

STUDIE

Treibt bunte Blüten: die CSR-Richtlinie in der Praxis

*Die Umsetzung der Nicht-
finanziellen Erklärung durch
die DAX-30-Unternehmen in
ihren Berichten zum Geschäfts-
jahr 2017*



MPM²

UR UNIVERSAL REPORTING
ANALYSE. REDAKTION. KOMMUNIKATION.

Ziel der Untersuchung

Wir haben anhand der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte 2017 der DAX-30-Unternehmen die erstmalige Umsetzung der Nicht-finanziellen Erklärung (NFE) nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) analysiert.*

Wie erfüllen die Unternehmen die formal-rechtlichen Vorgaben?

Sind bereits Trends in der nichtfinanziellen Berichterstattung zu erkennen?

Wie nutzen die DAX-30-Unternehmen die Spielräume des CSR-RUG?

Wurde die Chance genutzt, Nachhaltigkeit noch näher an die Geschäftsprozesse heranzuführen?

Schafft die CSR-Berichtspflicht Transparenz und Mehrwert für den Leser?

MPM

MPM Corporate Communication Solutions ist als inhabergeführte Kommunikationsagentur auf die integrierte Konzeption, Implementierung und Steuerung medienübergreifender Kommunikationsprojekte spezialisiert:

www.mpm.de

UNIVERSAL REPORTING

Experten für Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte mit langjähriger Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Unternehmen und Agenturen:

www.universalreporting.de

* Infineon, thyssenkrupp und Siemens sind aufgrund abweichender Geschäftsjahre noch nicht zur NFE-Abgabe verpflichtet gewesen und nicht in der Analyse enthalten.

STUDIE

Treibt bunte Blüten: die CSR-Richtlinie in der Praxis

Die Umsetzung der Nicht-finanziellen Erklärung durch die DAX-30-Unternehmen in ihren Berichten zum Geschäftsjahr 2017

MPM²UR UNIVERSAL REPORTING
ANALYSE, REDUKTION, KOMMUNIKATION

In Kürze

Große Vielfalt

Die neuen CSR-Reporting-Pflichten werden sehr vielfältig umgesetzt, die Unternehmen nutzen unterschiedliche Formate wie auch Umfänge.

CSR-RUG-Systematik ungenutzt

Nur eine Minderheit kommuniziert ihre Leistungen nachvollziehbar und eindeutig erkennbar entlang der Systematik des CSR-RUG.

Bloße Pflichtübung?

Die formellen Mindestanforderungen zu erfüllen, ist das bevorzugte Herangehen. Transparenz und Mehrwert für den Nutzer sind hingegen noch ausbaufähig.

Risiken vernachlässigt

Im Umgang mit den nachhaltigkeitsbezogenen Risiken zeigen sich die Unternehmen abwartend und wenig ambitioniert.

Die NFE wird meist außerhalb des Lageberichts veröffentlicht

8

Unternehmen platzieren die Inhalte im Lagebericht als Nichtfinanzielle Erklärung (NFE)

19

Unternehmen außerhalb des Lageberichts als Nichtfinanziellen Bericht (NFB)

13

Unternehmen berichten gar nicht im Geschäftsbericht selbst, sondern verweisen auf andere Publikationen (NHB oder eigener NFB online)

3

Unternehmen veröffentlichen die NFE zusätzlich zum GB bzw. NHB noch einmal als separate Publikation auf der Homepage



Die meisten berichten zeitgleich zum Geschäftsbericht

20.2.2018

Covestro
Geschäftsbericht 2017

4

Bis auf vier Unternehmen haben alle ihre NFE zeitgleich zum bzw. im Geschäftsbericht veröffentlicht.

7 Wochen

Die größte zeitliche Differenz zwischen Veröffentlichung Geschäftsbericht und NFB besteht bei Merck: Circa sieben Wochen lagen dazwischen.

27.4.2018

Merck
Nachhaltigkeitsbericht 2017



Die Aufteilung
der Inhalte ist sehr
unterschiedlich

15

Unternehmen berichten in
kompakten Formaten

12

Bei 12 Unternehmen sind
die Inhalte auf verschiedene
Kapitel aufgeteilt

5/3

Im Lagebericht sind die
Informationen in 5 Fällen
integriert, 3-mal wird ein
kompaktes Format genutzt.

NFE?

Die Auffindbarkeit der NFE
ist teilweise schwierig.

Anordnung der NFE-Informationen

15

KOMPAKTES
FORMAT

12

VERSCHIEDENE
KAPITEL



Der Umfang der NFBs variiert sehr stark.

2 Seiten

Am scheinbar geringsten ist der Umfang bei SAP; dabei handelt es sich aber nur um den Index, der separat auf der Homepage als Nichtfinanzieller Bericht veröffentlicht wird.

