

Carl von Ossietzky  
Universität Oldenburg

Bachelorstudiengang  
Betriebswirtschaftslehre mit juristischem Schwerpunkt

## **BACHELORARBEIT**

**Titel: Eine empirische Untersuchung der Nachhaltigkeitsberichterstattung am Beispiel der Chemieindustrie**

Vorgelegt von: Björn Bothe

Betreuender Gutachter: Dr. Christian Wobbe

Zweiter Gutachter: PD Dr. Karsten Paetzmann

Oldenburg, 29.06.2009

## **Inhaltsverzeichnis**

	Seite
Inhaltsverzeichnis	1
Abbildungsverzeichnis	2
Tabellenverzeichnis	3
1 Einleitung	4
2 Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung	5
2.1 Stakeholder-Ansatz	5
2.2 Corporate Social Responsibility	7
2.3 Nachhaltigkeitsbericht	8
2.4 Global Reporting Initiative	10
3 Vergleich der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Chemiebranche	11
3.1 Ausgestaltung und Umfang der Nachhaltigkeitsberichte	12
3.2 Aufbau der Nachhaltigkeitsberichte und Umfang der einzelnen Gebiete	14
3.3 Formulierung der Aussagen in den Themengebieten der Nachhaltigkeitsberichterstattung	17
3.3.1 Ökonomie	17
3.3.2 Ökologie	19
3.3.3 Soziales	21
3.3.4 Produktverantwortung	23
3.4 Transparente und glaubwürdige Berichterstattung	25
3.4.1 Quantifizierung der Aussagen	25
3.4.2 Verbindlichkeit von Zielen	27
3.4.3 Stakeholdereinbindung	29
3.4.4 Externe Verifizierung der Aussagen	31
3.5 Einhaltung der Kriterien der Global Reporting Initiative	32
4 Untersuchung der Geschäftsberichte der Unternehmen ohne eigenständige Nachhaltigkeitsberichterstattung	35
5 Schlussbetrachtung	39
Anhang	41
Literaturverzeichnis	54

## **Abbildungsverzeichnis**

	Seite
Abbildung 1: Stakeholder eines Unternehmens	6
Abbildung 2: Anteil der eigenständigen und integrierten Berichte	12
Abbildung 3: Umfang der Nachhaltigkeitsberichte	13
Abbildung 4: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Ökonomie	18
Abbildung 5: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Ökologie	20
Abbildung 6: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales	23
Abbildung 7: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Produktverantwortung	24
Abbildung 8: Anteil der Unternehmen mit Zielkatalog	28
Abbildung 9: Anteil durch unabhängige Dritte verifizierter Unternehmen	32
Abbildung 10: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales: Mitarbeiter	45
Abbildung 11: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales: Gesellschaft	47
Abbildung 12: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales: Menschenrechte	47

## **Tabellenverzeichnis**

	Seite
Tabelle 1: Liste der verwendeten Nachhaltigkeitsberichte	11
Tabelle 2: Umfang der einzelnen Themengebiete des Leistungsberichtes	16
Tabelle 3: Grundstruktur der Nachhaltigkeitsberichte	41
Tabelle 4: Aussagen im Themengebiet Ökonomie	42
Tabelle 5: Aussagen im Themengebiet Ökologie	43
Tabelle 6: Aussagen im Themengebiet Soziales 1: Mitarbeiter	44
Tabelle 7: Aussagen im Themengebiet Soziales 2: Gesellschaft und Menschenrechte	46
Tabelle 8: Aussagen im Themengebiet Produktverantwortung	48
Tabelle 9: Auflistung bezüglich Zielkatalogen	49
Tabelle 10: Genannte Stakeholder im Nachhaltigkeitsbericht	50
Tabelle 11: Verifizierung durch externe Dritte	51
Tabelle 12: Anwendung der Leitlinien der Global Reporting Initiative	52
Tabelle 13: Genannte Stakeholder im Geschäftsbericht	53

## 1 Einleitung

**„Die Reputation gehört heute zu den wichtigsten immateriellen Vermögenswerten des Unternehmens.“<sup>1</sup>**

Daher ist es verständlich, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung für die Unternehmen immer mehr an Bedeutung erlangt. Die Öffentlichkeit möchte immer mehr über das Handeln der Unternehmen informiert werden, um sich ein Bild über dieses machen zu können. Gerade durch die Internationalisierung vieler Unternehmen werden Nachhaltigkeitsberichte als Unternehmenskommunikation benutzt, um die Öffentlichkeit über Folgen wirtschaftlichen Handelns auf die Umwelt und Gesellschaft zu informieren.<sup>2</sup>

Problematisch erscheint, dass es für die Nachhaltigkeitsberichterstattung keine vom Gesetzgeber festgelegten Rahmenbedingungen gibt, wie der Nachhaltigkeitsbericht aufgebaut sein muss bzw. welche Inhalte dieser zu enthalten hat. Mit dieser Bachelorarbeit soll versucht werden, Lösungsansätze für das Problem der nicht vorhandenen Rahmenbedingungen zu finden.

Hierzu werden die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen der Chemiebranche, wie sie durch die Börse Frankfurt definiert werden, empirisch verglichen.<sup>3</sup> Zu der Chemiebranche gehören die Subsektoren Chemieprodukte & Zwischenerzeugnisse, Spezial-Chemieprodukte und Industriegase. Des Weiteren erfolgt eine Beschränkung auf die Unternehmen, die sich im Jahr 2007 im DAX, MDAX oder SDAX befanden. Ebenfalls behandeln die zu vergleichenden Nachhaltigkeitsberichte das Geschäftsjahr 2007. Die hieraus resultierenden Unternehmen, die verglichen werden sollen, sind die ALTANA AG, BASF SE, Bayer AG, K+S AG, Linde AG und Symrise AG.

---

<sup>1</sup> Behrens, B./ Winter, M.: Stakeholder-Reporting, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 241.

<sup>2</sup> Vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.): Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2007, S. 3.

<sup>3</sup> Siehe Börse Frankfurt, im Internet: <http://www.boerse-frankfurt.de/DE/index.aspx?pageID=82&ISIN=DE000A0SM5D2>, <http://www.boerse-frankfurt.de/DE/index.aspx?pageID=82&ISIN=DE000A0SM5C4> und <http://www.boerse-frankfurt.de/DE/index.aspx?pageID=82&ISIN=DE000A0SM5W2>, Abfrage vom 17.04.2009.

Um Lösungsansätze zu finden, müssen drei Kernfragen beantwortet werden:

- ❖ Wo legen die Unternehmen inhaltlich ihre Schwerpunkte und wie werden diese behandelt?
- ❖ Was zeichnet eine transparente und glaubwürdige Berichterstattung aus und wie wird auf die Stakeholder eingegangen?
- ❖ Gibt es einen Standard, nach dem die Unternehmen ihren Nachhaltigkeitsbericht inhaltlich aufbauen?

Damit diese Fragen beantwortet werden können, soll in Punkt 2 eine theoretische Einführung in die Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung erfolgen. Hierbei werden einige Grundbegriffe erklärt, um in Punkt 3 einen empirischen Vergleich der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Chemiebranche durchzuführen. Anschließend werden in Punkt 4 die Geschäftsberichte der Unternehmen ohne eigenständige Nachhaltigkeitsberichterstattung auf die Stakeholdereinbindung sowie deren Berücksichtigung von Aspekten der Nachhaltigkeit untersucht. Für die Auswahl dieser Unternehmen gelten dieselben Kriterien wie für die Unternehmen mit einer Nachhaltigkeitsberichterstattung. Demnach muss es sich um Unternehmen handeln, welche, wie durch die Frankfurter Börse definiert, der Chemiebranche angehören und sich im Jahre 2007 im DAX, MDAX oder SDAX befanden. Die hieraus resultierenden Unternehmen sind die FUCHS PETROLUB AG, die H&R WASAG AG, die LANXESS AG, die SGL Carbon AG, die SKW Stahl-Metallurgie Holding AG und die Wacker Chemie AG. Bei diesen sechs Unternehmen sollen die Berichte des Geschäftsjahres 2007 verglichen werden.

## **2 Grundlagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung**

### **2.1 Stakeholder-Ansatz**

Im Folgenden soll darauf eingegangen werden, wieso der Stakeholder-Ansatz so wichtig für die Nachhaltigkeitsberichterstattung eines Unternehmens ist.

Der Stakeholder-Ansatz besagt, dass ein Unternehmen unterschiedliche Anspruchsgruppen<sup>4</sup> besitzt, welche positiv und negativ auf den Unternehmenserfolg

---

<sup>4</sup> Anm.: Die typische Übersetzung von Stakeholder in die deutsche Sprache lautet Anspruchsgruppe.

einwirken können.<sup>5</sup> Die Formulierung des Stakeholders ist sehr ähnlich mit dem Begriff des Shareholders.<sup>6</sup> Hieran lässt sich erkennen, dass mit dieser Bezeichnung beabsichtigt ist, dass nicht nur für die Aktionäre, sondern auch für andere Personengruppen etwas auf dem Spiel steht.<sup>7</sup>

Stakeholder lassen sich in zwei verschiedene Gruppen einteilen, die eine Gruppe bilden, die internen Stakeholder und die andere Gruppe stellen die externen Stakeholder dar. Unter internen Stakeholdern werden Mitarbeiter, Manager und Eigentümer verstanden, wobei diese Aufzählung eher fix ist und auch in diversen Darstellungen auftaucht.<sup>8</sup> Die externen Stakeholder werden z.B. durch Gewerkschaften, Kunden und Lieferanten dargestellt. Diese Aufzählung kann jedoch endlos weitergeführt und abgestuft werden, zudem gibt es zu externen Stakeholdern viele verschiedene Darstellungen.<sup>9</sup>

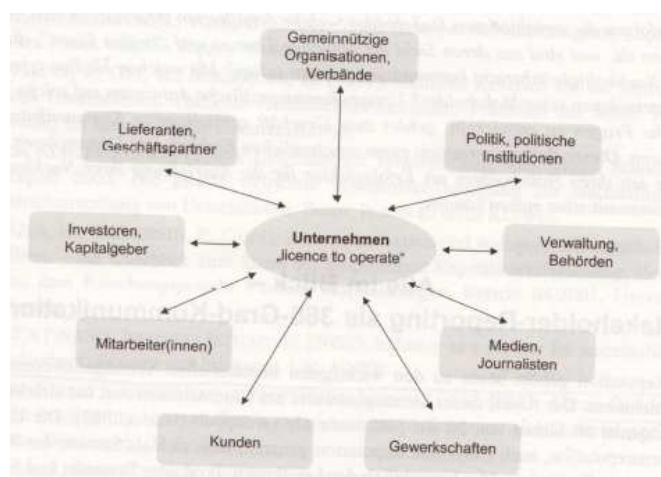


Abbildung 1: Stakeholder eines Unternehmens<sup>10</sup>

Wie in Abbildung 1 zu sehen ist, stehen Unternehmen in ständigen Wechselbeziehungen zu diversen Stakeholdern. Hieraus ergibt sich, dass ein Unternehmen und seine Stakeholder voneinander abhängig sind und in einen Dialog treten müssen. Auch erhalten die Unternehmen, wie in Abb. 1 zu sehen ist, durch die

<sup>5</sup> Vgl. Pfriem, R.: Corporate Governance, in: Freidank, C.-C./ Müller, S./ Wulf, I. (Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung, 2008, S. 493.

<sup>6</sup> Vgl. Göbel, E.: Unternehmensethik, 2006, S. 113; Pfriem, R.: Corporate Governance, in: Freidank, C.-C./ Müller, S./ Wulf, I. (Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung, 2008, S. 493.

<sup>7</sup> Vgl. Göbel, E.: Unternehmensethik, 2006, S. 113.

<sup>8</sup> Vgl. Pfriem, R.: Corporate Governance, in: Freidank, C.-C./ Müller, S./ Wulf, I. (Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung, 2008, S. 494.

<sup>9</sup> Vgl. Pfriem, R.: Corporate Governance, in: Freidank, C.-C./ Müller, S./ Wulf, I. (Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung, 2008, S. 494.

<sup>10</sup> Behrens, B./ Winter, M.: Stakeholder-Reporting, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 242.

Stakeholder die „*licence to operate*“<sup>11</sup>. Um die „*licence to operate*“ nicht zu verlieren, falls es zu Einwirkungen auf den Menschen oder die Natur kommt, müssen die Unternehmen mit den internen und externen Stakeholdern kommunizieren, um Vertrauen zu ihnen aufzubauen, damit es nicht zu einem Verlust der „*licence to operate*“ kommt.<sup>12</sup> Ebenso stellen z.B. die Mitarbeiter mit ihrer Arbeitskraft oder die Investoren mit ihrem Kapital eine wichtige Ressourcenquelle dar, die es gilt, langfristig für ein Unternehmen zu erhalten.<sup>13</sup> Auch hier zeigt sich, dass es für die Unternehmen wichtig ist diese Stakeholder in ihre Kommunikation mit einzubeziehen, da es sonst zu einem Verlust dieser Stakeholder kommen kann.

## 2.2 Corporate Social Responsibility

Der Begriff *Corporate Social Responsibility* (CSR) ist für die Nachhaltigkeitsberichterstattung aus dem Grund von hoher Bedeutung, da dieser und andere Begriffe wie *Corporate Citizenship* und Nachhaltigkeit synonym miteinander benutzt werden.<sup>14</sup>

CSR, so wie es die Kommission der europäischen Gemeinschaft definiert, bedeutet: „[...] ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“<sup>15</sup> Die Kommission der europäischen Gemeinschaft erläutert ebenfalls, was ein sozial verantwortliches Handeln bedeutet und beschreibt dies als ein „mehr“ investieren in die die Umwelt, in das Humankapital sowie in die Beziehungen zu anderen Stakeholdern über die reine Gesetzeskonformität hinaus.<sup>16</sup> Wie die Definition zum CSR durch die Kommission der europäischen Gemeinschaft beschreibt, ist CSR dadurch geprägt, dass es sich um freiwillige Aktivitäten

---

<sup>11</sup> Anm.: Bei der „*licence to operate*“ handelt es sich um eine gesellschaftliche Geschäftsgrundlage, die auf dem Vertrauen der Stakeholder basiert, wodurch das Unternehmen legitimiert wurde seine Geschäftstätigkeit auszuführen.; Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie: <http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Mittelstand/corporate-citizenship,did=60866.html>, Abfrage vom 02.06.2009.

<sup>12</sup> Vgl. Behrens, B./ Winter, M.: Stakeholder-Reporting, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 243.

<sup>13</sup> Vgl. Behrens, B./ Winter, M.: Stakeholder-Reporting, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 243.

<sup>14</sup> Vgl. Urbatsch, R.-C./ Riegl, T.; Corporate Social Responsibility, 2007, S. 9.

<sup>15</sup> Europäische Kommission: Grünbuch – Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen (2001), im Internet: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001\\_0366de01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf), S. 7, Abfrage vom 03.06.2009.

<sup>16</sup> Vgl. Europäische Kommission: Grünbuch – Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen (2001), im Internet: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001\\_0366de01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf), S. 7, Abfrage vom 03.06.2009.



des Unternehmens zu sozialen und ökologischen Aspekten handelt, welche über die reine Einhaltung von gesetzlichen Richtlinien hinausgeht.

