bei ihrer Arbeit zum nachhaltigen Wirtschaften noch am Anfang stehen oder Nachhaltigkeit bislang schon auf vielfältige Weise angepackt haben und ihr Vorgehen jetzt systematisch ordnen wollen. Dieser Leitfaden ersetzt kein Managementhandbuch für Fragen der Strategie, Organisation und Umsetzung nachhaltigen Wirtschaftens. Aber er ist ein hilfreicher Begleiter auf Ihrem Weg zur DNK-Erklärung, mit dem Sie sich immer wieder orientieren und den Blick auf das Wesentliche lenken können.

## **Ein Rahmenwerk für die nichtfinanzielle Berichterstattung**

Der DNK bietet für die Berichterstattung zu nichtfinanziellen Leistungen eine klare Fokussierung auf Wesentlichkeit und Transparenz. Er beschreibt die Mindestanforderungen für Unternehmen und Organisationen, was unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten zu berichten ist, und erfüllt bei Bedarf die Anforderungen der seit 2017 geltenden Berichtspflicht. Der DNK kann von Unternehmen und Organisationen jeder Größe

und Rechtsform und unabhängig vom Unternehmenssitz genutzt werden. Der Anwenderkreis aus der Wirtschaft umfasst große und kleine, öffentliche und private Unternehmen, Organisationen mit und ohne existierende Nachhaltigkeitsberichterstattung, kapitalmarktorientierte Unternehmen und solche, die Anspruchsgruppen (Stakeholder) über ihre unternehmerischen Nachhaltigkeitsleistungen einfach nur informieren wollen. Der DNK macht die Nachhaltigkeitsleistungen und den Stellenwert der Nachhaltigkeit im Kerngeschäft von Unternehmen und Organisationen sichtbar besser vergleichbar und ermöglicht so die umfassende Bewertung unternehmerischer Leistungs- und Zukunftsfähigkeit. Um den DNK zu erfüllen, erstellen Anwender eine DNK-Erklärung zu den 20 DNK-Kriterien und den ergänzenden nichtfinanziellen Leistungsindikatoren, die aus den umfassenden Berichtsrahmen der Global Reporting Initiative (GRI) und EFFAS ausgewählt wurden (siehe Tabelle im Anhang auf Seite 118). Als Anwender berichten Sie, wie Sie die Kriterien des DNK erfüllen (comply), oder erklären plausibel, warum ein Kriterium gegebenenfalls nicht berichtet werden kann (explain).

## **Schritt für Schritt ans Ziel**

Es gibt immer noch Unternehmen, für die Nachhaltigkeit zum Alltag gehört, die aber ihre Leistungen noch nicht dokumentiert haben. Gilt dies auch für Ihr Unternehmen? Dann sollten Sie damit beginnen – und Sie werden schnell Ihre

Stärken und Schwächen erkennen. Womöglich ist nicht alles, was im DNK erwähnt wird, schon selbstverständlicher Teil Ihrer Unternehmenspraxis. Stören Sie sich nicht daran! Beantworten Sie die Fragen, so gut Sie es können. Nicht alle Unternehmen erfüllen gleichermaßen alle Anforderungen. Schildern Sie dann an solchen Stellen, warum Sie zu einem Kriterium nichts oder wenig berichten können oder wollen.

Manches Thema hat sich Ihnen noch nicht gezeigt, bei einem anderen sind Sie bislang nicht so weit, um dazu etwas Handfestes aussagen zu können. Einiges betrifft Ihr Unternehmen möglicherweise (noch) nicht. Es geht hier nicht um Perfektion, sondern darum, dass Sie Ihr Herangehen, Ihre Bemühungen, Ihre Schwierigkeiten, also den individuellen Prozess in Ihrem Unternehmen schildern. Viele Anwender berichten von einem Lernprozess während des Erstellungs- und Abstimmungsprozesses der ersten DNK-Erklärung. Das interne Verständnis eigener Nachhaltigkeitsleistungen wird verbessert, ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess in Gang gesetzt und Zielkonflikte werden aufgelöst.

Auf der Rückseite dieses Leitfadens finden Sie eine Übersicht darüber, was Schritt für Schritt zu tun ist, um dem DNK erstmals zu entsprechen.

### **Aufbau und Herzstück**

Der DNK ist in vier Bereiche untergliedert:

- **STRATEGIE** (Wesentlichkeit, Vision und Ziele)
- **PROZESSMANAGEMENT** (Regeln und Strukturen)
- **UMWELT** (ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit)
- **GESELLSCHAFT** (soziale Aspekte der Nachhaltigkeit)

Der Abschnitt „Strategie“ ist für den Einstieg besonders bedeutsam: Hier zeigen Sie, dass Sie die wesentlichen Themen und Herausforderungen, die wesentlichen Chancen und Risiken, die sich Ihrem Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit stellen, auf dem Radar haben. Sie beschreiben zudem, wie Sie diese gewichten, wie Sie mit ihnen umgehen und welche Ziele sich Ihr Unternehmen setzt, um seine Geschäftstätigkeit nachhaltiger zu gestalten – möglichst entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Dieser Abschnitt ist das Herzstück des DNK. Füllen Sie es besonders gründlich aus, denn damit legen Sie den Grundstein für alle weiteren Fragen.

### **Zielkonflikte**

Wer sich intensiv mit Nachhaltigkeit beschäftigt, stellt schnell fest, dass so manche Ziele oder Vorhaben in der täglichen Unternehmenspraxis miteinander in Konflikt geraten können. Wenn Sie zum Beispiel im Einkauf die Losung ausgegeben haben, immer so günstig wie möglich zu beschaffen, so werden Sie nicht immer gleichzeitig auch die umweltverträglichsten und sozial besonders anständig hergestellten Produkte einkaufen können. In der Regel wird es dann teurer. Doch scheuen Sie sich nicht vor solchen Konflikten, weder in Ihrem Unternehmen noch wenn Sie den DNK ausfüllen. Sie gehören zum Wesen der Nachhaltigkeit, sie dürfen und sollen sich auch im DNK widerspiegeln. Der Weg zur Nachhaltigkeit ist auch ein Ringen um den jeweils besten Weg, die Ziele zu erreichen. Er verlangt Entscheidungen.

### Beispiele, wie es andere tun

Für jedes Kriterium haben wir Beispiele aus aktuellen DNK-Erklärungen für Sie recherchiert, die Ihnen die Bandbreite der möglichen Antworten aufzeigen sollen. Hier geht es nicht um gut oder schlecht. Vielmehr zeigen wir Ihnen – je nach

Stand der Entwicklung –, wie andere den DNK ausgefüllt haben und was Ihr Unternehmen mindestens berichten sollte, um die Anforderungen des DNK zu erfüllen. Deutlich wird aber auch, dass manche die Messlatte schon höhergelegt haben. Das kann, das soll auch anspornen.

## Häufig gestellte Fragen

### Warum sollte ein Unternehmen überhaupt über seine Leistungen zur Nachhaltigkeit berichten?

Die Welt steht vor großen ökologischen und sozialen Herausforderungen. Sensibilisiert durch Medienberichte und kritische Nichtregierungsorganisationen (NGOs) gelangen Themen wie die Achtung von Menschenrechten, die Bekämpfung von Korruption, Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange – auch in Drittstaaten – immer mehr ins öffentliche Bewusstsein. Eingebunden in globale Lieferketten, stehen Unternehmen in Wechselwirkung mit den globalen Herausforderungen. Immer mehr von ihnen erkennen, dass die Zukunftsfähigkeit des eigenen Unternehmens nicht nur von rein wirtschaftlichen und regulatorischen, sondern maßgeblich auch von den ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen abhängt. Sie erkennen zugleich, dass sie Mitverantwortung für eine nachhaltige Entwicklung tragen. Viele wollen und können hierzu einen wichtigen Beitrag leisten. Vorausschauende Unternehmen verankern bewusst oder unbewusst Prinzipien der Nachhaltigkeit in ihren Geschäftsstrategien und

-entscheidungen und entwickeln konkrete Maßnahmen sowie Mechanismen, um deren Umsetzung sicherzustellen. Damit Nachhaltigkeit zu einem im Wettbewerb relevanten Faktor wird, sollten Unternehmen gegenüber der Öffentlichkeit dokumentieren bzw. berichten, wie sie ihre Verantwortung wahrnehmen. Der DNK stellt den Zusammenhang zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Wirkungen des Kerngeschäftes her und bietet vielfältige Chancen, das Unternehmen kontinuierlich zu verbessern.

### Es gibt bereits eine Reihe von Berichtsstandards, wie z.B. die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, ISO 26000, die Global Reporting Initiative (GRI) und den Global Compact der Vereinten Nationen (UN Global Compact). Wieso sollte ein Unternehmen den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) anwenden?

Diese und weitere Initiativen haben internationale Berichts- und Managementstandards vorgelegt. Der DNK schließt an diese Standards an und orientiert sich zusätzlich an der seit 2017 geltenden Berichtspflicht. Gleichzeitig reduziert



der DNK die teils komplexen Anforderungen auf das Wesentliche. Um dies zu erreichen, hat der RNE im Dialog mit Vertretern des Kapitalmarktes und anderer Unternehmen aus den gängigen Berichtsstandards (d. h. GRI und EFFAS) eine Auswahl von Leistungsindikatoren ausgewählt und Kriterien beschrieben (s. Seite 118), die kurz und übersichtlich die wesentlichen Informationen zu den Nachhaltigkeitsleistungen eines Unternehmens darstellen.

#### **Wie stehen DNK und UN Global Compact zueinander?**

Unternehmen, die am UN Global Compact teilnehmen, können die DNK-Erklärung auch als Fortschrittsmitteilung (COP bzw. Communication on Progress) nutzen. Um die Mindestanforderungen des Global Compact zu erfüllen, sollte die DNK-Erklärung zusätzlich eine Erklärung der Geschäftsführung zum fortdauernden Engagement des Unternehmens im Global Compact und zu weiteren Anstrengungen zur Umsetzung und Förderung der zehn Prinzipien enthalten. Weitere Informationen zum Deutschen Global Compact Netzwerk finden Sie unter [www.globalcompact.de](http://www.globalcompact.de).

#### **Unser Unternehmen hat bereits einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Wozu also eine DNK-Erklärung?**

Nachhaltigkeitsberichte haben leider in der Regel weniger Leserinnen und Leser, als man sich das wünschen würde. Die Informationen sind hier oft nicht so aufbereitet, dass sie für die potenziellen Nutzer gut geeignet sind. Zudem sind sie schlecht vergleichbar und fokussieren sich häufig auch zu wenig auf das Wesentliche. DNK-Erklärungen werden in einer Datenbank zentral und kostenlos veröffentlicht. Sie sprechen damit einen potenziell großen Kreis von Nutzern – so zum Beispiel auch (Finanz-)Marktanalysten – an.

Durch technische Schnittstellen können Dritte die veröffentlichten Informationen direkt in ihre jeweiligen Bewertungssysteme übernehmen – damit stiftet die Berichterstattung zum DNK einen konkreten Nutzen für den wettbewerblichen Vergleich.

#### **Unser Unternehmen hat kein etabliertes Berichtswesen – muss ich dennoch die Leistungsindikatoren berichten?**

Die aus den Sustainability Reporting Standards (GRI SRS) und EFFAS ausgewählten Leistungsindikatoren sind Bestandteil des DNK und werden ebenso wie die Kriterien nach dem Prinzip „comply or explain“ (erfüllen oder erklären) berichtet. Der Grund: Es ist weder über den erzählenden Teil der Kriterien noch über messbare Größen allein möglich, Nachhaltigkeitsleistungen umfassend zu bewerten. Die beiden Elemente ergänzen sich also.

Wenn Sie die Indikatoren noch nicht erheben, erklären Sie an diesen Stellen kurz, warum. Uns ist wichtig, dass Sie in den Berichtsprozess einsteigen. Manche DNK-Erklärung ist glaubwürdiger, wenn sie zeigt, dass zwar noch nicht alle Anforderungen erfüllt sind, aber die unternehmerische Kultur der Nachhaltigkeit gelebt wird.

Wo steht Ihr Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit? Am Anfang? Dann beschreiben Sie diese Momentaufnahme des Beginns und stellen Sie in Aussicht, zu wann Sie beabsichtigen, eine Information berichten zu können. Mittendrin? Die Geschichte und die Zugänge zum Management der Nachhaltigkeit sind individuell unterschiedlich. Wir sind neugierig, wie es bei Ihnen aussieht.

### Wer interessiert sich für den DNK?

Die vorrangigen Zielgruppen, die die DNK-Erklärungen des DNK nutzen können, sind:

- » Kundinnen und Kunden sowie liefernde Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette Wert legen;
- » das eigene Management, um Nachhaltigkeit im Unternehmen zu steuern sowie Chancen und Risiken zu analysieren und zu managen;
- » die eigenen und zukünftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für Ihr Unternehmen arbeiten möchten, das sich umfassend verantwortlich zeigt;
- » politische Entscheidungsträger/-innen, die sich einen Eindruck von nachhaltigem Wirtschaften verschaffen wollen;
- » zunehmend die Akteure im Finanzmarkt, um die Chancen und Risiken von Kapitalanlagen und Krediten besser abschätzen zu können.

Große Unternehmen können den DNK nutzen, um ihren Partnern in der Lieferkette ein einfaches Instrument an die Hand zu geben, das die Nachhaltigkeitsanforderungen der Kunden erfüllt. Potenzielle Nutzerinnen und Nutzer sind sicher auch Nichtregierungsorganisationen und die Wissenschaft. In dem Maße, wie die Wirtschaft den DNK nutzt und die Zahl der DNK-Erklärungen zunimmt, wird auch das Interesse der Zielgruppen wachsen.

### Warum ist Vergleichbarkeit wichtig?

Das gesellschaftliche Interesse daran, wie Unternehmen verantwortlich wirtschaften, nimmt zu. Doch so, wie die Informationen bisher aufbereitet sind, können Nutzer, wenn überhaupt, nur mit sehr hohem Aufwand erkennen, wie ein Unternehmen im Vergleich zu anderen agiert. Im Dickicht der oft umfangreichen Nachhaltig-

keitsberichte ist das Wesentliche meist schwer erkennbar. Das ist nicht nur für Investoren ein Problem. Indem sich alle Unternehmen auf die gleichen 20 Kriterien beziehen, lassen sich Qualitätsunterschiede bei den Informationen schnell und mühelos auf den ersten Blick erkennen. Das macht die Berichterstattung insgesamt transparenter und glaubwürdiger. Je mehr Unternehmen mitmachen, umso eher gelingt es, den Wettbewerb um die besten Nachhaltigkeitslösungen zu entfachen.

### Wie wirkt sich die seit 2017 geltende EU-Berichtspflicht auf die Berichterstattung mit dem DNK aus?

Nachdem am 9. März 2017 der Deutsche Bundestag das „Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten“ (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz [CSR-RUG]) zur Umsetzung der EU-Richtlinie 2014/95/EU in deutsches Recht beschlossen hatte, wurde der DNK aktualisiert und an die gesetzlich formulierten Anforderungen der CSR-Berichtspflicht angepasst. Rechtsanwalt Andreas Hecker von der Anwaltskanzlei Hoffmann Liebs Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB unterstützte das Büro Deutscher Nachhaltigkeitskodex mit juristischem Sachverstand.

Einzelne Kriterientexte sowie die Erläuterungen und Checklisten wurden überarbeitet und die DNK-Datenbank entsprechend umgestellt. Insbesondere Kriterium 2 wurde auf den in EU-Richtlinie und CSR-RUG grundgelegten Wesentlichkeitsbegriff umformuliert und der Text zu Kriterium 1 konkretisiert. Zudem wurde der im Gesetz geforderte Vierklang in der Beschreibung der einzelnen Belange (Konzept, Ergebnisse der Konzepte, Risiken, Indikatoren) in den Prüfprozess aufgenommen sowie die Kriterien begrifflich dem Gesetz zugeordnet. Ein neues

Prüflevel wurde eingeführt: Unternehmen geben nun in der Datenbank an, ob sie berichtspflichtig sind und ihre DNK-Erklärung als nichtfinanzielle Erklärung im Sinne des CSR-RUG nutzen möchten. Das DNK-Büro prüft dann, ob zusätzlich zu den Kriterien des DNK auch die gesetzlich geforderten Inhalte, wie sie vom DNK interpretiert werden, vorliegen, und weist gegebenenfalls auf Lücken hin. Für die Kommunikation wurde ein entsprechendes CSR-RUG-Signet entwickelt. Die Durchsicht der Erklärung durch das DNK-Büro erfolgt auf formale Vollständigkeit mit den Anforderungen des Kodex und ist keine juristische Prüfung. Die Verantwortung dafür liegt bei den berichtenden Unternehmen selbst.

#### **Erfüllt die DNK-Erklärung die ab 2017 geltende EU-Berichtspflicht zur Offenlegung nichtfinanzieller Informationen?**

Zur Erfüllung der Berichtspflicht können nationale, internationale oder europäische Rahmenwerke genutzt werden. Manche dieser Rahmenwerke decken allerdings nur Teilaspekte ab. Unternehmen können sich zur Bereitstellung der geforderten Informationen auf den DNK stützen. Der DNK erfüllt die Anforderungen, deckt alle Berichtselemente ab, fokussiert sich zugleich auf das Wesentliche und ist außerdem zu weiteren Rahmenwerken anschlussfähig. Die Europäische Kommission hat ihn wiederholt als möglichen Berichtsstandard gewürdigt. Im Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) zur Umsetzung der CSR-Richtlinie wird der DNK als geeignetes Rahmenwerk genannt.

#### **Kann der DNK auch von internationalen Unternehmen angewandt werden?**

Der DNK steht schon jetzt unter dem Namen „The Sustainability Code“ auch internationalen Un-



Deutscher  
NACHHALTIGKEITS  
Kodex



Erstellt nach  
CSR-Richtlinie-  
Umsetzungsgesetz

Abb. 1: DNK-Signet für CSR-RUG

ternehmen und Organisationen zur freiwilligen Anwendung und als Instrument zur Erfüllung der neuen EU-Berichtspflicht offen. Die Datenbank steht komplett auf Englisch und Deutsch zur Verfügung. Es stehen Übersetzungen des Nachhaltigkeitskodex auf Französisch, Englisch, Griechisch, Russisch, Spanisch und Hebräisch zur Verfügung. Besonders im Zuge der europaweit geltenden Berichtspflicht ist das Interesse gestiegen, von den Erfahrungen in der Anwendung des DNK in Deutschland zu hören.

#### **Wie groß ist der durchschnittliche zeitliche Aufwand?**

Das hängt ganz davon ab, wie tief Nachhaltigkeit im Unternehmen bereits verankert ist, inwieweit Berichtsprozesse etabliert sind und die nötigen Daten und Fakten schon aufbereitet vorliegen. Unternehmen benötigen zur Erstellung und internen Abstimmung einer DNK-Erklärung laut Anwenderumfrage 2018 im Durchschnitt 21,4 Arbeitstage – wobei hierunter viele erstberichtende Unternehmen fallen. Doch auch ein hoher Zeitaufwand lohnt sich, wenn sich das Unternehmen in diesem Prozess klar darüber wird, welche Strategie es in Sachen Nachhaltigkeit verfolgt, welche Ziele es sich setzen will und welche Maßnahmen es dafür wählt.

### **Welcher Berichtsumfang wird erwartet?**

Die DNK-Erklärung soll kurz sein, also die relevanten Informationen auf den Punkt bringen. Als Richtwert gelten 500 bis 3.000 Zeichen pro Kriterium.

### **Mit welchen Kosten muss man in etwa rechnen?**

Die Anwendung des DNK, die Nutzung der Datenbank und die Services des Büros Deutscher Nachhaltigkeitskodex sind kostenfrei für alle Unternehmen, die ihre Erklärung in der DNK-Datenbank veröffentlichen. Die internen Kosten des Unternehmens richten sich nach dem Zeitaufwand, der entsteht, um die Daten zu beschaffen.

### **Wie kann der DNK meinem Unternehmen nutzen?**

Zwei Drittel der Anwender nutzen den DNK zur Erfüllung der Berichtspflicht, rund 40 % sehen großen Nutzen in der Steigerung der Reputation und schätzen den niedrighwelligen Einstieg in die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der DNK unterstützt dabei, Glaubwürdigkeit und Zugang zu Märkten zu erhalten, aber auch, Innovation und neues Denken in Unternehmen ständig weiterzuentwickeln und dabei bewährte Grundsätze mitzunehmen. Die Berichterstattung hat darüber hinaus auch eine starke Wirkung auf das Unternehmen selbst: Berichten heißt nicht nur, Daten zu sammeln, sondern auch, genau hinzuschauen und zu analysieren. So werden Schwachstellen, aber auch ungenutzte Möglichkeiten sichtbar. Das Unternehmen erkennt, ob es alle Gesetze und Regeln einhält (Compliance). So schätzt ein Viertel der Anwender die implizite Anleitung für die Gestaltung des Nachhaltigkeitsmanagements. Weitere Nutzenpunkte liegen in der schrittweisen Auflösung von Zielkonflikten, der Entwicklung eines einheitlichen Verständnisses von Nachhaltigkeit im Unternehmen oder dem konstruktiven Hinterfragen von bislang ge-

wohnten Abläufen. Nehmen Sie die Menschen in Ihrem Unternehmen und in dessen Umfeld in ihrem Handeln und ihrer Verantwortung ernst, sensibilisieren Sie sie für nachhaltiges Handeln.

Mit Ihrer Erklärung zum DNK können Sie zeigen, ob und wie Sie über Ihre unmittelbaren Unternehmensgrenzen hinaus auch über Ihre Lieferketten berichten können. Als Lieferant können Sie mit dem DNK Ihre Nachhaltigkeitsleistungen darlegen und dadurch beim Aufbau neuer Lieferbeziehungen punkten. Werfen Sie bei Vergaben in die Waagschale, dass Sie zu Nachhaltigkeit berichten! Manche bewerten alleine diesen Umstand als Glaubwürdigkeitskriterium in der Vergabe.

### **Kontrolliert jemand, ob die Aussagen stimmen bzw. ob die Antworten ausreichend sind?**

Das DNK-Team prüft die DNK-Erklärung daraufhin, ob sie formal den Anforderungen des Kodex genügt. Es ist dem Unternehmen freigestellt, eine inhaltliche Prüfung durch einen unabhängigen Dritten (z.B. Wirtschaftsprüfer, andere Prüfungsgesellschaften) vornehmen zu lassen. Die DNK-Erklärung ist jedoch allen Interessierten in einer kostenfreien Datenbank zugänglich.

### **Gibt es ein Zertifikat?**

Der DNK ist ein Transparenzstandard, der freiwillig angewendet wird, und kein Zertifizierungsinstrument. Ein Zertifikat gibt es demnach nicht. Unternehmen, die ihre DNK-Erklärung online stellen, erhalten ein DNK-Signet auf Deutsch und Englisch zur Unterstützung der Kommunikation über ihr Engagement zur Offenlegung.

### **Kann man Teile der DNK-Erklärung updaten?**

Es ist möglich, die DNK-Erklärung nachträglich zu ergänzen. Allerdings empfehlen wir dies nur, wenn es dringend notwendig ist, z.B. bei wichti-

gen Kennzahlen, die noch nicht vorlagen, als die DNK-Erklärung abgegeben wurde, oder falls sich Ansprechpartner oder sogar der Unternehmensname geändert haben.

#### **Gibt es einen regelmäßigen Turnus, in dem die DNK-Erklärung erneuert werden muss?**

Es gibt keinen regelmäßigen Abgabeturnus, allerdings empfehlen wir, die DNK-Erklärung spätestens alle zwei Jahre zu erneuern. Größere Zeitabstände machen es schwer, die Daten des Unternehmens im Zeitverlauf und mit denen anderer Unternehmen zu vergleichen. Vergleichbarkeit und Transparenz sind wesentliche Voraussetzungen für die Wirksamkeit des DNK. Bitte beachten Sie zudem den durch die Berichtspflicht vorgegebenen Zeitrahmen, sollten Sie von ihr unmittelbar betroffen sein.

#### **Kann die DNK-Erklärung außer auf der DNK-Website auch an anderen Orten veröffentlicht werden?**

Die DNK-Erklärung ist in der DNK-Datenbank ansteuerbar. Sie können mit dem DNK-Signet als Button von Ihrer Website auf Ihr Unternehmensprofil in der DNK-Datenbank verweisen. Nutzen Sie die Exportmöglichkeit in Ihrem Profil, um Ihre DNK-Erklärung herunterzuladen und auf Ihrer Unternehmenswebsite zur Verfügung zu stellen oder sie als Grundlage für Ihre nichtfinanzielle Erklärung, einen Nachhaltigkeitsbericht oder andere Kommunikationsmedien zu nutzen.

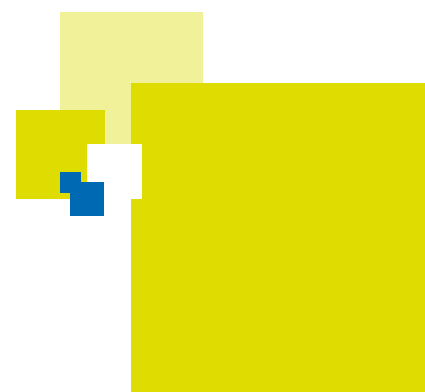
#### **Welche Hilfestellungen gibt es?**

**Online:** Auf der DNK-Website ([www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de)) finden Sie viele nützliche Informationen für Anwender und Interessierte, branchenspezifische Leitfäden und Ergänzungen zum Nachhaltigkeitskodex der Wohnungswirtschaft, Sparkassen, Ernährungsindustrie, Abfallwirtschaft und Hochschulen.

**Schulungspartner:** Bundesweit bieten DNK-Schulungspartner Informationsveranstaltungen, Schulungen oder auch individuelle Beratung bei der Erstellung einer DNK-Erklärung bis hin zur Veröffentlichung an. Die DNK-Schulungspartner weisen sich durch Expertise im Bereich Nachhaltigkeit aus und haben eine Trainerschulung absolviert. Alle Beratungsunternehmen bzw. Einzelunternehmer/-innen sind auf der DNK-Website nach Region und spezifischen Branchenkenntnissen aufgeführt.

**DNK-Mentoren:** Die DNK-Mentoren sind geübte Anwenderunternehmen aus ganz Deutschland und stehen Interessenten und anderen Anwendern unterstützend zur Seite. Eine Übersicht über die Mentoren finden Sie auf der DNK-Website.

**DNK-Team:** Das DNK-Team steht Ihnen mit Rat und Hinweisen gern zur Verfügung. Es unterstützt Sie bei Problemen mit der Datenbank, versorgt Sie mit Neuigkeiten, stellt Kontakt zu Schulungspartnern und Mentoren her, prüft Ihre DNK-Erklärung auf formale Vollständigkeit und vergibt nach Veröffentlichung der DNK-Erklärung ein DNK-Anwender-Signet. Bitte beachten Sie, dass es sich hierbei um keine Zertifizierung handelt. Die Haftung für die Richtigkeit der in der Erklärung gemachten Angaben bleibt bei den Unternehmen. Das DNK-Team erreichen Sie online unter [team@nachhaltigkeitskodex.org](mailto:team@nachhaltigkeitskodex.org) oder telefonisch unter +49 30 338 424 888.



# **DIE 20 KRITERIEN DES DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSKODEX (DNK)**

---

# STRATEGIE

01

02

03

04

---

# PROZESSMANAGEMENT

05

06

07

08

09

10

---

# UMWELT

11

12

13

---

# GESELLSCHAFT

14

15

16

17

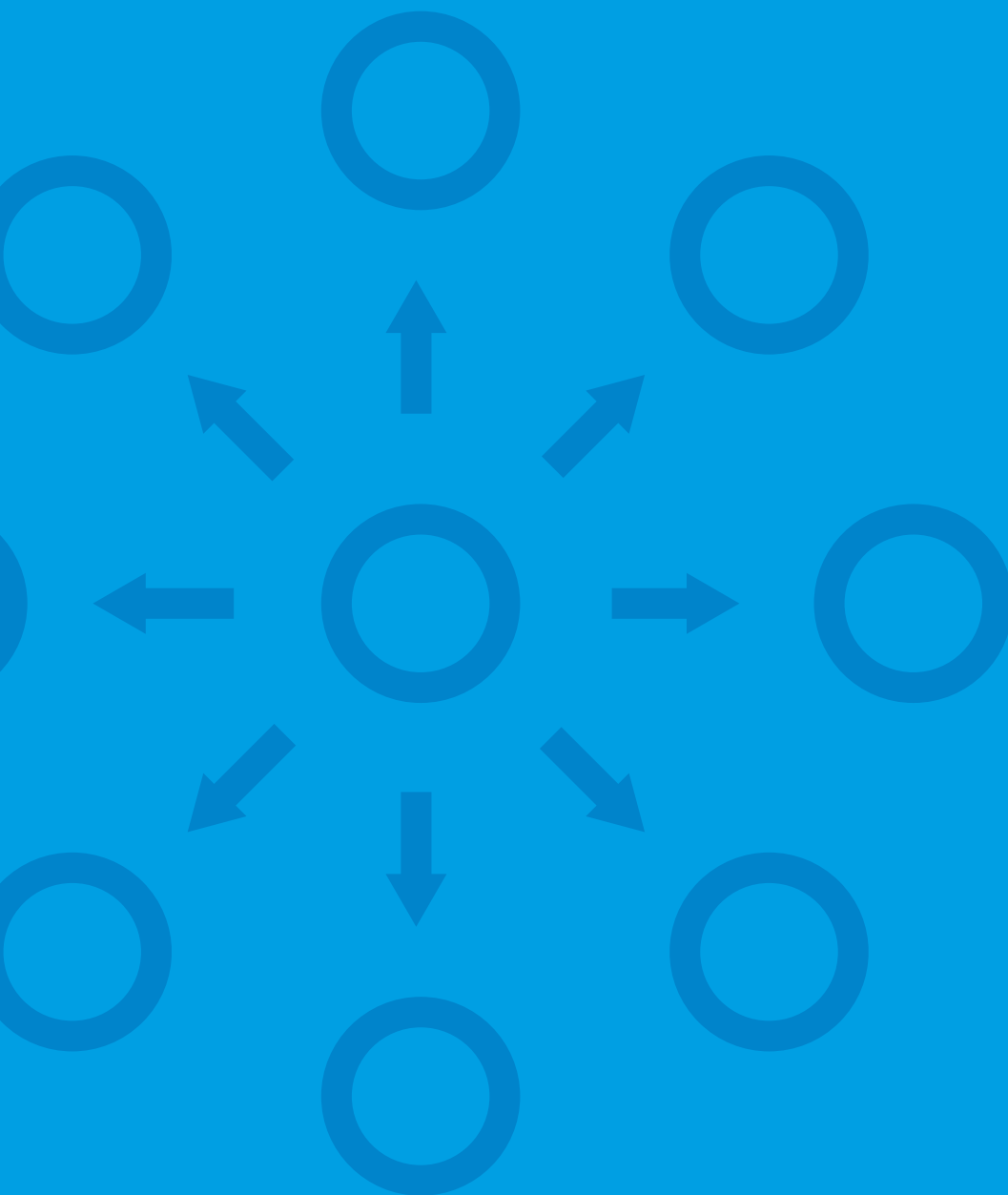
18

19

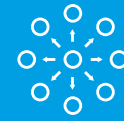
20

---

# STRATEGIE







01

02

03

04

Die Kriterien dieses Bereiches sind die Grundlage des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Hier geht es um die Basis des nachhaltigen Wirtschaftens: Kennen Sie die Herausforderungen, Chancen und Risiken, die mit Ihren zentralen Aktivitäten in Bezug auf Nachhaltigkeit verknüpft sind und denen sich Ihr Unternehmen stellen sollte? Haben Sie einen Plan, wie Sie mittel- und langfristig damit umgehen wollen? Hat sich Ihr Unternehmen – davon abgeleitet – klare Ziele gesetzt, um soziale und ökologische Herausforderungen proaktiv anzugehen? Und haben Sie bereits Ihre gesamte Wertschöpfungskette – von der Rohstoffgewinnung bis zur Entsorgung – im Blick? Indem Sie zu den folgenden vier Kriterien gründlich berichten, legen Sie den Grundstock, um den DNK zu erfüllen. Und Sie bereiten den Boden dafür, alle weiteren Themen gut zu bearbeiten. Indem Sie zu den folgenden vier Kriterien gründlich berichten, legen Sie den Grundstock, um den DNK zu erfüllen. Und Sie bereiten den Boden dafür, alle weiteren Themen gut zu bearbeiten.