29 Seiten

Am umfangreichsten berichtet Fresenius in einem kompakten Kapitel im Geschäftsbericht. Henkel erklärt sogar seinen gesamten Nachhaltigkeitsbericht zum NFB.

Sehr große Spannbreite

2-29

BEI DEN 15 UNTERNEHMEN,
DIE IN EINEM KOMPAKTEM
FORMAT BERICHTEN, REICHT
DER UMFANG VON ZWEI BIS
ZU 29 SEITEN.



**Strukturierende
Elemente schaffen
Mehrwert**

11

Unternehmen haben als Leitinstrument einen Index bzw. eine Übersicht zu den Fundstellen der NFE-/NFB-relevanten Inhalte verankert.

7

Unternehmen nutzen zur Kennzeichnung der relevanten Textabschnitte grafische Elemente wie Klammern, Symbole oder Einfärbungen.

25

Auch Verweise sind für die Leserführung sehr hilfreich, insbesondere wenn sie interaktiv sind. Bis auf 2 Unternehmen nutzen alle Verweissysteme in ihren NFEs/NFBs.

**Wer sucht,
der findet
(nicht)!**



CSR-RUG-Systematik und der Umgang mit Risiken

6

Nur wenige Unternehmen orientieren sich mit Überschriften, der Kapitelstruktur oder anderen Gliederungsmechanismen explizit an der CSR-RUG-Systematik. Das gilt besonders für die Elemente: Konzepte, Ziele, Maßnahmen, Ergebnisse, Due-Diligence-Prozesse und die Risikobetrachtung.

4

Unternehmen berichten nachvollziehbar über das Vorgehen bzw. die Identifizierung von wesentlichen Risiken im Sinne des CSR-RUG und nutzen einen erweiterten Risikoprozess.

Die anderen Unternehmen verweisen hinsichtlich der nichtfinanziellen Risiken zumeist auf den Chancen- und Risikobericht im Lagebericht, ohne konkret auf die einzelnen Belange wie auch die Geschäftsbeziehungen in der Lieferkette einzugehen. Häufig wird darauf verwiesen, dass bestehende Risiken nicht als wesentlich anzusehen sind.



Externe Prüfung und Nutzung von Rahmenwerken

24

Bis auf 3 Unternehmen stützen alle ihre Berichterstattung auf die Global-Reporting Initiative-(GRI-)Leitlinien (Standards bzw. G4). Zusätzlich wird vereinzelt auch auf UN Global Compact, DNK, IIRC und SDGs verwiesen.

26

26 der 27 Unternehmen nutzen die im CSR-RUG verbrieftete Möglichkeit für den Aufsichtsrat, eine Prüfung der NFE durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vornehmen zu lassen.



Einzelne Vorreiter zeigen innovative Umsetzungen

Kommunikatives Profil und Leserführung:

Die konkrete Orientierung an den inhaltlichen Kriterien des CSR-RUG bietet aus Nutzersicht einen signifikanten Mehrwert. Positiv fallen hier die NFE von HeidelbergCement, BMW, DPDHL, Lufthansa und Allianz auf.

Umgang mit nachhaltigkeitsbezogenen Risiken

Beiersdorf, Henkel, Lufthansa und HeidelbergCement informieren die Stakeholder nachvollziehbar und glaubwürdig über das eigene Vorgehen und etwaige Resultate eines erweiterten Risikoprozesses.



Es ist noch Luft nach oben

In der ersten Berichtssaison hat sich noch kein Standard der Nichtfinanziellen Erklärung durchgesetzt. Das Spektrum der Varianten ist entsprechend breit.

Die meisten Unternehmen tasten sich noch voran und konzentrieren sich zunächst auf die Erfüllung der Mindestanforderungen.

Die Chance, Nachhaltigkeit noch näher an die Geschäftsprozesse heranzuführen, wurde im ersten Schritt nur von wenigen Unternehmen genutzt.

Mehrheitlich erhalten die Leser keinen zusätzlichen Informationswert. Es verbleiben sowohl kommunikativ als auch inhaltlich Leerstellen.

Die Unternehmen sollten versuchen, die finanziellen und nichtfinanziellen Themen des Reportings noch stärker miteinander zu verzahnen.

Erste Best Practices und innovative Umsetzungsstrategien gehen in die richtige Richtung und können sich als Trend etablieren.

© 2018 MPM Corporate Communication Solutions Media Process Management GmbH

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Inhalte und Ideen sind geistiges Eigentum von MPM² und unterliegen den geltenden Urheberrechtsgesetzen.

Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist ohne vorheriges Einverständnis des Urhebers nicht gestattet.