Münstermann beschreibt, dass in der Definition zu CSR, durch die EU-Kommission, durch die Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte zwei der drei Nachhaltigkeitsdimensionen berücksichtigt wurden.<sup>17</sup> Ebenso wird durch Münstermann dargestellt, dass die dritte Nachhaltigkeitsdimension, die Wirtschaftlichkeit<sup>18</sup>, oder auch als Ökonomie bezeichnet, als Rahmenbedingung vorausgesetzt wird und auch nicht durch die EU-Kommission in der Definition separat betrachtet wird.<sup>19</sup> Dem Ansatz von Mefert und Münstermann folgend, handelt es sich bei CSR um ein Konzept, welches die Verantwortung, die sich durch die Rolle des Unternehmens in der Gesellschaft ergibt, sowie die Ziele des Unternehmens in das Unternehmen integriert.<sup>20</sup> Dieser Ansatz beinhaltet ökonomische, ökologische und soziale Leistungen eines Unternehmens, welche es aufgrund seiner gesellschaftlichen Verantwortung übernimmt und die Leistungen über gesetzliche Richtlinien hinausgehen.<sup>21</sup>

Laut Franz soll sich CSR im Mittelpunkt der Unternehmensaktivitäten befinden, wobei es auf den Dialog mit den Stakeholdern ausgerichtet ist und so langfristig zu einer nachhaltigen Entwicklung in der Gesellschaft beitragen soll.<sup>22</sup>

## **2.3 Nachhaltigkeitsbericht**

Folgend soll der Nachhaltigkeitsbericht definiert sowie aufgezeigt werden, welche Gründe für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung vorliegen.

Nachhaltigkeitsberichte informieren die externen und internen Stakeholder über die ökonomischen, die ökologischen sowie über die sozialen Beiträge der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens, inklusive der Eingliederung dieser Nachhaltigkeitsdimensionen in die Managementsysteme. Hierbei spricht man von Nachhaltigkeitsberichten im engeren Sinne.<sup>23</sup> Des Weiteren handelt es sich hierbei um einen öffentlich zugänglichen Be-

---

<sup>17</sup> Vgl. Münstermann, M.: Corporate Social Responsibility, 2007, S. 15.

<sup>18</sup> Anm.: Der Begriff Wirtschaftlichkeit soll hier nicht mit der Kennzahl Wirtschaftlichkeit gleichgesetzt werden.

<sup>19</sup> Vgl. Münstermann, M.: Corporate Social Responsibility, 2007, S. 15.

<sup>20</sup> Vgl. Münstermann, M.: Corporate Social Responsibility, 2007, S. 16.

<sup>21</sup> Vgl. Münstermann, M.: Corporate Social Responsibility, 2007, S. 16.

<sup>22</sup> Vgl. Franz, P.: Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 189.

<sup>23</sup> Vgl. Daub, C.-H.: Entwicklungstendenzen, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 84.

richt.<sup>24</sup> Dies geschieht in Form einer PDF-Version im Internet, einer HTML-Version im Internet oder einer Print-Version, also einer gedruckten Version, welche per Post bei den jeweiligen Unternehmen bestellt werden kann. Isenmann und Marx Gómez bezeichnen die Nachhaltigkeitsberichterstattung als eine Form der Unternehmenskommunikation, welche freiwillig geschieht und drei getrennte Berichterstattungen miteinander verbindet.<sup>25</sup> Bei diesen drei getrennten Berichterstattungen handelt es sich um die Geschäftsberichterstattung, welche die ökonomische Dimension widerspiegelt, die Umweltberichterstattung, diese stellt die ökologische Dimension dar und die Sozialberichterstattung, hierbei handelt es sich um die soziale Dimension.<sup>26</sup> In der Unternehmenspraxis liegen inhaltlich verschieden ausgerichtete Berichtsformen vor, welche in unterschiedlichem Umfang ökologische und soziale Merkmale einbinden und so teilweise die Nachhaltigkeitsdimensionen berücksichtigen.<sup>27</sup> Bei diesen Berichten handelt es sich um Nachhaltigkeitsberichte im weiteren Sinne.<sup>28</sup>

Die Gründe für eine Nachhaltigkeitsberichterstattung liegen laut Daub in einer Reaktion der Unternehmen auf eine gesellschaftliche Veränderung.<sup>29</sup> Diese Veränderung ist dadurch geprägt, dass die Unternehmen mehr unter Beobachtung und Kontrolle durch die Öffentlichkeit stehen und diese eine vermehrte Transparenz und Rechenschaft des Unternehmens über dessen Geschäftstätigkeiten einfordert.<sup>30</sup> Der Nachhaltigkeitsbericht dient hierbei dazu, die Stakeholder über die Geschäftstätigkeit und die damit verbundene Verantwortung in den Themengebieten Ökonomie, Ökologie und Soziales zu informieren. Mit ihm soll versucht werden das Vertrauen zu den Stakeholdern weiter auszubauen.

Da Nachhaltigkeitsberichte auf freiwilliger Basis erstellt werden, gibt es für diese keine gesetzlichen Regelungen, wie die Nachhaltigkeitsberichte aufgebaut bzw. was sie zu

---

<sup>24</sup> Vgl. Daub, C.-H.: Entwicklungstendenzen, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 84.

<sup>25</sup> Vgl. Isenmann, R./ Marx Gómez, J.: Einführung, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 13.

<sup>26</sup> Vgl. Isenmann, R./ Marx Gómez, J.: Einführung, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 13.

<sup>27</sup> Vgl. Daub, C.-H.: Entwicklungstendenzen, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 84.

<sup>28</sup> Vgl. Daub, C.-H.: Entwicklungstendenzen, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 84.

<sup>29</sup> Vgl. Daub, C.-H.: Entwicklungstendenzen, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 85.

<sup>30</sup> Vgl. Daub, C.-H.: Entwicklungstendenzen, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 85.

enthalten haben.<sup>31</sup> Wie Nachhaltigkeitsberichte trotz fehlender gesetzlicher Rahmenbedingungen vergleichbarer gemacht werden können, soll in dem nächsten Punkt erläutert werden.

## 2.4 Global Reporting Initiative

Nachfolgend soll erläutert werden, wie die Global Reporting Initiative (GRI) dazu beiträgt, Nachhaltigkeitsberichte vergleichbarer zu machen.

Die GRI wurde 1997 durch die Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) und das Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) ins Leben gerufen.<sup>32</sup> Sie hat zum Ziel, die Nachhaltigkeitsberichterstattung durch branchenunabhängige und global geltende Leitfäden zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten vergleichbarer zu machen und ist als weltweiter Standard zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten anerkannt.<sup>33</sup> Diese Leitfäden zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten befinden sich mittlerweile in der dritten Version (G3) und stehen unter dem Prozess einer ständigen Weiterentwicklung.<sup>34</sup> Die Anerkennung als weltweiter Standard zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten ist darin begründet, dass die Leitfäden einer ständigen Weiterentwicklung, durch einen Multi-Stakeholder-basierten Dialog unterliegen, sowie die Leitfäden die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, Ökonomie, Ökologie und Soziales umfassen.<sup>35</sup>

Neben den Leitfäden der GRI existieren auch noch andere Standards zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten, welche jedoch nicht so eine hohe Anerkennung haben wie die der GRI. Zu diesen Maßstäben gehören z.B. die Leitsätze für multinationale Unternehmen, publiziert durch die Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)<sup>36</sup>, die Empfehlung für eine gute Unternehmenspraxis zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten, welche veröffentlicht wurde durch das Bundesministerium für

---

<sup>31</sup> Vgl. Paech, N./ Pfriem, R.: Konzepte der Nachhaltigkeit, 2004, S. 103.

<sup>32</sup> Vgl. Thurm, R.: Global Reporting Initiative, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 218.

<sup>33</sup> Vgl. Paech, N./ Pfriem, R.: Konzepte der Nachhaltigkeit, 2004, S. 103; Urbatsch, R.-C./ Riegl, T.: Corporate Social Responsibility, 2007, S. 12.

<sup>34</sup> Vgl. Thurm, R.: Global Reporting Initiative, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 217f.

<sup>35</sup> Vgl. Thurm, R.: Global Reporting Initiative, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008, S. 217ff; Urbatsch, R.-C./ Riegl, T.: Corporate Social Responsibility, 2007, S. 12.

<sup>36</sup> Siehe hierzu OECD: OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen (2000), im Internet: <http://www.oecd.org/dataoecd/37/38/42021472.pdf>, Abfrage vom 04.06.2009.

Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit<sup>37</sup> sowie die AA1000 Assurance Standard veröffentlicht durch die Organisation AccountAbility<sup>38</sup>. Diese und andere Leitfäden zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten haben jedoch nicht die hohe Akzeptanz der GRI, da diese oftmals nur einen Teil der Nachhaltigkeitsdimensionen umfassen, wohingegen die GRI alle drei Dimensionen berücksichtigt.<sup>39</sup>

### 3 Vergleich der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Chemiebranche

In diesem Teil der Arbeit sollen die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen der Chemiebranche verglichen werden, um Antworten auf die drei Kernfragen zu erhalten.

Tabelle 1 zeigt die für den Vergleich relevanten Unternehmen und die zur Durchführung benötigten Nachhaltigkeitsberichte.

<b>Namen der Unternehmen</b>	<b>Name des Berichts</b>
ALTANA AG	Umweltbericht 2007
BASF SE	Bericht 2007
Bayer AG	Nachhaltigkeitsbericht 2007
K+S AG	Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007
Linde AG	Corporate Responsibility Report 2008
Symrise AG	Corporate Social Responsibility 2007

Tabelle 1: Liste der verwendeten Nachhaltigkeitsberichte

Die verwendeten Nachhaltigkeitsberichte der BASF SE, Bayer AG, K+S AG, Linde AG sowie der Bericht der Symrise AG behandeln inhaltlich das Geschäftsjahr von 2007. Der Umweltbericht der ALTANA AG thematisiert das Geschäftsjahr von 2006. Dieser Bericht wurde trotzdem in den Vergleich mit einbezogen, da er im Jahr 2007 der letztgültige Bericht zum Thema Nachhaltigkeit der ALTANA AG war. Außerdem beinhaltet dieser Vergleich nur die Informationen, die sich in der Print-Version und PDF-Version des Berichtes befinden. Um den Rahmen dieser Untersuchung nicht zu überschreiten, wurden Informationen von Internetauftritten der Unternehmen nicht berücksichtigt.

<sup>37</sup> Siehe hierzu Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.): Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2007.

<sup>38</sup> Siehe hierzu AccountAbility: AA1000 Assurance Standard (2008), im Internet: <http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/AA1000AS%202008.pdf>, Abfrage vom 04.06.2009.

<sup>39</sup> Vgl. Urbatsch, R.-C./ Riegl, T.; Corporate Social Responsibility, 2007, S. 12.

### 3.1 Ausgestaltung und Umfang der Nachhaltigkeitsberichte

Im Folgenden soll auf die Ausgestaltungsweise<sup>40</sup> sowie auf den Umfang des Berichtes eingegangen werden.

Nachhaltigkeitsberichte liegen in verschiedensten Formen und Betitelungen vor. Manche Unternehmen veröffentlichen einen eigenständigen Bericht oder integrieren die Nachhaltigkeitsberichterstattung in den Geschäftsbericht. Hier soll aufgezeigt werden, wie die Unternehmen der Chemiebranche, sofern sie einen Nachhaltigkeitsbericht haben, ihren Bericht ausgestalten.

Die Unternehmen ALTANA AG, Bayer AG, K+S AG, Linde AG und Symrise AG publizieren ihre Nachhaltigkeit in Form von eigenständigen Berichten, in denen sie das Thema Nachhaltigkeit thematisieren. BASF SE hingegen betreibt eine andere Methode. Sie veröffentlichen ihren Nachhaltigkeitsbericht in integrierter Form in die Geschäftsberichterstattung. Hierbei handelt es sich um eine Verbindung der Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung.

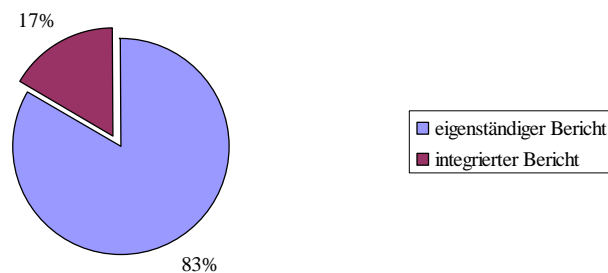


Abbildung 2: Anteil der eigenständigen und integrierten Berichte

Wie man an Abbildung 2 erkennen kann, beträgt der Anteil der eigenständigen Nachhaltigkeitsberichte der betrachteten Unternehmen 83% und der Anteil der integrierten Berichte, hier widergespiegelt durch BASF SE beträgt 17%.

Als nächstes soll an dieser Stelle der Umfang der Nachhaltigkeitsberichte dargestellt werden.

---

<sup>40</sup> Anm.: Mit Ausgestaltungsweise ist hier gemeint, ob es sich bei dem Nachhaltigkeitsbericht um eine integrierte Form in den Geschäftsberichten oder um eine eigenständige Publikation handelt.

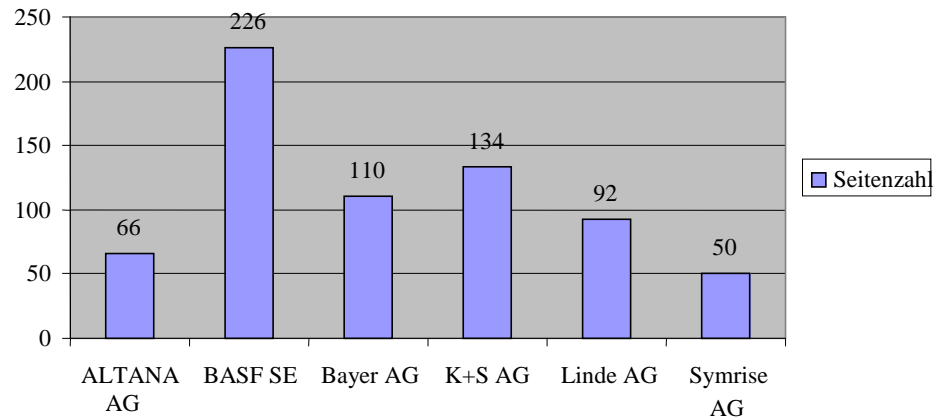


Abbildung 3: Umfang der Nachhaltigkeitsberichte<sup>41</sup>

Wie in Abbildung 3 ersichtlich ist, lassen sich erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Nachhaltigkeitsberichten in Bezug auf den Umfang erkennen. Die durchschnittliche Seitenzahl der Berichte beläuft sich auf 113 Seiten. Der Umweltbericht der ALTANA AG und der Corporate Social Responsibility Report der Symrise AG stellen mit 66 und 50 Seiten die Nachhaltigkeitsberichte mit dem geringsten Umfang dar und verfügen über ca. 50% der durchschnittlichen Seitenzahl. Der Umfang der Berichte der Bayer AG, K+S AG und Linde AG entsprechen ungefähr der durchschnittlichen Seitenanzahl. Der Bericht der BASF SE stellt mit 226 Seiten den längsten Bericht dar. Hier muss jedoch berücksichtigt werden, dass es sich um einen Bericht handelt, der die Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung in einem Bericht zusammenfasst. An dieser Stelle ist eine einwandfreie Bestimmung des Anteils des Nachhaltigkeitsberichtes nicht möglich.