# 01 Strategische Analyse und Maßnahmen

---

**Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.**

---

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Jedes Unternehmen und jede Organisation hat die Möglichkeit, auf seine ganz eigene Art und Weise zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen. In der Nachhaltigkeitsstrategie legen Sie den geplanten Beitrag fest. Sie kommunizieren klar nach innen und außen, ob und wie Sie zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen und wie Sie sich in Bezug auf Nachhaltigkeit weiterentwickeln wollen. Die Formulierung mittel- und langfristiger Ziele (siehe Kriterium 3) in der Strategie macht den Inhalt besonders greifbar und vereinfacht die Übersetzung in konkrete Maßnahmen. In der Strategie kann zusätzlich auf die Anwendung von branchenspezifischen, nationalen oder internationalen Standards und Zielsetzungen zu Nachhaltigkeitsthemen verwiesen werden (wie etwa die Norm ISO 14001 für Umweltmanagementsysteme, Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO oder die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen).

### Was bedeuten die Begriffe?

Eine Nachhaltigkeitsstrategie beschreibt den Plan eines Unternehmens, wie mit relevanten

Nachhaltigkeitsthemen umgegangen wird. Sie wird von der Geschäftsleitung beschlossen. Sie kann auch in eine übergeordnete Unternehmensstrategie integriert werden. In Kriterium 1 sollen auch Maßnahmen beschrieben werden, die die Einhaltung nachhaltigkeitsrelevanter Standards sicherstellen, z.B. öffentliche Verpflichtungserklärungen zu freiwilligen Standards.

### Was ist zu beachten?

Im Rahmen dieses Kriteriums beschreiben Sie, ob sich Ihr Unternehmen strategisch mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt oder ob bisher nur einzelne Maßnahmen umgesetzt werden, die noch nicht in ein übergreifendes Format eingeordnet wurden. Ein strategischer Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen bedeutet, dass zentrale Handlungsfelder identifiziert werden, in denen sich ein klarer Bezug zwischen Nachhaltigkeitsthemen und dem Kerngeschäft abzeichnet. Falls Ihr Unternehmen noch keine Nachhaltigkeitsstrategie hat, sollten Sie erläutern, zu welchen Nachhaltigkeitsthemen das Unternehmen bereits Maßnahmen umsetzt oder Pläne zur Umsetzung hat. Langfristig sollten in einem Unternehmen die Leitbilder und Visionen zu Nachhaltigkeits-

themen mithilfe einer Strategie umgesetzt werden. Eine Strategie unterscheidet sich von einem Leitbild dadurch, dass sie Ziele und Pläne zur Zielerreichung beinhaltet, während ein Leitbild eher generelle Grundprinzipien für das unternehmerische Handeln beschreibt.

### Internationale Standards für nachhaltiges Wirtschaften und Berichterstattung

Die wichtigsten internationalen Standards, die Grundsätze für nachhaltiges Wirtschaften definieren, sind:

- » die Leitsätze für multinationale Unternehmen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)
- » die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (UN Global Compact)
- » die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen
- » die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO, siehe auch Kriterium 14)
- » der Managementleitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen sowie die Umweltmanagementnorm der Internationalen Organisation für Normung (ISO 26000 bzw. ISO 14001)
- » die Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI) sowie der Europäischen Vereinigung von Finanzanalysten (European Federation of Financial Analysts Societies, EFFAS)

(ausführlichere Darstellung siehe Anhang)

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie, ob Ihr Unternehmen eine eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt oder ob diese in die übergreifende Unternehmensstrategie eingebunden ist. Ist das noch nicht der Fall, legen Sie offen, zu wann Sie die Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie beabsichtigen.

### ASPEKT 2

Berichten Sie, welche zentralen Handlungsfelder die Nachhaltigkeitsstrategie definiert oder, falls keine Nachhaltigkeitsstrategie vorhanden ist, in welchen Handlungsfeldern Ihr Unternehmen bereits Nachhaltigkeitsmaßnahmen umsetzt.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, auf welche wesentlichen nachhaltigkeitsrelevanten Standards und Zielsetzungen sich Ihr Unternehmen in der Nachhaltigkeitsstrategie stützt.



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **Neumarkter Lammsbräu, 2017:**

Unabhängigkeit und Nachhaltigkeit, untergliedert in Ökologie, Ökonomie und Soziales, bilden dabei die Basis für die mittel- und langfristige Nachhaltigkeitsstrategie, die im Jahr 2017 komplett überarbeitet und noch klarer als zuvor auf die einzelnen prozessübergreifenden Jahresziele heruntergebrochen wurde.

### **REWE Group (Zentral-AG und Zentralfinanz eG), 2017:**

Für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie hat die REWE Group 2008 vier Nachhaltigkeitssäulen eingeführt: Grüne Produkte; Energie, Klima und Umwelt; Mitarbeiter und Gesellschaftliches Engagement. Innerhalb dieser Säulen legen Handlungsfelder die wesentlichen Themen und die dazugehörigen Maßnahmen des Nachhaltigkeitsengagements fest. Für die Umsetzung von Maßnahmen sind Arbeits- und Projektgruppen verantwortlich, die zu jeder der vier Nachhaltigkeitssäulen bestehen.

### **Volksbank Raiffeisenbank Nordoberpfalz eG, 2017:**

Im Rahmen einer nachhaltigen Entwicklung leiten uns die traditionellen genossenschaftlichen Werte Subsidiarität, Eigenverantwortung, Selbstständigkeit und Solidarität. Diese grundlegenden Begriffe bilden nach unserem Selbstverständnis eine einzigartige Basis für die Integration des Nachhaltigkeitsgedankens. In dieser Konsequenz haben wir innerhalb des „Strategiehauses der Volksbank Raiffeisenbank Nordoberpfalz eG“ die allgemeinen genossenschaftlichen Werte im Jahr 2017 in den konkreten Kontext einer nachhaltigen Entwicklung gestellt und auf die Zukunft unserer Bank ausgerichtet. [...] Der Unternehmenswert „Nachhaltigkeit“ ist ab 2018 der Ausgangspunkt für die geplante strategische Verankerung von Nachhaltigkeit. In unserem „Strategiehaus“ ist nicht nur dieser Wert grundgelegt, sondern auch bereits die Orientierung am Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), mit dem wir den Anschluss an nationale und internationale Berichtsstandards sicherstellen.



## 02 Wesentlichkeit

---

**Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.**

---

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Um dem Nachhaltigkeitsmanagement eine effektive Stoßrichtung zu geben, sollten Unternehmen zunächst den Fokus auf die Lösung besonders drängender Probleme legen. Dafür muss im Vorfeld geklärt werden, welche Unternehmensaktivitäten mit wichtigen ökologischen und/oder sozialen Problemen verknüpft sind oder auf diese einwirken. Aber auch andersherum können ökologische und gesellschaftliche Herausforderungen von außerhalb des Unternehmens auf das Geschäftsmodell wirken.

#### Was bedeuten die Begriffe?

Nachhaltigkeitsaspekte sind diejenigen Themen, die eine nachhaltige Entwicklung erst möglich machen. Die Sustainable Development Goals oder die im GRI-Standard genutzte Themenliste können erste Anhaltspunkte dafür liefern, welche Nachhaltigkeitsaspekte es gibt.

Wesentlich im Sinne dieses Kriteriums sind sowohl diejenigen Unternehmensaktivitäten, die eine entscheidende negative oder positive Auswirkung auf Nachhaltigkeitsaspekte haben, als auch Nachhaltigkeitsaspekte, die sich in besonderem Maße auf die Unternehmensaktivitäten

auswirken. Zusätzlich können Themen auch dann wesentlich sein, wenn sie für die Entscheidungsfindung von Stakeholdern eine besondere Bedeutung haben oder deren Verhältnis zu Ihrem Unternehmen prägen. Welche Aspekte im Einzelfall als wesentlich gelten, ist branchenspezifisch und hängt stark von den Prozessen in Ihrem Unternehmen ab.

Stakeholder sind Einzelpersonen oder Gruppen aus dem Umfeld des Unternehmens, die entweder einen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit haben oder aber von der Geschäftstätigkeit beeinflusst werden, z.B. Geschäftspartner/-innen, Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden, liefernde Betriebe, Kommunen, Parteien, Verbände, staatliche Organe, Nichtregierungsorganisationen (siehe Kriterium 9).

#### Was ist zu beachten?

Eine Analyse der wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte sollte am besten nicht nur aus Sicht des Unternehmens selbst, sondern im Dialog mit wichtigen Stakeholdern erarbeitet werden. Das beugt Betriebsblindheit vor und hilft, die Erwartungen der Stakeholder an das Unternehmen rechtzeitig zu erkennen. Wichtig ist daher, im

Vorfeld zu analysieren, wie das Unternehmen in die Gesellschaft eingebettet ist und welche Besonderheiten sich daraus ergeben. Daher erfragt der erste Aspekt in der Checkliste Besonderheiten des Umfelds, wie etwa die Bedeutung Ihres Unternehmens als Arbeitgeber in der Region, ökologische Besonderheiten (Gewässer, Naturschutzgebiete usw.) in direkter Nachbarschaft

oder auch ökologische und soziale Themen, mit denen Ihre Branche häufig in den Medien verknüpft wird. Die Wesentlichkeitsanalyse kann dann auf diese Betrachtung des Umfelds aufbauen. Nachhaltigkeitsaspekte haben in der Regel für Unternehmen nicht nur Risiken, sondern sind auch mit Chancen verbunden. Bemühen Sie sich daher bitte um eine ausgewogene Darstellung.

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Beschreiben Sie die ökologischen, sozioökonomischen und politischen Besonderheiten des Umfelds, in dem Ihr Unternehmen tätig ist.

### ASPEKT 2

Beschreiben Sie die positiven und negativen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens auf wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte.

### ASPEKT 3

Beschreiben Sie die Chancen und Risiken, die sich aus dem Umgang mit den Nachhaltigkeitsaspekten für Ihr Unternehmen ergeben, sowie sich daraus ergebende Schlussfolgerungen für das Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **Vivawest GmbH, 2017:**

Das Markt- und Wettbewerbsumfeld von VIVA-WEST gestaltet sich zunehmend dynamischer und differenzierter, wodurch der Konzern immer wieder vor neuen Herausforderungen steht. Diese gilt es zu bewältigen und als Chancen für die Differenzierung gegenüber den Wettbewerbern zu begreifen. Die hohe Heterogenität des Wettbewerberumfelds und die zahlreichen regulatorischen Rahmenbedingungen in Deutschland sind nur eine Seite der Medaille. Die andere Seite sind die Megatrends, die zu tiefgreifenden Veränderungen führen. Bedingt durch die Urbanisierung, Seniorisierung und Singularisierung geht die demografische Entwicklung einher mit entsprechenden Anpassungsbedarfen im Wohnungsbestand. Aufgrund der Internationalisierung steigen die Anforderungen an die Integration von Migranten in den Quartieren. Mit der Energiewende wachsen die Ansprüche an die Energieeffizienz und die Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen, vor allem in Bezug auf den Wohnungsbestand. Die Digitalisierung erfordert Veränderungen im Denken und Handeln aufgrund des sich ändernden Informations- und Kommunikationsverhaltens.

### **Merck KGaA, 2017:**

2016 haben wir eine umfassende Materialitätsanalyse durchgeführt. Dazu werteten wir Medienberichte, Investorenanfragen und Nachhaltigkeitsrankings aus. Anschließend haben wir die Themen anhand unserer Ergebnisse von

Stakeholder-Umfragen und Experteninterviews gewichtet. Sowohl dieses Verfahren als auch die Ergebnisse der Materialitätsanalyse überprüften interne Fachleute sowie das CR-Komitee. Die 43 wesentlichen Themen, die aus der Materialitätsanalyse 2016 hervorgegangen sind, wurden 2017 von Experten aus den zuständigen Unternehmensbereichen überprüft und validiert. Dabei haben wir neueste Entwicklungen berücksichtigt und die Analyse bei Bedarf aktualisiert. Die als wesentlich bewerteten Themen bilden die Schwerpunkte unseres CR-Berichtes.

### **ista International GmbH, 2017:**

Mit mehr Qualität, besserem Service, weiterentwickelter Infrastruktur und „smarten“ Innovationen machen wir uns fit für die Herausforderungen der Zukunft. Der fortschreitende Klimawandel gehört zu den größten Risiken unserer Generation und fordert ista als Immobiliendienstleister in besonderem Maße heraus. Die Digitalisierung bietet für ista Chancen und Möglichkeiten. Indem wir digitale Lösungen anbieten, die zur CO<sub>2</sub>-Vermeidung und Ressourceneinsparung beitragen, schaffen wir einen Mehrwert für Kunden und Umwelt und gestalten die Energiewende mit. Um die wirtschaftlichen und finanziellen Risiken möglichst vorausschauend zu erkennen, zu kontrollieren und entsprechend zu reagieren, betreiben wir ein Chancen- und Risikomanagement. Grundsätzlich erwarten wir in keinem unserer Segmente signifikante Risiken.





## 03 Ziele

---

**Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.**

---

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Nachhaltigkeit ist in Unternehmen oft ein Querschnittsthema, das die Zusammenarbeit verschiedener Geschäftsbereiche erfordert. Klare Ziele, die ambitioniert, aber auch erreichbar sind, unterstützen eine konstruktive und koordinierte Zusammenarbeit und stellen sicher, dass die Nachhaltigkeitsstrategie umgesetzt wird. Schon der Prozess zur Entwicklung der Nachhaltigkeitsziele kann genutzt werden, um intern Aufmerksamkeit für das Thema zu erregen und Möglichkeiten zur Teilhabe verschiedenster Mitarbeiter/-innen an der Entwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie zu schaffen.

#### Was bedeuten die Begriffe?

Ziele beschreiben einen wünschenswerten Zustand, der zu einem bestimmten Zeitpunkt in der Zukunft durch entsprechendes Verhalten erreicht werden soll. Quantitative Ziele sind mit einer Zahl hinterlegt, z.B. die Reduktion des Energieverbrauchs um 20%. Qualitative Ziele beschreiben einen Zustand, der erreicht werden soll. Auch sie sollten so formuliert sein,

dass eindeutig festgestellt werden kann, ob das Ziel zum Zeitpunkt X erreicht wurde oder nicht, z.B. die Einrichtung eines Betriebskindergartens oder Klimaneutralität. Operationalisieren bedeutet hier, dass die Ziele messbar gemacht werden. Dabei sollen die Objektivität, Zuverlässigkeit und Gültigkeit der Daten sichergestellt werden. Messbar heißt, dass die Ziele so konkret wie möglich und der Plan und Zeithorizont zur Zielerreichung klar definiert sind. Nur so wird nachprüfbar, ob und in welchem Ausmaß die Ziele tatsächlich erreicht wurden und wie gegebenenfalls nachjustiert werden muss (siehe auch Kriterium 6: Regeln und Prozesse).

#### Was ist zu beachten?

Bitte bemühen Sie sich darum, sowohl quantitative als auch qualitative Ziele zu nennen, und beziehen Sie die Ziele sowohl auf Ihren Unternehmensbetrieb als auch auf Ihr Kerngeschäft. Beachten Sie, dass es an dieser Stelle um die übergeordneten Ziele im Rahmen Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie geht. Detailliertere Ziele können Sie in den jeweiligen Kriterien in den Be-

reichen Umwelt und Gesellschaft ausführlicher beschreiben. Falls in Ihrem Unternehmen noch keine Nachhaltigkeitsziele gesetzt wurden, beschreiben Sie bitte den Prozess, den Sie zur Entwicklung von Nachhaltigkeitszielen verfolgen wollen, und nennen Sie den Zeitpunkt, zu dem Ziele definiert werden sollen.

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie, welche mittel- und langfristigen Ziele sich Ihr Unternehmen im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie gesetzt hat.

### ASPEKT 2

Erläutern Sie, welche Ziele mit besonders hoher Priorität behandelt werden, und erläutern Sie, wie und warum Sie zu dieser Priorisierung kommen.

### ASPEKT 3

Erläutern Sie, wie die Erreichung der strategischen Nachhaltigkeitsziele kontrolliert wird und wer im Unternehmen dafür zuständig ist.

### ASPEKT 4

Berichten Sie, ob und wie Sie sich bei Ihren Nachhaltigkeitszielen auf die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen beziehen.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Elprog GmbH, 2017:

In den genannten strategischen Bereichen (UMWELT, MITARBEITER, QUALITÄT, VERTRIEB/KUNDEN) haben wir uns konkrete Ziele gesetzt und Key-Performance-Indikatoren (KPIs) definiert. Die Zielerreichung wird kontinuierlich kontrolliert. Konkrete Ziele und KPIs lauten zum Beispiel wie folgt.

#### Mitarbeiter

- » Krankheitsquote auf maximal 5 % halten
- » KPI: Schulungen, Unterweisungen pro Mitarbeiter auf 550 Stunden pro Jahr

#### Umwelt

- » KPI: CO<sub>2</sub>-Ausstoß pro Vollzeit-MA (in t) auf 1,45 t senken (2018)
- » KPI: Radkilometer pro Vollzeit-MA auf 140 km/Jahr erhöhen (2018)
- » KPI: Radkilometer pro Vollzeit-MA auf 140 km/Jahr erhöhen (2018)
- » KPI: Stromverbrauch pro Baugruppe (in kWh) auf 0,60 kWh senken (2018)
- » [...]

### REWE Group (Zentral-AG und Zentralfinanz eG), 2017:

Auf Grundlage dieser Analyse wurden die SDGs und ihre Teilziele von den Nachhaltigkeitsverantwortlichen der REWE Group priorisiert und so ein Ranking der relevantesten SDGs gebildet, das auf dem REWE-Group-Dialogforum im Jahr 2016 mit Stakeholdern im Rahmen einer Podiumsdiskussion diskutiert wurde. Das Feedback der Stakeholder floss in ein Gesamtranking ein, in dem folgende SDGs mit hoher Relevanz für die REWE Group ausgewiesen werden: [...]

### Sparkasse Allgäu, 2017:

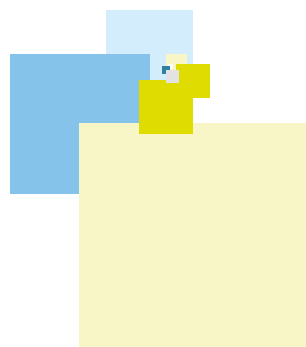
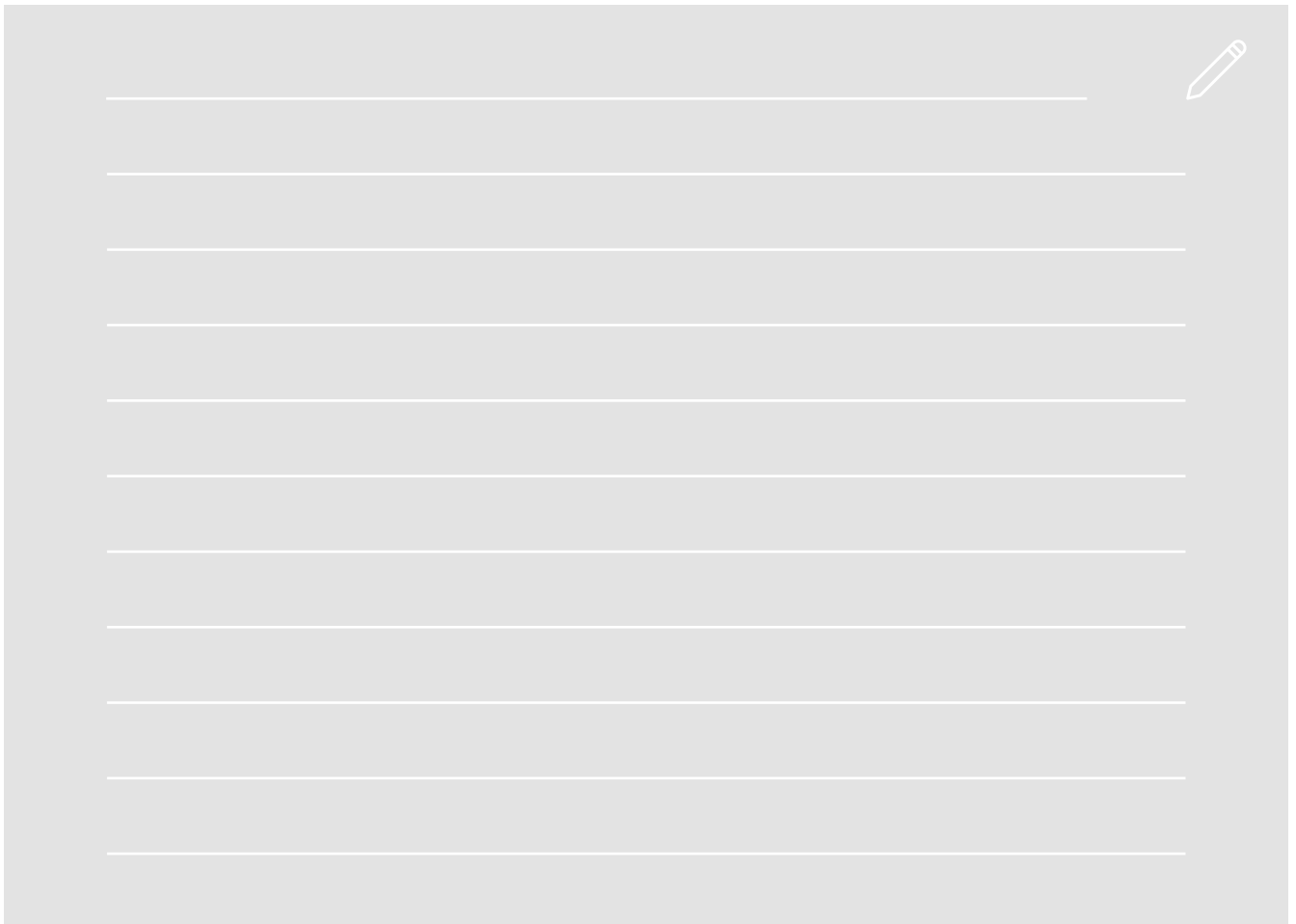
In einem nächsten Schritt werden wir im Jahr 2018 alle bisherigen Maßnahmen auf der Basis einer Wesentlichkeitsanalyse bewerten, bündeln und Wege für eine mögliche Weiterentwicklung prüfen. In diesem Zusammenhang werden wir auch prüfen, inwieweit wir einzelne Aktivitäten mit konkreten Zielen versehen können, etwa im Rahmen unserer BalancedScoreCards, unserer ServiceScoreCards und unserer Servicestrategien. 2019 werden wir den Sparkassen-NachhaltigkeitsCheck erneut durchführen, um die Entwicklung zu bewerten sowie weitere Handlungsfelder und Potenziale zu identifizieren.

01

02

03

04



## 04 Tiefe der Wertschöpfungskette

**Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.**

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Die Wertschöpfungskette reicht von der Rohstoffproduktion über die Erstellung des eigentlichen Produkts oder der Dienstleistung bis hin zum Recycling nach der Nutzung bzw. zum Ende des Services. Während Teile dieser Wertschöpfung innerhalb Ihres Unternehmens stattfinden, liegen andere Teile außerhalb der unmittelbaren Kontrolle Ihres Unternehmens. Hier Verantwortung zu übernehmen und aktiv auf die Wertschöpfungskette im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung einzuwirken, kann einerseits neue Chancen eröffnen (z.B. in der Produktentwicklung) und andererseits Risiken vorbeugen. Öffentliche Reaktionen auf Skandale in der Lieferkette haben in der Vergangenheit sehr deutlich gezeigt, dass negative Auswirkungen in der Wertschöpfungskette auch dem Ruf von Unternehmen schaden.

#### Was bedeuten die Begriffe?

Nachhaltigkeitsaspekte sind analog zu Kriterium 2 diejenigen Themen, die eine nachhaltige Entwicklung erst möglich machen. Welche dieser Aspekte besonders wichtig für Unternehmen in Ihrer Wertschöpfungskette sind, kann sich von den

Aspekten unterscheiden, die Sie für Ihr eigenes Unternehmen als wesentlich identifiziert haben. Die Wertschöpfungskette beinhaltet sowohl zu liefernde Betriebe, eingekaufte Dienstleistungen und deren Vorstufen als auch die Nutzer Ihrer Produkte und Dienstleistungen und eventuelles Recycling oder Effekte der Serviceleistung. Eine Wertschöpfungskette kann z.B. folgende Stufen enthalten: Rohstoffbeschaffung, Vorfertigung, Veredelung, Vertrieb, Logistik sowie Recycling und Entsorgung gebrauchter Produkte.

Nachhaltigkeitskriterien sind von Ihrem Unternehmen (möglicherweise anhand von Nachhaltigkeitsstandards) festgelegte Vorgaben, die Geschäftspartner/-innen und deren Subunternehmen erfüllen müssen, um mit Ihrem Unternehmen zusammenarbeiten zu dürfen.

#### Was ist zu beachten?

Auch wenn es nur weniger Stufen zur Erstellung Ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen bedarf, die Sie womöglich hauptsächlich selbst und ausschließlich in Deutschland erbringen, bitten wir Sie, die Wertschöpfungskette Ihres Unternehmens möglichst konkret darzustellen. Denken Sie dabei auch an zugekaufte Grundstoffe, Pro-

dukte und Dienstleistungen wie z.B. IT, Büromaterialien oder einen ausgelagerten Kundenservice.

Mit der Beschreibung Ihrer Wertschöpfungskette schaffen Sie die Grundlage für den Inhalt nachfolgender Kriterien. Beschreiben Sie den Prozess Ihrer Leistungserstellung im Zweifelsfall also lieber etwas ausführlicher als zu knapp. Insbesondere Kriterium 10 zu Innovations- und Produktmanagement bezieht sich auf Innovationsprozesse entlang der Wertschöpfungskette, um die negativen Auswirkungen Ihrer Produkte und Dienstleistungen zu verringern und einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Stellen Sie in Ihrer Beschreibung mög-

lichst den Bezug zum Kerngeschäft her, also zu den Geschäftsfeldern, welche die wesentlichen Werttreiber Ihres Unternehmens sind.

Bitte beachten Sie bei der Beschreibung der Kommunikation Ihres Unternehmens über Probleme entlang der Wertschöpfungskette mit zuliefernden Betrieben, Dienstleistungsunternehmen oder anderen Geschäftspartnerinnen und -partnern, dass die Beantwortung dieser Frage je nach Branche und Größe Ihres Unternehmens unterschiedlich ausfallen kann. Ein regelmäßiges offenes Gespräch kann ebenso als Antwort dienen wie der eher formalisierte Austausch mittels Verpflichtungserklärungen („Code of Conduct“) und Auditierungsverfahren.



## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Beschreiben Sie, welche Stufen Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen in der Wertschöpfungskette durchlaufen (z. B. vom Rohstoffeinkauf bis zum Leistungszeitpunkt bzw. Recycling).

### ASPEKT 2

Berichten Sie, welche Nachhaltigkeitsaspekte für die dargestellten Wertschöpfungsstufen von Bedeutung sind. Erläutern Sie auch, bis zu welcher Tiefe der Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, ob die jeweiligen sozialen und ökologischen Probleme bekannt sind, die auf den einzelnen Stufen auftreten, und wie diese Probleme angegangen werden.

### ASPEKT 4

Berichten Sie, ob und in welcher Form Ihr Unternehmen mit zuliefernden Betrieben und anderen Geschäftspartnerinnen und -partnern über die genannten Probleme kommuniziert und gemeinsam Lösungen erarbeitet.



## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **INTER Versicherungsgruppe, 2017:**

Bei einer Versicherung beginnt die Wertschöpfungskette klassischerweise bei der Produktentwicklung und vollzieht sich über den Vertrieb, die Zeichnungspolitik (transparente Kundenkommunikation, -beratung und -information etc.), die Schadensregulierung bis hin zu etwaigen Rückversicherungen. Daneben laufen Prozesse im Einkauf (Werbeartikel, Papier etc.) sowie in der Unternehmens- und Personalorganisation (Mitarbeiterführung und Vergütung), die teilweise auf externe Partner zurückgreifen müssen. Hier bestehen die größten Risiken bei nichtnachhaltigen Produkten bzw. Anbietern. Eine transparente und faire Beratung durch unabhängige Vermittler (wie Makler etc.) und unsere Vertriebspartner wird durch die Umsetzung der Versicherungsvertriebsrichtlinie (IDD) sichergestellt. Für den Kunden ist so gewährleistet, dass ihm nur passende Produkte angeboten werden. Deshalb lassen wir verstärkt auch Umwelt- oder soziale Aspekte in die Kundenberatung einfließen.