Hieran zeigt sich, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung der betrachteten Unternehmen der Chemiebranche in Bezug auf die Seitenzahl erhebliche Unterschiede aufweist. Es lässt sich jedoch erkennen dass hier ein Trend zur eigenständigen Berichterstattung vorliegt und nur in Einzelfällen ein integrierter Bericht publiziert wird.

<sup>41</sup> Anm.: Bei der Berechnung der Seitenzahlen wurden alle Seiten des Berichts bis auf die Vorder- und Rückseite mit einbezogen. Die Zahlen sind demnach inklusive der Umschlagsseiten, sofern solche vorhanden sind.

### **3.2 Aufbau der Nachhaltigkeitsberichte und Umfang der einzelnen Gebiete**

Nachfolgend soll der Aufbau der Nachhaltigkeitsberichte der betrachteten Unternehmen aufgezeigt werden sowie der Umfang der einzelnen thematisierten Gebiete des Leistungsberichtes.

Wie aus Tabelle 3 entnommen werden kann, gibt es einen gewissen Aufbau, den nahezu alle Unternehmen einhalten. Als erstes erfolgt eine Darstellung von wichtigen Kennzahlen des Unternehmens, welche sich zumeist in der vorderen Klappe befinden, jedoch auch im Verlaufe des Berichtes auftauchen können. Der nächste Grundinhalt erscheint in Form eines Vorwortes des Vorstandes, in dem über das vergangene Geschäftsjahr berichtet wird, eine kurze Beschreibung des Leitbildes und des Engagements des Unternehmens wiedergegeben wird. Im Anschluss an das Vorwort des Vorstandes wird in der Regel ein Unternehmensprofil dargestellt. Dieses beinhaltet das Aufzeigen, des Geschäftsfeldes und der Geschäftsaktivitäten, sowie Informationen über die Anzahl der Mitarbeiter und ihre weltweite Verteilung, den wirtschaftlichen Erfolg, sowie über Entwicklungen der Aktie. Des Weiteren wird als Grundinhalt die Nennung des Nachhaltigkeitsmanagements angesehen, in welchem reflektiert wird, wie die Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit in die Managementsysteme integrieren. Auch gehört das Aufzeigen eines Zielkataloges in die Grundinhalte der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der wichtigste Grundinhalt wird durch den Leistungsbericht dargestellt. Dieser wird in der vorliegenden Arbeit, in Anlehnung an den Leitfaden der GRI<sup>42</sup> zur Vereinfachung in vier Leistungsdimensionen unterteilt, da die Unternehmen uneinheitliche Bezeichnungen für Inhalte nennen, welche sich unter einem Leistungsdimensionen vereinen lassen können. Als nächsten Punkt lässt sich als Grundinhalt ein Zielkatalog bestimmen. Dieser soll Angaben über Ziele zu den einzelnen Themengebieten des Unternehmens wiedergeben. Als letzten grundsätzlichen Inhalt lässt sich ein GRI-Index bestimmen. Dieser gibt eine Übersicht über die einzelnen Punkte des GRI-Leitfadens und zeigt auf, wo in dem Bericht sich diese entsprechenden Themeninhalte befinden. Diese genannten Grundinhalte haben keine strikte Reihenfolge. Die Unternehmen ordnen diese Inhalte an beliebigen Stellen im Nachhaltigkeitsbericht an.

---

<sup>42</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: Leitfaden, 2006, S. 25 bis 36.

Diese Grundinhalte werden, wie in Tabelle 3 entnommen werden kann, von nahezu allen betrachteten Unternehmen aufgezeigt. Es lassen sich jedoch bei allen untersuchten Unternehmen Besonderheiten feststellen. In dem Bericht der ALTANA AG z.B. wird nicht auf den Leistungsindikator Ökonomie eingegangen. Dies ist darin begründet, dass es sich um einen Umweltbericht handelt und hier die Verantwortung des Unternehmens in Bezug auf die Gesellschaft und der Umwelt aufgezeigt werden soll.<sup>43</sup> Ergänzt wird der Umweltbericht zusätzlich durch den jährlich erscheinenden Geschäftsbericht.<sup>44</sup> Die Besonderheit des Nachhaltigkeitsberichtes der BASF SE ist die ausführliche Berichterstattung über den Geschäftsverlauf und die Lage des Unternehmens.<sup>45</sup> Hier wird unter anderem präzise auf die Ergebnisentwicklung der einzelnen Segmente eingegangen.<sup>46</sup> Die Bayer AG legt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht hingegen bestimmte Schwerpunktthemen fest und wie sie in diesen Bereichen aktiv ist. Diese Schwerpunktthemen behandeln die Gebiete Klimawandel, Beschaffungsmanagement, Zugang zu Medizin und *Corporate Compliance*.<sup>47</sup> Die Besonderheit des Berichtes der K+S AG ist, dass hier, so ähnlich wie bei der BASF SE, auf die Entwicklungen der einzelnen Geschäftsbereiche eingegangen wird.<sup>48</sup> Der Bericht der Linde AG hat hingegen zum Schwerpunkt, dass es sich mehr um eine Beschreibung der Produkte handelt und wie dessen Kunden damit verantwortungsvoller produzieren können.<sup>49</sup> Die Besonderheit des Nachhaltigkeitsberichtes der Symrise AG ist die, dass es sich bei den Daten aus dem Bericht um Ergebnisse eines Auditing, welches im Jahre 2007 durch das Institut für Nachhaltigkeit & Innovation der FH Lippe und Höxter durchgeführt wurde, handelt.<sup>50</sup>

Die in der nachfolgenden Tabelle 2 dargestellten Werte für Ökonomie, Ökologie, Soziales und Produktverantwortung stellen eine Verbindung von, je nach Nachhaltigkeitsbericht unterschiedlichen Bezeichnungen, für bestimmte Kapitel dar. In den Bereich Ökonomie fallen Inhalte, welche mit dem Umsatz und dem wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu tun haben, sowie Auswirkungen und Beiträge auf die Wirtschaft in unterschiedliche Regionen. Zur Ökologie zählen Beiträge und Auswirkungen, welche mit dem Umweltschutz zu tun haben. Hierzu zählen Dinge wie die Vermeidung von

---

<sup>43</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 4.

<sup>44</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 4.

<sup>45</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 54 bis 83.

<sup>46</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 62 bis 80.

<sup>47</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 28 bis 47.

<sup>48</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 22 bis 35.

<sup>49</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 22 bis 34 u. 54 bis 63.

<sup>50</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 10.



CO<sub>2</sub> sowie berichtspflichtige Umweltereignisse wie Transportunfälle. Unter das Themengebiet Soziales fallen Dinge zu Mitarbeitern, also Arbeitsbedingungen und Arbeitsumfeld, zu Menschenrechten und zu gesellschaftlichem Engagement. Der letzte Bereich stellt die Produktverantwortung dar und hierzu zählen Dinge wie die Risikobewertung von chemischen Stoffen sowie die Produktsicherheit.

Themengebiet / Namen der Unternehmen	Ökonomie	Ökologie	Soziales		Produktverantwortung
			Mitarbeiter	Gesamt	
ALTANA AG <sup>51</sup>	-	13	16	20	5
BASF SE <sup>52</sup>	33	9	7	9	2
Bayer AG <sup>53</sup>	8	12	10	15	7
K+S AG <sup>54</sup>	6	16	22	29	11
Linde AG <sup>55</sup>	-	-	-	-	-
Symrise AG <sup>56</sup>	1	6	5	7	6
Durchschnitt <sup>57</sup>	9,6	11,2	12	16	6,2

Tabelle 2: Umfang der einzelnen Themengebiete des Leistungsberichtes<sup>58</sup>

Tabelle 2 stellt eine Auflistung der Themenbereiche der Nachhaltigkeitsberichte dar und gibt einen Überblick über den Seitenumfang der einzelnen Themenbereiche. Hier ist besonders auffällig, dass der Bereich Ökonomie der BASF SE einen erheblich höheren Seitenumfang hat als die Bereiche Ökonomie der anderen betrachteten Unternehmen.

<sup>51</sup> Siehe ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, **Ökologie:** S. 39 bis 51; **Soziales:** S. 27 bis 37 u. 53 bis 61; **Produktverantwortung:** S. 21 bis 25; Anm.: Der Nachhaltigkeitsbericht der ALTANA AG weist kein Themengebiet zu Ökonomie aus.

<sup>52</sup> Siehe BASF SE: Bericht 2007, 2008, **Ökonomie:** S. 51 bis 83; **Ökologie:** S. 94 bis 100 u. 102f.; **Soziales:** S. 85 bis 93; **Produktverantwortung:** S. 104f.

<sup>53</sup> Siehe Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, **Ökonomie:** S. 52 bis 59; **Ökologie:** S. 75 bis 86; **Soziales:** S. 60 bis 74; **Produktverantwortung:** S. 87 bis 93.

<sup>54</sup> Siehe K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, **Ökonomie:** S. 42 bis 47; **Ökologie:** S. 52 bis 67; **Soziales:** S. 72 bis 93 u. 105 bis 111; **Produktverantwortung:** S. 94 bis 104.

<sup>55</sup> Anm.: Aufgrund des Aufbaus des Nachhaltigkeitsberichtes lässt sich bei diesem Bericht keine einwandfreie Bestimmung des Seitenumfanges durchführen.

<sup>56</sup> Siehe Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, **Ökonomie:** S. 24.; **Ökologie:** S. 30 bis 35; **Soziales:** S. 38, 40 bis 43 u. 46f.; **Produktverantwortung:** S. 16 bis 21.

<sup>57</sup> Die Werte für den Durchschnitt werden immer auf Grundlage von 5 Unternehmen berechnet, da die Werte für den Bericht der Linde AG nicht errechenbar sind.

<sup>58</sup> Anm.: Die Angaben zu dem Seitenumfang beziehen sich immer auf den dargestellten Text mit Grafiken und beinhalten keine Titelblätter zu einzelnen Kapiteln.

Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass es sich bei dem Nachhaltigkeitsbericht der BASF SE um eine integrierte Form handelt und hier deswegen mehr Wert auf den ökonomischen Teil gelegt wurde. Eine weitere Auffälligkeit stellt der Bereich Soziales der K+S AG dar, der hier mit 29 Seiten deutlich über dem Durchschnitt von 16 Seiten liegt. Auch stellen 22 Seiten in dem Bereich Soziales Aspekte zu dem Bereich Mitarbeitern dar. Weiterhin ist zu bemerken, dass der Seitenumfang der Symrise AG in den Gebieten Ökonomie, Ökologie, sowie Soziales deutlich unter dem Durchschnitt liegt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es kaum zu Unterschieden in dem Bereich der Grundinhalte kommt. Die betrachteten Unternehmen legen jedoch unterschiedlichen Wert in den Umfang der einzelnen Themengebiete, wodurch es hier zu starken Schwankungen kommt. Es lässt sich außerdem bestimmen, dass alle Unternehmen, mit Ausnahme der BASF SE, den Themenbereich Soziales am umfangreichsten darstellen. Hier lässt sich außerdem feststellen, dass durchschnittlich 75% des Umfangs des Bereiches Soziales, Aspekten zu Mitarbeitern zugesprochen werden. Dieser ist gefolgt durch die Gebiete Ökologie und Produktverantwortung. Das Themengebiet Ökonomie bekommt mit Ausnahme der BASF SE den geringsten Umfang zugesprochen.

### **3.3 Formulierung der Aussagen in den Themengebieten der Nachhaltigkeitsberichterstattung**

Um eine Antwort auf die erste Kernfrage zu bekommen, müssen neben der Betrachtung des Umfangs aus dem Punkt 3.2 auch die Formulierungen der Aussagen in den einzelnen Themengebieten untersucht werden.

#### **3.3.1 Ökonomie**

In der Dimension der Ökonomie sollen die Folgen und Beiträge der Geschäftstätigkeit der Unternehmen in Hinblick auf die wirtschaftliche Situation der Wirtschaftssysteme, in denen es tätig ist, sowie auf die Stakeholder dargestellt werden.<sup>59</sup>

Zu dem Nachhaltigkeitsbericht der ALTANA AG lassen sich an dieser Stelle keine Angaben machen, da diese Dimension nicht thematisiert wird.

Folgend sollen die Ergebnisse der Tabelle 4 dargestellt werden. Die BASF SE gibt an dieser Stelle eine ausgiebige Beschreibung der Lage und des Geschäftsverlaufes des

---

<sup>59</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: Leitfaden, 2006, S. 25.

Unternehmens und zeigt in sehr ausführlicher Weise die Ergebnisentwicklung des Unternehmens, welche ebenfalls in die einzelnen Segmente und Regionen, in denen es tätig ist, unterteilt wird. Des Weiteren ist es das einzige untersuchte Unternehmen, welches die Entwicklung der Weltwirtschaft, der chemischen Industrie, sowie die Entwicklung der Abnehmerbranche aufzeigt.<sup>60</sup> Die Bayer AG nennt neben dem Umsatz und Ergebnis auch den Beitrag für die wirtschaftliche Entwicklung in den Regionen, in denen es tätig ist, in Form von Angaben über Gehälter und Sozialaufwendungen. Sie beschränkt sich in seiner Berichterstattung der ökonomischen Dimension nicht nur auf finanzielle Aspekte, sondern nennt hier auch das Vorhandensein in Nachhaltigkeitsindizes.<sup>61</sup> Die K+S AG hingegen reduziert sich in dieser Dimension, ähnlich der BASF SE, auf das Darstellen von Entwicklung des Umsatzes und des Erfolges, inklusive der Entwicklung der Aktie und der Aktienstruktur.<sup>62</sup> Die ökonomische Dimension in der Berichterstattung der Linde AG orientiert sich ebenfalls an der Nennung von Umsatz und Erfolg, Investition, Ausgaben für Forschung und Entwicklung, sowie die Entwicklung der Aktie und der Aktienstruktur.<sup>63</sup> Die Symrise AG fixiert sich in diesem Teil der Berichterstattung nicht nur auf finanzielle Aspekte, sondern nennt als einziges Unternehmen hier Maßnahmen für ein verantwortungsvolles Beschaffungsmanagement.<sup>64</sup>

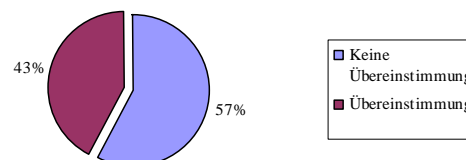


Abbildung 4: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Ökonomie

Wie in Abbildung 4 ersichtlich ist, kommt es in der Dimension Ökonomie zu einer durchschnittlichen Übereinstimmung von 43%. Dies ist dadurch zu erklären, dass sich die Unternehmen BASF SE, K+S AG und Linde AG auf finanzielle Aspekte beschränken.

---

<sup>60</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 51 bis 83.

<sup>61</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 52, 56f. u. 59.

<sup>62</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 42 bis 47.

<sup>63</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 80f.

<sup>64</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 24.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die Unternehmen BASF SE, K+S AG und Linde AG nur wirtschaftliche Kriterien darstellen, wohingegen die Bayer AG und die Symrise AG auch nicht-wirtschaftliche Merkmale ihrer Geschäftstätigkeit in der ökonomischen Dimension nennen. Schwerpunktthemen im Themengebiet der Ökologie stellt das Aufzeigen der Entwicklung des Umsatzes und Ertrages dar, sowie eine Erläuterung zur Entwicklung der Aktie und der Aktionärsstruktur.

### **3.3.2 Ökologie**

Die Dimension der Ökologie soll hinsichtlich der Geschäftstätigkeit der Unternehmen die Folgen und Beiträge für die Natur und Umwelt abbilden.<sup>65</sup>

Nachfolgend sollen die Resultate der in Tabelle 5 dargestellten Werte thematisiert werden. In der Berichterstattung der ALTANA AG wird in diesem Themengebiet angegeben, wie versucht wird, einen effizienten Energieeinsatz zu ermöglichen, um hiermit die Auswirkungen auf das Klima durch CO<sub>2</sub> zu verringern. Weiterhin werden Angaben zu Treibhausgasemissionen gemacht, welche durch die Produktion entstehen. Es wird auch auf erfolgte Emissionen in das Wasser sowie auf Transportunfälle, welche sich schädlich auf die Umwelt auswirken könnten, hingewiesen. Des Weiteren ist es das einzige Unternehmen, das an dieser Stelle des Berichtes informiert, dass sie Verantwortungsbewusstsein auch von den Zulieferern fordern.<sup>66</sup> Die BASF SE beschreibt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht ebenfalls, so wie die ALTANA AG, die Leistungen zu einem effizienten Energieeinsatz zur Verringerung des CO<sub>2</sub>-Austoßes, wie mit dem Abwasser verfahren wird und welche Emissionen dort entstehen, sowie die Entwicklung von Transportunfällen. Des Weiteren gehört es zu einem der zwei Unternehmen, welches die Investitionen in den Umweltschutz finanziell ausdrückt.<sup>67</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der Bayer AG wird ebenfalls auf einen effizienten Energieeinsatz eingegangen, das Wassermanagement, Treibhausgasemissionen sowie weitere Emissionen behandelt und auf Transportunfälle eingegangen. Es wird weiterhin über den Erhalt der biologischen Vielfalt sowie über den Emissionshandel berichtet. Bei dem Erhalt der biologischen Vielfalt wird über das Engagement zum Schutz von Tieren und Pflanzen berichtet.<sup>68</sup> Die K+S AG behandelt nahezu die gleichen Themenbereiche wie die Bayer AG. Sie thematisiert

---

<sup>65</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: Leitfaden, 2006, S. 27.

<sup>66</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 40f., 45 bis 47 u. 50f.

<sup>67</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 94, 96, 99 bis 103.

<sup>68</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 75 bis 77, 79 bis 83 u. 85f.

tisiert jedoch keine Transportunfälle, geht dazu aber zusätzlich auf eine finanzielle Darstellung der Investitionen des Umweltschutzes ein. Des Weiteren werden hier alternative Transportwege thematisiert, um den Ausstoß von CO<sub>2</sub> zu verringern.<sup>69</sup> In der Berichterstattung der Linde AG wird in dem Themengebiet der Ökologie ebenfalls auf die Beiträge zum Senken des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes durch einen effizienten Energieeinsatz berichtet, ebenfalls wird das Wassermanagement und die Treibhausgasemissionen thematisiert. Ebenso werden umweltrelevante Ereignisse kurz genannt.<sup>70</sup> Die Symrise AG nennt in der Berichterstattung zur Ökologie ebenfalls Daten zum Energieeinsatz, zum Wassermanagement, zu Treibhausgasemissionen und zur Abwasserfracht sowie zur Entwicklung des Abfalls.<sup>71</sup>

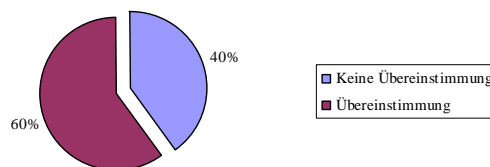


Abbildung 5: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Ökologie

Abbildung 5 stellt die durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Ökologie dar. Hier kommt es zu einer Übereinstimmung von durchschnittlich 60%. Es liegt somit eine Steigerung von 17% im Vergleich zur Übereinstimmung in der Dimension der Ökonomie vor.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die untersuchten Unternehmen in diesem Themengebiet eine einheitlichere Berichterstattung im Gegensatz zu der Dimension Ökonomie vollziehen. Alle Unternehmen nennen Aspekte, wie sie einen effizienten Energieeinsatz schaffen, wie das Wassermanagement ausgestaltet ist und wie mit dem Abwasser und dem Abfall umgegangen wird. Es lässt sich auch ausmachen, dass alle Unternehmen einen hohen Wert auf das Aufzeigen von Verfahren, Vorgehensweisen und Beiträgen zum Verringern des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes geben. Dies stellt somit das Schwerpunktthema in der Dimension Ökologie dar.

---

<sup>69</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 55f., 63 bis 67.

<sup>70</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 73 bis 76.

<sup>71</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S.30, 32 u. 34f.

### 3.3.3 Soziales

Bei der Dimension Soziales handelt es sich um eine Verbindung von drei verschiedenen Themengebieten. Es vereint Aspekte der Arbeitsbedingungen und des Arbeitsumfeldes, der Gesellschaft und der Menschenrechte. Im Bereich Arbeitsbedingungen und Arbeitsumfeld sollen Maßnahmen dargestellt werden, wie das Unternehmen versucht, diese Bereiche positiv zu fördern. Bei dem Gebiet Gesellschaft sollen Folgen für die Gemeinde aufgezeigt werden, in denen es seine Geschäftstätigkeit betreibt. In dem Bereich der Menschenrechte soll dargestellt werden, wie das Unternehmen versucht, schon bei der Auswahl der Lieferanten menschenrechtliche Aspekte zu berücksichtigen.<sup>72</sup>

Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Tabellen 6 und 7 dargestellt werden. Begonnen werden soll mit den Resultaten aus Tabelle 6 zu den Aussagen bezüglich des Aspektes Mitarbeiter. Die Berichterstattung der ALTANA AG nennt an dieser Stelle Maßnahmen zu den Punkten Diversity und Chancengleichheit sowie ausführliche Beiträge zu den Themen Aus- und Weiterbildung und wie junge Menschen gefördert werden können. Des Weiteren wird umfassend auf den Aspekt Sicherheit am Arbeitsplatz eingegangen, in dem geschildert wird, wie versucht wird, Unfälle am Arbeitsplatz zu vermeiden und die Sicherheit für die Mitarbeiter zu verbessern.<sup>73</sup> Die BASF SE bezieht in ihre Berichterstattung in diesem Themengebiet ebenfalls Angaben zu Chancengleichheit, Aus- und Weiterbildung und auch ebenfalls zu Sicherheit am Arbeitsplatz inklusive Angaben zu Unfällen ein. Es werden hier jedoch auch allgemeine Angaben zu dem Aspekt Mitarbeiter gemacht. Dies erfolgt in Form von Angaben zu der Anzahl der Mitarbeiter sowie zur Altersstruktur. Auch wird hier auf die Mitarbeiterzufriedenheit eingegangen. Dies geschieht in Form von Befragungen der Mitarbeiter und Führungskräfte. Ebenfalls wird auf die *Work-Life-Balance* eingegangen, in der aufgezeigt werden soll, wie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessert wird.<sup>74</sup> Die Berichterstattung der Bayer AG stellt sich so ähnlich dar wie die der BASF SE, hier wird ebenfalls auf das Thema Aus- und Weiterbildung eingegangen. Es wird genannt, wie man versucht, die Anzahl der Unfälle zu reduzieren sowie Angaben zur Verbesserung der Chancengleichheit genannt. Ebenso wird hier auch auf die Mitarbeiterzufriedenheit eingegangen. Dies erfolgt eben-

---

<sup>72</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: Leitfaden, 2006, S. 30, 32 u. 34.

<sup>73</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 27 bis 37 u. 53 bis 57.

<sup>74</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 85 bis 91.

falls in Form einer Befragung der Führungskräfte.<sup>75</sup> Die K+S AG nennt in ihrer Berichterstattung ebenfalls allgemeine Daten zur Mitarbeiterzahl und Fluktuationsrate. Ebenfalls legt sie einen hohen Wert auf das Gebiet Aus- und Weiterbildung sowie die Sicherheit am Arbeitsplatz. Auch wird hier wie bei der BASF SE die *Work-Life-Balance* thematisiert.<sup>76</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der Linde AG werden ebenfalls Aspekte zu Beschäftigungsstruktur, Chancengleichheit, Aus- und Weiterbildung sowie Sicherheit am Arbeitsplatz thematisiert.<sup>77</sup> Die Symrise AG beschränkt sich in ihrer Berichterstattung auf die Aspekte Aus- und Weiterbildung und Arbeitssicherheit.<sup>78</sup>

Nachfolgend sollen die Ergebnisse der Tabelle 7 dargestellt werden, wobei sich hier auf den Bereich Gesellschaft beschränkt wird, da das Gebiet Menschenrechte in den Berichten nur kurz behandelt wird. Die ALTANA AG beschreibt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht die Beiträge zur Förderung von Bildung und Forschung.<sup>79</sup> In der Berichterstattung der BASF SE werden die Maßnahmen zur Förderung der Bildung, wie von Sport und Kultur aufgezeigt.<sup>80</sup> Die Bayer AG stellt in ihrem Bericht das größte Spektrum an Maßnahmen zur Förderung der Gesellschaft auf. Sie nennt Maßnahmen zur Förderung der Bildung, Forschung, Gesundheit, von Sozialem und Sport sowie der Kultur.<sup>81</sup> Die K+S AG engagiert sich in den Bereichen Bildung, Sport und Kultur.<sup>82</sup> Die Linde AG beschreibt ihr Engagement in den Bereichen der Forschung und Gesundheit.<sup>83</sup> In der Berichterstattung der Symrise AG wird beschrieben, wie der Bereich Bildung und Gesundheit, speziell Gesundheit der Kinder, gefördert wird.<sup>84</sup>

---

<sup>75</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 61f. u. 64 bis 68.

<sup>76</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 73, 75, 77 bis 84 u. 88 bis 91.

<sup>77</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 41 bis 44, 72 u. 77 bis 79.

<sup>78</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 38 u. 40f.

<sup>79</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 27 bis 37 u. 58ff.

<sup>80</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 92f.

<sup>81</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 72ff.

<sup>82</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 109 bis 111.

<sup>83</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 35 bis 39.

<sup>84</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 46f.

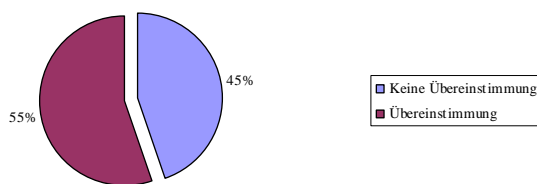


Abbildung 6: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales

In Abbildung 6 ist die durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales dargestellt. Sie ergibt sich aus der Kumulation der Werte aus den Abbildungen 10 bis 12. Wie in Abbildung 10 zu erkennen ist, gibt es bei dem Bereich Mitarbeiter innerhalb der Dimension Soziales eine durchschnittliche Übereinstimmung von 69%. Dies ist besonders zu beachten, da der Umfang der Berichterstattung zu Aspekten des Arbeitsumfeldes und Arbeitsbedingungen durchschnittlich den größten Anteil des Leistungsberichtes ausmacht, wie aus Tabelle 2 in Punkt 3.2 ersichtlich wird.

Abschließend lässt sich ausmachen, dass in der Dimension Soziales der Teilbereich Mitarbeiter den größten Anteil hat und es hier, einzeln betrachtet, die größte durchschnittliche Übereinstimmung bei den behandelten Aussagen gibt. Die Themen, die hier dominieren, sind Aus- und Weiterbildung sowie die Sicherheit am Arbeitsplatz.

### 3.3.4 Produktverantwortung

In der Dimension der Produktverantwortung sollen die Unternehmen Folgen und Beiträge in Bezug auf die Gesundheit und Sicherheit, die Produktkennzeichnung und Produktinformation darstellen, die die Kunden betreffen.<sup>85</sup> Nachfolgend sollen die Resultate der Tabelle 8 dargestellt werden.

In dieser Dimension berichtet die ALTANA AG über Maßnahmen zur Kundensicherheit, Risikoprüfung von Chemikalien, Prüfung neuer Technologien auf Risiken für den Menschen sowie zur Umsetzung der EU-Verordnung REACH<sup>86, 87</sup>. Die BASF SE nennt neben den Punkten Risikobewertung von Chemikalien zur Vermeidung von Schäden am Menschen und der Umwelt, Risikoprüfung neuer Technologien, der Kundensicher-

<sup>85</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: Leitfaden, 2006, S. 35.

<sup>86</sup> Anm.: Unter REACH wird eine Verordnung der EU verstanden und steht für **R**egistration, **E**valuation, **A**uthorisation and **R**estriction of **C**hemicals.

<sup>87</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 21 bis 25.



heit, in Bezug auf die Produkte, sowie der Umsetzung von REACH, auch Aspekte zu Tierversuchen. Hier wird gesagt, dass das Testen von Produkten auf Sicherheit nicht ohne Tierversuche geht, diese jedoch auf ein Mindestmaß beschränkt und Alternativen gesucht werden.<sup>88</sup> In der Berichterstattung der Bayer AG wird ebenfalls über die Umsetzung der REACH-Verordnung berichtet. Des Weiteren erfolgt eine umfangreiche Berichterstattung über die Maßnahmen zum Kundenschutz, bzw. der Produktsicherheit. Ebenso beschreibt die Bayer AG, dass es ohne Tierversuche nicht möglich ist, eine hinreichende Prüfung von Produkten auf die Sicherheit zu überprüfen, jedoch stets nach alternativen Möglichkeiten gesucht wird. Ebenfalls werden Maßnahmen zur sicheren Entsorgung der Produkte nach der Verwendung durch die Kunden berichtet.<sup>89</sup> Die K+S AG berichtet in dieser Dimension zusätzlich zu der Prüfung von neuen Technologien auf Risiken, Kundensicherheit, der Umsetzung von REACH und der Entsorgung von verbrauchten Produkten durch die Kunden, auch über die Kundenzufriedenheit. Dies geschieht z.B. über Kundenbefragungen.<sup>90</sup> In der Berichterstattung der Linde AG wird Bezug genommen auf die Entsorgung von verbrauchten Produkten durch die Kunden sowie auf die Überprüfung neuer Technologien. Ebenfalls wird berichtet, die Kundensicherheit zu gewährleisten, indem versucht wird, erst keine Gefahrensituationen zu schaffen. Auch wird über die Umsetzung der EU-Verordnung REACH berichtet.<sup>91</sup> Die Symrise AG berichtet darüber, wie die Produktsicherheit innerhalb des Unternehmens gewährleistet wird sowie über die Umsetzung der REACH-Verordnung. Des Weiteren wird berichtet, mit welchen Prozessen die Produktsicherheit garantiert wird.<sup>92</sup>

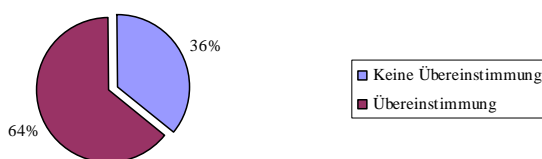


Abbildung 7: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Produktverantwortung

<sup>88</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 104f.