### **HiPP-Werk Georg Hipp OHG, 2018:**

Das Nachhaltigkeitsmanagement bei HiPP hat die gesamte Lieferkette im Blick. Alle Geschäftsbereiche definieren im Hinblick darauf jährlich ihre Nachhaltigkeitsziele. Für die HiPP-Einkaufsabteilung ist der nachhaltige Beschaffungsprozess ein essenzieller Bestandteil der Geschäftsstrategie. Zur Steuerung der Lieferkette wird derzeit eine Audit-Management-Software inte-

griert. Das System verknüpft chargenbezogen alle relevanten Kriterien im Hinblick auf Unternehmen, Rohstoffe, Qualität sowie nachhaltige und biodiversitätsfreundliche Erzeugung. Außerdem sind in den allgemeinen Geschäftsbedingungen Nachhaltigkeitsstandards verbindlich für alle Lieferanten hinterlegt. Jede Rohstoffgruppe und die entsprechenden Lieferanten werden von einem oder mehreren HiPP-Experten betreut und umfassend beraten.

### **FD Textil GmbH, 2017:**

Die Überprüfung im Handlungsfeld „Lieferanten/Lieferkette“ stellt die größte Herausforderung dar: Wir beziehen unsere Ware von einer kleinen Anzahl deutscher Lieferanten aus dem Bereich Textilgroßhandel. Ca. 80 % der von uns über Großhändler bezogenen Materialien sind Textilien, deren Herstellung in Schwellen-/Entwicklungsländern mit Risiken für Mensch und Natur einhergehen könnten. Einige unserer Lieferanten nutzen für einen kleinen Teil der angebotenen Produkte Textilgütesiegel. Fallweise kommunizieren wir gegenüber unseren Lieferanten die sozialen und ökologischen Probleme in der Wertschöpfungskette von Textilien. So haben wir in der Vergangenheit Anfragen für Sonderproduktionen abgelehnt, die nicht bei uns, sondern bei Herstellern in Drittländern gefertigt worden wären, und bei denen wir hohe Risiken hinsichtlich der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit vermuteten.

---

# PROZESSMANAGEMENT





Mit den folgenden sechs Kriterien beschreiben Sie, wie Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen effizient und systematisch gemanagt wird. Dies reicht von den Fragen „Wer ist verantwortlich? Gibt es Regeln und Prozesse, mit denen die Arbeit gesteuert wird?“ über „Gibt es Kennzahlen, anhand derer Fortschritte und Entwicklungen erkennbar gemacht werden? Existieren Anreize, materiell oder nichtmateriell, die Führungskräfte, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motivieren, die Ziele der Nachhaltigkeit engagiert zu verfolgen?“ bis hin zu „Kümmert sich Ihr Unternehmen auch um die Meinung von Gruppen außerhalb Ihres Unternehmens, die erkennbare Interessen an seiner Entwicklung haben? Und hat Ihr Unternehmen bei der Verbesserung der Produkte oder Dienstleistungen die Anforderungen der Nachhaltigkeit im Blick?“.

05

06

07

08

09

10

## 05 Verantwortung

---

**Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.**

---

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Um das Thema Nachhaltigkeit effektiv in die verschiedenen Geschäftsbereiche und Prozesse zu integrieren, ist nicht nur ein Überblick über das gesamte Geschäft notwendig, sondern auch die entsprechende Weisungsbefugnis, um auch tiefgreifende Veränderungen zu realisieren und nachhaltiges Verhalten vorzuleben. Nachhaltigkeit muss daher auch immer von der Führungsebene mitgetragen werden. Deswegen sollte in der Geschäftsführung und gegebenenfalls auch im Vorstand eine Person für das Thema verantwortlich sein und sicherstellen, dass Nachhaltigkeit bei strategischen Unternehmensentscheidungen berücksichtigt wird (siehe Kriterium 8).

#### Was ist zu beachten

Die operative Verantwortung zum Thema Nachhaltigkeit kann bei spezifischen Abteilungen (z.B. bei einer Abteilung für Corporate Social

Responsibility) liegen, von den jeweiligen Fachbereichen selbst oder auch von beauftragten Personen wahrgenommen werden. Diese unterstützen die Geschäftsführung und den Vorstand dabei, die Nachhaltigkeitsstrategie weiterzuentwickeln, berichten regelmäßig über den Status, schlagen Projekte und Maßnahmen vor und koordinieren die Umsetzung. Hier soll berichtet werden, wer im operativen Geschäft sowie auf der Führungsebene für die Weiterentwicklung Ihres Unternehmens im Bereich Nachhaltigkeit verantwortlich ist. Beachten Sie, dass Nachhaltigkeit eine große Bandbreite von Themen umfasst, und berichten Sie gegebenenfalls, wie die Verantwortlichkeiten auf Führungsebene aufgeteilt werden. Vielleicht sind Umweltbelange wie Ressourcenmanagement (siehe Kriterium 12) einer anderen Führungskraft zugeordnet als gesellschaftliche Belange wie politische Einflussnahme (siehe Kriterium 19).

**CHECKLISTE**



**ASPEKT 1**

Berichten Sie, wie die zentrale Verantwortung für Nachhaltigkeitsthemen (Strategie, Kontrolle, Analyse) auf operativer und auf Führungsebene zugeteilt ist.



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

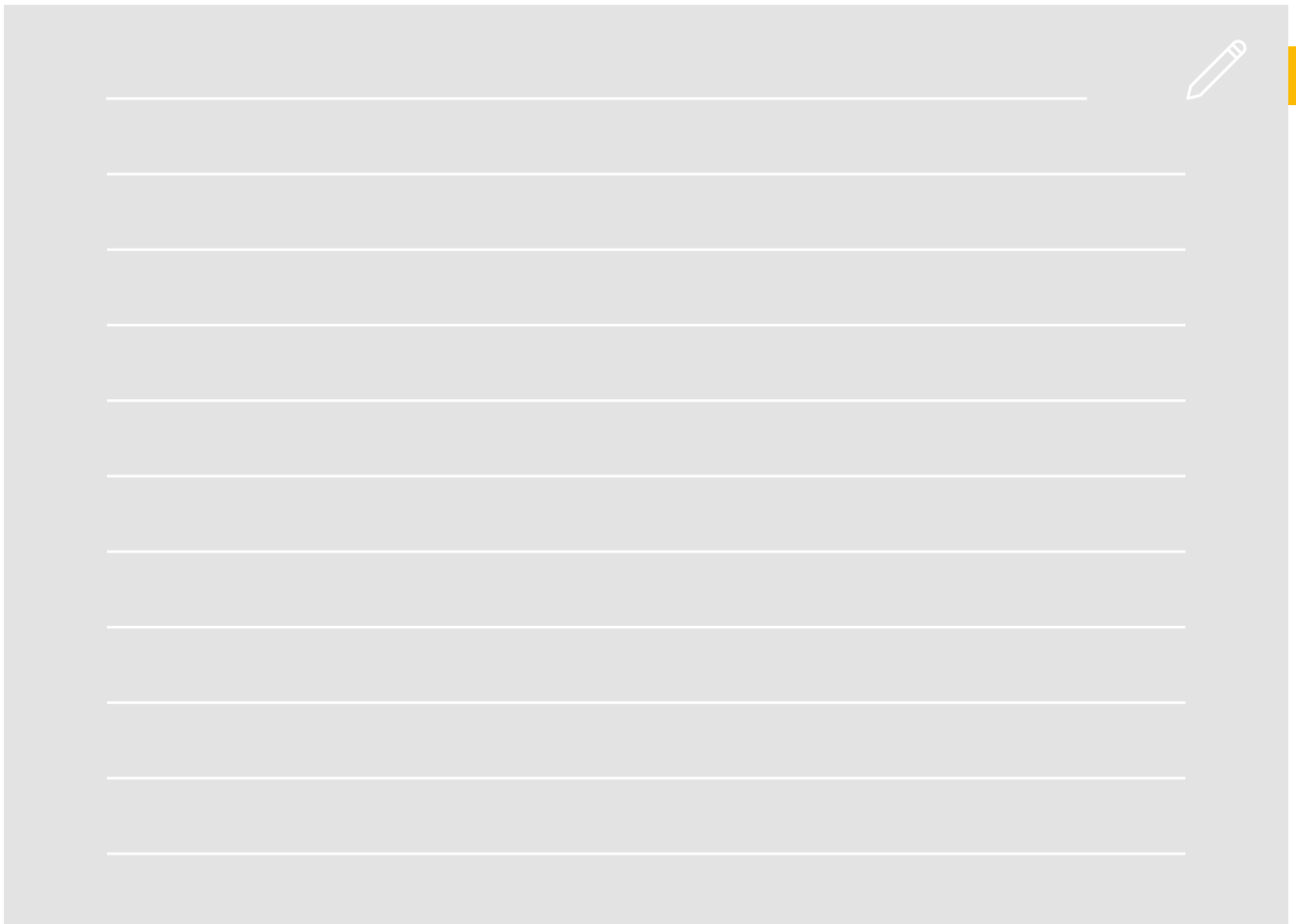
## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **HiPP-Werk Georg Hipp OHG, 2018:**

Die Umsetzung eines systematischen Nachhaltigkeitsmanagements auf allen Ebenen des Unternehmens geht bei HiPP von der Geschäftsleitung aus. Auf diese Weise werden maßgebliche Impulse für die Realisierung des Nachhaltigkeitsgedankens und den Schutz der biologischen Vielfalt im Unternehmensalltag gesetzt. [...] Ein eigener Stabsbereich unter der Leitung eines Nachhaltigkeitsbeauftragten, der zugleich Mitglied der Geschäftsführung ist, betreibt engagiert Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements. Nachhaltigkeitskoordination, -kommunikation und -projektleitung werden als Stabsstellen ebenfalls durch die Geschäftsleitung gesteuert. Das Nachhaltigkeits-Team berichtet regelmäßig an die Geschäftsleitung und die Gesellschafter. Die Teammitglieder sind in die einzelnen Fachbereiche vernetzt und tauschen sich regelmäßig aus.

### **Markus Glöckner Natursteine, 2017:**

Die Festlegung der CSR-Ziele und die Verantwortlichkeit für die Durchführung der CSR-Maßnahmen liegen bei der Unternehmensleitung, dem Inhaber Markus Glöckner und seiner Ehefrau Katja Hobler. Alle Mitarbeitenden werden an dem Prozess der Zielfindung und -umsetzung beteiligt. Dies stellt sicher, dass die Nachhaltigkeit in alle Unternehmensbereiche integriert wird und ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie von Markus Glöckner Natursteine ist – und bleibt. Für das für uns wesentliche Handlungsfeld „Umwelt“ wurde eigens ein Umweltbeauftragter berufen.



- 05
- 06
- 07
- 08
- 09
- 10



## 06 Regeln und Prozesse

**Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.**

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Berücksichtigt ein Unternehmen Nachhaltigkeitsaspekte in allen wichtigen Entscheidungen, können auch sehr ambitionierte Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie erreicht und nachhaltige Verhaltensweisen zur Selbstverständlichkeit im Unternehmen werden. Dafür müssen Unternehmensabläufe überprüft und Managementprozesse angepasst werden, was in der Regel Auswirkungen auf alle Bereiche des Unternehmens hat. Damit nicht wiederholt für jede einzelne Entscheidung überlegt werden muss, wie man das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigen könnte, kann es in Regeln und Prozesse eingebettet werden. Dabei können neue Regeln und Prozesse aufgesetzt und alte Regeln und Prozesse erweitert werden (z.B. Einkaufsrichtlinien um ökologische und soziale Kriterien).

#### Was bedeuten die Begriffe?

Regeln und Prozesse übersetzen die Nachhaltigkeitsstrategie in spezifischere Vorgaben für das alltägliche Arbeiten im Unternehmen. Regeln sind z.B. Einkaufsrichtlinien, Leitlinien für Forschung und Entwicklung oder ein Verhaltenskodex für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diese

werden durch geeignete Prozesse in den Unternehmensalltag integriert, z.B. durch regelmäßige Workshops, themenspezifische Arbeitskreise, neue Abläufe und Verfahren in der Produktion oder interne Kommunikationsmaßnahmen.

#### Was ist zu beachten

In diesem Kriterium geht es darum zu berichten, wie Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen verankert werden, damit sie im Tagesgeschäft umgesetzt werden können. Die Bandbreite solcher Regeln und Prozesse ist sehr vielfältig und kann sich stark zwischen verschiedenen Unternehmen und Branchen unterscheiden. Bitte berichten Sie sowohl zum momentanen Status der Umsetzung als auch zu Ihren Plänen für die Zukunft.



### CHECKLISTE



#### ASPEKT 1

Berichten Sie, wie die Nachhaltigkeitsstrategie im Geschäftsalltag verankert ist (interne Regeln, Prozesse, Standards).



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## DAS SCHREIBEN ANDERE

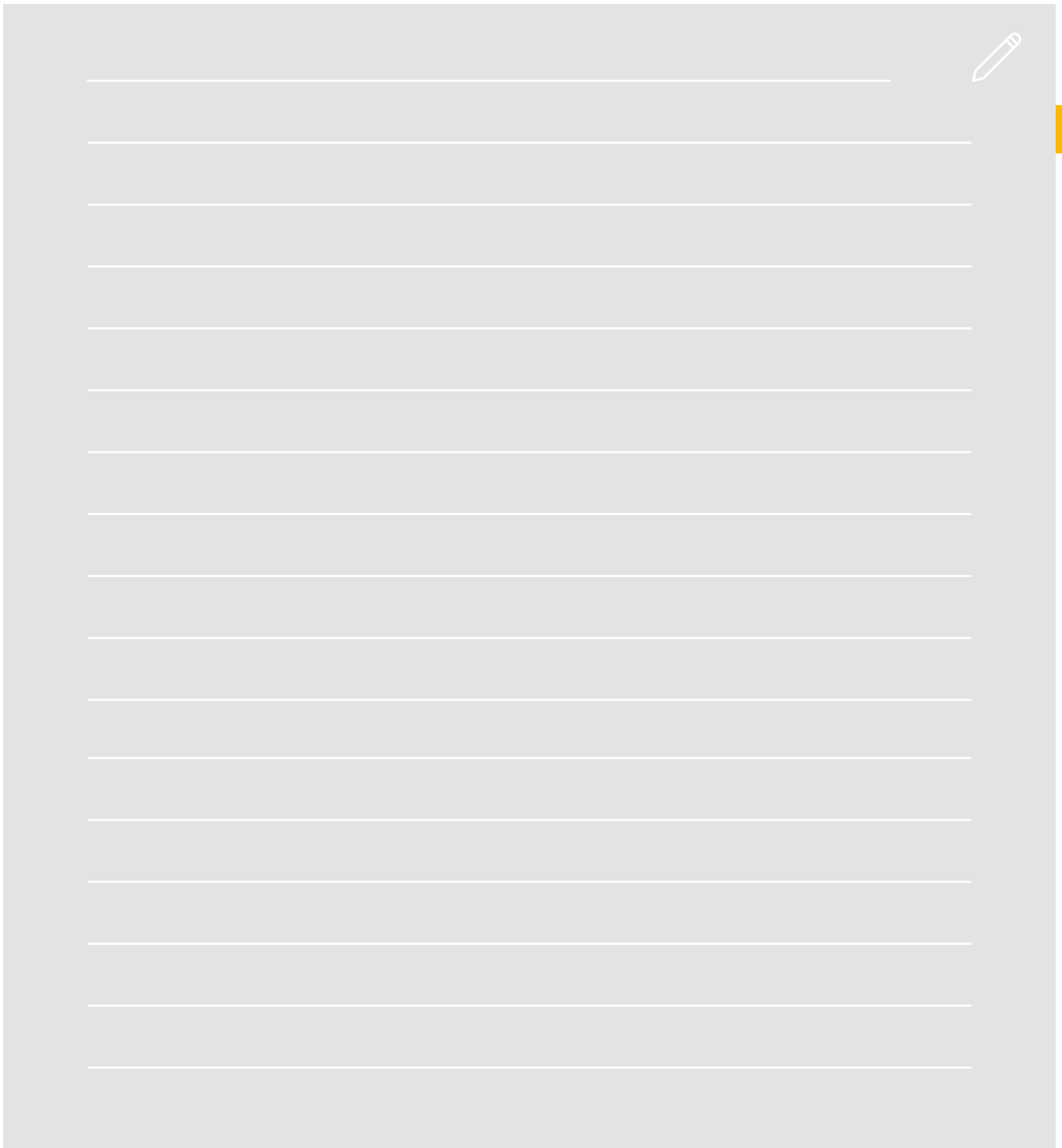
### **igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG, 2017:**

Die Unternehmens- bzw. Nachhaltigkeitsstrategie wird in Form von messbaren Zielen, Maßnahmen und Projekten sowie durch Verhaltensregeln (z.B. igefa-Verhaltenskodex) und Prozessanweisungen konkretisiert. Durch das Integrierte Managementsystem [...] ist sichergestellt, dass Prozesse und Verantwortlichkeiten dokumentiert, nachgehalten und bei Bedarf angepasst werden. Im Sinne der kontinuierlichen Verbesserung wird erkanntes Verbesserungspotenzial beispielsweise aus Kundenrückmeldungen mit entscheidenden Auswirkungen auf die Umwelt, auf die Sicherheit oder auch auf die Zufriedenheit von Mitarbeitern bzw. Kunden in die Nachhaltigkeitsstrategie und das Managementsystem integriert. Im Hinblick auf die jährlich stattfindenden Audits durch unabhängige Dritte unterliegt das System auch einer regelmäßigen externen Überwachung.

### **Commerzbank AG, 2017:**

Im Detail wird die Nachhaltigkeitsstrategie der Commerzbank in verschiedenen zentralen Bereichen wie Compliance, Einkauf, Personal, Umweltmanagement oder Konzernkommunikation sowie in den Kundensegmenten durch konkrete Richt- und Leitlinien übersetzt. Wichtige Grundsätze für verantwortungsvolles Handeln bilden dabei

- » die 2017 aktualisierten fünf ComWerte Kundenorientierung, Leistung, Integrität, Teamgeist und Mut
- » die Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung in den sechs Dimensionen Gesetzestreue und Transparenz, Verankerung im Kerngeschäft, Sensibilisierung der Mitarbeiter, Stakeholder-Dialog, Bekenntnis zum Global Compact der Vereinten Nationen und stetige Verbesserung
- » die Nachhaltigkeitsstrategie mit neun handlungsleitenden Prinzipien
- » das 2017 veröffentlichte Rahmenwerk zum Umgang mit Umwelt- und Sozialrisiken im Kerngeschäft
- » die Umweltleitlinien
- » die Einkaufsrichtlinie, die Ethikrichtlinien sowie den Standard für eine nachhaltige Beschaffung einschließt



A large grey rectangular area containing 20 horizontal white lines for writing. A small pencil icon is located in the top right corner of this area.

05

06

07

08

09

10

# 07 Kontrolle

**Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Damit strategische Unternehmensziele im Nachhaltigkeitsbereich erreicht werden können, muss der Fortschritt regelmäßig erfasst werden, um gegebenenfalls gezielt die Maßnahmen anpassen zu können. Das erfordert nicht nur besonders klar formulierte Ziele (siehe Kriterium 3), sondern auch die Messung anhand von geeigneten Leistungsindikatoren. Besonders das Erreichen von Zwischenzielen kann auch für die interne und externe Kommunikation von Fortschritten im Nachhaltigkeitsbereich genutzt werden.

### Was bedeuten die Begriffe?

Der Begriff Leistungsindikatoren bezieht sich hier auf Messgrößen, die die Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens in qualitativer oder quantitativer Form messen. Die Indikatoren können sowohl im internen Controlling und Management als auch bei der externen Kommunikation verwendet werden. Beispiele für Leistungsindikatoren sind: Energieverbrauch je Tonne produziertes Produkt oder Papierverbrauch je Mitarbeiter/-in oder der Anteil von Frauen im oberen Management. Zuverlässigkeit bedeutet, dass bei einer Wiederholung der Messung unter

gleichen Rahmenbedingungen das gleiche Messergebnis erzielt werden würde und das Ergebnis somit kein Zufallsprodukt war. Das beinhaltet in der Umsetzung z.B., dass die Daten an allen Unternehmensstandorten mit derselben Methodik erhoben werden, damit sie konsistent sind und zusammengefasst werden können.

Intern genutzte Indikatoren sollten über die Zeit möglichst vergleichbar sein, damit Veränderungen sichtbar werden. Das heißt z.B. für die Erfassung der Anzahl der Mitarbeitenden, dass nicht in einem Jahr die befristet Angestellten eingerechnet werden und im nächsten Jahr nicht.

Extern kommunizierte Indikatoren sollten, wenn möglich, anerkannten Standards entsprechen, damit Sie Ihr Unternehmen mit anderen vergleichen können.

Mit Konsistenz ist in diesem Zusammenhang gemeint, dass die von Ihnen gewählten Messgrößen auch tatsächlich geeignet sind, um festzustellen, ob Sie Ihr Ziel erreicht haben. Wenn Sie zum Beispiel ein Reduktionsziel für den gesamten Energieverbrauch des Unternehmens gesetzt haben, aber nur den Stromverbrauch messen können, fehlen Informationen (z.B. zum Verbrauch von Gas für Heizung und Warmwasser) und der In-

dikator ist nicht konsistent. Außerdem muss Ihre Bemessungsgrundlage über den betrachteten Zeitraum hinweg gleich bleiben, damit Ihre Ergebnisse auch aussagekräftig sind.

#### Was ist zu beachten

In diesem Kriterium geht es insbesondere um die Verwendung regelmäßig erhobener Daten für die interne und externe Darstellung Ihrer Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit. Es soll berichtet werden, wie Sie die Qualität solcher qualitativen und quantitativen Daten sicherstellen. Zusätzlich sollte insbesondere der Zusammenhang zwischen den Zielen in der Nachhaltigkeitsstra-

tegie und den erfassten Informationen deutlich werden. Als Leistungsindikatoren können z.B. Indikatoren aus GRI und EFFAS genutzt werden. Je nach Ebene im Unternehmen werden diese aber vielleicht unterschiedlich zusammengefasst oder mit anderen Kennzahlen kombiniert.

Selbstverständlich gibt es über die im DNK genutzten Leistungsindikatoren hinaus die Möglichkeit, relevante Kennzahlen zur Kontrolle Ihres Fortschritts im Nachhaltigkeitsbereich freiwillig zu ergänzen. Berichten Sie daher die wesentlichen Leistungsindikatoren, die Sie nutzen, um den Erfolg Ihrer Strategie sichtbar zu machen.

### CHECKLISTE



#### ASPEKT 1

Berichten Sie, welche Leistungsindikatoren zur Steuerung und Kontrolle von Nachhaltigkeitszielen erhoben werden.

#### ASPEKT 2

Berichten Sie, wie Sie die Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten gewährleisten.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### memo AG, 2017:

Wir haben das Thema Nachhaltigkeit zu unserem Kerngeschäft gemacht und setzen es ganzheitlich im Unternehmen um. Für alle wesentlichen Unternehmensaktivitäten wurden wichtige Leitindikatoren zur Nachhaltigkeit als Steuerungsgrößen definiert:

#### Produktsortiment

- » Anteil Produkte mit Umweltzeichen/Labels im Sortiment.

Ziel: > 45 %, Ist: 55 % [...] Herstellung und Versand der Produktkataloge [...]

- » Treibhausgasemissionen durch die Herstellung der Werbemedien.

Ziel: < 120 t, Ist: 84 t [...]

#### Personalmanagement [...]

- » Angebot freiwilliger, betrieblicher Sozialleistungen.

Ziel > 80 %, Ist: 85,9 % [...]

### Sparkasse Heidelberg, 2017:

Relevante Leistungskennzahlen ergeben sich aus den wesentlichen Handlungsfeldern der Sparkasse Heidelberg.

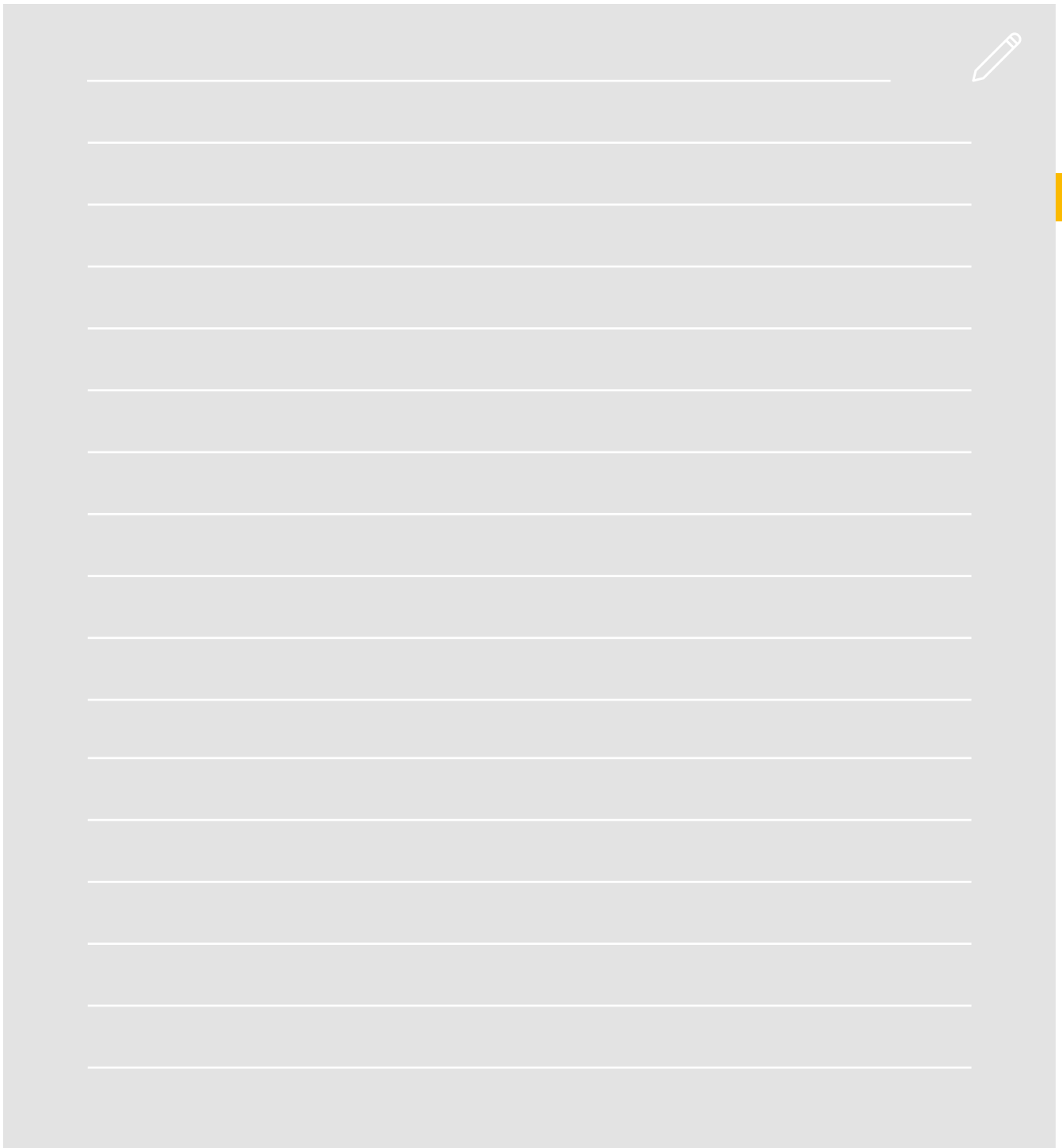
Für das Handlungsfeld Mitarbeiter:

- » verletzungs-/krankheitsbedingte Ausfalltage und Abwesenheiten
- » Krankheitsquote
- » durchschnittliche jährliche Stundenanzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter

Für alle Mitarbeiter werden die Ergebnisse der regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen herangezogen, um aus der Mitarbeiterzufriedenheit und der Güte der Zusammenarbeit im Gesamthaus Rückschlüsse auf interne Prozesse und die interne Information und Kommunikation zu ziehen [...].

### Leicher Engineering GmbH, 2017:

Die Definition quantitativer und somit qualifizierbarer Kennzahlen befindet sich derzeit noch in der Ausarbeitung. Es besteht das Ziel, den durch den Warenverkehr ausgestoßenen CO<sub>2</sub>-Emissionswert zu ermitteln und auf Produktebene bestimmen zu können. Nach dem Managementansatz Plan – Do – Check – Act erfolgt eine quantitative Soll-Ist-Analyse. Die Kontrolle der sozialen Verantwortung erfolgt in regelmäßigen Abständen, indem der Erfolg der einzelnen Maßnahmen qualitativ bewertet und dokumentiert wird.



A large grey rectangular area containing 20 horizontal white lines for writing. A small pencil icon is located in the top right corner of this area.

05

06

07

08

09

10

## 08 Anreizsysteme

**Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.**

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Die Einbettung von Nachhaltigkeitsaspekten in Anreizsysteme kann dazu beitragen, die Motivation von Führungskräften und Mitarbeitenden zum Thema Nachhaltigkeit zu fördern. Insbesondere können Anreize genutzt werden, um Nachhaltigkeitsziele konsequent zu verfolgen und nicht aus dem Blick zu verlieren.

So ist bspw. seit 2009 das Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) in Kraft getreten, welches eine „Orientierung am nachhaltigen und langfristigen Unternehmenserfolg“ vorsieht. Manche Unternehmen haben die Umsetzung dieser Regel zum Anlass genommen, unter der Definition des „nachhaltigen und langfristigen Erfolgs“ auch qualitative Kriterien zu verankern, wie zum Beispiel die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber. Auch quantitative Ziele finden zunehmend Eingang in die Anreizstruktur, wenn es etwa um die Steigerung der Ressourcenproduktivität oder die Senkung negativer Umweltwirkungen um den Faktor x bis zum Zeitpunkt y geht. Das ist ein vielversprechender Weg, um Nachhaltigkeit zum gelebten Teil der Strategie zu machen.