<sup>89</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 87 bis 91.

<sup>90</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 98 bis 104.

<sup>91</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 40 bis 45.

<sup>92</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 20f.

Abbildung 7 stellt die durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension der Produktverantwortung dar. Hier kommt es zu einer Übereinstimmung von durchschnittlich 64%. Hier liegt somit die höchste Übereinstimmung in den Dimensionen vor. Es muss jedoch beachtet werden, dass in dem Teilbereich Mitarbeiter der Dimension Soziales es zu einer durchschnittlichen Übereinstimmung von 69% kommt, wie in Abbildung 7 zu sehen ist.

Zusammenfassend lässt sich festmachen, dass in dieser Dimension, von allen betrachteten Unternehmen, über die Aspekte der Umsetzung der EU-Verordnung REACH und die Kundensicherheit bzw. die Produktsicherheit, berichtet wird und hier der Schwerpunkt liegt.

### **3.4 Transparente und glaubwürdige Berichterstattung**

Im Folgenden soll dargestellt werden, was eine transparente und glaubwürdige Berichterstattung ausmacht, welchen Nutzen Unternehmen aus einer glaubwürdigen Berichterstattung ziehen können und wie dies von den betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie umgesetzt wird.

#### **3.4.1 Quantifizierung der Aussagen**

Für eine transparente und glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung ist es wichtig, dass die Aussagen vergleichbar und genau sind. Insofern ist es wichtig, dass Aussagen, sofern möglich, auch in Zahlen dargestellt werden. Als Beispiel soll hier die Verringerung von CO<sub>2</sub> dienen. Es erscheint glaubwürdiger und transparenter, wenn ein Unternehmen angibt, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 5% verringert wurde, anstatt lediglich zu berichten, dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringert wurde. Nachfolgend soll anhand des Beispiels CO<sub>2</sub>-Emission dargestellt werden, wie die Unternehmen diese darstellen.

In der Nachhaltigkeitsberichterstattung der ALTANA AG werden die absoluten Mengen an emittierten CO<sub>2</sub> in einer Tabelle angegeben. Es werden jedoch keine Werte für die Vorjahre angegeben und so ist es nicht möglich, eine Einschätzung zu bekommen, ob sich die Menge an emittierten CO<sub>2</sub> gesteigert oder verringert hat.<sup>93</sup> Die BASF SE stellt eine Tabelle mit CO<sub>2</sub>-Emissionen dar, welche auch Vorjahreswerte bis zum Jahre 2002 enthält. Es erfolgt auch eine Begründung für die Erhöhung des Anstieges der E-

---

<sup>93</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 45f.

missionen. Die BASF SE erteilt sogar Auskunft über die spezifischen Treibhausgasemissionen pro Verkaufsprodukt. Diese Werte werden alle in absoluten Zahlen oder in Prozentzahlen dargelegt.<sup>94</sup> Bei der Bayer AG zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der BASF SE. Hier erfolgt die Darstellung der absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen in Tabellen mit Vorjahreswerten bis zum Teil zum Jahre 2003. Ebenfalls wird hier eine Begründung für den Anstieg gegeben.<sup>95</sup> In der Berichterstattung der K+S AG wird Bezug genommen auf die spezifische CO<sub>2</sub>-Emission pro Produkt. Die Darstellung erfolgt ebenfalls mit Hilfe einer Tabelle. Im Text werden auch absolute Werte für das aktuelle Jahr genannt, jedoch nicht für vergangene.<sup>96</sup> Bei der Linde AG werden die Werte für die CO<sub>2</sub>-Emissionen ebenfalls in einer Tabelle grafisch dargestellt. Diese Tabelle gibt den Zeitraum von 2004 bis zum aktuellen Jahr 2007 an. Im Text selbst wird ebenfalls ein Anstieg der absoluten Mengen genannt, jedoch keine Begründung für diese benannt.<sup>97</sup> Bei der Symrise AG werden die CO<sub>2</sub>-Emissionen in einer Grafik aufgeführt. Diese Werte stellen die Entwicklung pro verkauftes Produkt dar.<sup>98</sup>

Hier ist erkenntlich, dass alle Unternehmen das Thema CO<sub>2</sub>-Emission ansprechen, aber Unterschiede im Umfang über die Berichterstattung bestehen. Alle haben gemein, dass die Werte in einer Tabelle oder Grafik aufgestellt werden. Bei fünf der sechs betrachteten Unternehmen werden ebenfalls Angaben zu Vorjahren gemacht, damit der Leser sich ein Bild über die Entwicklung machen kann und in zwei von sechs Fällen werden ebenso Begründungen für den Anstieg der absoluten Emissionen gegeben.

Es stellt sich hier jedoch die Frage, warum Unternehmen ihre Aussagen, sofern dies möglich ist, genau quantifizieren. Durch genaue und vergleichbare Angaben, was auch Angaben zu Verschlechterungen beinhaltet, wird der Bericht glaubwürdiger. Für ein Unternehmen ist es demnach von Vorteil, wenn die Angaben eines Nachhaltigkeitsberichtes sehr konkret und vergleichbar mit den Vorjahren sind. Dies ist darin begründet, dass der Stakeholder sich ein besseres Bild von dem Unternehmen machen kann, wodurch sich sein Vertrauen zum Unternehmen verbessert.

---

<sup>94</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 97.

<sup>95</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S.79 bis 81.

<sup>96</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 65f.

<sup>97</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 74.

<sup>98</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 35.

### 3.4.2 Verbindlichkeit von Zielen

In diesem Teil der Arbeit soll aufgezeigt werden, ob die Unternehmen Ziele aufstellen und wenn ja, wie diese konkretisiert werden. Des Weiteren soll aufgezeigt werden, welchen Nutzen die Unternehmen aus dem Darstellen von Zielen ziehen können. Nachfolgend sollen die Werte der Tabelle 9 dargestellt und konkretisiert werden.

Die ALTANA AG stellt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht einen Katalog mit Zielen auf. Diese Ziele umfassen die Dimensionen Ökologie, Soziales insbesondere dort den Teil der Mitarbeiter, sowie zu Managementsystemen und zur Berichterstattung. Diese Ziele sind zum größten Teil jedoch eher vage formuliert, ein Beispiel ist das Ziel Reduktion Staubemissionen. Hier erfolgt, so wie in den meisten Fällen, keine Angabe über den Umfang der Reduktion und bei keinem Ziel eine Angabe, bis wann dieses Ziel erfüllt werden soll. Die Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele sind hingegen konkret.<sup>99</sup> In der Nachhaltigkeitsberichterstattung der BASF SE wird ein ausführlicher Zielkatalog aufgeführt. Dieser umfasst die Dimensionen Ökonomie, Ökologie, Soziales und Produktverantwortung. Die Ziele sind alle sehr konkret beschrieben. Es wird ebenfalls eine Angabe, bis wann das Ziel erreicht werden soll, gegeben und wie der Stand der Umsetzung bis zum Ende des Geschäftsjahres ist. Diese Ziele werden in den entsprechenden Kapiteln in den Nachhaltigkeitsberichten weitererklärt und auch Maßnahmen werden dort konkret beschrieben.<sup>100</sup> Bei dem Nachhaltigkeitsbericht der Bayer AG wird ebenfalls ein Zielkatalog aufgeführt. Diese Ziele umfassen zusätzlich zu den Dimensionen Ökologie, Soziales und Produktverantwortung noch die Handlungsfelder Innovation und exzellente Unternehmensführung. Hierbei wird auch die Angabe gegeben, dass es sich um Ziele bis zum Jahre 2010 handelt, sofern es nicht anders angegeben ist. Bei den Zielen handelt es sich um konkrete Angaben, jedoch sind die Maßnahmen zur Erreichung der Ziele nicht immer konkret formuliert. Des Weiteren wird ein Stand der Umsetzung angegeben, in dem ausführlich die Maßnahmen, die bislang getroffen wurden, beschrieben werden.<sup>101</sup> Die K+S AG hat in ihrem Nachhaltigkeitsbericht keinen Zielkatalog aufgeführt, jedoch verteilt im Bericht ein paar Ziele aufgezeigt. Diese Ziele umfassen alle vier Dimensionen der Nachhaltigkeit, sind jedoch nur sehr vage formuliert. Auch lassen sich nur sehr unkonkrete Maßnahmen, die zur Erreichung der Ziele dienen

---

<sup>99</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 17 bis 19.

<sup>100</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 18f.

<sup>101</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 96 bis 103.

bestimmen. Ebenso wird kein zeitlicher Rahmen festgelegt, in welchem diese Ziele erfüllt werden sollen.<sup>102</sup> Die Linde AG verfügt über einen Zielkatalog, welcher Corporate Responsibility Roadmap genannt wird. Dieser Zielkatalog enthält Ziele zu den Dimensionen Ökologie, Soziales und Produktverantwortung. Es handelt sich bei den Zielen um Ziele für das Jahr 2007/2008 und es wird angegeben, welche Ziele bis Juni 2008 erreicht wurden und welche fortlaufend gelten. Bei den Angaben, welche Ziele bereits erreicht wurden, wird angegeben, mit welchen Mitteln dieses Ziel erreicht wurde. Bei den Zielen handelt es sich um eher konkrete Formulierungen, wobei es keine Angabe zu Maßnahmen gibt, wie diese umgesetzt werden sollen. Maßnahmen werden hier nur im Rahmen der bereits umgesetzten Ziele genannt.<sup>103</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der Symrise AG lassen sich keine Anhaltspunkte für Ziele, die sich das Unternehmen gesteckt hat, finden. Hier lassen sich nur Herausforderungen bezüglich des Klimawandels und der Ressourcenverknappung finden. Diese Herausforderungen sind jedoch nicht als Ziele anzusehen.<sup>104</sup>

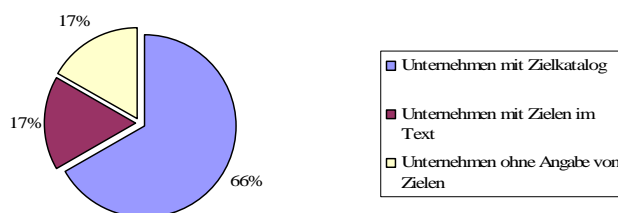


Abbildung 8: Anteil der Unternehmen mit Zielkatalog

In Abbildung 8 ist der Anteil der Unternehmen aufgezeigt, welche über einen Zielkatalog verfügen und wie dieser gestaltet ist. Hier lässt sich erkennen, dass die betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie recht einheitlich mit Zielkatalogen umgehen. Fünf von sechs Unternehmen nennen Ziele in ihrem Nachhaltigkeitsbericht, wobei vier der fünf Unternehmen einen eigenständigen Zielkatalog vorweisen. Ebenfalls handelt es sich bei den meisten Zielen um konkrete Formulierungen. Bei der Angabe zu den Maßnahmen zum Erreichen der Ziele lassen sich allerdings Unterschiede feststellen.

<sup>102</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 6, 8, 67, 85, 92 u. 104.

<sup>103</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 14 bis 18.

<sup>104</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 50.

Auch hier stellt sich jedoch die Frage, warum ein Unternehmen einen Zielkatalog veröffentlichen und auch den Stand der Umsetzung nennen sollte. Hier ist es wie bei dem Punkt 3.4.1, eine genaue Darstellung der Ziele und der Maßnahmen samt Stand der Umsetzung führt dazu, dass sich ein Stakeholder ein genaues Bild über das Unternehmen machen kann. Ebenfalls resultiert hieraus eine gesteigerte Glaubwürdigkeit des Berichtes. Somit kann es zu einer Steigerung des Vertrauens des Stakeholders in das Unternehmen kommen. Demnach wird eine transparente und glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung unterstützt durch das Aufzeigen von Zielen, die sich ein Unternehmen gesetzt hat in Bezug auf die einzelnen Dimensionen. Dazu gehört das Darstellen des Zieles an sich, der Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele und bis zu welchem Zeitpunkt das Ziel erreicht werden soll.

### **3.4.3 Stakeholdereinbindung**

Im Folgenden soll dargestellt werden, ob und wie mit den Stakeholdern ein Dialog betrieben wird. Tabelle 10 zeigt eine Auswahl der wichtigsten Stakeholder der betrachteten Unternehmen auf, welche von den Unternehmen genannt bzw. über die indirekt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht berichtet wird.

Die ALTANA AG betont in ihrem Nachhaltigkeitsbericht die Kommunikation mit den Mitarbeitern. Dies geschieht über das Ideenmanagement. Hier können die Mitarbeiter Ideen, z.B. neue Produktideen oder verbesserte Vorschläge zu Produktionsverfahren an das Unternehmen weitergeben. Des Weiteren wird hier über den direkten Kontakt zur Öffentlichkeit und besonders zu der Nachbarschaft des Unternehmens berichtet. Der Kontakt zur Nachbarschaft erfolgt regelmäßig über Tage der offenen Tür oder über Führungen mit einzelnen Gruppen. In dem Nachhaltigkeitsbericht der ALTANA AG werden diverse Kommunikationsmethoden vorgestellt. Auch wird hier beschrieben, dass das Unternehmen eine offene und transparente Informationspolitik betreiben möchte.<sup>105</sup> Bei dem Nachhaltigkeitsbericht der BASF SE zeigt sich ein etwas anderes Bild. Hier werden kaum Methoden der Kommunikation mit den einzelnen Stakeholdern dargestellt. Ein Beispiel der Kommunikation ist jedoch in einer Stakeholderbefragung aufgezeigt. Diese wurde durchgeführt, um die Vorlieben der Stakeholder in Bezug auf die Art der Berichterstattung zu überprüfen. Anhand dieser Befragung wurde die Nachhaltigkeitsberichterstattung mit der Finanzberichterstattung in einem einzigen

---

<sup>105</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 61.

Bericht verbunden. Auch die BASF SE möchte eine transparente und vertrauensvolle Kommunikation mit den Stakeholdergruppen vollziehen.<sup>106</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der Bayer AG werden die verschiedenen Methoden der Stakeholderkommunikation dargestellt. Hier wird eine aktive und differenzierte Kommunikation mit den Stakeholdergruppen betrieben. Die direkte Kommunikation äußert sich in internationalen Lieferantentagen vor Ort oder das Beteiligen an Messen oder Podiumsdiskussionen. Auch sollen die Anregungen der Stakeholder in die Planung und in die Entscheidung einbezogen werden. Zwei weitere Beispiele für den aktiven Dialog stellen die Stakeholderbefragungen zu dem Nachhaltigkeitsengagement und die Mitarbeiterbefragungen dar.<sup>107</sup> Bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung der K+S AG werden ebenfalls ausführliche Beispiele für eine aktive Kommunikation des Unternehmens mit den Stakeholdern aufgezeigt. Diese beziehen sich z.B. auf die Kommunikation mit der Presse. Hier werden Newsletter per E-Mail verschickt oder Pressemappen verteilt. Auch können sich Bewerber auf der Homepage des Unternehmens über mögliche Einstiegsmöglichkeiten informieren.<sup>108</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der Linde AG lassen sich keine Beispiele für einen aktiven Dialog mit den Stakeholdern finden. Hier wird jedoch verbildlicht, dass sich die Corporate Responsibility-Themen an den Entscheidungen und dem Geschäftserfolg orientieren. Hierbei steht die Entscheidung der Stakeholder an erster Stelle. Es ist jedoch nicht ersichtlich, wie die Entscheidungen der Stakeholder bestimmt werden.<sup>109</sup> Bei der Symrise AG lassen sich in dem Nachhaltigkeitsbericht keine aktiven Maßnahmen zur Stakeholderkommunikation finden. Hier wird Bezug genommen auf Magazine für Kunden, Nachbarschaft und Mitarbeiter sowie den Online-Angeboten.<sup>110</sup>

Die betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie zeigen alle uneinheitliche Wege der Kommunikation mit den Stakeholdern auf. Die meisten Unternehmen versuchen jedoch einen aktiven Dialog mit den Stakeholdern zu suchen, um frühzeitig über Erwartungen und Befürchtungen des Umfeldes informiert zu werden. Aber vier der wichtigsten Stakeholder, welche von allen Unternehmen in ihrem Nachhaltigkeitsbericht aufgeführt werden, wie aus Tabelle 10 entnommen werden kann, sind die Mitarbeiter, Kunden,

---

<sup>106</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 4, 17.

<sup>107</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 26f.

<sup>108</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 9 u. 105 bis 109.

<sup>109</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 10.

<sup>110</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 43.

Lieferanten und die Investoren bzw. die Aktionäre. Somit sind die wichtigsten Stakeholder des Unternehmens die Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten und die Investoren bzw. die Aktionäre.

Die Gründe für die Stakeholderkommunikation, so wie sie die einzelnen Unternehmen betreiben, sind darin begründet, dass die Stakeholder als ein wesentlicher Faktor für den Erfolg des Unternehmens wahrgenommen werden.<sup>111</sup> Mit der Kommunikation wird versucht, über Erwartungen und Befürchtungen der Stakeholder informiert zu werden, um so rechtzeitig auf diese reagieren zu können. Durch das Einbinden der Stakeholder in Entscheidungen steigt die Akzeptanz bei den Stakeholdern und das Vertrauen in das Unternehmen wird gesteigert. Somit ist es für eine transparente und glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung wichtig, dass ein aktiver Dialog mit den Stakeholdern geführt wird und die Stakeholder bei Planungen und Entscheidungen berücksichtigt werden.

#### **3.4.4 Externe Verifizierung der Aussagen**

Eine externe Verifizierung der Inhalte der Nachhaltigkeitsberichte durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder auch durch andere Institutionen soll wie die vorher dargestellten Punkte ebenfalls zu einer glaubwürdigen und transparenten Nachhaltigkeitsberichterstattung beitragen. Folgend soll dargestellt werden, ob die betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie ihre Nachhaltigkeitsberichte durch externe Dritte verifizieren lassen und was diese Prüfung bedeutet.

Wie in Tabelle 11 ersichtlich ist, haben die Unternehmen BASF SE und Bayer AG ihren Nachhaltigkeitsbericht durch externe Dritte überprüfen lassen. Dies geschah bei der BASF SE durch die KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft. Hier wurde eine Prüfung des Konzernabschlusses sowie des Konzernlageberichtes durchgeführt.<sup>112</sup> Bei der Bayer AG wurde eine prüferische Durchsicht durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young AG durchgeführt.<sup>113</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der ALTANA AG lassen sich keine Anhaltspunkte auf eine Prüfung durch externe Dritte finden. Der Nachhaltigkeitsbericht der K+S AG wurde ebenfalls nicht durch externe Dritte geprüft, wie es aus

---

<sup>111</sup> Vgl. **ALTANA AG**: Umweltbericht 2007, 2007, S. 61; **Bayer AG**: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 26.; **K+S AG**: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 9.

<sup>112</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 137.

<sup>113</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 94f.



dem Nachhaltigkeitsbericht ersichtlich ist.<sup>114</sup> Aus dem Nachhaltigkeitsbericht der Linde AG ist ebenso ersichtlich, dass dieser Bericht durch keine externe dritte Seite überprüft wurde.<sup>115</sup> In dem Nachhaltigkeitsbericht der Symrise AG lassen sich wie bei dem Bericht der ALTANA AG keine Hinweise auf eine externe Verifizierung durch Dritte finden.

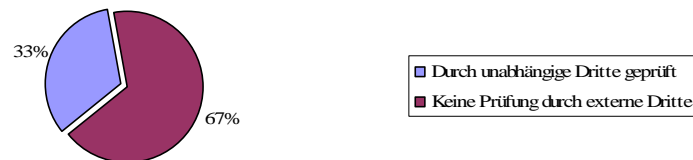


Abbildung 9: Anteil durch unabhängige Dritte verifizierter Unternehmen

Abbildung 9 stellt den Anteil der Unternehmen, welche ihren Nachhaltigkeitsbericht durch unabhängige Dritte verifizieren lassen, dar. Aus dieser Abbildung ist ersichtlich, dass es eine uneinheitliche Handhabung des Themas Verifizierung durch externe Dritte bei den betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie gibt. Zwei der sechs betrachteten Unternehmen lassen ihre Nachhaltigkeitsberichte durch unabhängige Dritte verifizieren. Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass es sich bei dem Bericht der BASF SE um einen integrierten Bericht, also Finanz- und Nachhaltigkeitsbericht handelt. Bei der Prüfung durch externe Dritte von Nachhaltigkeitsberichten handelt es sich lediglich um eine Prüfung, inwieweit die Kriterien der GRI eingehalten wurden. Trotzdem trägt diese Prüfung zu einer Steigerung der Glaubwürdigkeit und Transparenz bei.

### 3.5 Einhaltung der Kriterien der Global Reporting Initiative

Im Folgenden soll dargestellt werden, ob die betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie die Leitlinien der GRI in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung berücksichtigen und wie dies bewertet werden kann. Jedoch sollte zuerst das Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsberichte erklärt werden.

Zur Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten gibt es sechs Stufen aufgeteilt in drei Ebenen. Die Ebenen lauten C, B und A und stellen den Umfang des Berichtes dar, außer-

---

<sup>114</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 117.

<sup>115</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 82.

dem stellt ein A einen höheren Berichtsumfang als ein B oder C dar. Diese Ebenen können jeweils durch ein „+“ ergänzt werden. Das „+“ wird vergeben, wenn der Bericht inhaltlich durch einen externen Dritten geprüft wurde.<sup>116</sup> Um jedoch für den Nachhaltigkeitsbericht ein entsprechendes Berichtsniveau durch die GRI testiert zu bekommen, ist es nötig, dass die Unternehmen eine Selbsteinschätzung zu der Anwendungsebene abgeben. Dies ist nötig, da die GRI nur Nachhaltigkeitsberichte mit einer Selbsteinschätzung und einem Raster der Anwendungsebenen als GRI-basierte Berichte anerkennt und auf ihrer Internetseite veröffentlicht.<sup>117</sup> Nach dieser Selbsteinschätzung hat das Unternehmen die Möglichkeit, diese Selbsteinschätzung durch externe Dritte oder durch die GRI überprüfen zu lassen. Sollte die Prüfung durch die GRI geschehen, wird hierfür ein Logo vergeben. Dieses Logo besagt, dass die Selbsteinschätzung durch die GRI in Bezug auf den Umfang geprüft wurde.<sup>118</sup> Des Weiteren ist es möglich, dass der Nachhaltigkeitsbericht durch externe Dritte in Bezug auf die getätigten Aussagen geprüft wird. Diese Prüfung kann jedoch nicht von der GRI durchgeführt werden. Nach einer Prüfung der Angaben des Berichtes durch externe Dritte kann bei der GRI beantragt werden, dass dies überprüft wird, damit ein Logo mit einem „+“ verliehen werden kann. Hierbei überprüft die GRI lediglich, ob eine Prüfung durch externe Dritte in Bezug auf die Angaben getätigt wurde. Im Anschluss hieran wird das Logo mit der entsprechenden Anwendungsebene und dem „+“ vergeben, welches die Unternehmen in ihren Unternehmen publizieren dürfen.<sup>119</sup>

Nachfolgend sollen die Resultate aus der Tabelle 12 dargestellt und konkretisiert werden. Bei der ALTANA AG lässt sich aus dem Nachhaltigkeitsbericht entnehmen, dass das Unternehmen sich hier an dem Leitfaden der GRI orientiert hat. Jedoch wurde hier, da es sich um den ersten Umweltbericht der ALTANA AG handelt, weniger Wert auf Vollständigkeit, sondern eher auf eine plausible Einordnung der Entwicklung des Unternehmens gelegt.<sup>120</sup> Da hier keine Selbsteinschätzung über das Berichtsniveau oder ein GRI-Index gegeben ist, die ökonomische Dimension nicht berücksichtigt wurde, jedoch die Dimensionen Ökologie, Soziales und Produktverantwortung thematisiert wurden, kann hier von einer leichten Orientierung an dem Leitfaden der GRI gespro-

---

<sup>116</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: GRI-Anwendungsebenen, 2006, S. 1.

<sup>117</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: GRI-Anwendungsebenen, 2006, S. 2.

<sup>118</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: GRI-Anwendungsebenen, 2006, S. 1 u. 3.

<sup>119</sup> Vgl. Global Reporting Initiative: GRI-Anwendungsebenen, 2006, S. 3 u. 4.

<sup>120</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 4.

chen werden. Der Nachhaltigkeitsbericht der BASF SE hat sich mit dem Bericht 2007 zum ersten Mal an der dritten Generation des Leitfadens der GRI ausgerichtet und das Unternehmen berichtet seit dem Jahr 2003 in Anlehnung an dem Leitfaden der GRI. Dieser Bericht wurde von der GRI mit der Anwendungsebene A+ bewertet.<sup>121</sup> Dadurch, dass alle Dimensionen der Nachhaltigkeit behandelt wurden, ein GRI-Index vorhanden ist und der Nachhaltigkeitsbericht durch die GRI mit der Anwendungsebene A+ bewertet wurde, kann hier von einer Einhaltung, also einer kompletten Orientierung der Kriterien der GRI gesprochen werden. Bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Bayer AG zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der BASF SE. Die Bayer AG hat für ihren Nachhaltigkeitsbericht ebenfalls durch die GRI testiert bekommen, dass es sich hierbei um die Anwendungsebene A+ handelt und die Berichterstattung schon seit mehreren Jahren an dem Leitfaden der GRI orientiert.<sup>122</sup> Da auch bei dem Nachhaltigkeitsbericht der Bayer AG ein GRI-Index vorhanden ist, alle Dimensionen der Nachhaltigkeit behandelt wurden, sowie durch die GRI die Anwendungsebene A+ bestätigt wurde handelt es sich hierbei ebenfalls um eine Einhaltung der Kriterien der GRI. Eigenen Angaben nach orientiert sich der Nachhaltigkeitsbericht der K+S AG so weit wie möglich an den Leitlinien der GRI. Dieses „so weit wie möglich“ ist darin begründet, dass der Leitfaden der GRI für alle Unternehmen anwendbar ist und nicht den Anforderungen einzelner Wirtschaftszweige wie dem der K+S AG entspricht. Hier wurden auch speziell für das Unternehmen über den Leitfaden der GRI hinausgehende Aspekte behandelt.<sup>123</sup> Auch wenn hier keine Selbsteinschätzung und keine Bewertung durch die GRI vorhanden sind, lässt sich aufgrund des GRI-Indexes und der ausführlichen Darstellung aller Dimensionen von einer hohen Orientierung an dem Leitfaden der GRI sprechen. Den Angaben nach zufolge orientiert sich die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Linde AG an dem Leitfaden der GRI. Auch wurde der Nachhaltigkeitsbericht durch die Linde AG in Bezug auf das Berichtsniveau mit der Anwendungsebene B bewertet.<sup>124</sup> Auch wenn hier eine Selbsteinschätzung der Linde AG vorgenommen wurde und ein GRI-Index vorhanden ist, liegt hier eine mittlere Orientierung an den Leitfäden der GRI vor. Dies ist darin begründet, da wie in dem GRI-Index des Nachhaltigkeitsberichtes zu sehen ist, hier die wenigsten Leistungsindikatoren komplett abgedeckt sind.

---

<sup>121</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 4 u. 218.

<sup>122</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. Umschlag vorne, 49 u. Umschlag hinten.

<sup>123</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 3 u. 116 bis 123.

<sup>124</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 12 u. 82 bis 85.

Der größte Teil wurde nur zum Teil abgedeckt bzw. nicht abgedeckt oder nicht als wichtig erachtet.<sup>125</sup> Laut dem Nachhaltigkeitsbericht der Symrise AG sind die Leitfäden der GRI für die Messung von Umweltverpflichtungen Maßstab.<sup>126</sup> Bei dem Nachhaltigkeitsbericht der Symrise AG lässt sich von einer sehr leichten Orientierung an dem Leitfaden der GRI sprechen. Dies ist darin begründet, dass hier laut dem Nachhaltigkeitsbericht der Leitfaden nur für die Umweltverpflichtungen als Maßstab dient. Auch wurde hier keine Selbsteinschätzung zu dem Berichtsniveau abgegeben oder ein GRI-Index dargestellt. Jedoch wurden alle Dimensionen der Nachhaltigkeit, sowie sie auch durch den Leitfaden der GRI aufgeführt werden, durch diesen Nachhaltigkeitsbericht behandelt.

Bei zwei der betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie lässt sich feststellen, dass sie sich komplett an dem Leitfaden der GRI orientieren und damit die Kriterien der GRI einhalten. Außerdem kommt es bei jeweils einem Unternehmen zu einer hohen und zu einer mittleren Orientierung an den Kriterien der GRI. Auch kommt es bei zwei Unternehmen zu einer leichten Orientierung an den Kriterien der GRI. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich alle Unternehmen an den Kriterien der GRI orientieren, wobei sich hier deutliche Unterschiede bei dem Niveau der Orientierung an den Kriterien feststellen lassen. Es lässt sich demnach feststellen, dass die GRI bei den betrachteten Unternehmen der Chemieindustrie den Standard zur inhaltlichen Gestaltung der Nachhaltigkeitsberichte darstellt. Ebenfalls lässt sich feststellen, dass der Leitfaden der GRI die Nachhaltigkeitsberichte vergleichbarer macht. Dies ist darin begründet, dass die Unternehmen über einheitlich ausgewählten Leistungsindikatoren und nicht über unterschiedliche Leistungsindikatoren berichten.

## **4 Untersuchung der Geschäftsberichte der Unternehmen ohne eigenständige Nachhaltigkeitsberichterstattung**

In diesem Teil der Arbeit sollen nun die Geschäftsberichte der Unternehmen betrachtet werden, welche nicht über eine eigene Nachhaltigkeitsberichterstattung verfügen. Hier soll betrachtet werden, wer die hier angesprochenen Stakeholder sind, wie die Unternehmen die Stakeholder in ihre Kommunikation einbinden und ob Aspekte der Nach-

---

<sup>125</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 82 bis 85.