#### Was bedeuten die Begriffe?

Anreize können finanzieller Natur sein, wie etwa Boni für Führungskräfte und Prämien für Mitarbeitende, die an das Erreichen bestimmter Ziele geknüpft sind. Aber auch die Einbindung von Nachhaltigkeitsaspekten in die Gestaltung bestehender nichtmonetärer Anreize (z.B. interne Auszeichnungen) sowie das Schaffen neuer Anreize wie Freistellungen für ehrenamtliche Arbeit, Ideenmanagement, Weiterbildungsmaßnahmen usw. können den Umgang mit Nachhaltigkeit im Unternehmen deutlich verbessern.

#### Was ist zu beachten

Bitte beachten Sie, dass die Anreizsysteme einen direkten Bezug zu den Nachhaltigkeitszielen Ihres Unternehmens haben. Von Interesse sind hierfür besonders solche Zielvereinbarungen, die sich auf ökologische und/oder soziale Nachhaltigkeitsaspekte beziehen, wie bspw. ein gesteigener Anteil vermittelter Finanzanlagen mit Nachhaltigkeitsbezug oder die Teilnahme an Weiterbildungsangeboten zu Diversity. Sie können auch Anreizsysteme darstellen, die sich auf die Beteiligung von Mitarbeitenden am Innovationsmanagement oder am Vorschlagswesen beziehen, sofern diese ausdrücklich mit den Nachhaltigkeitszielen verknüpft sind.



## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie, ob es ein Vergütungssystem oder ein anderes, nichtmonetäres Anreizsystem für Mitarbeitende und Führungskräfte gibt, in dem Nachhaltigkeitsziele integriert sind, und wenn nicht, ob ein solches geplant ist.

### ASPEKT 2

Erläutern Sie, wie und durch welche Gremien die Erreichung der mit den Mitarbeitenden und der Geschäftsleitung vereinbarten Ziele kontrolliert wird.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, ob und wenn ja, welche Nachhaltigkeitsziele bereits Bestandteil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) sind.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **Commerzbank AG, 2017:**

Führungskräfte der ersten und zweiten Führungsebene werden unter anderem danach bewertet, ob sie in ihrem Verantwortungsbereich einen Beitrag zur Zielerreichung für den Anteil von Frauen in Führungspositionen leisten.

### **Weiss Technik, 2017:**

Die Geschäftsleitung vereinbart mit den Führungskräften regelmäßig konkrete Qualitätsziele für die einzelnen Strategic Business Areas. Diese können auch Nachhaltigkeitsziele umfassen. Das Erreichen der Ziele wird durch regelmäßig stattfindende Review- und Planungssitzungen kontrolliert. Operative Ziele vereinbart die Geschäftsleitung jeweils mit der Leitung eines Bereichs für ein Jahr. Sie werden im Rahmen der Managementmeetings regelmäßig verfolgt.

### **Hering GmbH & Co. KG Verwaltungsgesellschaft, 2017:**

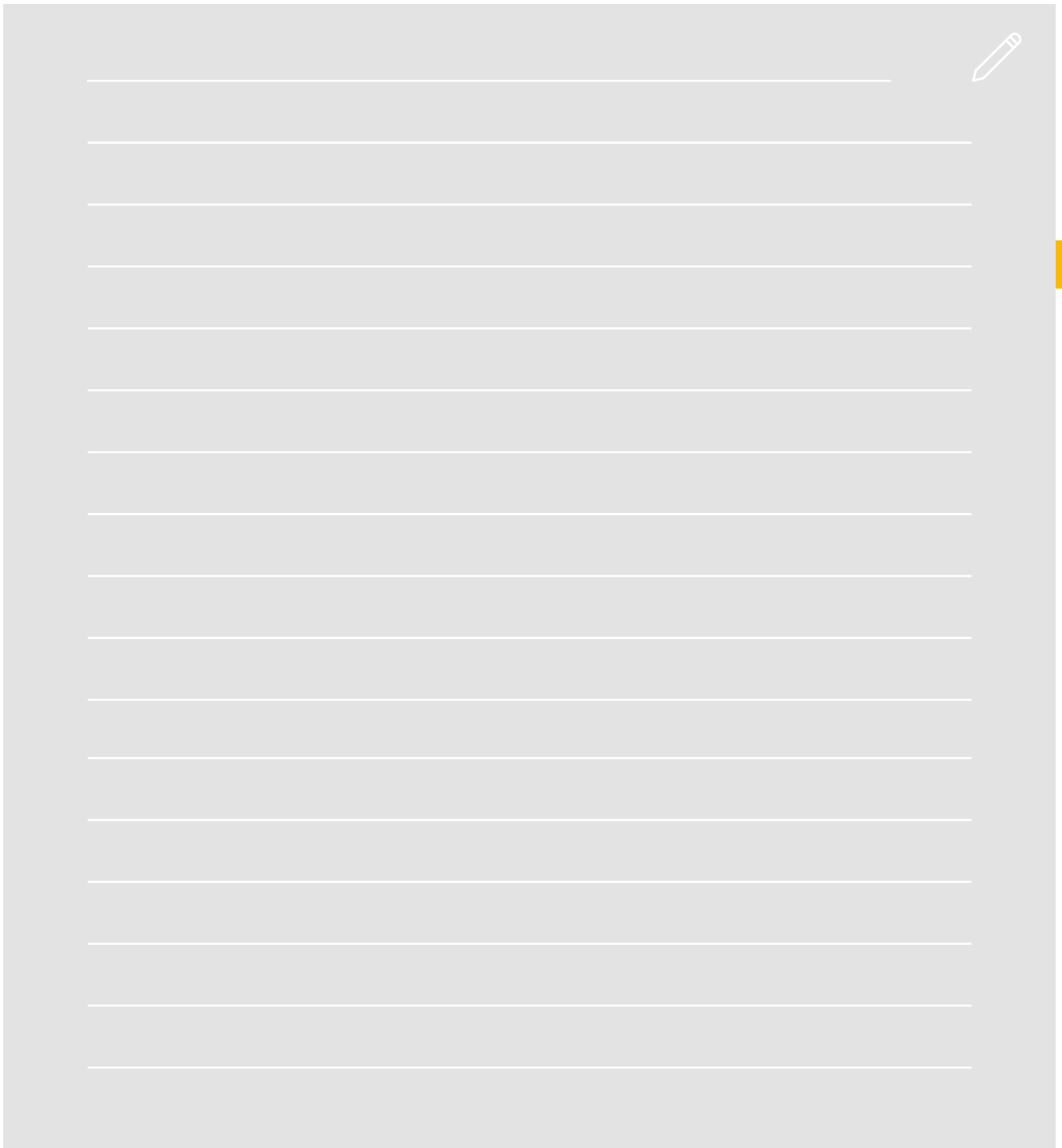
Mit dem Lohn- und Gehaltsprogramm wollen wir eine größere Lohn- und Gehaltszufriedenheit erzielen, weil dieses mit der tariflichen Bezahlung alleine nicht erreicht werden kann. Hier gehen wir von unserem bestehenden Grundsatz aus, dass ein innerbetriebliches Lohn- und Gehaltsprogramm für die Gehaltsgerechtigkeit und die Gleichbehandlung der Mitarbeiter wichtig ist. Alle übertariflichen Gehaltsbestandteile sind definiert und somit nachvollziehbar.

### **Robert Bosch GmbH, 2017:**

Um die langfristigen Geschäftsziele im Unternehmen zu kommunizieren und Anreize zu schaffen, diese zu erreichen, hat Bosch verschiedene Zielwerte definiert, deren Erreichen zwar an persönliche Ziele, aber seit 2016 nicht mehr an einen finanziellen Bonus gekoppelt ist. Dazu gehörten beispielsweise das Klimaschutz-Ziel mit der Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 35% bis 2020. Dieser spezielle Teil des Anreizsystems lief 2016 aus, da es nicht zu der gewünschten stärkeren Identifikation mit den Unternehmenszielen geführt hat. Deshalb ist nur noch die Entwicklung des jeweiligen Geschäftsbereichs beziehungsweise des Gesamtunternehmens bonus-relevant.

### **Bank für Kirche und Diakonie eG – KD Bank, 2017:**

Die Bank für Kirche und Diakonie setzt bewusst keine Anreizsysteme ein, die einen Zusammenhang zwischen der Erreichung von (Vertriebs-) Zielen auf der einen und der Vergütung der Mitarbeitenden auf der anderen Seite herstellen. Aus diesem Grunde hat die Bank auch keine monetären Anreize für die Erreichung der Ziele aus Nachhaltigkeits- und Umweltmanagement formuliert.



A large grey rectangular area containing 20 horizontal white lines for writing. A small pencil icon is located in the top right corner of this area.

05

06

07

08

09

10

# 09 Beteiligung von Anspruchsgruppen

**Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Wie Ihr Unternehmen von Anspruchsgruppen gesehen und eingeschätzt wird, kann einen großen Einfluss auf den Geschäftserfolg Ihres Unternehmens haben. Stakeholder können mit ihrer jeweiligen Expertise Ihrem Unternehmen dabei helfen, Ziele und Problemlösungen zu Nachhaltigkeitsthemen zu entwickeln. Zum Beispiel können Zuliefernde Betriebe die Entwicklung von nachhaltigeren Produkten unterstützen (siehe Kriterium 10). Zudem helfen Ihnen die Stakeholder, Ihre Außenwirkung zu verstehen und rechtzeitig auf Markt- und Gesellschaftsentwicklungen zu reagieren. Damit einher geht aber auch ein entsprechend wertschätzender Umgang mit diesen Gruppen, um solche lösungsorientierten Beziehungen zu pflegen. Wird dem Stakeholder-Management hingegen wenig Aufmerksamkeit geschenkt, können Stakeholder das Unternehmen auch in seiner Tätigkeit und Weiterentwicklung behindern, z.B. indem Mitarbeitende nur Dienst nach Vorschrift leisten, indem in verschiedenen Anspruchsgruppen schlecht über Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen geredet wird oder indem statt eines lösungsorientierten Dialogs direkt der Rechtsweg genutzt wird.

### Was bedeuten die Begriffe?

Anspruchsgruppen oder Stakeholder sind Einzelpersonen oder Gruppen aus dem Umfeld des Unternehmens, die entweder einen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit haben oder aber von der Geschäftstätigkeit beeinflusst werden, z.B. Geschäftspartner/-innen, Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden, Zuliefernde Betriebe, aber auch Kommunen, Parteien, Verbände, staatliche Organe, Nichtregierungsorganisationen (siehe Kriterium 2). Dabei unterscheidet man zwischen internen, also im inneren des Unternehmens agierenden Personengruppen (bspw. Mitarbeitende, Führungskräfte, Gewerkschaftsvertreter/-innen), und externen, also außerhalb des Unternehmens agierenden Interessengruppen (z.B. Anrainer, Verbände, Medien, Wettbewerber). Der Nachhaltigkeitsprozess ist die Entwicklung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Unternehmens.

### Was ist zu beachten?

Der Fokus liegt hier auf dem Dialog und der Zusammenarbeit. Natürlich ist es wichtig, dass Sie den Stakeholdern Ihres Unternehmens Informationen über Ihren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zur Verfügung stellen. Darüber hinaus

erfragt dieses Kriterium aber auch, wie Sie regelmäßige Dialoge gestalten und nutzen, um die Sichtweisen und konstruktive Kritik Ihrer Anspruchsgruppen in Ihre Unternehmensprozesse einfließen zu lassen. Beispiele für die Beteiligung von Anspruchsgruppen sind interne Newsletter, Gesprächsrunden mit Mitarbeitenden (siehe

Kriterium 14), Kundenstammtische, regelmäßige Zusammenarbeit mit Medienvertretern oder auch jährliche Stakeholder-Tage. Berichten Sie auch, wer intern an Dialogformaten teilnimmt und wie Sie die Erkenntnisse in das Nachhaltigkeitsmanagement einfließen lassen.

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie, ob und wenn ja mit welcher Methode die für das Unternehmen wichtigsten Anspruchsgruppen identifiziert wurden.

### ASPEKT 2

Beschreiben Sie, wer diese Anspruchsgruppen sind.

### ASPEKT 3

Beschreiben Sie, wie Sie den Dialog mit Stakeholdern gestalten und wie die Ergebnisse daraus in die Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements einfließen.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **REWE Group (Zentral-AG und Zentralfinanz eG), 2017:**

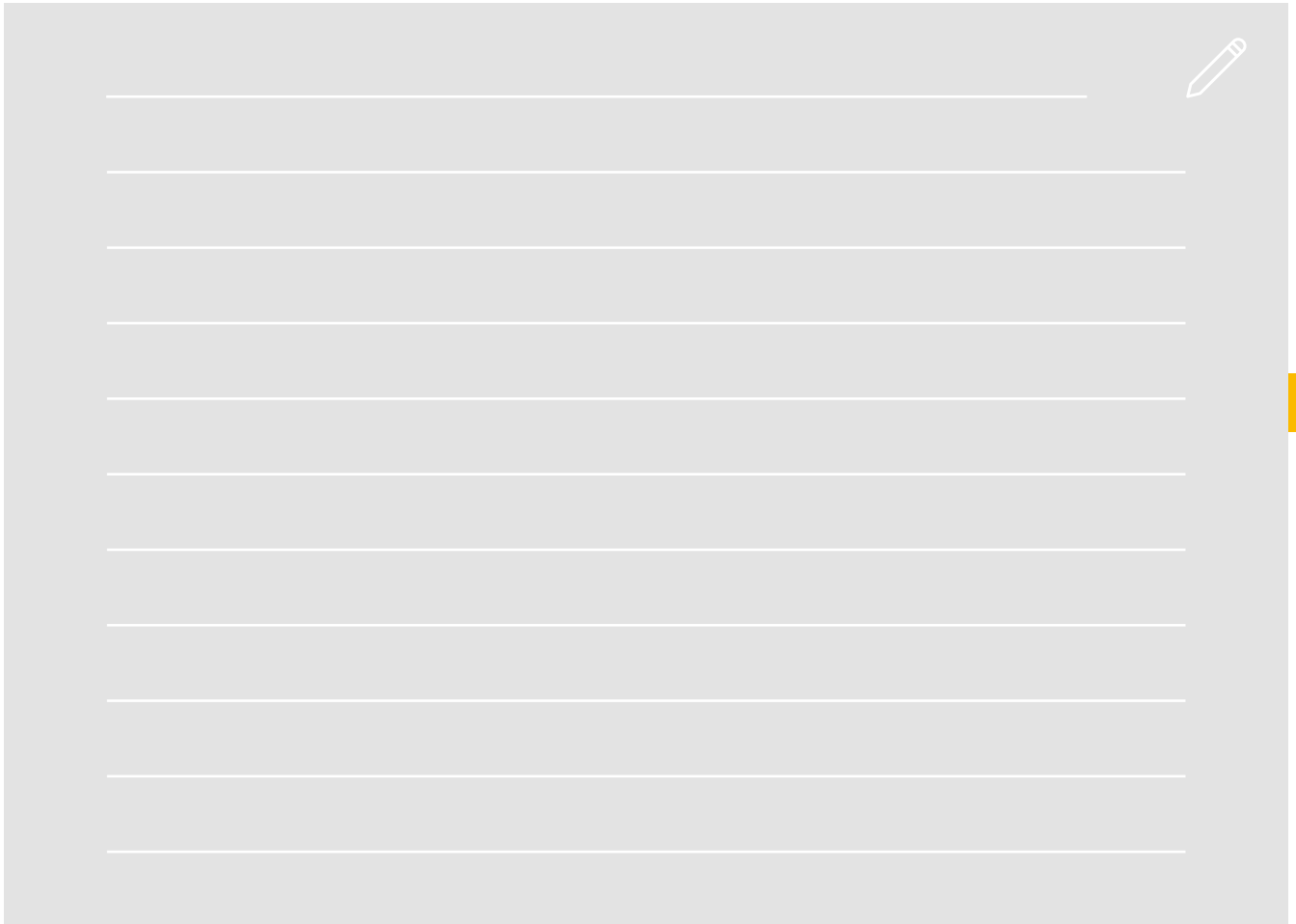
Die für die REWE Group relevanten Stakeholder-Gruppen wurden im Rahmen der 2008 erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie festgelegt. Durch den intensiven Austausch, beispielsweise bei den REWE-Group-Dialogforen, den Nachhaltigkeitswochen, im PRO-PLANET-Beirat oder durch Stakeholder-Befragungen, wird die Auswahl immer wieder neu justiert. [...] Im Berichtszeitraum hat die REWE Group ein Stakeholder-Mapping durchgeführt, um das Feld aktuell relevanter NGOs [...] zu erfassen. Die Ergebnisse fließen in die Planung der Stakeholder-Kommunikation ein.

### **Haas & Co. Magnettechnik GmbH, 2017:**

Im Zuge der Beteiligung von Anspruchsgruppen wurden von uns die Gruppen mit relevanten Interessen und deren Integration in den Nachhaltigkeitsprozess mithilfe einer Risikomatrix im Mai 2017 ermittelt: Lieferanten, Kunden, Mitarbeiter, Umwelt, Behörden, Gesetzgeber, [...].

### **LBS Landesbausparkasse Südwest, 2017:**

Einen gezielten Austausch mit Fokus auf Nachhaltigkeit haben wir bisher mit unseren Anspruchsgruppen nicht durchgeführt. Dies möchten wir ab 2018 vorbereiten und ab 2019 als festes Element in unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen integrieren. Entsprechende Dialogformate werden wir mit der bei Kriterium 3 beschriebenen Wesentlichkeitsanalyse verzahnen.



05

06

07

08

09

10



# 10 Innovations- und Produktmanagement

**Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Unternehmen müssen innovativ sein und bleiben, um sich am Markt zu behaupten. Das gilt umso mehr, wenn sie im starken Wettbewerb stehen. Nachhaltigkeitsaspekte können da zunehmend wichtige Impulse setzen. Insbesondere der Klimawandel, knapper werdende und damit teurere natürliche Ressourcen, eine älter werdende Gesellschaft sowie die wachsende Bevölkerung weltweit erfordern neue ökologische und soziale Lösungen sowie langfristig tragfähige wirtschaftliche Konzepte. Das kann ein neuartiges Produkt (z. B. emissionsarmes Auto) sein, aber auch eine neue Kombination von Produkten und Dienstleistungen (z. B. Car-Sharing-Modelle).

### Was bedeuten die Begriffe?

Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen können darauf abzielen, einerseits die negativen Auswirkungen Ihres Unternehmens zu verringern, z. B. durch die Verwendung eines umweltfreundlicheren Materials in der Herstellung, und andererseits den Nutzern helfen, deren eigene negative Auswirkungen zu verringern, z. B. durch einen geringeren Strom- oder Wasserverbrauch eines Produkts im Gebrauch. Beides

gilt auch für Dienstleistungen: Einerseits kann die Dienstleistung auf eine Art und Weise erstellt werden, die im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung steht. Beispielsweise könnte eine Umstellung der internen Arbeitsorganisation mehr Flexibilität für Mitarbeitende schaffen und so die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern. Zusätzlich kann eine Dienstleistung die Kundinnen und Kunden auf ihrem eigenen Weg zu mehr Nachhaltigkeit unterstützen, z. B. durch eine nachhaltigkeitsorientierte Beratungsleistung (wie etwa ein Angebot nachhaltiger Finanzdienstleistungen).

Die Wertschöpfungskette beinhaltet sowohl z liefernde Betriebe und andere Geschäftspartner/-innen mit deren Vertragspartnern als auch die Nutzer/-innen Ihrer Produkte und Dienstleistungen sowie eventuelles Recycling (siehe Kriterium 4).

Der Begriff Produktlebenszyklus bezieht sich auf den gesamten Prozess des Produkts vor Markteintritt, auf dem Markt und bis zur Herausnahme aus dem Markt. Es sind daher Wirkungen der Bereiche Design, Rohstoffe, Herstellung, Transport, Nutzung und Verwertung mit eingeschlossen. Im Sinne der Nachhaltigkeit wäre hier am Ende



statt der Entsorgung die Wiederverwertung erstrebenswert. Auf allen Stufen können Unternehmen durch innovative Prozesse einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten.

#### Was ist zu beachten

In diesem Kriterium werden insbesondere diejenigen Prozesse und Maßnahmen behandelt, die die Innovationskraft in Ihrem Unternehmen stärken. Diese reichen von einfachen Verfahren des betrieblichen Vorschlagswesens bis hin zur Beteiligung an Forschungsvorhaben. Zusätzlich

unterstützend wirkt eine geeignete Atmosphäre für Innovationen, in der Risiken eingegangen werden dürfen und eine konstruktive Fehlerkultur im Unternehmen herrscht. Berichten Sie weiterhin über die Einbettung von Nachhaltigkeitsthemen in bestehende Innovationsprozesse, z. B. klare Nachhaltigkeitskriterien für die Projekte der Abteilung Forschung und Entwicklung. Erläutern Sie, wie in Ihrem Unternehmen die Nachhaltigkeitsleistung durch Innovationsprozesse gefördert wird.

#### Produkt-Ökobilanz

Bei der Produkt-Ökobilanz, auch Lebenszyklusanalyse genannt, werden die Umweltwirkungen von Produkten während des gesamten Lebensweges („von der Wiege bis zur Bahre“, also vom Rohstoff über die Verarbeitung und Nutzungsphase bis zur Entsorgung) oder bis zu einem bestimmten Zeitpunkt der Verarbeitung („von der Wiege bis zum Fabrikator“ bzw. „von der Wiege bis zur Wiege“) analysiert. Zu den Umweltwirkungen zählen alle umweltrelevanten Entnahmen aus der Umwelt (Erze, Rohöl etc.) sowie alle Emissionen in die Umwelt (Abfälle, CO<sub>2</sub> etc.).

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie, welche Auswirkungen die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen sowohl in der Erstellung als auch in der Nutzung und Verwertung auf soziale und ökologische Aspekte der Nachhaltigkeit haben. Erläutern Sie auch, wie diese Auswirkungen ermittelt werden.

### ASPEKT 2

Beschreiben Sie, wie in Ihrem Unternehmen die Nachhaltigkeitsleistung durch Innovationsprozesse gefördert wird.

### ASPEKT 3

Beschreiben Sie die Wirkung, die Innovationsprozesse entlang der Wertschöpfungskette und innerhalb des Produktlebenszyklus im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung haben können, und zeigen Sie auf, wie Sie Geschäftspartner/-innen und andere Akteure entlang der Wertschöpfungskette in Innovationsprozesse einbinden.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Taifun-Tofu GmbH, 2017:

Zusammen mit der Universität Hohenheim wurde 2016 das innovative Forschungsprojekt „1.000 Gärten – das Soja-Experiment“ ins Leben gerufen, das 2018 wiederholt wird. Ziel ist es, mithilfe von Hobbygärtnerinnen und -gärtnern Sojasorten zu finden, die auch in kälteren Regionen gut gedeihen. Als aktives Mitglied im Deutschen Sojaförderring und im Sojanetzwerk macht die Taifun-Tofu GmbH seine jahrzehntelangen Erfahrungen im Anbau von Soja öffentlich zugänglich. 2017 haben wir mit der Integration eines Wildbienenprojekts in den heimischen Soja-Anbau gestartet.

### Commerzbank AG, 2017:

Im Sustainable Finance Committee vernetzt die Commerzbank interne Aktivitäten und Segmente mit Bezug zu nachhaltigem Finanzwesen. Die interdisziplinäre Zusammenarbeit erleichtert die Entwicklung und Verbesserung nachhaltiger Produkte. Damit möchte die Bank zum Erreichen der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) und des Klimaschutzabkommens von Paris beitragen.

### Markus Glöckner Natursteine, 2017:

Angesichts der Problematik, dass begehrte indische Materialien nicht nur eine negative Ökobilanz aufweisen, sondern dass auch die Einhaltung von Arbeitsschutzbestimmungen bei der Produktion nicht nachweislich garantiert werden kann, stellt sich die Frage, ob mit dem vorhandenen Material nicht achtsamer umgegangen werden muss. Viele Grabsteine von Grabstätten, deren Ruhefrist abgelaufen ist, könnten umgearbeitet und wiederverwendet werden. Bisher scheitert das kostendeckende und effiziente Recycling von Grabsteinen allerdings an einer Vielzahl von z.T. bürokratischen Hürden, z.B. Datenschutzbestimmungen. Ein Konzept zu entwickeln, mit dem die Recyclingquote erhöht werden kann, gehört zu unseren mittelfristigen Zielen.

05

06

07

08

09

10

---

# U M W E L T





Die Fragen in diesem Abschnitt konzentrieren sich auf die ökologischen Aspekte der Nachhaltigkeit: Haben Sie im Unternehmen einen guten Überblick darüber, welche natürlichen Ressourcen Sie in welchem Umfang beanspruchen? Haben Sie sich Ziele zur Reduzierung dieser Verbräuche gesetzt und wie wollen Sie diese erreichen? Können Sie Ihre Treibhausgase bilanzieren und haben Sie Ziele zu deren Verminderung formuliert? Mit den folgenden drei Kriterien behandeln Sie die wesentlichen Themen im betrieblichen Umweltschutz.

11

12

13

# 11 Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

**Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Jedes Unternehmen – ob es Produkte oder Dienstleistungen erstellt – nimmt natürliche Ressourcen in Anspruch. Welche und in welchem Umfang, ist je nach Branche sehr unterschiedlich. Sich bewusst zu machen, welche Ressourcen das sind, kann eine ganz neue Perspektive auf die eigene Geschäftstätigkeit und auf Chancen für einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung eröffnen. Beispielsweise haben Supermärkte einen nicht unerheblichen Flächenverbrauch, weshalb einige nun ihre Dächer begrünen und so die lokale Artenvielfalt unterstützen.

### Was bedeuten die Begriffe?

Der Begriff Ressourcen umfasst sowohl Materialien, die in Unternehmensprozesse einfließen (z.B. Kraftstoffe) oder für solche genutzt werden (z.B. Boden), als auch sogenannte Ökosystemdienstleistungen. Diese Dienstleistungen werden von natürlichen Systemen erbracht und von Unternehmen genutzt, z. B. Grundwasser als Teil eines Kühlsystems oder Insekten zur Bestäubung auf Obstplantagen.

### Was ist zu beachten?

In diesem Kriterium liegt der Fokus auf der Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen im gesamten Geschäftsbetrieb und darüber hinaus auch im Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen. Wie Sie genau mit diesen Erkenntnissen umgehen, ist dann Teil von Kriterium 12. Bedenken Sie hier Ihre Nutzung von Materialien, Fläche und Energie sowie die Nutzung von Wasser, Boden und Luft und ihre Verschmutzung durch Emissionen oder Abfall. Auch Dienstleister sollten prüfen, welche Elemente ihres Geschäftsbetriebs besonders ressourcenintensiv sind, denn der Energieverbrauch in Büros ist aufgrund umfangreicher Technik und von Klimaanlage keineswegs unerheblich. Das Thema Ressourcen geht aber auch bis hin zur Erhaltung der Artenvielfalt und zum Einfluss, den Unternehmen auf Biodiversität haben. Dies kann zum Beispiel den Ab- oder Anbau der benötigten Rohstoffe betreffen oder aber auch die Inanspruchnahme von Flächen – ein Thema, das beispielsweise die Immobilien- oder die Mineralölbranche besonders betrifft.

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie qualitativ, welche natürlichen Ressourcen wesentlich im Rahmen der Tätigkeit Ihres Unternehmens genutzt werden oder durch Ihre Tätigkeiten beeinflusst werden.


### ASPEKT 2

Geben Sie in den jeweils geeigneten Maßeinheiten an, in welchem Umfang die für die Geschäftstätigkeit wesentlichen natürlichen Ressourcen genutzt werden. Hier können Sie eine Rangliste der wichtigsten Ressourcen angeben.

11

12

13



---

---

---

---

---

---

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **WASGAU, 2017:**

Als Handelsunternehmen und Lebensmittelproduzent verzeichnet die WASGAU vor allem bei den Wertschöpfungsprozessen Verarbeitung, Lagerung, Transport, Zubereitung und Verkauf wesentliche Ressourcenverbräuche. In den Produktionsbetrieben nutzen wir Transportverpackungen, z.B. Holz, Kunststoffe wie PVC sowie Papier, Pappe und Karton. Zur Produktwerbung, wie beispielsweise bei unseren Broschüren und Handzetteln, nutzen wir Papier, welches mit dem Blauen Engel gekennzeichnet ist. Für Produktions- und Vertriebsprozesse nehmen wir Ressourcen wie Energie und Wasser in Anspruch.

### **Stadtsparkasse Düsseldorf, 2017:**

Wir wollen in den nächsten Jahren weiterhin verstärkt Energie aus nachhaltiger Erzeugung beziehen. Ziel der Stadtsparkasse Düsseldorf ist es, ihren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Als ersten Schritt dazu veröffentlichen wir im Rahmen der VfU-Kennzahlen (VfU = Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten) zur betrieblichen Umweltleistung für Finanzdienstleister unsere Verbräuche von Energie und Wasser, Verkehr, Papier und Abfall und die damit verbundenen CO<sub>2</sub>-Emissionen.