<sup>126</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 10.

haltigkeit im Geschäftsbericht berücksichtigt werden. Bei den Aspekten der Nachhaltigkeit im Geschäftsbericht hat sich durch das Bilanzrechtsreformgesetz geändert, dass große Kapitalgesellschaften im Lagebericht über nichtfinanzielle Indikatoren informieren sollen, welche Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben.<sup>127</sup>

Im Folgenden sollen die wichtigsten genannten Stakeholdergruppen aufgezeigt werden, welche in den Geschäftsberichten genannt werden und wie die Kommunikation mit diesen Stakeholdern betrieben wird. Tabelle 13 zeigt die wichtigsten genannten Stakeholdergruppen des Unternehmens auf. Zu diesen wichtigsten Stakeholdergruppen zählen die Aktionäre bzw. Investoren, Mitarbeiter, Kunden und die Lieferanten. Bis auf die Lieferanten werden diese Stakeholdergruppen von allen betrachteten Unternehmen als wichtige Stakeholder genannt. Es lässt sich jedoch feststellen, dass die Aktionäre bzw. die Investoren hier die wichtigsten Stakeholder darstellen, da sich die Informationen des Berichtes vor allem an diese Gruppe wenden. Dies ist besonders in den Briefen des Vorstandes und des Aufsichtsrates ersichtlich. Hier wird oft mit den Worten „Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre“ begonnen.<sup>128</sup> Dies ist auch daran erkennbar, dass in jedem Geschäftsbericht auf die Entwicklung der Aktie und der Aktionärsstruktur des jeweiligen Unternehmens eingegangen wird.<sup>129</sup> Das die Aktionäre bzw. die Investoren die wichtigsten Stakeholder in der Geschäftsberichterstattung darstellen ist darin begründet, dass diese dem Unternehmen ihr Kapital zur Verfügung stellen, indem sie sich durch den Aktienkauf an dem Unternehmen beteiligen.

Folgend soll dargestellt werden, wie die Kommunikation mit den einzelnen Stakeholdern betrieben wird. Die Beschreibung der Kommunikation mit den Stakeholdern beschränkt sich in den Geschäftsberichten oft auf die Darstellung der Kommunikation mit institutionellen und privaten Anlegern. Hier wird demnach die Finanzkommunikation mit den einzelnen Stakeholdern beschrieben. Die FUCHS PETROLUB AG beschreibt, wie private und institutionelle Anleger über Entwicklungen des Unternehmens infor-

---

<sup>127</sup> Vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.): Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2007, S. 12.

<sup>128</sup> Vgl. **FUCHS PETROLUB AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 16 u. 18; **H&R WASAG AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 12; **LANXESS AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 44; **SGL Carbon AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 4 u. 183; **SKW Stahl-Metallurgie Holding AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 11 u. 105; **Wacker Chemie AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 1 u. 154.

<sup>129</sup> Vgl. **FUCHS PETROLUB AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 28 bis 33; **H&R WASAG AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 49 bis 53; **LANXESS AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 38 bis 42; **SGL Carbon AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 15 bis 18; **SKW Stahl-Metallurgie Holding AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 15 bis 17; **Wacker Chemie AG:** Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 37 bis 40.

miert werden. Dies geschieht über Finanzmarktkonferenzen, auf der Hauptversammlung und über den Geschäftsbericht. Die FUCHS PETROLUB AG hebt besonders die Rolle des Internets bei der Kommunikation mit den Stakeholdern hervor.<sup>130</sup> Bei der H&R WASAG AG wird Wert auf eine transparente und kontinuierliche Kommunikation mit den Aktionären und dem gesamten Kapitalmarkt gelegt. Auch dieses Unternehmen beschreibt die besondere Rolle des Internets, da hier alle Anleger schnell und zeitgleich über Entwicklungen informiert werden können. Neben diesem Medium der Kommunikation wird ebenfalls per Roadshows oder Investorenveranstaltungen sowie der Hauptversammlung kommuniziert.<sup>131</sup> Bei der LANXESS AG steht ebenfalls eine nachhaltige Kommunikation mit den institutionellen und privaten Anlegern im Mittelpunkt. Diese Kommunikation wird per Roadshows oder externen Kapitalmarktkonferenzen betrieben. Auch hier wird aufgezeigt, dass auf der Internetseite der LANXESS AG Entwicklungen schnell veröffentlicht werden.<sup>132</sup> Bei der SGL Carbon AG wird betont, dass ein offener, kontinuierlicher und vertrauensvoller Dialog mit dem Kapitalmarkt stattfinden soll. Dies geschieht anhand von Roadshows, Investorenkonferenzen und auf der Internetseite des Unternehmens, auf der unverzüglich die finanzmarktrelevanten Informationen veröffentlicht werden.<sup>133</sup> Die SKW Stahl-Metallurgie Holding AG beschreibt das Internet als wichtigstes Informationsmedium der Aktionäre, da hier Kapitalmarktteilnehmer zeitgleich, schnell und umfassend informiert werden können. Das Kommunikationsmedium Internet wird ergänzt durch Roadshows oder durch Einzelgespräche mit Anlegern.<sup>134</sup> Bei der Wacker Chemie AG wird ebenfalls ein kontinuierlicher und offener Dialog mit Investoren und Privatanlegern beschrieben. Die Kommunikation wird hier über Roadshows, Einzelgespräche und Konferenzen betrieben. Bei der Wacker Chemie AG wird die Rolle des Internets bei der Stakeholderkommunikation nicht weiter beschrieben.<sup>135</sup>

Nachfolgend soll dargestellt werden, ob Aspekte der Nachhaltigkeit in den Geschäftsberichten behandelt werden. In dem Geschäftsbericht der FUCHS PETROLUB AG lassen sich nur Anhaltspunkte zur Behandlung des Themas Mitarbeiter der Dimension Soziales finden. Hier wird erläutert, wie das Unternehmen Beiträge zur Aus- und Weiterbildung

---

<sup>130</sup> Vgl. FUCHS PETROLUB AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 30.

<sup>131</sup> Vgl. H&R WASAG AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 74 u. 76.

<sup>132</sup> Vgl. LANXESS AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 42f.

<sup>133</sup> Vgl. SGL Carbon AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 17f.

<sup>134</sup> Vgl. SKW Stahl-Metallurgie Holding AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 15 bis 17.

<sup>135</sup> Vgl. Wacker Chemie AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 40.

und zur Vergütung der Mitarbeiter leistet, sowie einige allgemeine Daten wie Mitarbeiterzahl und -funktion nennt.<sup>136</sup> Bei der H&R WASAG AG zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der FUCHS PETROLUB AG. Hier lassen sich ebenfalls nur Anzeichen zum Thema Nachhaltigkeit in Bezug auf die Mitarbeiter finden. Hier wird über die Ausbildung und allgemeine Dinge zu den Mitarbeitern berichtet.<sup>137</sup> In dem Geschäftsbericht der LANXESS AG lassen sich ebenfalls Anzeichen von Nachhaltigkeit in Bezug auf die Mitarbeiter finden. Hier wird z.B. über die Arbeitsbedingungen, über die Mitarbeiterförderung und die Arbeitnehmervertretung berichtet. Neben diesem Gebiet gibt es noch ein Kapitel unternehmerischer Verantwortung. Hier wird zusätzlich zu allgemeinen Informationen zu Mitarbeitern auch über die Arbeitssicherheit, den Umweltschutz, sowie das gesellschaftliche Engagement berichtet.<sup>138</sup> Bei dem Geschäftsbericht der SGL Carbon AG zeigt sich das gleiche Bild wie bei dem Geschäftsbericht der LANXESS AG. Hier wird neben allgemeinen Informationen zu Mitarbeitern ebenfalls über das gesellschaftliche Engagement, den Beitrag zum Umweltschutz, sowie zur Arbeitssicherheit informiert. Hier findet eine Information über die unternehmerische Verantwortung statt.<sup>139</sup> In dem Geschäftsbericht der SKW Stahl-Metallurgie Holding AG wird auch über allgemeine Dinge zu den Mitarbeitern berichtet. Ebenfalls findet hier eine Berichterstattung zu den Themen Ökologie in Form des Umweltschutzes sowie zu dem Thema Soziales in Form von Arbeitssicherheit statt.<sup>140</sup> Der Geschäftsbericht der Wacker Chemie AG informiert neben allgemeinen Informationen zu Mitarbeitern ebenfalls über die unternehmerische Verantwortung. Dies geschieht durch das Aufzeigen des Beitrages zur Arbeitssicherheit, das gesellschaftliche Engagement und des Beitrages zum Umweltschutz.<sup>141</sup>

Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Hauptstakeholder, an die sich der Geschäftsbericht richtet, die Aktionäre und Investoren sind. Dies ist zu erkennen an den Briefen des Vorstandes und des Aufsichtsrates. Diese lässt sich jedoch auch an der Kommunikation mit den Stakeholdern erkennen. Bei der Kommunikation, die im Geschäftsbericht beschrieben ist, handelt es sich um die Kommunikation mit institutionellen und privaten Anlegern. Es lässt sich jedoch auch erkennen, dass die Mitarbeiter als

---

<sup>136</sup> Vgl. FUCHS PETROLUB AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 54 bis 56.

<sup>137</sup> Vgl. H&R WASAG AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 73f.

<sup>138</sup> Vgl. LANXESS AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 74f u. 82 bis 84.

<sup>139</sup> Vgl. SGL Carbon AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 8 bis 10 u. 73 bis 77.

<sup>140</sup> Vgl. SKW Stahl-Metallurgie Holding AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 40 bis 42.

<sup>141</sup> Vgl. Wacker Chemie AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 48f. u. 72 bis 77.

ein großer Erfolgsfaktor anerkannt werden. Dies ist daran zu erkennen, dass alle der betrachteten Unternehmen allgemeine Informationen zu den Mitarbeitern in Bezug auf deren Aus- und Weiterbildung sowie deren Vergütung, darstellen. Es lässt sich jedoch auch feststellen, dass vier der sechs untersuchten Unternehmen über deren unternehmerische Verantwortung berichten. Dies äußert sich in der Darstellung von Leistungen in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitssicherheit und deren gesellschaftlichem Engagement. Dieser Teil der unternehmerischen Verantwortung ist jedoch nicht so umfangreich wie in einem eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht.

## **5 Schlussbetrachtung**

An dieser Stelle dieser Arbeit sollen die Kernfragen noch einmal beantwortet und somit die Ergebnisse des empirischen Vergleichs der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Chemieindustrie zusammengetragen werden.

Bezogen auf die erste Kernfrage, welche die Frage nach den inhaltlichen Schwerpunkten und wie diese behandelt werden darstellt, lässt sich zusammenfassen, dass die Unternehmen durchschnittlich den meisten Umfang bei dem Themengebiet Soziales ansiedeln. Hier wird besonders der Bereich der Mitarbeiter, also z.B. die Arbeitnehmersicherheit und die Aus- und Weiterbildung behandelt und mit Beiträgen des Unternehmens belegt. An zweiter Stelle wird über den Bereich Ökologie, also über den Umweltschutz, berichtet. Dieser ist gefolgt von dem Themengebiet der Produktverantwortung und an letzter Stelle liegt das Gebiet Ökonomie. Hier ist jedoch zu erwähnen, dass der integrierte Bericht seinen Schwerpunkt auf die ökonomische Dimension legt und die anderen Dimensionen vom Umfang her bedeutend weniger behandelt werden. Ebenfalls ließ sich feststellen, dass die Corporate Social Responsibility Reports und Umweltberichte vom Umfang her geringer ausfallen als die Nachhaltigkeitsberichte.

Die zweite Kernfrage gilt der transparenten und glaubwürdigen Berichterstattung und wie auf die Stakeholder eingegangen wird. Hier zeigte sich, dass ein Nachhaltigkeitsbericht an Transparenz und Glaubwürdigkeit gewinnt, wenn die getätigten Aussagen des Berichtes quantifiziert werden und ein Zielkatalog mit Maßnahmen und einem Umsetzungszeitraum aufgezeigt wird. Ebenfalls trägt eine externe Verifizierung der Berichtsinhalte zu einer glaubwürdigeren und transparenten Nachhaltigkeitsberichterstattung bei. Es zeigte sich ebenfalls, dass die wichtigsten Stakeholder des Unternehmens, die in den Nachhaltigkeitsberichten behandelt werden, die Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten



und die Aktionäre bzw. die Investoren sind und dass mit diesen ein aktiver und differenzierter Dialog betrieben wird. Dass diese Maßnahmen zu einer transparenteren und glaubwürdigeren Nachhaltigkeitsberichterstattung führen ist darin begründet, dass hierdurch das Vertrauen der Stakeholder in das Unternehmen gestärkt wird.

Bei der dritten Kernfrage ging es darum festzustellen, ob die Unternehmen einen einheitlichen Standard benutzen, nach dem die Nachhaltigkeitsberichte aufgebaut sind. Hier lies sich feststellen, dass sich alle Unternehmen an dem Leitfaden der GRI orientieren, wobei es hier Unterschiede in dem Umfang des Berichtsniveaus gibt. Demnach ist der Standard, nachdem die betrachteten Unternehmen ihren Nachhaltigkeitsbericht aufbauen, der Leitfaden der GRI.

Abschließend lässt sich sagen, auch wenn es keine durch den Gesetzgeber vorgeschriebenen Rahmenbedingungen gibt, wie ein Nachhaltigkeitsbericht aufgebaut sein muss bzw. welche Inhalte er darstellen soll, trägt die GRI dazu bei, dass die Nachhaltigkeitsberichte einheitlicher und vergleichbarer werden.

## Anhang

Namen der Unternehmen / Element des Nachhaltigkeitsbericht		ALTANA AG <sup>142</sup>	BASF SE <sup>143</sup>	Bayer AG <sup>144</sup>	K+S AG <sup>145</sup>	Linde AG <sup>146</sup>	Symrise AG <sup>147</sup>
Kennzahlen		X	X	X	X	X	
Vorwort des Vorstandes		X	X	X	X	X	X
Unternehmensprofil		X	X	X	X	X	
Nachhaltigkeitsmanagement		X	X	X	X	X	X
Leistungsbericht <sup>148</sup>	Ökonomie		X	X	X	X	X
	Ökologie	X	X	X	X	X	X
	Soziales	X	X	X	X	X	X
	Produktverantwortung	X	X	X	X	X	X
Zielkatalog		X	X	X		X	
GRI-Index			X	X	X	X	

Tabelle 3: Grundstruktur der Nachhaltigkeitsberichte

<sup>142</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007.

<sup>143</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008.

<sup>144</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008.

<sup>145</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008.

<sup>146</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008.

<sup>147</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008.

<sup>148</sup> Anm.: Bei dem Aufbau des Leistungsberichtes hat sich der Autor an dem Leitfaden der GRI orientiert. Dies dient der Vereinfachung, da die Unternehmen diverse Themengebiete nennen, welche sich jedoch gemäß dem Leitfaden der GRI unter einem Leistungsindikator verbinden lassen.

<b>Namen der Unternehmen / Aussagen zu</b>	<b>ALTA -NA AG<sup>149</sup></b>	<b>BASF SE<sup>150</sup></b>	<b>Bayer AG<sup>151</sup></b>	<b>K+S AG<sup>152</sup></b>	<b>Linde AG<sup>153</sup></b>	<b>Symrise AG<sup>154</sup></b>
Umsatz und Ergebnis		X	X	X	X	X
Forschung & Entwicklung (Ausgaben)			X		X	
Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen			X			
Vertreten in Nachhaltigkeitsindizes und Fonds			X			X
Die Aktie / Aktienstruktur				X	X	
Verantwortungsvolles Beschaffungsmanagement						X
Investitionen		X		X	X	
Entwicklung Weltwirtschaft/ Chemischen Industrie / Abnehmerbranchen		X				

Tabelle 4: Aussagen im Themengebiet Ökonomie<sup>155</sup>

<sup>149</sup> Anm.: Hier können keine Angaben getätigt werden, da es in dem Nachhaltigkeitsbericht kein Themengebiet zu Ökonomie gibt.