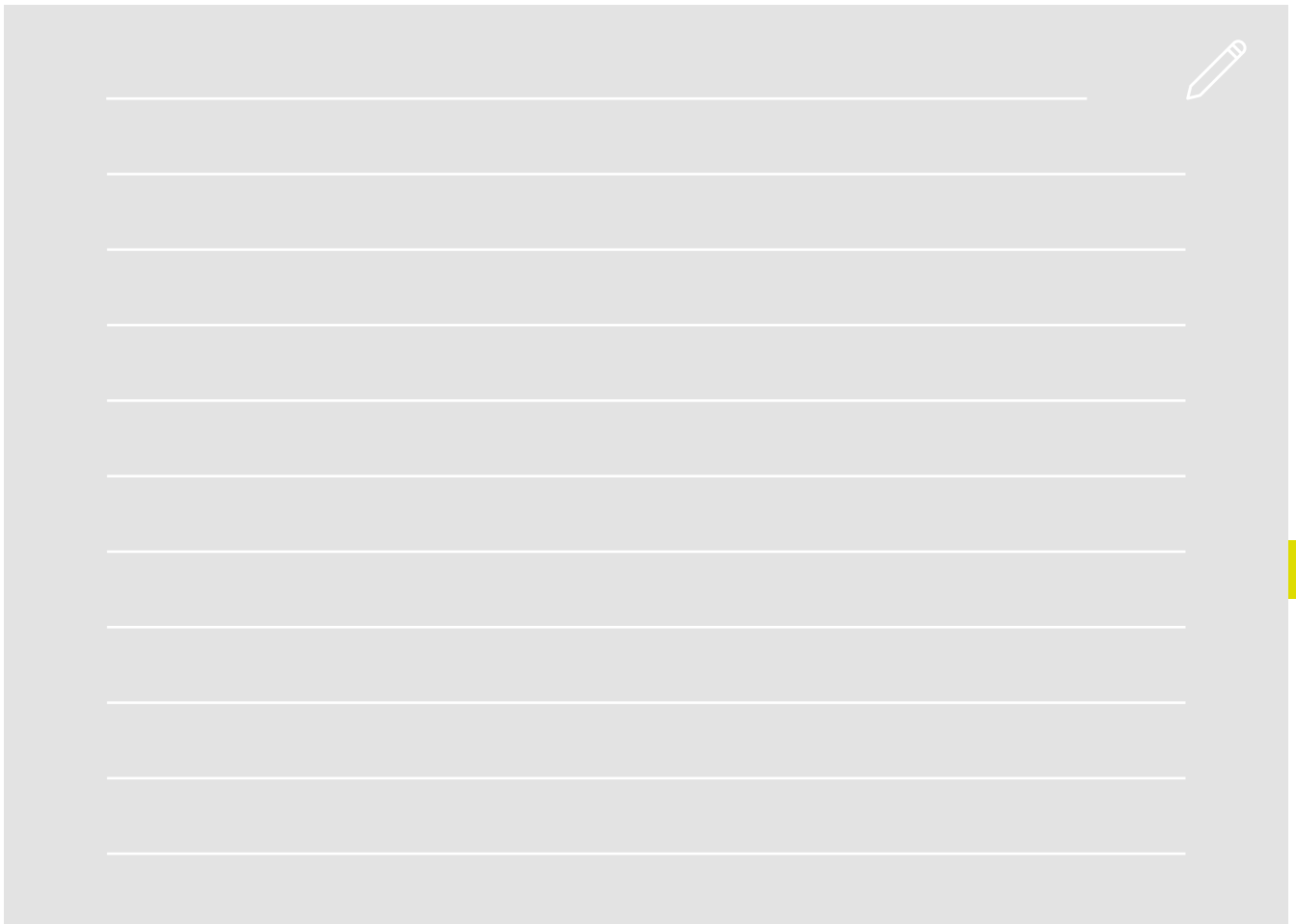
### **Debeka-Gruppe, 2017:**

Die Ermittlung der Energieverbräuche für alle Debeka-Standorte stellt sich aufgrund der Vielzahl von bundesweit angemieteten Geschäftsstellen als äußerst schwierig heraus. Daher fokussiert sich die Erhebung der Energieverbräuche vorerst auf die Standorte der Hauptverwaltung in Koblenz.

### **E.ON SE, 2017:**

Unsere Tochtergesellschaft PreussenElektra ist für den Betrieb der drei im Betrieb befindlichen deutschen Kernkraftwerke und den Rückbau unserer Kernkraftwerke in Deutschland verantwortlich. Die Kernenergie ist für uns allerdings kein strategisches Geschäftsfeld mehr. Beim Betrieb und Rückbau der Kernkraftwerke fallen radioaktive Abfälle an. Grundsätzlich unterscheiden wir zwischen radioaktiven Abfällen mit vernachlässigbarer Wärmeentwicklung (schwach- und mittelradioaktive Abfälle) und wärmeentwickelnden hochradioaktiven Abfällen. Im Jahr 2017 fielen insgesamt 180,2 t hochradioaktive und 402,1 t schwach- und mittelradioaktive Abfälle an.

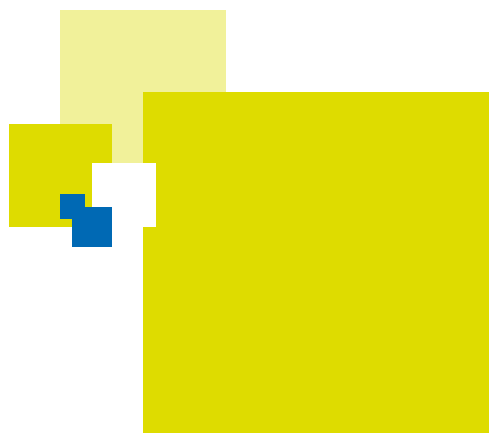




11

12

13



# 12 Ressourcenmanagement

**Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Der sparsame Umgang mit Ressourcen ist ein zentrales Thema, bei dem sich die betrieblichen Interessen oft deutlich mit Umweltschutzinteressen überschneiden. Aus Sicht des Umweltschutzes ist es essenziell, dass insbesondere die Nutzung nichterneuerbarer Ressourcen (wie fossile Brennstoffe) auf ein Minimum reduziert wird und der Umgang mit Naturgütern (wie Boden und Wasser) besonders verantwortungsvoll geschieht. Gleichzeitig können durch eine geringere Ressourcennutzung häufig Kosteneinsparungen im Unternehmen erzielt werden. Diese Ersparnisse können dann z.B. für weitere Maßnahmen im Nachhaltigkeitsbereich eingesetzt werden. Für eine ganzheitliche, proaktive Herangehensweise können klare Zielsetzungen und ein durchgängiger Managementansatz helfen, um Trends frühzeitig zu identifizieren, Veränderungsprozesse innerhalb des Unternehmens zu kommunizieren und Kooperationen zwischen verschiedenen Geschäftsbereichen zu erleichtern.

### Was bedeuten die Begriffe?

Der Begriff Ressourcen umfasst sowohl Materialien, die in Unternehmensprozesse einfließen (z.B. Kraftstoffe) oder für solche genutzt werden (z.B. Boden), als auch sogenannte Ökosystemdienstleistungen. Diese Dienstleistungen werden von natürlichen Systemen erbracht und von Unternehmen genutzt, z.B. Grundwasser als Teil eines Kühlsystems oder Insekten zur Bestäubung auf Obstplantagen. Damit die Nutzung langfristig möglich bleibt, muss sie im Einklang mit dem jeweiligen natürlichen System stattfinden.

Ressourceneffizienz im engeren Sinne bedeutet, die Rohstoffproduktivität zu erhöhen, also das Verhältnis von Ressourceneinsatz und Output des Unternehmens zu verbessern. Das Kriterium umfasst aber auch im weiteren Sinne die Möglichkeit, kritische Ressourcen durch z.B. recycelte, erneuerbare oder nichttoxische Alternativen zu ersetzen.

### Was ist zu beachten?

Während in den Leistungsindikatoren dieses Kriteriums die jeweiligen Mengen der eingesetzten Ressourcen abgefragt werden, soll in den Aspekten Ihr Konzept für das Management dargestellt werden.

### Rohstoffproduktivität und Ressourceneffizienz

Die Rohstoff- oder Ressourcenproduktivität beschreibt das Verhältnis von eingesetzten natürlichen Ressourcen (Input) zur Menge der damit hergestellten Produkte. Je weniger Ressourcen pro Produkteinheit benötigt werden, desto größer ist die Ressourcenproduktivität. Ressourceneffizienz ist definiert als das Verhältnis eines bestimmten Nutzens zu dem dafür erforderlichen Einsatz an natürlichen Ressourcen. Dabei kann der Nutzen in Form eines Produkts oder einer Dienstleistung erbracht werden. Je geringer der dafür nötige Input an natürlichen Ressourcen oder je höher der Nutzen des Produkts bzw. der Dienstleistung, desto höher ist die Ressourceneffizienz. Diese kann zum Beispiel durch leichtere Materialien, Einsparungen in der Produktion, durch verändertes Design (Miniaturisierung), Recycling oder aber durch neue Geschäftsmodelle (Auto teilen statt kaufen: Car-Sharing) erreicht werden.

11

12

13

### CHECKLISTE



#### ASPEKT 1

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für die Ressourceneffizienz und die ökologischen Aspekte Ihrer Unternehmenstätigkeit.

#### ASPEKT 2

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen, um diese Ziele zu erreichen.

#### ASPEKT 3

Berichten Sie, ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden, bzw. legen Sie offen, wenn Sie Ziele nicht erreichen konnten und warum.

#### ASPEKT 4

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für die Ressourceneffizienz und die ökologischen Aspekte Ihrer Unternehmenstätigkeit.

---

## BERICHTERSTATTUNG ZUM CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ

### Umweltbelange

Falls Sie Ihre DNK-Erklärung auch zur Erfüllung der Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) nutzen wollen, dient Ihnen die folgende Checkliste zur Orientierung, wie das DNK-Büro auf formale Vollständigkeit prüft. Entsprechende Informationen zum gesetzlichen Belang „Umwelt“ können Sie in den **Kriterien 11 bis 13** an geeigneter Stelle berichten. Grau hinterlegte Fragen werden bereits durch die Beantwortung der jeweiligen DNK-Aspekte abgedeckt.

#### 1. Berichten Sie über das verfolgte Managementkonzept:

- a. Zielsetzungen und geplanter Zeitpunkt der Zielerreichung (Kriterium 12, Aspekt 1 sowie Kriterium 13, Aspekt 1)
- b. wie die Unternehmensführung in das Konzept eingebunden ist
- c. Strategien und konkrete Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele (Kriterium 12, Aspekt 2 sowie Kriterium 13, Aspekt 3)
- d. interne Prozesse, um die Umsetzung der Maßnahmen zu prüfen

#### 2. Berichten Sie über Ergebnisse des Konzepts:

- a. ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden (Kriterium 12, Aspekt 2 sowie Kriterium 13, Aspekt 4)
- b. ob und wie festgestellt wird, wenn das Konzept angepasst werden muss, und welche Schlussfolgerungen daraus gezogen wurden

#### 3. Berichten Sie über Risiken:

- a. wie Risiken identifiziert und die wesentlichen Risiken herausgefiltert wurden (Due-Diligence-Prozesse)
- b. wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Umweltbelange haben (Kriterium 12, Aspekt 4)
- c. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Geschäftsbeziehungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Umweltbelange haben (Kriterium 12, Aspekt 4)
- d. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Umweltbelange haben (Kriterium 12, Aspekt 4)

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Arqum GmbH, 2017:

Die Bewertung unserer Umweltaspekte und unsere erhobenen Daten zeigen, dass die Emissionen unserer Dienstreisen die wesentlichste Umweltwirkung unserer Tätigkeit darstellen. Daher haben wir im Bereich Mobilität bei unseren Zielen und Maßnahmen einen Schwerpunkt gelegt. Hier wollen wir z.B. unsere Emissionen durch PKW-Fahrten um 20% im Vergleich zum Jahr 2016 senken.

### igefa Handelsgesellschaft mbH & Co. KG, 2017:

Hinter unserem Umweltprogramm Umwelt 2020 stehen ganz konkrete Ziele in den Bereichen Mobilität, Energie und Papier. Wir wollen unsere Umwelteinwirkungen bis zum Jahr 2020 weiter reduzieren. Mobilität: Wir wollen unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen pro FTE aus Mobilitätsaktivitäten um 5% senken. Energie: Wir wollen ein flächendeckendes Energiemanagementsystem nach ISO 50001 einführen und Energieeinsparpotenziale an relevanten Standorten realisieren. Papier: Wir wollen unseren Papierverbrauch, gemessen in Blatt je Umsatz, um weitere 10% reduzieren und deutschlandweit unseren Recyclingpapieranteil auf 50% erhöhen.

11

12

13



# 13 Klimarelevante Emissionen

**Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Der Klimawandel ist eine der größten derzeitigen Herausforderungen für unsere Gesellschaft. Es gibt ambitionierte internationale und nationale Ziele für die Reduktion der Treibhausgasemissionen. Das vom Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) empfohlene Ziel, die Erderwärmung auf zwei Grad im Vergleich zur vorindustriellen Revolution zu begrenzen, wurde jüngst auf die 1,5-Grad-Marke korrigiert. Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, die Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2020 um mindestens 40 % gegenüber 1990 zu senken, und strebt an, bis zur Mitte des Jahrhunderts weitgehend treibhausgasneutral zu werden. Diese Ziele sind nur dann erreichbar, wenn Unternehmen Verantwortung für ihre eigenen Emissionen übernehmen und diese drastisch reduzieren. Die Ziele zur Begrenzung der Erderwärmung und die damit verbundenen Emissionsreduktionen dienen unserem Schutz, denn die Auswirkungen des Klimawandels führen auch in Deutschland zu höheren Risiken (z.B. durch Dürreperioden oder Überschwemmungen).

### Was bedeuten die Begriffe?

Das Greenhouse Gas Protocol wurde vom World Resources Institute (WRI) und von der Unternehmensinitiative World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) ausgearbeitet. Viele Unternehmen richten sich bereits danach und auch fast alle branchenspezifischen Standards werden davon abgeleitet. Im Sinne des Greenhouse Gas Protocol sollen neben direkten Emissionen, die etwa im Produktionsprozess durch Maschinen oder aufgrund von Dienstreisen entstehen (Scope 1), möglichst auch solche aufgezeigt werden, die etwa als Folge der Stromnutzung oder bei Zulieferern anfallen (Scope 2 und 3).

### Was ist zu beachten

Treibhausgasemissionen (insbesondere CO<sub>2</sub>) können reduziert werden, indem weniger Energie verbraucht wird. Es ist aber auch möglich, die Emissionen zu reduzieren, indem erneuerbare Energiequellen genutzt werden (siehe Kriterium 12). Berichten Sie also Ziele und Ergebnisse Ihres Unternehmens sowohl zur Verringe-

rung des Energieverbrauchs als auch zur Umstellung auf erneuerbare Energie.

Beachten Sie bitte auch, dass „Bezugsgröße“ darauf abzielt, Ihre Berechnungen in ein nachvollziehbares Verhältnis zu setzen, also das Basisjahr,

den Geltungsbereich (z.B. Ihr Unternehmen inkl. etwaiger Töchter oder nur bestimmte Standorte),

Emissionsfaktoren oder das verwendete Regime (z.B. Carbon Disclosure Project, GHG Protocol, VfU-Umweltkennzahlen für Finanzinstitute).

### Greenhouse Gas Protocol

Die Ermittlung von Treibhausgasemissionen erfolgt mehrstufig. Das Greenhouse Gas (GHG) Protocol definiert drei Anwendungsbereiche (Scopes):

- Scope 1 erfasst die direkten CO<sub>2</sub>-Emissionen der eigenen Produktionsanlagen, Büros etc. des Unternehmens sowie gegebenenfalls der eigenen Anlagen zur Energieerzeugung.
- Scope 2 bezieht sich auf die indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei den Energieerzeugern anfallen, bei denen das Unternehmen Energie für die Produktion oder den Betrieb von Unternehmensgebäuden einkauft.
- Scope 3 umfasst alle anderen CO<sub>2</sub>-Emissionen, die entlang der Wertschöpfungskette verursacht werden – zum Beispiel bei Lieferanten, beim Transport, in der Nutzungsphase der Produkte oder bei der Entsorgung.

Es geht also um die direkten und indirekten CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei den Aktivitäten des Unternehmens und in den Lebensstadien der Produkte entstehen. Exakte Kenntnisse über die CO<sub>2</sub>-Bilanz haben an Bedeutung gewonnen, da sich auf deren Grundlage die Klimawirkungen genauer beschreiben lassen.

Weitere Informationen: [www.ghgprotocol.org](http://www.ghgprotocol.org)

11

12

13

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Identifizieren Sie die wichtigsten Emissionsquellen und erläutern Sie die größten Herausforderungen bezüglich klimarelevanter Emissionen für Ihr Unternehmen.

### ASPEKT 2

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für klimarelevante Emissionen und die Nutzung erneuerbarer Energien.

### ASPEKT 3

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen zur Reduktion klimarelevanter Emissionen und für die Nutzung erneuerbarer Energien.

### ASPEKT 4

Berichten Sie, ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden bzw. legen Sie offen, wenn Sie Ziele nicht erreichen konnten und warum.

### ASPEKT 5

Berichten Sie, welche Bezugsgrößen Sie für die Berechnungen heranziehen, insbesondere das Basisjahr bei Reduktionsberechnungen, für welche Teile des Unternehmens die Berechnungen gelten, Emissionsfaktoren und das verwendete Regime (z. B. Carbon Disclosure Project, GHG Protocol, VfU-Umweltkennzahlen für Finanzinstitute).



## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Stadtsparkasse München, 2017:

Als wichtiges Treibhausgas ist Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) wesentlicher Bestandteil unserer Bilanzierung der klimarelevanten Umweltauswirkungen. Die bestehenden Senkungspotenziale haben wir vor allem durch die seit 2004 ergriffenen umfangreichen Maßnahmen weitgehend ausgeschöpft. In diesem Zeitraum haben wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen an den beiden technikintensiven Standorten um 88,5% gesenkt. Unser qualitatives Ziel ist daher soweit möglich die weitere Verbesserung unserer CO<sub>2</sub>-Bilanz bzw. die Stabilisierung des derzeitigen Niveaus.

### Thomas Atze – K.A.N.T.punkt, 2017:

Die Energieversorgung am Unternehmensstandort erfolgt mittels Ökostrom durch den lokalen städtischen Anbieter. Weitere Emissionen fallen nur im Rahmen der erforderlichen Reisetätigkeit sowie der Beschaffung von Arbeitsmitteln an. Eine spezielle Erfassung diesbezüglicher Daten wird daher als nicht sinnvoll relevant eingestuft.

### REWE GROUP (Zentral-AG und Zentralfinanz eG), 2017:

2017 stammte der Grünstrom zu 82% aus Wasserkraft, zu 15% aus Windkraft und zu 3% aus Photovoltaik. Darüber hinaus setzt die REWE Group Photovoltaik und andere regenerative Erzeugungsarten zur Energieversorgung ein. Photovoltaik-Anlagen kommen bei Verwaltungsstandorten, Lagern und bei geeigneten Standorten auch auf Märkten (insbesondere Green-Building-Märkten) zum Einsatz. Ende 2017 betrieb die REWE Group an insgesamt 46 Standorten Photovoltaik-Anlagen in Deutschland mit einer potenziellen Anlagenleistung von 17.700 kWp.

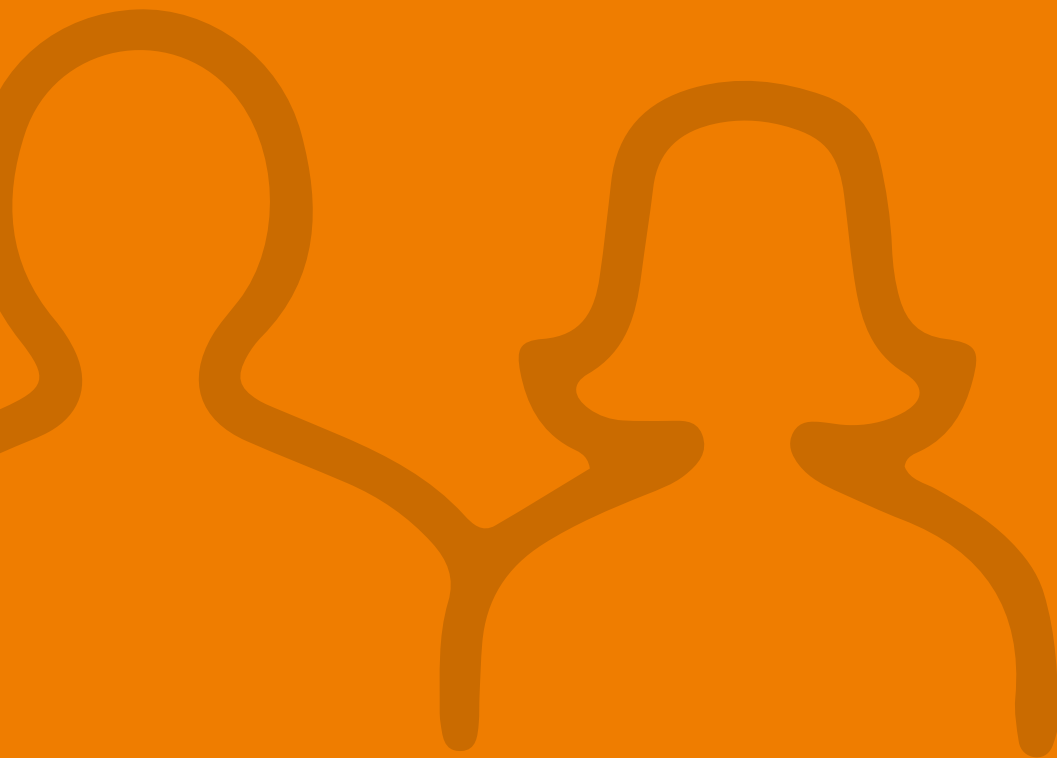
11

12

13

---

# GESELLSCHAFT





Die sieben Kriterien dieses Abschnitts behandeln die sozialen Themen der Nachhaltigkeit, die für Ihr Unternehmen bedeutsam sind: Beginnend mit den Fragen danach, ob es grundlegende Arbeitnehmerrechte achtet, wie es mit den Themen Chancengerechtigkeit, Gesundheit oder Vereinbarkeit von Familie und Beruf umgeht und wie es angesichts demografischer Veränderungen mithilft, dass die Belegschaft beschäftigungsfähig ist und bleibt. Weiterhin sind Menschenrechte in der Lieferkette bedeutsam – genauso wie die Rolle Ihres Unternehmens in der Region sowie ob und wie es versucht, auf politische Entscheidungen Einfluss zu nehmen. Zu guter Letzt sind Sie hier gebeten darzulegen, was Sie gegen Korruption und Bestechung tun.

14

15

16

17

18

19

20

# 14 Arbeitnehmerrechte

**Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Ein respektvoller und wertschätzender Umgang mit Mitarbeitenden ist mehr als nur die Einhaltung von Gesetzen. Er ist auch eine Frage der Unternehmenskultur, die aktiv im Sinne guter Zusammenarbeit gestaltet werden kann. Wenn Mitarbeitende sich eingebunden fühlen, Mitspracherechte haben und ihren Beruf als erfüllend empfinden, steigert das die Motivation, fördert die Mitarbeiterbindung und unterstützt Innovationsprozesse. Eine hohe Zufriedenheit bei Mitarbeitenden drückt sich zudem häufig in einer niedrigeren Fluktuation aus. Insbesondere für intensive Veränderungsprozesse, z. B. im Rahmen einer Ausrichtung auf nachhaltige Entwicklung, ist eine interne Kultur der Zusammenarbeit und der gemeinsamen Entwicklung essenziell.

### Was bedeuten die Begriffe?

In Deutschland haben die Rechte von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern einen hohen Stellenwert; viele davon sind gesetzlich und über Tarifverträge festgelegt. Die wichtigsten diesbezüglichen Rahmenwerke sind das Grundgesetz und das Arbeitsrecht. Wesentliche Themen sind hier eine faire Bezahlung, Kündigungsschutz,

transparente Disziplinar- und Entlassungspraktiken sowie Vereinbarungen zu Arbeitszeit, Urlaub und Elternzeit. International sind im Kontext von Arbeitnehmerrechten besonders die Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation (ILO) wichtig.

Die Beteiligung der Mitarbeitenden ist nicht auf Betriebsräte beschränkt und kann über gesetzliche Standards hinausgehen. Sie kann finanziell sein (z. B. bei Genossenschaften oder auch besonderen betrieblichen Rentenmodellen) oder sich vornehmlich in der Möglichkeit ausdrücken, interne Abläufe mitzugestalten und Einfluss auf wichtige Entscheidungen zu nehmen.

### Was ist zu beachten?

Bitte geben Sie an, welche anerkannten nationalen und internationalen Standards zu Arbeitnehmerrechten Ihr Unternehmen achtet. Sofern Sie international tätig sind, stellen Sie bitte dar, inwiefern Sie die ILO-Kernarbeitsnormen achten und ob Sie ggf. auch deutsche Standards für Mitarbeiter/-innen im Ausland umsetzen. Beziehen Sie sich auch auf Standards und weitergehende Maßnahmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Bitte beziehen Sie die Einhaltung von

Standards zu Arbeitnehmerrechten in Zulieferbetrieben und bei Dienstleistern mit in Ihre Betrachtung ein. Gehen Sie in diesem Zusammenhang bitte auch auf mögliche Risiken ein, die sich aus Ihrer Sicht im Rahmen Ihrer Geschäftstätigkeit sowie bei Zulieferern und Dienstleistern in Bezug auf Arbeitnehmerrechte ergeben können. Geben Sie in jedem Fall an, welche Möglichkeiten Mitarbeitenden gegeben werden, sich einerseits an allgemeinen Veränderungsprozessen

und andererseits im Besonderen am Nachhaltigkeitsmanagement zu beteiligen. Möglicherweise wurden Arbeitskreise zur Weiterentwicklung einzelner Zielstellungen Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie oder ein spezifisches Vorschlagswesen eingerichtet. Zusätzlich erläutern Sie bitte, wie gute Arbeitsbedingungen, Achtung der Rechte der Gewerkschaften und die Achtung der Rechte der Arbeitnehmer/-innen auf Informationen sichergestellt werden.

#### ILO-Kernarbeitsnormen

Im Zuge der Globalisierung wurden Forderungen laut, menschenwürdige Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechte weltweit zu definieren und zu schützen. So bekannten sich 1998 185 Staaten zu den acht Kernarbeitsnormen, die in einer Deklaration der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) festgelegt wurden. Diese Sozialstandards sind: Schutz vor Zwangsarbeit, Vereinigungsfreiheit, Recht auf Kollektivverhandlungen, Gleichheit des Entgelts, Abschaffung der Zwangsarbeit, Schutz vor Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf, Mindestalter und Verbot von Kinderarbeit. In Europa übliche Schutzbestimmungen wie Höchst-arbeitszeiten, Mutterschutz etc. sind darin nicht enthalten.

14

15

16

17

18

19

20

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für die Einhaltung von Arbeitnehmerrechten (u. a. nationale und internationale Standards, Arbeitsbedingungen, Achtung der Rechte der Gewerkschaften, Achtung der Rechte der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf Informationen, Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit).

### ASPEKT 2

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen zur Achtung von Arbeitnehmerrechten und zur Beteiligung von Mitarbeitenden über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, wie die Beteiligung der Mitarbeitenden am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens gefördert wird.

### ASPEKT 4

Berichten Sie, ob das Unternehmen international tätig ist. Falls ja,

- ob und wie ggf. deutsche Standards im Ausland umgesetzt werden.
- welche internationalen Regeln eingehalten werden.

### ASPEKT 5

Berichten Sie über wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit, aus Ihren Geschäftsbeziehungen sowie aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und die wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Arbeitnehmerrechte haben.

## BERICHTERSTATTUNG ZUM CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ

### Arbeitnehmerbelange

Falls Sie Ihre DNK-Erklärung auch zur Erfüllung der Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) nutzen wollen, dient Ihnen die folgende Checkliste zur Orientierung, wie das DNK-Büro auf formale Vollständigkeit prüft. Entsprechende Informationen zum gesetzlichen Belang „Arbeitnehmer“ können Sie in den **Kriterien 14 bis 16** an geeigneter Stelle berichten. Grau hinterlegte Fragen werden bereits durch die Beantwortung der jeweiligen DNK-Aspekte abgedeckt.

#### 1. Berichten Sie über das verfolgte Managementkonzept:

- a. Zielsetzungen und geplanter Zeitpunkt der Zielerreichung (Kriterium 14, Aspekt 1, Kriterium 15, Aspekt 1 sowie Kriterium 16, Aspekt 1)
- b. wie die Unternehmensführung in das Konzept eingebunden ist
- c. Strategien und konkrete Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele (Kriterium 14, Aspekt 2, Kriterium 15, Aspekt 2 sowie Kriterium 16, Aspekt 2)
- d. interne Prozesse, um die Umsetzung der Maßnahmen zu prüfen

#### 2. Berichten Sie über Ergebnisse des Konzepts:

- a. ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden (Kriterium 15, Aspekt 3 sowie Kriterium 16, Aspekt 3)
- b. ob und wie festgestellt wird, wenn das Konzept angepasst werden muss, und welche Schlussfolgerungen daraus gezogen wurden

#### 3. Berichten Sie über Risiken:

- a. wie Risiken identifiziert und die wesentlichen Risiken herausgefiltert wurden (Due-Diligence-Prozesse)
- b. wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Arbeitnehmerbelange haben (Kriterium 14, Aspekt 5 sowie Kriterium 16, Aspekt 4)
- c. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Geschäftsbeziehungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Arbeitnehmerbelange haben (Kriterium 14, Aspekt 5 sowie Kriterium 16, Aspekt 4)
- d. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Arbeitnehmerbelange haben (Kriterium 14, Aspekt 5 sowie Kriterium 16, Aspekt 4)

14

15

16

17

18

19

20

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **REWE Group (Zentral-AG und Zentralfinanz eG), 2017:**

Die REWE Group begrüßt den im Jahr 2014 von der deutschen Bundesregierung beschlossenen gesetzlichen Mindestlohn. Beim Einsatz von Fremdfirmen achtet die REWE Group auf die Einhaltung sozialer Mindeststandards. Seit 2011 gilt bei der REWE Group auf nationaler Ebene die „Richtlinie zu Mindeststandards für den Einsatz von Mitarbeitern von Fremdunternehmen“. Die Vorgaben gelten sowohl für Zeitarbeitsunternehmen als auch für den Einsatz im Rahmen von Werks- oder Dienstleistungsverträgen. Es werden nur Vertragspartner eingesetzt, die sich verpflichten, für ihre Mitarbeiter soziale Mindeststandards und etwaige tarifliche Mindestlöhne sowie den gesetzlichen Mindestlohn einzuhalten. Um sicherzustellen, dass die Vertragspartner die Standards respektieren, hat die REWE Group gemeinsam mit dem TÜV Rheinland ein Auditierungsverfahren entwickelt.

### **Commerzbank AG, 2017:**

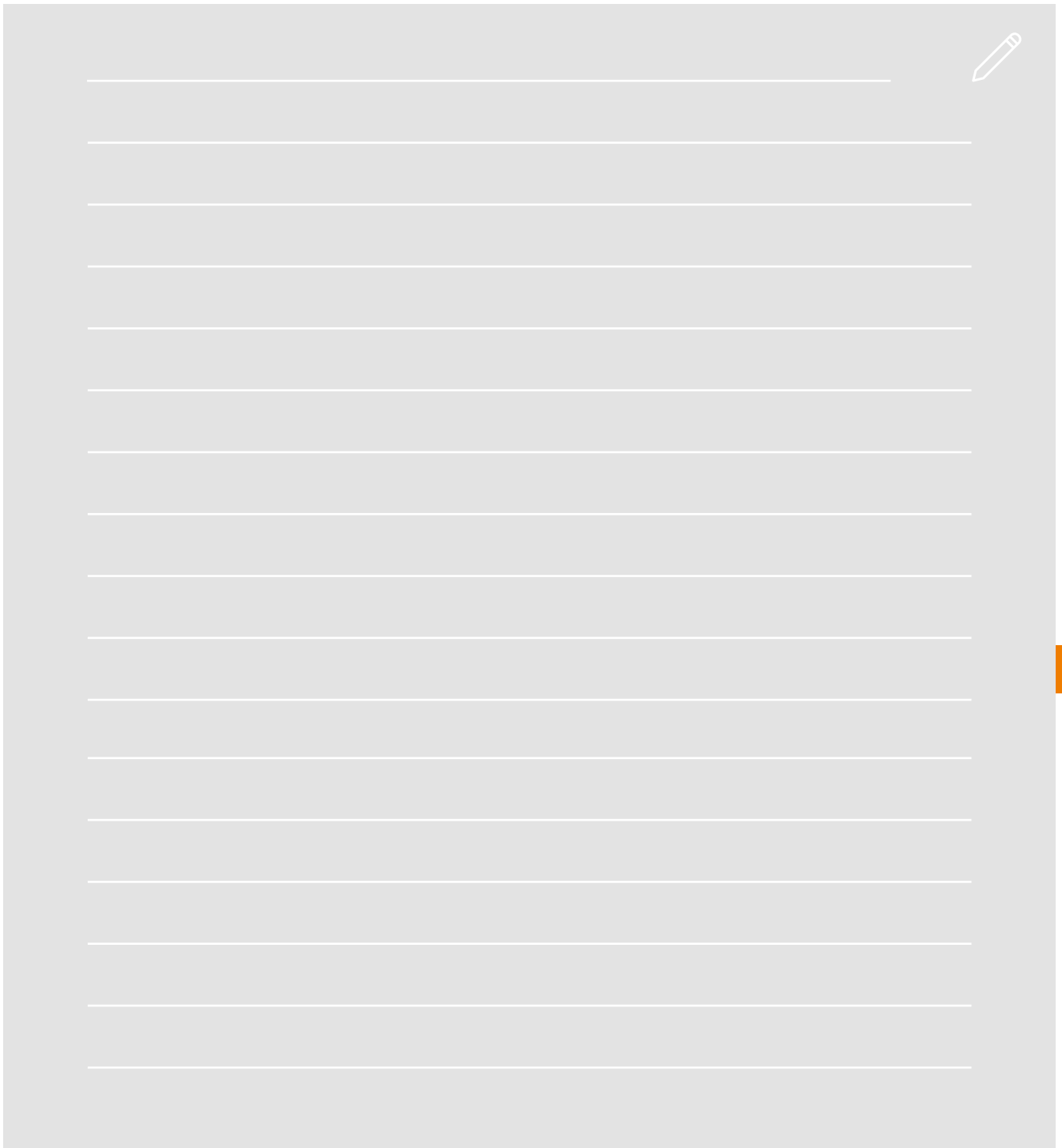
In Deutschland, wo rund drei Viertel aller Mitarbeiter des Commerzbank-Konzerns beschäftigt sind, sind Beteiligungsrechte der Arbeitnehmervertreter im Betriebsverfassungsgesetz geregelt. Bei allen mitbestimmungsrelevanten Themen steht die Bank in einem regelmäßigen, partner-

schaftlichen und konstruktiven Dialog mit den Vertretern der Arbeitnehmer. In der Commerzbank nehmen der Gesamtbetriebsrat, die Gesamt-Jugend- und Auszubildendenvertretung (GJAV), über 20 örtliche Betriebsräte, der Betriebsrat der Zentrale und der Unternehmens-Sprecherausschuss die Interessenvertretung unserer Mitarbeiter wahr.

### **Arqum GmbH, 2017:**

Damit wir die Beteiligung der Mitarbeiter/-innen möglichst hoch halten, haben wir ein Nachhaltigkeitsteam gegründet. Das Team besteht aus einem Vertreter der Geschäftsführung, jeweils einem Vertreter der einzelnen Bürostandorte sowie aus der Umweltmanagementbeauftragten. Vorschläge zu Maßnahmen oder Anliegen können direkt an das Nachhaltigkeitsteam oder auch an die Geschäftsführung herantragen werden. [...] Um die Beteiligung der Mitarbeiter/-innen am Nachhaltigkeitsmanagement weiter zu fördern, haben wir die Umsetzung definierter Maßnahmen sowie die Erreichung der Ziele unterschiedlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übertragen, so dass sich eine Vielzahl an Personen intern mit dem Thema Umweltschutz und Nachhaltigkeit beschäftigen.





A large grey rectangular area containing 20 horizontal white lines for writing. A small pencil icon is located in the top right corner of this area.

14

15

16

17

18

19

20

# 15 Chancengerechtigkeit

**Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Die vielfältigen Herausforderungen auf dem Markt und in der Gesellschaft, denen Unternehmen tagtäglich begegnen, benötigen zum Teil innovative Lösungen. Diese können vor allem dann entwickelt werden, wenn die Stärken der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefördert, ihre Erfahrungen gewinnbringend eingesetzt und ihre Ideen wertgeschätzt und in Innovationsprozesse einbezogen werden. Manchmal bedarf es einer ganz ungewöhnlichen Perspektive oder einer neuen Kombination von Ideen, um geeignete Lösungen zu finden. Wenn in einem Unternehmen eine Vielfalt von Menschen zusammenarbeitet, kann dadurch eine Grundlage für besonders innovative Lösungen geschaffen werden. Wichtig ist dabei nicht die reine Toleranz von Vielfalt, sondern die Akzeptanz und die Förderung von Austausch und Talenten jeglicher Art – auch über gesetzliche Bestimmungen hinaus, um so zum Unternehmenserfolg und zu einer bereichernden Unternehmenskultur beizutragen. Zusätzlich werden Mitarbeitende sensibler für die Bedürfnisse anderer, wenn sie tagtäglich mit Kolleginnen und Kollegen arbeiten, die vielleicht ganz andere Bedürfnisse haben als sie

selbst. So kann das Unternehmen einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten, der auch über die eigene Geschäftstätigkeit hinaus Wirkung zeigt.

### Was bedeuten die Begriffe?

Vielfalt bezieht sich auf die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Mitarbeitenden. Das können körperliche Merkmale wie Geschlecht, Ethnie, Alter oder Behinderung sowie subjektive Merkmale wie Kompetenzen, Lebensstil, kulturelle Hintergründe, sexuelle Orientierung oder Religion sein. Die Chancengerechtigkeit bedeutet im Unternehmenskontext, wie jede Person in all ihrer Unterschiedlichkeit so gefördert wird, dass sie ihr volles Potenzial entfalten und somit zum Unternehmenserfolg beitragen kann. Konkret geht es um Prozesse, die Diskriminierung bei Personalauswahl und -management vermeiden, Migrantinnen und Migranten integrieren, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern, Aus- und Weiterbildung ermöglichen und Mitbestimmung sowie angemessene Bezahlung aller gleichberechtigt gestalten. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz müssen in diesem Zusammenhang eventuell auch angepasst werden, z.B. werden vielleicht zusätzliche visuelle Warn-

signale nötig, um die Sicherheit von gehörlosen Mitarbeitenden zu gewährleisten.

#### Was ist zu beachten?

Grundsätzlich sollte dargestellt werden, wie Ihr Unternehmen sicherstellt, dass die Bestimmungen des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz

eingehalten werden. Weiterhin soll gezeigt werden, wie sich das Unternehmen darüber hinaus für Chancengleichheit einsetzt, alle angemessen bezahlt, Diskriminierung vermeidet und einen positiven Beitrag zur Integration von Minderheiten leistet sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert.

#### Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz

Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG), auch Antidiskriminierungsgesetz genannt, wurde 2006 im Deutschen Bundestag beschlossen. Es soll „Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität verhindern und beseitigen“. Das AGG gilt für alle gesellschaftlichen und rechtlichen Bereiche und gibt den geschützten Personen Rechtsansprüche gegen Arbeitgeber und Privatpersonen.

14

15

16

17

18

19

20

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für Chancengerechtigkeit und Vielfalt im Unternehmen, angemessene Bezahlung aller Mitarbeitenden, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Integration.

### ASPEKT 2

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen zur Chancengerechtigkeit und Vielfalt im Unternehmen, angemessene Bezahlung aller Mitarbeitenden, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Integration.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden bzw. legen Sie offen, wenn Sie Ziele nicht erreichen konnten und warum.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Merck KGaA, 2017:

In unserem Unternehmen dulden wir keine Diskriminierung. Das ist verbindlich in unserem Verhaltenskodex geregelt. Fühlen sich Mitarbeiter diskriminiert, stehen ihnen verschiedene Meldewege offen: Erste Ansprechpartner sind entweder die zuständige Führungskraft oder eine der drei Konzernfunktionen „Human Resources“, „Legal“ oder „Compliance“. Alternativ können unsere Mitarbeiter konzernweit die „SpeakUp Line“ anonym nutzen.

### Sparkasse Bochum, 2017:

Darüber hinaus haben wir den Familienbegriff der Sparkasse Bochum wie folgt definiert: Familie ist das soziale Netzwerk. Dazu gehören neben der Kernfamilie auch alleinerziehende Mütter und Väter, nichteheliche und gleichgeschlechtliche Lebensgemeinschaften und Pflegefamilien. Der Familienbegriff umfasst alle Formen des auf Dauer angelegten privaten Zusammenlebens. Eine familien- und lebensphasenorientierte Personalpolitik bedeutet für uns, die beruflichen Anforderungen und die familiären Verpflichtungen in Einklang zu bringen. Aus diesem Grund haben wir einen Kooperationsvertrag mit der „Familienbewussten Personalmanagement GmbH“ geschlossen. Diese bietet Serviceleistungen rund

um das Thema Kinderbetreuung und Pflegeverantwortung an. In diesem Zusammenhang steht unseren Beschäftigten ein Kontingent von Kinderbetreuungsangeboten der Arbeiterwohlfahrt zur Verfügung. Zusätzlich unterstützen wir unsere Mitarbeiter/-innen mithilfe von bezahlter Freistellung, damit diese ihren familiären Verpflichtungen nachkommen können. Gleichzeitig haben wir im Berichtszeitraum die ersten Home-Office-Arbeitsplätze eingerichtet.

#### **Neumarkter Lammsbräu 2017:**

Die Neumarkter Lammsbräu orientiert sich deshalb bei der Vergütung an der Tarifvereinbarung des mittelständischen bayerischen Braugewerbes und bietet ihren Mitarbeitern eine faire Vergütung entsprechend dem Branchentarif. Ungelernte Hilfskräfte erhalten die regional üblichen Lohnzahlungen, die deutlich über dem Mindestlohn liegen. Die Mitarbeiter erhalten zusätzlich zur tariflichen Bezahlung und zum bei Brauereien üblichen Haustrunk ein 13. Gehalt zu Weihnachten, zudem Urlaubsgeld. Ferner können eine betriebliche Altersvorsorge und ein Zuschuss für eine Krankenzusatzversicherung in Anspruch genommen werden.

#### **Bilfinger SE, 2017:**

Unser Maßstab ist das deutsche Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz. Allen Mitarbeitern werden bei der Einstellung, ihrer weiteren Entwicklung und ihrer Vergütung die gleichen Chancen geboten.

Zu unseren Zielen im Bereich Soziales zählen

- » 2020: Steigerung des konzernweiten Frauenanteils in Führungspositionen auf 15 %
- » 2018: konzernweite Vereinheitlichung der Kennzahlen zur internen und externen Weiterbildung
- » 2018: Kommunikationsmaßnahmen zur weltweiten Verankerung der Spenden- und Sponsoring-Strategie
- » laufend: jährliche Verbesserung unserer LTIF um 10 % gegenüber dem Durchschnitt der letzten drei Jahre

#### **Thomas Atze – K.A.N.T.punkt, 2017:**

Thomas Atze – K.A.N.T.punkt ist ein Ein-Personen-Dienstleistungsunternehmen und beschäftigt keine Mitarbeiter. Das Thema Chancengleichheit hat daher im Zuge der Ausübung der Geschäftstätigkeit keine Relevanz. Gleichwohl ist das Thema zentraler Bestandteil der Beratungs- und Schulungsleistungen. Zudem fühlt sich der Inhaber den Prinzipien der Charta der Vielfalt verpflichtet.

14

15

16

17

18

19

20

# 16 Qualifizierung

**Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Bedingt durch den demografischen Wandel stehen in Deutschland weniger junge, gut qualifizierte Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt zur Verfügung bei einer gleichzeitig älter werdenden Gesellschaft. Es wird daher für Unternehmen immer wichtiger, die internen Möglichkeiten für Aus- und Weiterbildung und den Umgang mit einer alternden Belegschaft in den Blick zu nehmen. Junge Menschen selbst auszubilden und anzustellen, kann dazu beitragen, geeignete Fachkräfte gezielt für den Bedarf des Unternehmens zu entwickeln. Aber auch der Zugang zu interessanten Weiterbildungsmöglichkeiten für erfahrene Mitarbeitende kann helfen, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und gleichzeitig dafür Sorge zu tragen, dass die Mitarbeitenden sich durchgehend optimal ins Unternehmen einbringen können. Dabei sollten auch die Möglichkeiten, die unterschiedlichen fachlichen und sozialen Kompetenzen junger und älterer Beschäftigter miteinander zu verknüpfen, betrachtet werden. Gemischte Teams können helfen, dass sich die Fähigkeiten gut ergänzen und aktives Wissensmanagement betrieben wird.

### Was bedeuten die Begriffe?

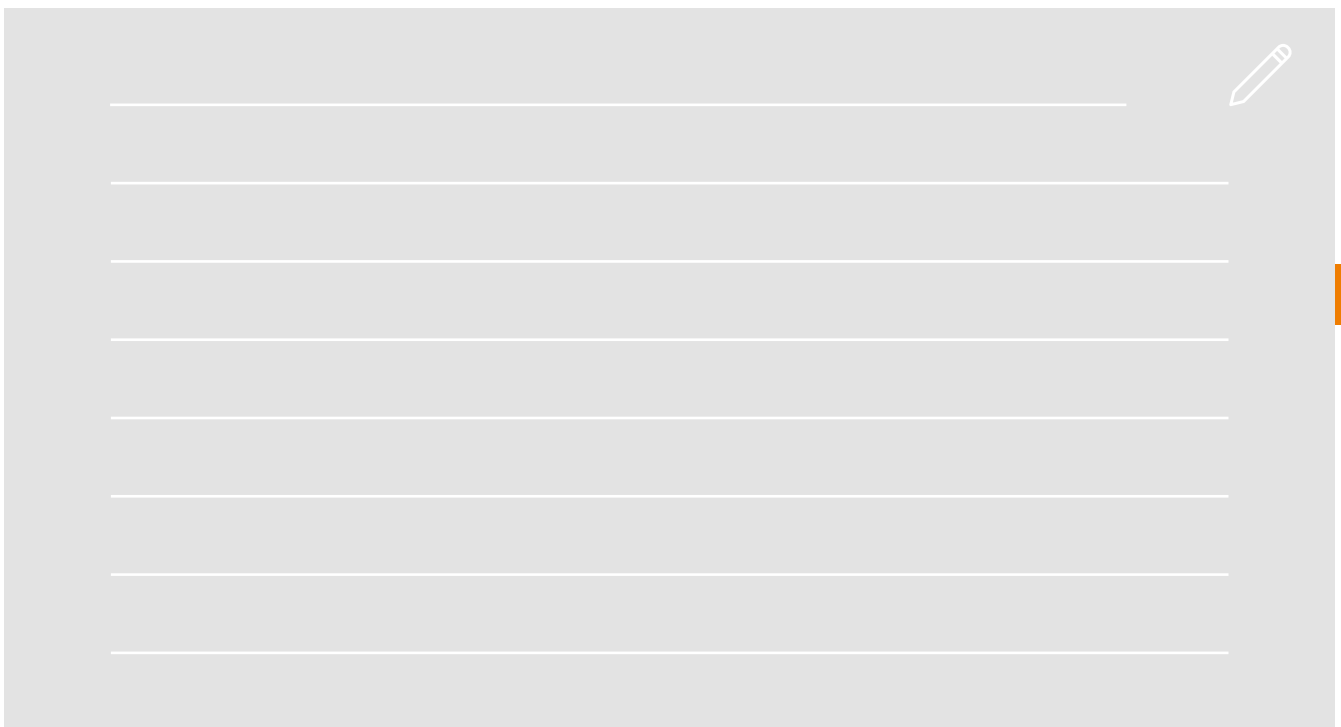
Unter Beschäftigungsfähigkeit versteht man die Fähigkeit eines Menschen, erfolgreich am Arbeits- und Berufsleben teilnehmen zu können. Voraussetzungen dafür sind etwa die Übereinstimmung von fachlichen und sozialen Kompetenzen, die am Arbeitsmarkt nachgefragt werden, sowie die gesundheitliche Verfassung, um nachgefragte Tätigkeiten überhaupt ausführen zu können. Die gesundheitliche Verfassung schließt neben körperlichen Aspekten auch psychische mit ein. Letztere verlangen besondere Aufmerksamkeit, da sie auf Leistung und Wohlbefinden der Mitarbeitenden einwirken sowie körperliche Beschwerden hervorrufen können. Der aktuelle Strukturwandel der Arbeitswelt durch Digitalisierung ist Fluch und Segen zugleich. Sie können daher in diesem Kriterium auch die Perspektive weiten, etwa wie Sie ihn nutzen, um für ein gesundes Arbeitsklima zu sorgen.

### Was ist zu beachten?

Dieses Kriterium beschäftigt sich insbesondere mit der Frage nach der Aus- und Weiterbildung, z. B. formalisierten Programmen, speziellen Bud-

gets für Seminare und Fortbildungen oder auch dem proaktiven Umgang mit Bildungsurlaub. Legen Sie bitte besonderes Augenmerk auf den Umgang mit dem demografischen Wandel (z. B. auch in der Gestaltung der Arbeitsplätze und der Zusammensetzung der Teams) und den Herausforderungen der Digitalisierung. Bezogen auf die Gesundheit der Mitarbeitenden erläutern Sie bit-

te, wie Sie über die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zum Gesundheitsschutz hinaus (siehe Kriterium 14) die physische und insbesondere die psychische Gesundheit der Mitarbeitenden fördern, um die Beschäftigungsfähigkeit aller zu sichern (z. B. Fortbildungsangebote zu Stressmanagement und Konfliktbewältigung).



14

15

16

17

18

19

20

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für die Förderung der Beschäftigungsfähigkeit aller Mitarbeitenden, insbesondere bezogen auf (Weiter-)Bildung, Gesundheitsmanagement, Digitalisierung und Umgang mit Herausforderungen des demografischen Wandels.

### ASPEKT 2

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen für die Förderung der Beschäftigungsfähigkeit aller Mitarbeitenden, insbesondere bezogen auf (Weiter-)Bildung, Gesundheitsmanagement, Digitalisierung und Umgang mit Herausforderungen des demografischen Wandels.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden bzw. legen Sie offen, wenn Sie Ziele nicht erreichen konnten und warum.

### ASPEKT 4

Berichten Sie über wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit, aus ihren Geschäftsbeziehungen und aus ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und wahrscheinlich negative Auswirkungen auf die Qualifizierung haben.



## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Erzgebirgssparkasse, 2017:

Durchschnittlich bildeten sich unsere Mitarbeiter 8,4 Tage im Berichtszeitraum weiter (insgesamt 6.549 Weiterbildungstage). In die Weiterbildung von durchschnittlich 782 Mitarbeitern haben wir 2017 insgesamt 492.500 Euro investiert.

### Wiesbadener Volksbank eG, 2017:

Neben dem Aspekt des lebenslangen Lernens spielt der betriebliche Gesundheitsschutz in der Wiesbadener Volksbank gerade im Hinblick auf die demografische Entwicklung und eine älter werdende Belegschaft eine wichtige Rolle. Mit zahlreichen Angeboten wie Gesundheitstagen, Gesundheitschecks, Informations- und Seminarveranstaltungen fördert die Bank die Gesundheit ihrer Angestellten und sensibilisiert sie für die Themen Stress, Ernährung und Bewegung. Dazu gehören auch die betriebsärztliche Betreuung, ein umfangreiches Betriebssportangebot und ergonomische Arbeitsplätze.

### Neumarkter Lammsbräu 2017:

Neben dem Aspekt des lebenslangen Lernens spielt der betriebliche Gesundheitsschutz in der Wiesbadener Volksbank gerade im Hinblick auf

die demografische Entwicklung und eine älter werdende Belegschaft eine wichtige Rolle. Mit zahlreichen Angeboten wie Gesundheitstagen, Gesundheitschecks, Informations- und Seminarveranstaltungen fördert die Bank die Gesundheit ihrer Angestellten und sensibilisiert sie für die Themen Stress, Ernährung und Bewegung. Dazu gehören auch die betriebsärztliche Betreuung, ein umfangreiches Betriebssportangebot und ergonomische Arbeitsplätze.

### Bilfinger SE, 2017:

Mit unseren Weiterbildungsangeboten greifen wir neue technologische Entwicklungen auf, sorgen für einen intensiven Wissensaustausch und bieten unseren Mitarbeitern diverse Möglichkeiten, ihre Talente und Potenziale zu entwickeln. Alle freiwilligen und verpflichtenden Weiterbildungsmaßnahmen der Bilfinger Academy werden kontinuierlich evaluiert. Das regelmäßig eingeholte Feedback der Teilnehmer und die intensive Einbindung der operativen Einheiten führen zur laufenden Optimierung und Anpassung aller Angebote durch die verantwortlichen HR- und Fachbereiche.

14

15

16

17

18

19

20

# 17 Menschenrechte

**Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Gerade die globalisierte Wirtschaft mit immer komplexer werdenden Lieferketten und zunehmendem Wettbewerbsdruck birgt die Gefahr der Menschenrechtsverletzungen. Daher stehen Unternehmen zunehmend in der Verantwortung, diese Rechte in ihrer eigenen Geschäftstätigkeit und entlang der Wertschöpfungskette effektiv zu schützen. Menschenrechtsverletzungen werden durch die globale Informationsgesellschaft schneller öffentlich und fließen in Risikobewertungen von Unternehmen ein; sie beeinflussen Verbraucherverhalten und Geschäftsbeziehungen. Die Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht im Unternehmen kann somit nicht nur die Kunden-, sondern auch die Mitarbeiterbindung stärken sowie Lieferbeziehungen verbessern und somit zum langfristigen Erfolg des Unternehmens beitragen.

### Was bedeuten die Begriffe?

Menschenrechte gelten für alle Menschen gleichermaßen. Sie sind universell gültig, unteilbar und können niemandem abgesprochen werden. Staaten und Unternehmen stehen in der Schutzpflicht. Das heißt, sie sind für die Einhaltung der Menschenrechte direkt verantwortlich. Es gibt

verschiedene international anerkannte Texte, die die unterschiedlichen Menschenrechte festhalten, wie bspw. die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, Sozial- und Zivilpakt, Frauen- und Kinderrechtskonvention oder die ILO-Kernarbeitsnormen.

### Was ist zu beachten?

Die Einhaltung der Menschenrechte ist nicht nur ein Thema für international operierende Unternehmen. Auch innerhalb Deutschlands sind Menschenrechtsthemen wie die Vereinigungsfreiheit (z.B. bezogen auf die Bildung von Gewerkschaften), das Prinzip gleicher Lohn für gleiche Arbeit oder der Schutz vor (Berufs-) Krankheiten relevant. Bitte beschreiben Sie an dieser Stelle explizit, wie Sie im Unternehmen der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nachkommen und in Zukunft nachkommen wollen, und zeigen Sie auf, wie Sie über die Einhaltung von geltenden Gesetzen hinausgehen. Als Orientierung kann Ihnen an dieser Stelle der Leitfaden zur Achtung von Menschenrechten für Unternehmen dienen (erarbeitet vom Deutschen Global Compact Netzwerk, von twentyfifty und vom Deutschen Institut für Menschenrechte). Es gibt

Schnittstellen mit dem Kriterium 14, Arbeitnehmerrechte. Beschreiben Sie daher neben der Einhaltung der Menschenrechte in Bezug auf Ihre Mitarbeitenden hier insbesondere auch Ihren Umgang mit den Menschenrechten anderer

Stakeholder entlang der Wertschöpfungskette, wie etwa von Kunden (z. B. Produktsicherheit i. S. v. Recht auf körperliche Unversehrtheit), von Anwohnern (Umsiedelung i. S. v. Landrecht) und von besonders Schutzbedürftigen.



14

15

16

17

18

19

20

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie über die Zielsetzungen und den geplanten Zeitpunkt der Zielerreichung für die Einhaltung von Menschenrechten bezogen auf das eigene Unternehmen, etwaige Tochtergesellschaften sowie liefernde Betriebe und Dienstleister.

### ASPEKT 2

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen für die Einhaltung von Menschenrechten, bezogen auf das eigene Unternehmen, etwaige Tochtergesellschaften und liefernde Betriebe.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden bzw. legen Sie offen, wenn Sie Ziele nicht erreichen konnten und warum.

### ASPEKT 4

Berichten Sie über wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit, aus Ihren Geschäftsbeziehungen und aus Ihren Produkten und/oder Dienstleistungen ergeben und die wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Menschenrechte haben.

## BERICHTERSTATTUNG ZUM CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ

### Achtung der Menschenrechte

Falls Sie Ihre DNK-Erklärung auch zur Erfüllung der Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) nutzen wollen, dient Ihnen die folgende Checkliste zur Orientierung, wie das DNK-Büro auf formale Vollständigkeit prüft. Entsprechende Informationen zum gesetzlichen Belang „Achtung der Menschenrechte“ können Sie in **diesem DNK-Kriterium** berichten. Grau hinterlegte Fragen werden bereits durch die Beantwortung der jeweiligen DNK-Aspekte abgedeckt.

#### 1. Berichten Sie über das verfolgte Managementkonzept:

- a. Zielsetzungen und geplanter Zeitpunkt der Zielerreichung (Kriterium 17, Aspekt 1)
- b. wie die Unternehmensführung in das Konzept eingebunden ist
- c. Strategien und konkrete Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele (Kriterium 17, Aspekt 2)
- d. interne Prozesse, um die Umsetzung der Maßnahmen zu prüfen

#### 2. Berichten Sie über Ergebnisse des Konzepts:

- a. ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden (Kriterium 17, Aspekt 3)
- b. ob und wie festgestellt wird, wenn das Konzept angepasst werden muss, und welche Schlussfolgerungen daraus gezogen wurden

#### 3. Berichten Sie über Risiken:

- a. wie Risiken identifiziert und die wesentlichen Risiken herausgefiltert wurden (Due-Diligence-Prozesse) **14**
- b. wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Menschenrechte haben (Kriterium 17, Aspekt 4) **15**
- c. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Geschäftsbeziehungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Menschenrechte haben (Kriterium 17, Aspekt 4) **16**
- d. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Menschenrechte haben (Kriterium 17, Aspekt 4) **17**

**18****19****20**

---

## BERICHTERSTATTUNG ZUM NATIONALEN AKTIONSPLAN WIRTSCHAFT UND MENSCHENRECHTE

Falls Sie mit Ihrer DNK-Entsprechenserklärung auch die Berichterstattung (Element 4 der Sorgfaltspflicht) gemäß dem Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) leisten wollen, berichten Sie bitte zusätzlich gemäß der folgenden Checkliste. Grau hinterlegte Fragen werden bereits durch die Beantwortung der jeweiligen DNK-Aspekte abgedeckt.

### 1. Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte

- a. Berichten Sie, ob Ihr Unternehmen über eine eigene Unternehmensrichtlinie zur Achtung der Menschenrechte verfügt und ob diese Richtlinie die ILO-Kernarbeitsnormen umfasst.
- b. Hat die Unternehmensleitung die Grundsatzerklärung verabschiedet?
- c. Beschreiben Sie die interne und externe Kommunikation Ihres Unternehmens zur Grundsatzerklärung.
- d. Auf welcher Ebene ist die Verantwortung für menschenrechtliche Belange verankert? (CSR-RUG Checkliste 1b)
- e. Welche Reichweite hat die Richtlinie (welche Standorte, auch Tochterunternehmen etc.)?

### 2. Verfahren zur Ermittlung tatsächlicher und potenziell nachteiliger Auswirkungen auf die Menschenrechte

- a. Berichten Sie, ob und wie Ihr Unternehmen menschenrechtliche Risiken analysiert (durch Ihre Geschäftstätigkeit, durch Geschäftsbeziehungen, durch Produkte und Dienstleistungen, an Standorten, durch politische Rahmenbedingungen) (Kriterium 17, Checkliste Aspekt 4)
- b. Werden besonders schutzbedürftige Personengruppen in die Risikobetrachtung mit einbezogen?
- c. Wie hoch werden die menschenrechtlichen Risiken und die eigenen Einflussmöglichkeiten diesen zu begegnen, eingeschätzt?
- d. Wie werden menschenrechtliche Risiken in das Risikomanagement Ihres Unternehmens integriert?

### 3. Maßnahmen zur Wirksamkeitskontrolle / Element: Beschwerdemechanismus

- a. Gibt es Schulungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Menschenrechten?
- b. Berichten Sie, ob und wie die Einhaltung von Menschenrechten geprüft wird.
- c. Beschreiben Sie interne Beschwerdemechanismen und klare Zuständigkeiten im Unternehmen oder erläutern Sie, wie der Zugang zu externen Beschwerdeverfahren sichergestellt wird.
- d. Gelten Whistle-Blowing-Mechanismen auch für Zulieferer?

#### 4. Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht in der Wertschöpfungskette

- a. Gibt es einen Verhaltenskodex für zuliefernde Unternehmen, der die vier ILO-Grundprinzipien umfasst?
- b. Berichten Sie, ob und wie eine Prüfung von menschenrechtlichen Risiken vor dem Eingehen einer Geschäftspartnerschaft durchgeführt wird.
- c. Werden zuliefernde Unternehmen zu Menschenrechten geschult?
- d. Mit welchen Prozessen stellt Ihr Unternehmen die Einhaltung von Menschenrechten bei zuliefernden Unternehmen sicher?
- e. Ergreifen Sie (gemeinsam mit zuliefernden Unternehmen) Maßnahmen im Konfliktfall oder kooperieren Sie mit weiteren Akteuren? Wenn ja: mit welchen?
- f. Welche Konzepte gibt es zur Wiedergutmachung? Berichten Sie über Fälle im Berichtszeitraum.

#### DAS SCHREIBEN ANDERE

##### Sparkasse Schwarzwald-Baar, 2017:

Die Sparkasse Schwarzwald-Baar definiert in ihrem Nachhaltigkeitsmanagement auch die Beachtung der Menschenrechte. Dies gilt nicht nur für unseren originären Geschäftsbetrieb, der sich auf die Region Schwarzwald-Baar-Kreis beschränkt, sondern auch für die Lieferkette von Produkten und Dienstleistungen, die wir für unseren Geschäftsbetrieb nutzen. Dabei werden auch die Eigenanlagen der Sparkasse in dieses Konzept miteinbezogen.

##### Taifun-Tofu GmbH, 2017:

Für alle unsere Rohwaren gilt: Wenn geeignete Rohwaren regional/europäisch bzw. aus Nichtrisikoländern gemäß BSCI-Klassifizierung verfügbar sind, werden diese bevorzugt eingesetzt, idealerweise aus unseren eigenen Anbauprojekten. Bei Produkten aus Nicht-EU- oder aus Hochrisikoländern setzen wir Zertifizierungen wie z.B. durch BSCI oder SMETA voraus. Damit stellen wir sicher, dass auch unsere internationalen Lieferantinnen und Lieferanten Menschenrechte einhalten. Sozia-

le Aspekte wurden in der Vergangenheit nicht systematisch erhoben.

Hier wird derzeit ein Maßnahmenplan erarbeitet, um diesen Aspekt zukünftig gezielter in die Einkaufsentscheidung einfließen zu lassen

##### ista International GmbH, 2017:

Im direkten Einkauf auf internationaler Ebene arbeiten wir derzeit mit circa 250 Lieferanten und im indirekten Einkauf deutschlandweit mit circa 3.000 Lieferanten zusammen. Unsere Mindestanforderungen an Umwelt- und Sozialstandards sind in unserem Lieferantenkodex geregelt, der sich an den Leitsätzen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für verantwortliche Unternehmensführung und an den Kernkonventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) orientiert. Themen wie Kinder- und Zwangs- oder Pflichtarbeit sind in unserem Kodex ausdrücklich verboten. Damit setzen wir auch die diesbezüglichen Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen um.

14

15

16

17

18

19

20

# 18 Gemeinwesen

---

**Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.**

---

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Unternehmen zahlen Steuern, bieten Arbeitsplätze und helfen mit ihren Produkten oder Dienstleistungen vielfach unmittelbar, Bedürfnisse der Menschen vor Ort zu befriedigen. Sie nutzen zugleich die Infrastruktur der Region, in der sie tätig sind, und profitieren von guten Verkehrswegen, gut ausgebildeten Menschen, der kulturellen Vielfalt und davon, dass die öffentliche Sicherheit gewährleistet ist. Da viele Unternehmen wissen, dass sie mittel- und langfristig nur in einem guten Umfeld weiterhin erfolgreich sein können, engagieren sie sich über ihr Kerngeschäft hinaus für soziale und ökologische Belange vor Ort. Sie stärken so die Fähigkeit der örtlichen Gemeinschaft, auch mit möglichen Krisen proaktiv umzugehen und bei Problemen schnell gemeinsame Lösungen zu entwickeln.

### Was bedeuten die Begriffe?

Der Begriff Gemeinwesen bezieht sich auf den Schutz und die Entwicklung lokaler Gemeinschaften in den Regionen, in denen Ihr Unternehmen im Wesentlichen tätig ist.

### Was ist zu beachten?

In diesem Kriterium geht es um Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung, die über das Kerngeschäft Ihres Unternehmens hinausgehen. Beschreiben Sie Ihren Einsatz für lokale Projekte und nennen Sie Fördermaßnahmen, im Rahmen derer Sie Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen. Das können etwa Spenden an Sportvereine, Kulturveranstaltungen oder soziale Einrichtungen sein, aber auch Kooperationen mit Schulen oder Hochschulen, in denen Schülerinnen und Schülern Praktikumsplätze angeboten werden oder der Praxisbezug von Studiengängen erhöht wird. Ein elementarer Beitrag zu einer tragfähigen Infrastruktur und einem tragfähigen Gemeinwesen ist auch, dass Sie Unternehmenssteuern im vollen Umfang in dem Land bezahlen, wo die Geschäftstätigkeit stattfindet. Betrachten Sie auch ggf. Ihre Unternehmensstiftung sowie spezielle Programme, die den Freiwilligeneinsatz von Mitarbeitenden (Corporate Volunteering) ermöglichen.



## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie über Strategien und konkrete Maßnahmen, durch die Ihr Unternehmen zum Gemeinwesen beiträgt, insbesondere indem es sich über das Kerngeschäft hinaus für soziale, ökologische, kulturelle und wirtschaftliche Themen in Kommunen oder Regionen einsetzt und den Dialog mit Personen, Institutionen und Verbänden auf kommunaler und regionaler Ebene sucht.




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

- 14
- 15
- 16
- 17
- 18
- 19
- 20

---

## BERICHTERSTATTUNG ZUM CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ

### Sozialbelange

Falls Sie Ihre DNK-Erklärung auch zur Erfüllung der Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) nutzen wollen, dient Ihnen die folgende Checkliste zur Orientierung, wie das DNK-Büro auf formale Vollständigkeit prüft. Entsprechende Informationen zu den Sozialbelangen können Sie in diesem DNK-Kriterium berichten. Grau hinterlegte Fragen werden bereits durch die Beantwortung der jeweiligen DNK-Aspekte abgedeckt.

#### 1. Berichten Sie über das verfolgte Managementkonzept:

- a. Zielsetzungen und geplanter Zeitpunkt der Zielerreichung
- b. wie die Unternehmensführung in das Konzept eingebunden ist
- c. Strategien und konkrete Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele (Kriterium 18, Aspekt 1)
- d. interne Prozesse, um die Umsetzung der Maßnahmen zu prüfen

#### 2. Berichten Sie über Ergebnisse des Konzepts:

- a. ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden
- b. ob und wie festgestellt wird, wenn das Konzept angepasst werden muss, und welche Schlussfolgerungen daraus gezogen wurden

#### 3. Berichten Sie über Risiken:

- a. wie Risiken identifiziert und die wesentlichen Risiken herausgefiltert wurden (Due-Diligence-Prozesse)
- b. wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Sozialbelange haben
- c. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Geschäftsbeziehungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Sozialbelange haben
- d. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Sozialbelange haben

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### euromicron AG, 2017:

euromicron legt großen Wert auf gute Nachbarschaft und soziales Engagement für die Gesellschaft. In Industrie-4.0-Lernprojekten setzt sich das Unternehmen dafür ein, Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich digitalisierter Produktionsprozesse zu vermitteln. Ziel ist es, Bildung und Wissensvermittlung in die Gesellschaft in diesem so wichtigen Zukunftsthema zu unterstützen. euromicron kann auf diese Weise ihre Kompetenzen gewinnbringend einsetzen und an die Gesellschaft weitergeben.

### DekaBank Deutsche Girozentrale, 2017:

Die DekaBank hat auch 2017 das im Jahr 2015 aufgesetzte Sofortprogramm fortgeführt. Vereine, in denen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ehrenamtlich für Geflüchtete einsetzen, konnten insgesamt 100 Spenden in Höhe von 1.000 Euro beantragen. Nachdem im Jahr 2015 Sofortmaßnahmen und die Erstbetreuung der Geflüchteten im Mittelpunkt standen, widmeten sich die staatlichen Stellen, Vereine und ehrenamtlichen Helfer 2016 verstärkt der Integration der Menschen in Gesellschaft und Beruf. Die Fördermaßnahmen der DekaBank trugen dieser Entwicklung Rechnung: 2017 konnten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Projekt bereits durch das Sofortprogramm gefördert wurde, Zweitansträge für diese bereits geförderten Initiativen stellen, um deren Ziele und Ergebnisse zu verstetigen und die Integration von Geflüchteten noch intensiver zu fördern.

### Markus Glöckner Natursteine, 2017:

Wir sind sowohl persönlich als auch betrieblich in die Gemeinde und die Region gut eingebunden. Die Teilnahme und die Mitarbeit in den sehr unterschiedlichen Gruppen unserer Gemeinde sind über lange Jahre gewachsen. Zudem wollen wir gezielt mit ausgewählten saarländischen Initiativen (z.B. Netzwerk Entwicklungspolitik) zusammenarbeiten. Wir wollen die Durchführung bestimmter Maßnahmen an unsere Mitarbeiter/-innen und Auszubildenden übertragen und somit gleichzeitig die eigenverantwortliche Projektarbeit und das Selbstbewusstsein fördern.

[...] Zu unserem Engagement zählen: [...]

- » Engagement für Ausbildung: Leitung des Prüfungsausschusses für Steinmetzgesellen, Teilnahme als saarländischer Delegierter im Arbeitskreis für Ausbildungsfragen, Bereitstellung von Praktikums-, Ausbildungs- und Arbeitsplätzen, Unterstützung Studierender bei Abschlussarbeiten, Teilnahme an Berufsinformationstagen an Schulen [...]
- » Best Practice: Vorträge und Präsentationen bei Arbeitskreisen der saar.is, der Handwerkskammer, bei Verbänden und Initiativen, bei Netzwerkpartnern
- » Informationsveranstaltungen: Betriebsführungen, Kundenworkshops

14

15

16

17

18

19

20

# 19 Politische Einflussnahme

**Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.**

## DAS IST DAMIT GEMEINT

### Warum ist das wichtig?

Politische Einflussnahme hat positive wie negative Auswirkungen auf die Gesellschaft. Einerseits können Unternehmen ihre Expertise einbringen, wenn politische Rahmenbedingungen entwickelt werden, die förderlich für eine nachhaltige Entwicklung sind (z. B. Branchenlösungen bei der Einführung nachhaltiger Technologien). Das Einbringen von Ideen und Bedenken in den politischen Prozess ist durchaus legitim in einer Demokratie. Allerdings kann Lobbyismus notwendige Entwicklungen behindern, wenn politische Prozesse intransparent, subtil und einseitig beeinflusst werden. Verantwortungsvolles Wirtschaften beinhaltet daher auch, transparent nach außen darzustellen, wie sich das Unternehmen politisch einbringt und ob es eine nachhaltige Entwicklung eher voranbringt oder behindert.

### Was bedeuten die Begriffe?

Politische Einflussnahme beinhaltet sowohl finanzielle als auch personelle Verflechtungen einer Organisation mit der Politik. Finanzielle Einflussnahme beinhaltet in diesem Sinne Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, Zuwendungen an Regierungen sowie Spenden an Parteien und

Politiker/-innen. Personelle Verflechtungen sind insbesondere bei Wechseln von wichtigen Entscheidungsträgern eines Unternehmens in die Politik und umgekehrt gegeben. Politische Einflussnahme beinhaltet aber auch die Mitgliedschaft in Interessenverbänden, die Zusammenarbeit mit entsprechenden Lobby-Agenturen, Anwaltskanzleien, Berater- und PR-Firmen, Stiftungen und Think-Tanks.

Als politische Einflussnahme werden auch anlassbezogene Unternehmensinitiativen verstanden sowie die Zugehörigkeit zu spezifischen politisch aktiven Arbeitsgruppen wie z. B. dem Textilbündnis.

### Was ist zu beachten?

Nehmen Sie bitte Bezug auf:

- » alle wesentlichen Eingaben, die in Gesetzgebungsverfahren gemacht wurden,
- » wesentliche Positionspapiere und Stellungnahmen,
- » alle Lobbylisten, in denen Vertreterinnen oder Vertreter Ihres Unternehmens eingetragen sind,
- » alle wesentlichen Mitgliedsbeiträge, die Ihr Unternehmen zahlt,

- » alle Zuwendungen, die an Regierungen vergeben wurden, sowie
- » alle wesentlichen Spenden, die an Parteien oder Politiker getätigt wurden.

Nehmen Sie diese Darstellung für alle Länder separat vor, in denen Ihr Unternehmen aktiv ist. Bitte gehen Sie auch dann auf die für Sie relevanten Aspekte ein, wenn Branchenverbände anstelle Ihres Unternehmens politischen Einfluss ausüben. Mitgliedsbeiträge sind hier insbeson-

dere für solche Organisationen relevant, die sich im Auftrag der Mitglieder politisch engagieren, z.B. Industrie- und Handelskammern, Einzelhandelsverbände, regionale Branchenverbände. Beachten Sie bitte, dass es bei Gesetzgebungsverfahren um Prozesse geht, in denen Organisationen Einfluss während der Erstellung eines Gesetzes nehmen könnten, und nicht so sehr um bereits in Kraft getretene Gesetze, von denen eine Organisation nun betroffen ist.

14

15

16

17

18

19

20

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie, welche aktuellen Gesetzgebungsverfahren für das Unternehmen relevant sind und in welcher Form zu diesen Eingaben gemacht wurden.

### ASPEKT 2

Erläutern Sie, ob und wenn ja, wie Ihr Unternehmen bzw. Ihr Branchenverband politisch Einfluss ausübt. Zusätzlich bei Parteispenden: An welche politischen Parteien und ggf. in welcher Höhe Sie im vergangenen Jahr gespendet haben.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, nach welchen Kriterien entschieden wird, wofür sich das Unternehmen politisch engagiert.

### ASPEKT 4

Berichten Sie, in welchen politisch aktiven Organisationen das Unternehmen Mitglied ist.

A large grey rectangular area containing seven horizontal white lines for writing. In the top right corner of this area, there is a small white icon of a pencil.

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### **Volksbank Lüneburger Heide eG, 2017:**

Im Rahmen des demokratischen Meinungsbildungsprozesses bringen wir uns über unseren Spitzenverband, den BVR, ein. Der BVR nimmt die Interessenvertretung der Genossenschaftsbanken insbesondere bei geschäftspolitischen, kreditwirtschaftlichen und aufsichtsrechtlichen Fragen gegenüber der Politik und zuständigen Regulierungs- und Aufsichtsbehörden auf nationaler und europäischer Ebene wahr. Er engagiert sich in der europäischen Vereinigung der Genossenschaften (EACB), welche sich auf europäischer Ebene für die Belange der Kreditgenossenschaften einsetzt. Zudem sind wir über den Genossenschaftsverband – Verband der Regionen – insbesondere auf Landesebene vertreten. Dazu beteiligt sich der Verband mit Stellungnahmen und schriftlichen Eingaben an Anhörungen und Konsultationen, führt Gespräche mit Ministern, Abgeordneten sowie Wirtschaftsvertretern und fördert den Austausch seiner Mitglieder mit der Politik.

### **Neumarkter Lammsbräu, 2017:**

Die Brauerei unterstützte 2017 die regionale Oberbürgermeisterwahl mit einem geringen Beitrag, was eine Ausnahme darstellt hinsichtlich der Unterstützung politischer Parteien. An politische Parteien direkt erfolgt seitens der Brauerei keine finanzielle Unterstützung, um Transparenz und Unabhängigkeit zu wahren. Ansonsten engagiert sich die Neumarkter Lammsbräu politisch für die Durchsetzung der

neuen EU-Bio-Verordnung im Rahmen der AöL. Sach- und Geldspenden werden hauptsächlich für Umweltschutz und Nachhaltigkeit, Bildung und Wissenschaft, Kultur und soziale humanitäre Projekte im Rahmen unserer wirtschaftlichen Möglichkeiten aufgewendet. Ferner müssen alle Spenden transparent sein, d.h., die Identität des Empfängers und die geplante Verwendung müssen bekannt sowie der Grund und der Verwendungszweck der Spende rechtlich vertretbar sein.

### **Vivawest GmbH, 2017:**

VIVAWEST ist politisch nicht aktiv. Gleichwohl wird die Geschäftstätigkeit von VIVAWEST von einer Vielzahl gesetzlicher Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel Mietrechtsnovellierungsgesetz, Energieeinspargesetz, Baugesetz und Bundesdatenschutzgesetz sowie der Gesetzgebung im Wirtschafts-, Handels- und Unternehmensrecht, beeinflusst. Darüber hinaus hat in Politik und Gesellschaft die Aufmerksamkeit für das Thema Wohnen in den letzten Jahren immer stärker zugenommen.

### **E.ON SE, 2017:**

E.ON SE, 2017: Seit 2011 sind wir im EU-Transparenzregister registriert. In dem Register sind Organisationen und selbstständige Einzelpersonen aufgeführt, die Einfluss auf die Entscheidungsprozesse in der EU nehmen. Mit unserer Registrierung erkennen wir den darin enthaltenen Verhaltenskodex an. Er legt Grundsätze für eine transparente politische Interessenvertretung fest.

14

15

16

17

18

19

20

## 20 Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

**Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.**

### DAS IST DAMIT GEMEINT

#### Warum ist das wichtig?

Rechtswidriges Verhalten und Korruption sind nicht nur strafbar, sondern schaden auch der Unternehmenskultur, der Reputation und den Geschäftsbeziehungen eines Unternehmens. Um Korruption zu verhindern, bedarf es klarer Richtlinien und deren Überprüfung. Gerade in Märkten, in denen Korruption stark vertreten ist, müssen Unternehmen die potenziellen Konflikte analysieren und Mitarbeitende sensibilisieren. Dazu braucht es eine feste Verankerung des Themas in der Führungskultur. Interne Prozesse, die gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten der eigenen Mitarbeitenden und auch der Geschäftspartner/-innen sicherstellen, können unternehmerische Risiken minimieren und die Zusammenarbeit verbessern.

#### Was bedeuten die Begriffe?

Gesetzeskonformes Verhalten bezieht sich auf die Vermeidung von Korruption und Kartellabsprachen oder die Einhaltung von gesetzlichen Regelungen, z.B. zu Daten-, Umwelt- oder Arbeitsschutz (Compliance). Richtlinienkonformes Verhalten hingegen bezeichnet die Einhaltung selbst gesetzter Verhaltensmaximen einer Organisation in Form von Verhaltenskodizes usw. (Integrity). Damit umfasst

dieses Kriterium die Komponenten Legalität und Legitimität gleichermaßen.

Due Diligence lässt sich sinngemäß als gebührende Sorgfalt übersetzen und bezieht sich auf eine mit entsprechender Sorgfalt durchgeführte Risikoprüfung mit dem Ziel, möglichst alle relevanten Risiken zu identifizieren. Die negativen Auswirkungen, die durch die Geschäftstätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens in Bezug auf gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten entstehen oder entstehen könnten, sollen überwacht und bei Verletzungen sollen geeignete Abhilfemaßnahmen angeboten werden.

#### Was ist zu beachten?

Das Kriterium bezieht sich sowohl auf die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien im Allgemeinen (also z.B. auch relevante Umweltgesetzgebung) als auch auf das Verhindern von Korruption im Besonderen. Berichten Sie einerseits über formalisierte Prozesse, z.B. über Due-Diligence-Prozesse und Compliance-Systeme, oder auch über spezifische Maßnahmen wie das „Vier-Augen-Prinzip“. Berichten Sie, wie etwaige Verstöße gegen externe Regulierungen und interne Standards identifiziert und geahndet werden und wer in der Geschäfts-



führung die Verantwortung für gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten trägt. Sie können Standards nennen, an denen Sie sich dabei orientieren (z.B. Global Compact der Vereinten Nationen). Gehen Sie andererseits darauf ein, ob und wie das Thema in der Unternehmenskultur verankert wird, also bspw. ob Mitarbeitende und Führungskräfte zu

den Themen Compliance und Integrity regelmäßig geschult werden sowie ob und wie sich Personen bei Verdachtsmomenten vertrauensvoll an jemanden wenden können (Ombudsfrau/-mann, externe/interne Whistleblowing-Systeme), ohne Sanktionen ihrer oder ihres Vorgesetzten befürchten zu müssen.

## CHECKLISTE



### ASPEKT 1

Berichten Sie über Strategien, konkrete Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere Korruption. Gehen Sie darauf ein, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

### ASPEKT 2

Berichten Sie, wie die Umsetzung der Strategien, Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse überprüft wird.

### ASPEKT 3

Berichten Sie, wer in Ihrem Unternehmen für das Thema Compliance verantwortlich ist und wie die Geschäftsführung eingebunden ist.

### ASPEKT 4

Berichten Sie, wie Führungskräfte und Beschäftigte für dieses Thema sensibilisiert werden.

### ASPEKT 5

Berichten Sie, ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden, bzw. legen Sie offen, wenn Sie Ziele nicht erreichen konnten und warum.

### ASPEKT 6

Berichten Sie über wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit, aus Ihren Geschäftsbeziehungen und aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben, und die wahrscheinlich negative Auswirkungen auf Menschenrechte haben.

14

15

16

17

18

19

20

---

## BERICHTERSTATTUNG ZUM CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ

### Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Falls Sie Ihre DNK-Erklärung auch zur Erfüllung der Berichtspflicht nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) nutzen wollen, dient Ihnen die folgende Checkliste zur Orientierung, wie das DNK-Büro auf formale Vollständigkeit prüft. Entsprechende Informationen zum gesetzlichen Belang „Bekämpfung von Korruption und Bestechung“ können Sie in den DNK-Kriterien 19 und 20 an geeigneter Stelle berichten. Grau hinterlegte Fragen werden bereits durch die Beantwortung der jeweiligen DNK-Aspekte abgedeckt.

#### 1. Berichten Sie über das verfolgte Managementkonzept:

- a. Zielsetzungen und geplanter Zeitpunkt der Zielerreichung
- b. wie die Unternehmensführung in das Konzept eingebunden ist (Kriterium 20, Aspekt 3)
- c. Strategien und konkrete Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele (Kriterium 20, Aspekt 1)
- d. interne Prozesse, um die Umsetzung der Maßnahmen zu prüfen (Kriterium 20, Aspekt 2)

#### 2. Berichten Sie über Ergebnisse des Konzepts:

- a. ob und in welchem Maße bisherige Ziele erreicht wurden (Kriterium 20, Aspekt 4)
- b. ob und wie festgestellt wird, wenn das Konzept angepasst werden muss, und welche Schlussfolgerungen daraus gezogen wurden

#### 3. Berichten Sie über Risiken:

- a. wie Risiken identifiziert und die wesentlichen Risiken herausgefiltert wurden (Due-Diligence-Prozesse)
- b. wesentliche Risiken, die sich aus Ihrer Geschäftstätigkeit ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung haben (Kriterium 20, Aspekt 6)
- c. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Geschäftsbeziehungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung haben (Kriterium 20, Aspekt 6)
- d. wesentliche Risiken, die sich aus Ihren Produkten und Dienstleistungen ergeben und sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung haben (Kriterium 20, Aspekt 6)

## DAS SCHREIBEN ANDERE

### Veolia Deutschland GmbH, 2017:

2017 hat Veolia ein Whistleblowing-Verfahren für Finanzethik eingeführt. Über eine eigens eingerichtete Hotline können sich Beschäftigte bei einem Verdacht anonym oder auch offen an den Ethikausschuss wenden. Ethische Werte, Fairness und Compliance nehmen bei Veolia einen hohen Stellenwert ein. Besonders im Hinblick auf den Finanzbereich ist die Einhaltung der geltenden Regeln und Gesetze immens wichtig – nicht zuletzt, weil Verstöße schwerwiegende Konsequenzen finanzieller oder auch strafrechtlicher Art nach sich ziehen – sowohl für die Führungskräfte als auch für die gesamte Gruppe.

### Barmenia-Konzern, 2017:

Die Geschäftsleitung trägt jeweils die Gesamt- und Letztverantwortung für die Einhaltung der rechtlichen Vorgaben. Innerhalb des Vorstands ist die Compliance-Zuständigkeit auf den Vorstandsvorsitzenden gebündelt worden. Die vorgenannte Bündelung innerhalb des Vorstands lässt jedoch die Gesamtverantwortung des Vorstands und die damit verbundenen Rechte und Pflichten des gesamten Vorstands unberührt. Der Vorstand kann die Gesamt- bzw. Letztverantwortung nicht delegieren. Zur Unterstützung bedient er sich der Compliance-Funktion. Der verantwortliche Inhaber der Compliance-Funktion trägt die operative Verantwortung dafür, dass die Schlüsselfunktion ihre Aufgaben ordnungsgemäß erfüllt.

### Gigaset AG, 2017:

Bei der Wahrnehmung seiner aus der Leitungs- und Organisationspflicht sich ergebenden Legalitätspflicht bedient sich der Vorstand der Gigaset AG seit 2012 der Unterstützung eines Compliance Committee, welchem u.a. die Aufklärung von Verdachtsfällen und Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für den Vorstand obliegen. Mit einem bereits wiederholt durchgeführten webbasierten Lernprogramm zur Korruptionsprävention werden Führungskräfte und relevante Gruppen von Mitarbeitern im In- und Ausland geschult.

14

15

16

17

18

19

20



### INITIATIVEN UND LEITLINIEN

#### **Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)**

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex richtet sich an Unternehmen und Organisationen. Der Transparenzstandard beschreibt in 20 Kriterien und einer Auswahl von quantifizierbaren Leistungsindikatoren Nachhaltigkeitsleistungen in transparenter und vergleichbarer Form, der sogenannten DNK-Erklärung. Mit ihrer Hilfe kann beurteilt werden, wie Unternehmen Nachhaltigkeit im Kerngeschäft verankern. Chancen und Risiken werden sichtbar und können proaktiv gemanagt werden.

([www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de))

#### **European Federation of Financial Analysts Societies (EFFAS)**

Sie ist ein Netzwerk von europäischen Finanzanalysten, das 2010 zusammen mit der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) eine Richtlinie zur Integration von Umwelt- und Sozialaspekten in die Finanzberichterstattung herausgegeben hat.

([www.effas.net](http://www.effas.net))

#### **Gemeinwohl-Ökonomie**

Sie ist ein alternatives Wirtschaftsmodell, entwickelt und gefördert durch den österreichischen Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie. Das Modell definiert Unternehmenserfolg anhand gemeinwohlorientierter Werte. Ziel einer ethischen Marktwirtschaft ist demnach ein gutes Leben. Menschenwürde, globale Fairness und Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Ge-

rechtigkeit und demokratische Mitbestimmung sind dabei wesentliche Elemente. Anhand einer Gemeinwohl-Matrix erstellen die Unternehmen eine Gemeinwohl-Bilanz.

([www.ecogood.org](http://www.ecogood.org))

#### **Global Compact der Vereinten Nationen (UN Global Compact)**

Dabei handelt es sich um eine Initiative der Vereinten Nationen für Unternehmen, die sich verpflichten, ihre Geschäftstätigkeit an zehn Prinzipien zur Nachhaltigkeit auszurichten. Dazu gehören u.a. Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org))

#### **Global Reporting Initiative (GRI)**

Sie stellt einen kontinuierlichen internationalen Dialog zur Unternehmensberichterstattung dar, an dem Unternehmen und ihre Anspruchsgruppen teilnehmen. GRI will mit den Sustainability Reporting Standards (SRS) die Qualität der Berichterstattung erhöhen, standardisieren und somit vergleichbar machen.

([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org))

#### **Internationale Arbeitsorganisation (ILO)**

Sie ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen zur Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialstandards. Sie bestimmt ihr Handeln in vier Grundprinzipien: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Beseitigung der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit, Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf. Auf

dieser Basis sind insgesamt acht sogenannte Kernarbeitsnormen (Übereinkommen) festgelegt worden: Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechts, Vereinigungsrecht und Recht zu Kollektivverhandlungen, Zwangsarbeit, Abschaffung der Zwangsarbeit, Gleichheit des Entgelts, Diskriminierung (Beschäftigung und Beruf), Mindestalter, Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit.  
([www.ilo.org](http://www.ilo.org))

#### **Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD)**

Die OECD hat im Jahr 2011 Leitsätze für das nachhaltige und verantwortungsbewusste Verhalten von (vor allem multinationalen) Unternehmen formuliert. Sie wurden in einem umfassenden internationalen Konsultationsprozess zwischen Unternehmen, Gewerkschaften, Nichtregierungsorganisationen und Regierungen verhandelt und vertraglich zwischen den Regierungen der OECD-Länder und einiger weiterer Staaten vereinbart. Für Unternehmen sind sie jedoch nicht bindend.  
(<http://mneguidelines.oecd.org/>)

#### **Sustainable Development Goals (SDGs)**

Die 17 Entwicklungsziele der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verknüpfen das Prinzip der Nachhaltigkeit mit der ökonomischen, ökologischen und sozialen Entwicklung. Das Zielsystem der Agenda 2030 ist universell und gilt für Entwicklungs-, Schwellen- und Industrieländer gleichermaßen. Auf diese Weise soll die

neue Agenda die Grundlage für eine veränderte globale Partnerschaft bilden. Sie wurden von der Generalversammlung der Vereinten Nationen (UN) verabschiedet und sind seit dem 1. Januar 2016 mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030) in Kraft. ([www.sustainabledevelopment.un.org/sdgs](http://www.sustainabledevelopment.un.org/sdgs))

#### **UN-Richtlinien für Wirtschaft und Menschenrechte (UN Guiding Principles on Business and Human Rights)**

Sie wurden 2011 von der Menschenrechtskommission der UN unterstützt und formulieren die Pflicht der Staaten und der Unternehmen, Menschenrechte zu schützen bzw. zu respektieren. Mit dem 2016 im Bundeskabinett verabschiedeten Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) will die Bundesregierung die Einhaltung der Menschenrechte in globalen Liefer- und Wertschöpfungsketten durchsetzen. Die Bundesregierung erwartet von allen deutschen Unternehmen, dass sie die im NAP beschriebenen Elemente menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht in sämtliche Geschäftsaktivitäten integrieren und somit ihrer sozialen Verantwortung nachkommen. Dies umfasst neben den eigenen Geschäftstätigkeiten explizit auch Prozesse zum Management von Liefer- und Wertschöpfungsketten. Die Bundesregierung behält sich im NAP vor, weitergehende Schritte bis hin zu gesetzlichen Maßnahmen zu prüfen, sollten 50 % der in Deutschland ansässigen Unternehmen mit über 500 Beschäftigten diese Prozesse bis 2020 nicht umsetzen.  
([www.wirtschaft-menschenrechte.de](http://www.wirtschaft-menschenrechte.de))

### **Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)**

Unter dem Eindruck des steigenden Risikos einer sogenannten Kohlenstoffblase aufgrund falscher Bewertung von Finanzanlagen, die Klimarisiken ignoriert, beauftragten die G20-Staaten den Finanzstabilitätsrat mit einer Untersuchung. Die Richtlinien der TCFD geben Empfehlungen für die freiwillige Offenlegung von Klimarisiken für betroffene Unternehmen aller Sektoren. Unterschieden werden zwei Arten von Risiken: physische Risiken durch den Klimawandel selbst, beispielsweise durch den Anstieg des Meeresspiegels oder extreme Wetterereignisse, sowie Haftungsrisiken für Unternehmen durch neue und striktere Regularien zum Klimaschutz. Die Richtlinien sprechen alle Unternehmen an, die von solchen Risiken direkt und indirekt betroffen sind. Die Empfehlungen werden den Kernbereichen Governance, Strategie, Risikomanagement sowie Maßzahlen und Ziele eines Unternehmens zugeordnet. Jeder dieser vier Bereiche enthält Anregungen bezüglich der Offenlegung klima-

bezogener Finanzrisiken. Im Bereich Unternehmensführung werden Unternehmen dazu angehalten zu berichten, wie klimabezogene Chancen und Risiken Bestandteil der unternehmerischen Governancestruktur sind. Des Weiteren sollen Informationen darüber offengelegt werden, ob und wie klimabezogene Risiken und Chancen in die eigene Strategie und das Geschäftsmodell integriert sind und welche Prozesse in Kraft treten, um die identifizierten Risiken und Chancen zu managen sowie Hilfestellung zur Auswahl von Maßzahlen und Zielen für deren Messung und Steuerung zu leisten. Die Messung sollte alle Scope-1-, Scope-2- und gegebenenfalls Scope-3-Treibhausgasemissionen beinhalten. Als Maßzahlen werden interne Kohlenstoffpreise oder Gewinne aus emissionsarmen Produkten und Dienstleistungen empfohlen. Für die interne Zielsetzung bietet sich auch die Orientierung der Unternehmen an wissenschaftsbasierten Zielen (Science Based Targets) an. ([www.fsb-tcfid.org](http://www.fsb-tcfid.org))

## **MANAGEMENTSYSTEME ZUR NACHHALTIGKEIT**

### **EMAS**

(Eco-Management and Audit Scheme) ist ein Umweltmanagementsystem. EMAS, kurz auch Öko-Audit genannt, wurde 1993 von der EU entwickelt und soll den Unternehmen helfen, ihre Umweltleistungen zu verbessern, indem sie freiwillig ein umfassendes Umweltmanagement einführen. Dieses wird regelmäßig extern geprüft (zertifiziert). (<http://www.emas.de> und <http://www.iso.org/iso/iso14000>)

### **ISO 9000**

ist die Norm der Internationalen Organisation für Normung (ISO) zum Qualitätsmanagement eines Unternehmens. Mit ihren acht Grundsätzen (Kundenorientierung, Verantwortlichkeit der Führung, Einbeziehung der beteiligten Personen, prozessorientierter Ansatz, systemorientierter Managementansatz, kontinuierliche Verbesserung, sachbezogener Entscheidungsfindungsansatz sowie Lieferantenbeziehungen zum gegenseitigen Nutzen) eignet sie sich teilweise auch zum Management der Nachhaltigkeit. ([www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso\\_9000.htm](http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm))

**ISO 14001**

legt zertifizierbare Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem fest. Diese Norm kann sowohl auf produzierende als auch auf dienstleistende Unternehmen und Organisationen angewandt werden. Die ISO 14001 ist Teil einer Normenfamilie, die u.a. die Bereiche Umweltauditing, -kommunikation, -kennzeichnung und Leistungsbewertung sowie Ökobilanzierung und weitere Umweltaspekte in der Produktentwicklung umfasst.

**ISO 26000**

ist ein Managementleitfaden, den die ISO im Jahr 2010 vorgelegt hat. Er gibt Unternehmen und Organisationen Empfehlungen für gesellschaftlich verantwortliches Verhalten. Es handelt sich hier um keine zertifizierbare Managementnorm, die Anwendung ist freiwillig.

([www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en](http://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en))

**ISO 50001**

ist eine Norm, die Organisationen und Unternehmen beim Aufbau eines systematischen Energiemanagements unterstützen soll. Ungenutzte Energieeffizienzpotenziale sollen dadurch erschlossen, Energiekosten verringert und der Ausstoß von Treibhausgasen sowie andere Umweltauswirkungen von Energieverbräuchen reduziert werden.

(<http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso50001.htm>)

**Lieferantenmanagementsysteme**

Die praktische Umsetzung der gestiegenen Transparenzanforderungen im Einkaufsmanagement stellt Unternehmen vor erhebliche Herausforderungen, denn die Beschaffung und die Auswertung von Informationen beanspruchen erhebliche Ressourcen. Immer häufiger sehen sich Unternehmen mit einer Vielzahl von Fragebögen und Kontrollen konfrontiert.

Verschiedene Brancheninitiativen und Plattformen bieten webbasierte Ansätze für Lieferantenabfragen. Hierzu zählen BSCI, E-TASC, EICC, PSCI und Together for Sustainability. Zu den Plattformanbietern zählen beispielsweise Achilles, EcoVadis, FFC (Fair Factories Clearinghouse), Intertek GSM, NQC, Sedex und SupplyShift. (Siehe hierzu auch „Ansätze für Lieferantenabfrage und -management“, econsense-Diskussionsbeitrag; [www.econsense.de](http://www.econsense.de))

**SA 8000**

ist ein internationaler Standard, der Mindestanforderungen an die Arbeitsbedingungen von Arbeitnehmern vor allem in transnationalen Unternehmen formuliert. Urheberin ist die Social Accountability International (SAI), eine internationale Nichtregierungsorganisation, bei der sich Unternehmen freiwillig zertifizieren lassen können. Die Norm basiert auf Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Vereinten Nationen (UN).

([www.sa-intl.org](http://www.sa-intl.org))



## INSTRUMENTE

### **Biodiversitätsanalyse oder Biodiversitäts-**

**Checks:** Hiermit können Unternehmen erste Orientierung zu ihren Auswirkungen und Abhängigkeiten verschiedener Unternehmensbereiche auf die biologische bzw. von der biologischen Vielfalt gewinnen.

([www.business-and-biodiversity.de/aktivitaeten/informationen-biodiversitaetsmanagement/handbuch-biodiversitaetsmanagement/](http://www.business-and-biodiversity.de/aktivitaeten/informationen-biodiversitaetsmanagement/handbuch-biodiversitaetsmanagement/))

**CR-Kompass** unterstützt KMU beim Aufbau ihres Managements der unternehmerischen Verantwortung (Corporate Responsibility, CR) und bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes. Außerdem kann mit dem CR-Kompass auch ein Fortschrittsbericht nach den Anforderungen des UN Global Compact erstellt werden. Die onlinebasierte Anwendung unterstützt KMU bei der CR-Umsetzung und begleitet sie bei der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichtes. Der CR-Kompass wird vom ESF-Programm der EU unterstützt.

([www.cr-kompass.de](http://www.cr-kompass.de))

**360report** ist eine Softwarelösung zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten. Die Software integriert die internationalen Berichtsstandards der Global Reporting Initiative (GRI SRS), von ISO 26000 und UN Global Compact sowie den nationalen Standard des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Bei mehreren Standards sind diese so miteinander verknüpft, dass eine einmalige Dateneingabe genügt, um mehrere Standards zu erfüllen. ([www.360report.org/de/](http://www.360report.org/de/))

**Ökoeffizienzanalysen** bestimmen das Verhältnis zwischen Zielerreichung (möglichst wenig Umweltbelastung) und Mitteleinsatz (Finanzen). Eine Ökoeffizienzanalyse liefert somit notwendige Informationen bezüglich der Effizienz und der Effektivität verschiedener Alternativen und Maßnahmen bei Produkten und Dienstleistungen. Während die Erstellung einer Ökobilanz in den ISO-Normen 14040 und 14044 detailliert beschrieben ist, gibt es weder für die Lebenszykluskosten-Analyse noch für die Ökoeffizienz-Analyse eine vergleichbare Norm oder einen international anerkannten Code of Conduct.

(Vgl. hierzu auch: [www.prosa.org](http://www.prosa.org))

**Ökologischer Fußabdruck** ist die Fläche auf der Erde, die aktuell für den Lebensstil eines Menschen benötigt wird. Das sind z. B. die Flächen für die Produktion von Kleidung, Nahrung und Energie, aber auch zur Entsorgung von Müll oder zum Binden des Kohlendioxids, das durch menschliche Aktivitäten freigesetzt wird. Die Werte werden in Globalen Hektar pro Person und Jahr angegeben und unterscheiden sich je nach Region erheblich. Das Konzept haben die Wissenschaftler Mathis Wackernagel und William Rees 1994 entwickelt.

([www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org))

**Stakeholder-Dialoge** sind der Austausch mit Anspruchsgruppen des Unternehmens über dessen Nachhaltigkeitsstrategie beziehungsweise über Nachhaltigkeitsziele und -projekte und gelten inzwischen als ein wichtiges Instrument des Nachhaltigkeitsmanagements (siehe Kriterium 9 und Lexikon der Nachhaltigkeit: [112](http://www.nach-</a></p></div><div data-bbox=)



haltigkeit.info/artikel/stakeholderdialoge\_1571.htm). Der AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES) des gemeinnützigen Netzwerkes AccountAbility stellt Prinzipien für einen erfolgreichen Umgang mit Anspruchsgruppen bereit. ([www.accountability.org/standards/aa1000ses.html](http://www.accountability.org/standards/aa1000ses.html))

**Sustainable Balanced Scorecard (SBSC)** basiert auf der Balanced Scorecard. Das entscheidende Merkmal einer SBSC ist, dass sie neben herkömmlichen ökonomischen Aspekten auch die ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsaspekte systematisch berücksichtigt. Sie ist ein Managementinstrument, mit dessen Hilfe die Unternehmensleistung auch in den beiden Nachhaltigkeitsdimensionen kontinuierlich gemessen und gesteuert werden kann. Auf die Ausgewogenheit der Gewichtung der verschiedenen Kennzahlen wird besonderes Gewicht gelegt, da mit der SBSC nicht nur die Kennzahlensystematik gemeint ist, sondern auch die strategiekonforme Umsetzung der Ziele durch das Management angestrebt wird. (Vgl. hierzu auch: [www.controlling-wiki.com/de/index.php/Sustainability\\_Balanced\\_Scorecard](http://www.controlling-wiki.com/de/index.php/Sustainability_Balanced_Scorecard))

**Sustainable Value** ist ein Instrument, mit dem die ökonomischen Effekte eines Unternehmens (Wertsteigerung) berechnet werden können, indem die ökologischen und sozialen Lasten, die damit verbunden sind, eingerechnet werden. Das Konzept wurde von einer Gruppe deutscher Wissenschaftler erarbeitet. ([www.sustainablevalue.com](http://www.sustainablevalue.com))

**VfU-Umweltkennzahlen** für die Finanzbranche werden vom Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. (VfU) herausgegeben und sind zu einem weltweit anerkannten Standard für die Bilanzierung der betrieblichen Umweltkennzahlen bei Finanzinstituten geworden. In regelmäßigen Intervallen von zwei bis drei Jahren werden die VfU-Kennzahlen und das zugehörige Berechnungstool von einer VfU-Projektgruppe überarbeitet, um den Maßstäben der internationalen Umweltindikatorensysteme (Global Reporting Initiative) und Treibhausgas-Footprinting-Standards wie dem Greenhouse Gas Protocol Rechnung zu tragen.

**Wesentlichkeitsanalyse und -matrix** (gelegentlich auch als Materialitätsanalyse bezeichnet) sind strategische Analysewerkzeuge, mit denen die für ein Unternehmen und seine Anspruchsgruppen (Stakeholder) bedeutenden Nachhaltigkeitsthemen ermittelt werden. Sie umfassen die externe Umfeldanalyse, die interne Unternehmensanalyse und die Analyse der Stakeholder-Erwartungen. Die Ergebnisse werden in einer Matrix abgebildet. Das Ergebnis der Umfeld- und der Unternehmensanalyse bildet die erste Dimension der Matrix ab. Die zweite Dimension stellt das Ergebnis der Analyse der Stakeholder-Erwartungen dar. Aus der Gegenüberstellung der für das Unternehmen und für die Stakeholder relevanten Themen werden so Handlungsfelder für die strategische Planung abgeleitet.

Business Reporting on the SDGs. An analysis of the goals and targets. Hrsg.: GRI and the United National Global Compact. Amsterdam 2017. ([https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI\\_UNGC\\_Business-Reporting-on-SDGs\\_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf](https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI_UNGC_Business-Reporting-on-SDGs_Analysis-of-Goals-and-Targets.pdf); Download 16.11.2018)

Die Sustainable Development Goals für und durch KMU. Ein Leitfaden für kleine und mittlere Unternehmen. Hrsg.: Bror Geisenbauer, Georg Müller-Christ. Bremen 2018. ([https://www.renn-netzwerk.de/fileadmin/user\\_upload/nord/docs/Broschuere\\_sdg\\_kmu.pdf](https://www.renn-netzwerk.de/fileadmin/user_upload/nord/docs/Broschuere_sdg_kmu.pdf); Download 16.11.2018)

In 6 Schritten zum Nachhaltigkeitsbericht. Ein Leitfaden für Klein- und Mittelunternehmen. Hrsg.: Austrian Business Council for Sustainable Development. Wien 2013. ([https://www.respect.at/dl/totrJKJmMoLJqx4KJK/Nachhaltigkeitsbericht\\_Leitfaden\\_respACT.pdf](https://www.respect.at/dl/totrJKJmMoLJqx4KJK/Nachhaltigkeitsbericht_Leitfaden_respACT.pdf); Download 22.05.2016)

Vom Emissionsbericht zur Klimastrategie. Grundlagen für ein einheitliches Emissions- und Klimastrategieberichtswesen. Hrsg.: WWF Deutschland und Driving Sustainable Economies (CDP). Berlin 2014. ([www.pwc.de/de\\_DE/de/nachhaltigkeit/assets/leitfaden-vom-emissionsbericht-zur-klima-strategie.pdf](http://www.pwc.de/de_DE/de/nachhaltigkeit/assets/leitfaden-vom-emissionsbericht-zur-klima-strategie.pdf); Download 14.11.2018)

Nachhaltigkeit in der Kapitalmarktkommunikation. Sieben Empfehlungen für Emittenten. Hrsg.: Deutsche Börse AG. Frankfurt am Main 2013. ([www.deutsche-boerse-cash-market.com/blob/1208784/23a83ef2e14df6f6f6c2421bde94abfb/data/Broschuere--Nachhaltigkeit-in-der-Kapitalmarktkommunikation---Sieben-Empfehlungen-fuer-Emittenten.pdf](http://www.deutsche-boerse-cash-market.com/blob/1208784/23a83ef2e14df6f6f6c2421bde94abfb/data/Broschuere--Nachhaltigkeit-in-der-Kapitalmarktkommunikation---Sieben-Empfehlungen-fuer-Emittenten.pdf); Download 14.11.2018)

Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD): Final Report: Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures. (<https://www.fsb-tcf.org/wp-content/uploads/2017/06/FINAL-TCFD-Report-062817.pdf>; Download 09.11.2018)



## Hilfestellungen und Informationen

1. Online: Auf der DNK-Website ([www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de)) finden Sie viele nützliche Informationen für Anwender und die DNK-Datenbank.
2. DNK-Team: Sie erreichen das Team online unter [team@nachhaltigkeitskodex.org](mailto:team@nachhaltigkeitskodex.org) oder telefonisch unter +49 30 33 84 24 888.
3. Schulungspartner: Bundesweit bieten DNK-Schulungspartner Informationsveranstaltungen, Schulungen oder auch individuelle Unterstützung bei der Erstellung von DNK-Erklärungen an. Die DNK-Schulungspartner haben eine DNK-Trainerschulung absolviert und sind auf der DNK-Website zu finden.
4. DNK-Mentoren: Experten aus Unternehmen mit DNK-Erklärung, die in Veranstaltungen über ihre Erfahrungen berichten und Tipps aus der Praxis geben können. Sie finden diese ebenfalls auf der DNK-Website.

**1.** Sie brauchen zunächst ein Mandat der Geschäftsführung. Bilden Sie dann ein Team, dessen Zusammensetzung die verschiedenen Bereiche Ihres Unternehmens gut abbildet. Dem Team sollten die Wissens- und Verantwortungsträger der Unternehmensbereiche angehören. Wenn Sie Ihre Kolleginnen und Kollegen schon in dieser Phase miteinbeziehen, bekommt das Thema mehr Stärke und Umsetzbarkeit.

**2.** Gehen Sie gemeinsam die 20 DNK-Kriterien und quantitativen Leistungsindikatoren durch. Stellen Sie fest, zu welchen Kriterien Ihnen schon Informationen vorliegen oder gegebenenfalls fehlen. Sofern Sie noch keine Strategie festgelegt haben, arbeiten Sie gemeinsam heraus, welche Nachhaltigkeitsthemen für die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens wesentlich sind und welche ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen Ihre Geschäftstätigkeit hat. Indem Sie die Perspektiven Ihrer Anspruchsgruppen (z.B. Kundinnen und Kunden, liefernde Betriebe, Mitarbeitende) mit einbeziehen, schaffen Sie eine breite Vertrauensbasis. Legen Sie schließlich im Team fest, wer für welche Kriterien verantwortlich ist und bis wann Daten und Texte geliefert werden müssen.

**3.** Stellen Sie fest, ob Ihr Unternehmen berichtspflichtig im Sinne des CSR-RUG ist und deshalb besondere Ansprüche in der Berichterstattung erfüllen muss. Treffen Sie eine Entscheidung, ob Sie die Leistungsindikatoren der Global Reporting Initiative (GRI SRS) oder der European Federation of Financial Analysts Societies (EFFAS) heranziehen. Sie können innerhalb des DNK auch zusätzlich im Sinne des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte berichten.

Tragen Sie alle verfügbaren quantitativen und qualitativen Informationen für die 20 Kriterien und die jeweiligen dazugehörigen Leistungsindikatoren zusammen. Erstellen Sie zu jedem Kriterium der DNK-Erklärung einen Text (Orientierungswert: 500 bis 3.000 Zeichen pro Kriterium). In diesen Texten erklären Sie, welche Kriterien Sie erfüllen („comply“), bzw. erläutern, wenn Daten noch nicht erhoben oder die geforderten Informationen für Ihre Geschäftstätigkeit nicht wesentlich sind („explain“). Tipp: Die Checklisten für jedes Kriterium finden Sie auf der Website und in der Datenbank. Zur Erstellung der Textversion können Sie ein Template nutzen, das Ihnen nach der Registrierung (s. Schritt 4) im Downloadbereich der Datenbank zur Verfügung steht. Lassen Sie diese Texte und Daten anschließend von der Geschäftsführung freigeben.

**4.** Für die Erstellung Ihrer DNK-Erklärung registrieren Sie sich in der DNK-Datenbank mit einem Benutzernamen und Passwort. Sie erhalten eine E-Mail, um Ihren Account zu verifizieren. Ist die Registrierung erfolgt, können Sie in der DNK-Datenbank sofort Ihr Unternehmensprofil selbstständig anlegen. Sie können es jederzeit bearbeiten, weitere Bearbeiter zur Pflege hinzufügen und neue Berichtsjahre erstellen. Übertragen Sie alle zuvor gesammelten Informationen zu den Kriterien (Daten, Texte und Indikatoren) in die DNK-Datenbank. Dazu steht Ihnen für jedes Kriterium ein Eingabefeld zur Verfügung, in dem Sie Ihre Texte und Daten editieren können. Die DNK-Erklärung kann erst zur Überprüfung an das DNK-Team gesendet werden, wenn alle Eingabefelder ausgefüllt sind. Die Prüfung erfolgt anhand einer Checkliste auf Vollständigkeit (inkl. Quellenangaben und Links) und hinsichtlich des „comply or explain“-Ansatzes. Es wird kein Zertifikat ausgestellt. Nach erfolgreicher Prüfung und Absprache mit Ihnen erfolgt die Veröffentlichung der DNK-Erklärung in der DNK-Datenbank und Ihr Unternehmen erhält das DNK-Anwender-Signet.

**5.** Nutzen Sie die DNK-Erklärung nun für Ihre Unternehmenskommunikation. Das DNK-Signet können Sie z.B. auf Ihrer Website, in Broschüren oder in Ihren Mailverkehr einbinden. Sie können eine Pressemitteilung herausgeben oder Ihre Kunden bzw. Auftraggeber und Lieferanten persönlich über die DNK-Erklärung informieren. Darüber hinaus wird künftig der Export in andere Dateiformate möglich sein, so dass die DNK-Erklärung Grundlage eines Nachhaltigkeitsberichtes oder anderer Kommunikationsmedien werden kann.

Bereiche	20 DNK-Kriterien	GRI-SRS-Indikatoren	EFFAS-Indikatoren
<b>STRATEGIE</b>	1. Strategische Analyse und Maßnahmen 2. Wesentlichkeit 3. Ziele 4. Tiefe der Wertschöpfungskette		
<b>PROZESS-MANAGEMENT</b>	5. Verantwortung 6. Regeln und Prozesse 7. Kontrolle 8. Anreizsysteme	GRI SRS-102-16  GRI SRS-102-35 GRI SRS-102-38	EFFAS S06-01 EFFAS S06-02
	9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	GRI SRS-102-44	
	10. Innovations- und Produktmanagement	G4-FS11	EFFAS E13-01 EFFAS V04-12
<b>UMWELT</b>	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen 12. Ressourcenmanagement	GRI SRS-301-1 GRI SRS-302-1 GRI SRS-302-4 GRI SRS-303-3 GRI SRS-306-2	EFFAS E04-01 EFFAS E05-01 EFFAS E01-01
	13. Klimarelevante Emissionen	GRI SRS-305-1 GRI SRS-305-2 GRI SRS-305-3 GRI SRS-305-5	EFFAS E02-01
<b>GESELLSCHAFT</b>	14. Arbeitnehmerrechte 15. Chancengerechtigkeit 16. Qualifizierung	GRI SRS-403-4 GRI SRS-403-9 GRI SRS-403-10 GRI SRS-404-1 GRI SRS-405-1 GRI SRS-406-1	EFFAS S03-01 EFFAS S10-01 EFFAS S10-02 EFFAS S02-02
	17. Menschenrechte	GRI SRS-412-3 GRI SRS-412-1 GRI SRS-414-1 GRI SRS-414-2	EFFAS S07-02 II
	18. Gemeinwesen	GRI SRS-201-1	
	19. Politische Einflussnahme	GRI SRS-201-1	EFFAS G01-01
	20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	GRI SRS-205-1 GRI SRS-205-3 GRI SRS-419-1	EFFAS V01-01 EFFAS V02-01

Um eine vollständige Erklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex abzugeben, berichten Anwender über die 20 DNK-Kriterien und ein ausgewähltes Set an Indikatoren (GRI oder EFFAS)



Mehrere Branchenverbände haben branchenspezifische Ergänzungen für die Berichterstattung entwickelt. Sie bieten konkrete Orientierung wie bspw. Hinweise auf wesentliche Aspekte oder Beispiele für die einzelnen DNK-Kriterien. Die Leitfäden können beim jeweiligen Verband bestellt werden.



VKU: Leitfaden Abfallwirtschaft und Stadtreinigung



Orientierungshilfe Bankenverband



VKU: Leitfaden Energiewirtschaft



BVE: Leitfaden Ernährungsindustrie



Leitfaden Hochschul-DNK



Leitfaden Sparkassen



GdW: Leitfaden Wohnungswirtschaft

Ihre Branche ist nicht dabei? Falls Sie Interesse an einem Leitfaden in Kooperation mit dem RNE haben, melden Sie sich gerne bei [team@nachhaltigkeitskodex.org](mailto:team@nachhaltigkeitskodex.org)



**Marlehn Thieme**

Vorsitzende des Rates, Mitglied des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland,  
Vorsitzende des ZDF-Fernsehrates

**Olaf Tschimpke**

Stellvertretender Vorsitzender des Rates, Präsident des Naturschutzbunds Deutschland  
(NABU)

**Prof. Dr. Alexander Bassen**

Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Hamburg

**Ulla Burchardt**

Mitglied des Bundestages a. D., freiberufliche Strategieberaterin

**Kathrin Menges**

Personalvorstand und Vorsitzende des Sustainability Council von Henkel

**Alexander Müller**

Beigeordneter Generaldirektor der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der  
Vereinten Nationen (FAO) a. D., Staatssekretär BMVEL a. D.

**Katherina Reiche**

Hauptgeschäftsführerin des Verbandes kommunaler Unternehmen (VKU), Parlamentarische  
Staatssekretärin a. D.

**Prof. Dr. Lucia A. Reisch**

Professorin an der Copenhagen Business School, Vorsitzende Sachverständigenrat für  
Verbraucherfragen

**Dr. Werner Schnappauf**

Senior Advisor der Bank of America Merrill Lynch in Deutschland/EMEA; Bayrischer  
Staatsminister für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz a. D.; Hauptgeschäftsführer  
des Bundesverbands der Deutschen Industrie a. D.

**Dr. Imme Scholz**

Stellvertretende Direktorin des Deutschen Instituts für Entwicklungspolitik (DIE)

**Prof. Dr. Ulrich Schraml**

Forstliche Versuchs- und Forschungsanstalt Baden Württemberg, Freiburg i. Br.

**Prof. Dr. Wolfgang Schuster**

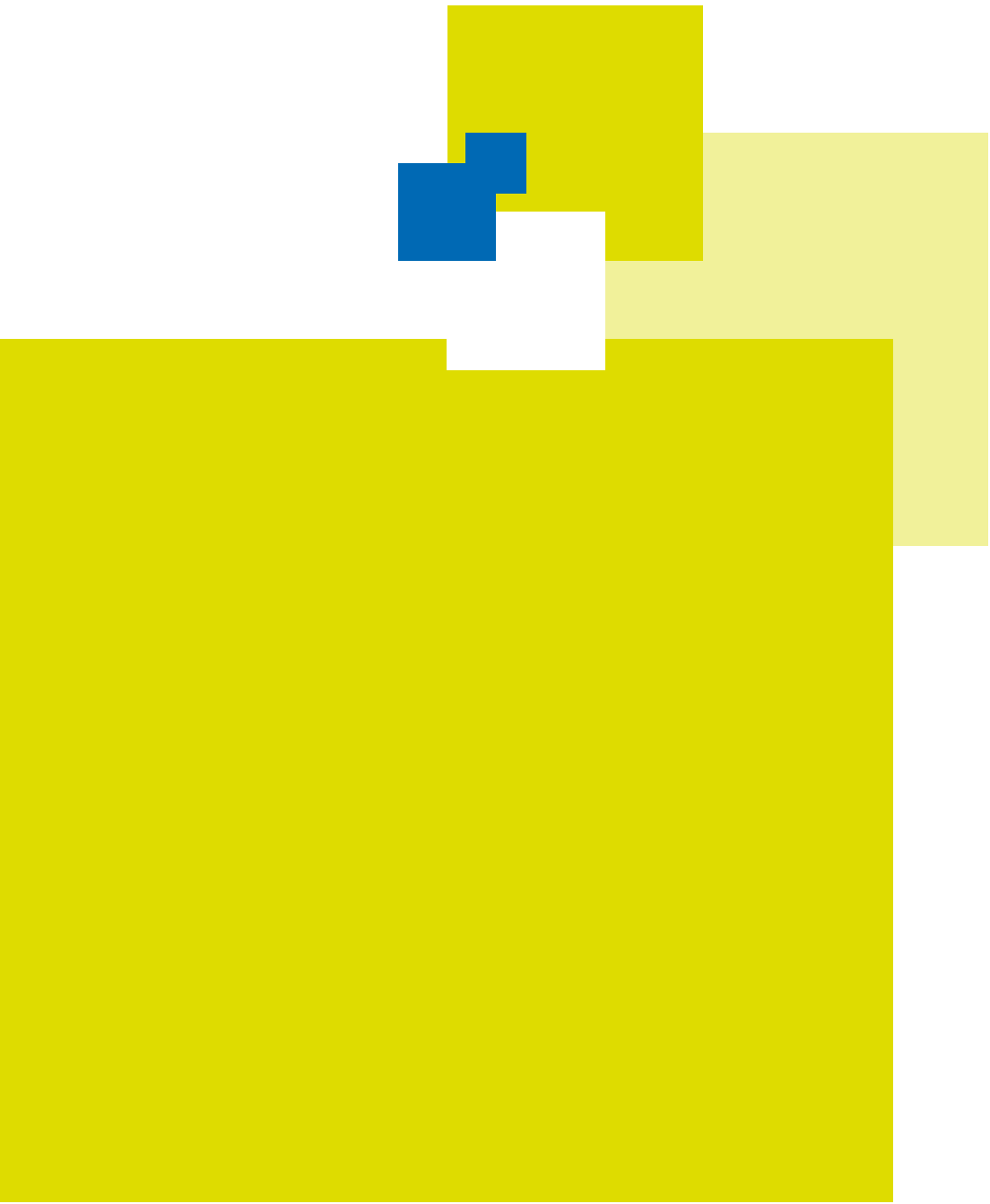
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Stuttgart a. D., Vorsitzender der Deutsche Telekom  
Stiftung

**Prof. Dr. Hubert Weiger**

Vorsitzender des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND)

**Heidemarie Wieczorek-Zeul**

Bundesministerin für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung a. D.;  
Vizepräsidentin der Freunde des Globalen Fonds Europa



# Impressum

© 2019 Rat für Nachhaltige Entwicklung  
c/o Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Verantwortlich: Prof. Dr. Günther Bachmann

Redaktion: Loreen Wachsmuth, Birte Freudenreich, Kim Fuchs, Julia Graner, Florian Harrlandt,  
Nils Tiemann, Yvonne Zwick

Lektorat: Scholz & Friends NeuMarkt GmbH, Hamburg

Fotocredits: Titel: goodluz © shutterstock.com, chuttersnap © unsplash.com; Portraits Seite 4:

Noel Tovia Matoff (© RNE), Andreas Weiss (© RNE)

Grafikdesign: Carina Schmitt, Leon Hammes, DRILLING GmbH, [www.agentur-drilling.de](http://www.agentur-drilling.de)

Druck: DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Papier: EnviroTop 100% Recyclingpapier