<sup>150</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 51 bis 83.

<sup>151</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 52 bis 59.

<sup>152</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 42 bis 47.

<sup>153</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 80f.

<sup>154</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 24.

<sup>155</sup> Anm.: Hierbei handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten Inhalte. Es wurden jedoch die getätigten Aussagen der Unternehmen immer in den von dem Unternehmen bestimmten Bereich hinzugerechnet, auch wenn es thematisch eher in einen anderen Bereich gehört hätte. Demnach hat ein nicht vorhandenes Kreuz nicht zu bedeuten, dass zu diesem Aspekt keine Angaben gemacht wurden, sondern Angaben dazu können sich in einem anderen Themenbereich befinden.

<b>Namen der Unternehmen / Aussage zu</b>	<b>ALTA -NA AG<sup>156</sup></b>	<b>BASF SE<sup>157</sup></b>	<b>Bayer AG<sup>158</sup></b>	<b>K+S AG<sup>159</sup></b>	<b>Linde AG<sup>160</sup></b>	<b>Symrise AG<sup>161</sup></b>
Effizienter Energieeinsatz	X	X	X	X	X	x
Wassermanagement	X	X	X	X	X	X
Erhalt der biologischen Vielfalt			X	X		
Treibhausgasemissionen und weitere Emissionen	X	X	X	X	X	X
Abwasser-, Abfallmanagement	X	X	X	X	X	X
Emissionshandel			X	X		
Transportunfälle	X	X	X		X	
Investitionen in den Umweltschutz		X		X		
Alternative Transportwege				X		
Verantwortung in der Lieferkette	X					

Tabelle 5: Aussagen im Themengebiet Ökologie<sup>162</sup><sup>156</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 39 bis 51.<sup>157</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 94 bis 100 u. 102f.<sup>158</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 75 bis 86.<sup>159</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 52 bis 67.<sup>160</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 73 bis 76.<sup>161</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 30 bis 35.<sup>162</sup> Anm.: Hierbei handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten Inhalte. Es wurden jedoch die getätigten Aussagen der Unternehmen immer in den von dem Unternehmen bestimmten Bereich hinzugerechnet, auch wenn es thematisch eher in einen anderen Bereich gehört hätte. Demnach hat ein nicht vorhandenes Kreuz nicht zu bedeuten, dass zu diesem Aspekt keine Angaben gemacht wurden, sondern Angaben dazu können sich in einem anderen Themenbereich befinden.

<b>Namen der Unternehmen / Aussagen zu</b>	<b>ALTANA AG<sup>163</sup></b>	<b>BASF SE<sup>164</sup></b>	<b>Bayer AG<sup>165</sup></b>	<b>K+S AG<sup>166</sup></b>	<b>Linde AG<sup>167</sup></b>	<b>Symrise AG<sup>168</sup></b>
Allgemeine Angaben (Anzahl, Fluktuationsrate, Funktion)		X	X	X	X	
Arbeitnehmerrechte		X	X	X	X	
Diversity und Chancengleichheit	X	X	X	X	X	
Weibliche Beschäftigte	X	X	X	X	X	
Aus- und Weiterbildung	X	X	X	X	X	X
Demographischer Wandel		X	X	X		
Sicherheit am Arbeitsplatz (auch Angaben zu Unfällen)	X	X	X	X	X	X
Work-Life-Balance		X		X		
Mitarbeiterbefragung (-zufriedenheit)		X	X			

Tabelle 6: Aussagen im Themengebiet Soziales 1: Mitarbeiter<sup>169</sup>

<sup>163</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 27 bis 37 u. 53 bis 57.

<sup>164</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 85 bis 91.

<sup>165</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 60 bis 69.

<sup>166</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 72 bis 93.

<sup>167</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 72f. u. 77 bis 79.

<sup>168</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 38 u. 40 bis 43.

<sup>169</sup> Anm.: Hierbei handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten Inhalte. Es wurden jedoch die getätigten Aussagen der Unternehmen immer in den von dem Unternehmen bestimmten Bereich hinzugerechnet, auch wenn es thematisch eher in einen anderen Bereich gehört hätte. Demnach hat ein nicht vorhandenes Kreuz nicht zu bedeuten, dass zu diesem Aspekt keine Angaben gemacht wurden, sondern Angaben dazu können sich in einem anderen Themenbereich befinden.

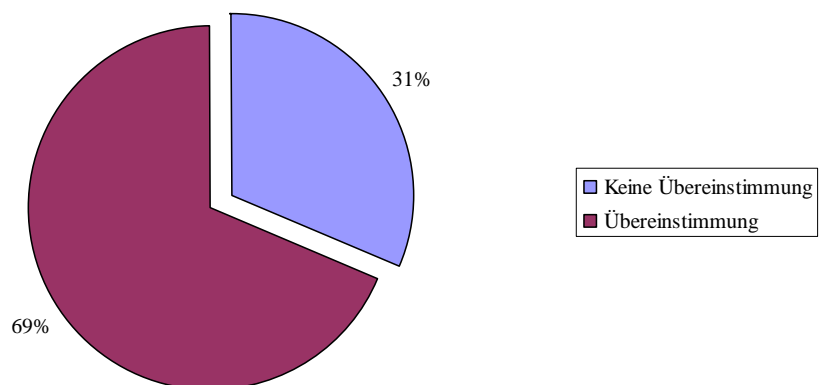


Abbildung 10: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales: Mitarbeiter

<b>Namen der Unternehmen / Aussagen zu</b>	<b>ALTANA AG<sup>170</sup></b>	<b>BASF SE<sup>171</sup></b>	<b>Bayer AG<sup>172</sup></b>	<b>K+S AG<sup>173</sup></b>	<b>Linde AG<sup>174</sup></b>	<b>Symrise AG<sup>175</sup></b>
<b>Gesellschaft</b>						
Bildung	X	X	X	X		X
Forschung	X		X		X	
Gesundheit			X		X	X
Sozialem		X	X			
Sport		X	X	X		
Kultur		X	X	X		
<b>Menschenrechte</b>						
Compliance / Anti- Korruption	X		X	X		
Verantwortung bei Lieferanten		X	X	X		X
Kampf gegen Kinderarbeit			X			

Tabelle 7: Aussagen im Themengebiet Soziales 2: Gesellschaft und Menschenrechte<sup>176</sup>

<sup>170</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 58 bis 61.

<sup>171</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 84 u. 92f.

<sup>172</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 70 bis 74.

<sup>173</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 105 bis 114.

<sup>174</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 35 bis 39.

<sup>175</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 24 u. 46f.

<sup>176</sup> Anm.: Hierbei handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten Inhalte. Es wurden jedoch die getätigten Aussagen der Unternehmen immer in den von dem Unternehmen bestimmten Bereich hinzugerechnet, auch wenn es thematisch eher in einen anderen Bereich gehört hätte. Demnach hat ein nicht

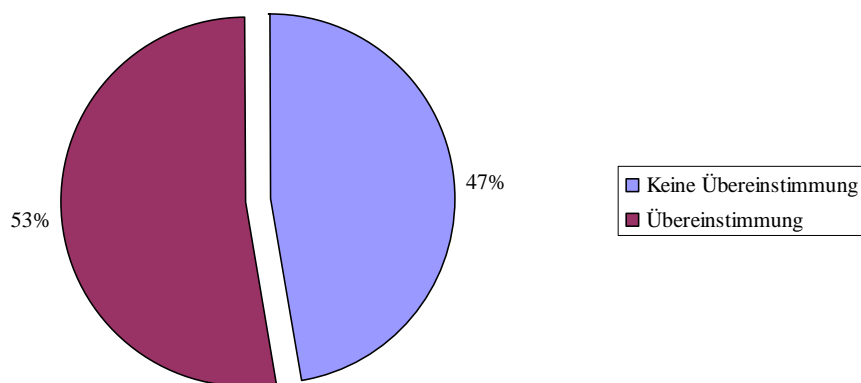


Abbildung 11: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales: Gesellschaft

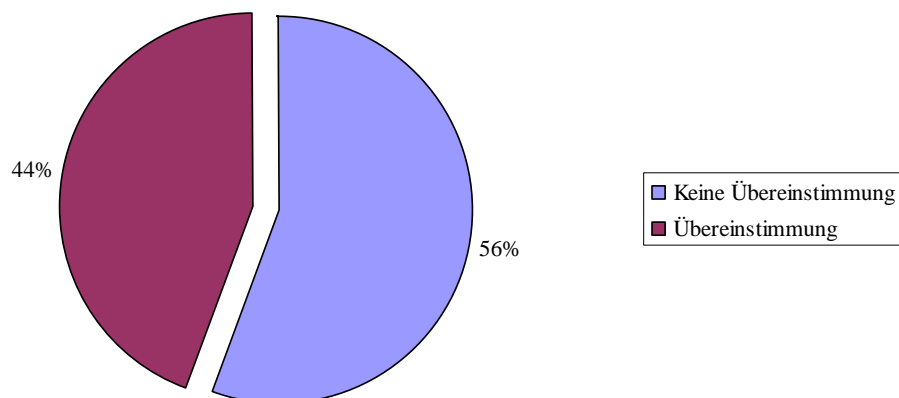


Abbildung 12: Durchschnittliche Übereinstimmung in der Dimension Soziales: Menschenrechte

---

vorhandenes Kreuz nicht zu bedeuten, dass zu diesem Aspekt keine Angaben gemacht wurden, sondern Angaben dazu können sich in einem anderen Themenbereich befinden.



<b>Namen der Unternehmen / Aussagen zu</b>	<b>ALTANA AG<sup>177</sup></b>	<b>BASF SE<sup>178</sup></b>	<b>Bayer AG<sup>179</sup></b>	<b>K+S AG<sup>180</sup></b>	<b>Linde AG<sup>181</sup></b>	<b>Symrise AG<sup>182</sup></b>
Risikobewertung von Chemikalien	X	X	X			X
Prüfung neuer Technologien (auf Risiken)	X	X	X	X	X	
Tierversuche		X	X			
Kundensicherheit	X	X	X	X	X	X
Entsorgung „verbrauchter Produkte“			X	X	X	
Kundenzufriedenheit				X		
Umsetzung REACH (Information über Stoffe)	X	X	X	X	X	X

Tabelle 8: Aussagen im Themengebiet Produktverantwortung<sup>183</sup>

<sup>177</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 21 bis 25.

<sup>178</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 104f.

<sup>179</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 87 bis 93.

<sup>180</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 94 bis 104.

<sup>181</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 40f., 43 u. 45.

<sup>182</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 16 bis 21.

<sup>183</sup> Anm.: Hierbei handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten Inhalte. Es wurden jedoch die getätigten Aussagen der Unternehmen immer in den von dem Unternehmen bestimmten Bereich hinzugerechnet, auch wenn es thematisch eher in einen anderen Bereich gehört hätte. Demnach hat ein nicht vorhandenes Kreuz nicht zu bedeuten, dass zu diesem Aspekt keine Angaben gemacht wurden, sondern Angaben dazu können sich in einem anderen Themenbereich befinden.

<b>Namen der Unternehmen</b>	<b>Zielkatalog vorhanden</b>	<b>Ziele nur im Text genannt</b>	<b>Keine Ziele genannt</b>
ALTANA AG <sup>184</sup>	X		
BASF SE <sup>185</sup>	X		
Bayer AG <sup>186</sup>	X		
K+S AG <sup>187</sup>		X	
Linde AG <sup>188</sup>	X		
Symrise AG			X

Tabelle 9: Auflistung bezüglich Zielkatalogen

---

<sup>184</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 18f.

<sup>185</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 18f.

<sup>186</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 96 bis 103.

<sup>187</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 6, 8, 67, 85, 92 u. 104.

<sup>188</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 14 bis 18.

<b>Namen der Unternehmen / Stakeholder</b>	<b>ALTANA AG<sup>189</sup></b>	<b>BASF SE<sup>190</sup></b>	<b>Bayer AG<sup>191</sup></b>	<b>K+S AG<sup>192</sup></b>	<b>Linde AG<sup>193</sup></b>	<b>Symrise AG<sup>194</sup></b>
Kunde	X	X	X	X	X	X
Lieferanten	X	X	X	X	X	X
Mitarbeiter	X	X	X	X	X	X
Investoren / Aktionäre	X	X	X	X	X	X
Nachbarn	X	X		X		X
Gesellschaft		X			X	
Umwelt		X				

Tabelle 10: Genannte Stakeholder im Nachhaltigkeitsbericht<sup>195</sup>


---

<sup>189</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 61.

<sup>190</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 1, 4, 17 u. 215.

<sup>191</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 26f.

<sup>192</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 9 u. 105 bis 109.

<sup>193</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 10.

<sup>194</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 7, 43 u. 50.

<sup>195</sup> Anm.: Bei dieser Auflistung der Stakeholder handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten genannten Stakeholdergruppen.

<b>Namen der Unternehmen</b>	Durch externe Dritte geprüft	Keine Prüfung durch externe Dritte
ALTANA AG		X
BASF SE <sup>196</sup>	X	
Bayer AG <sup>197</sup>	X	
K+S AG <sup>198</sup>		X
Linde AG <sup>199</sup>		X
Symrise AG		X

Tabelle 11: Verifizierung durch externe Dritte

---

<sup>196</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 137.

<sup>197</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 94f.

<sup>198</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 117.

<sup>199</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 82.

<b>Namen der Unternehmen</b>	<b>Einhaltung</b>	<b>Orientierung</b>	<b>Gerated durch die GRI</b>	<b>Nicht gerated durch die GRI</b>
ALTANA AG <sup>200</sup>		X		X
BASF SE <sup>201</sup>	X		X	
Bayer AG <sup>202</sup>	X		X	
K+S AG <sup>203</sup>		X		X
Linde AG <sup>204</sup>		X		X
Symrise AG <sup>205</sup>		X		X

Tabelle 12: Anwendung der Leitlinien der Global Reporting Initiative

---

<sup>200</sup> Vgl. ALTANA AG: Umweltbericht 2007, 2007, S. 4.

<sup>201</sup> Vgl. BASF SE: Bericht 2007, 2008, S. 4 u. 218.

<sup>202</sup> Vgl. Bayer AG: Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. Umschlag vorne, 49 u. Umschlag hinten.

<sup>203</sup> Vgl. K+S AG: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008, S. 3 u. 116 bis 123.

<sup>204</sup> Vgl. Linde AG: Corporate Responsibility Report 2008, 2008, S. 12 u. 82 bis 85.

<sup>205</sup> Vgl. Symrise AG: Corporate Social Responsibility 2007, 2008, S. 10.

<b>Namen der Unternehmen / Stakeholder</b>	<b>FUCHS PETROLUB AG<sup>206</sup></b>	<b>H&amp;R WASAG AG<sup>207</sup></b>	<b>LANXESS AG<sup>208</sup></b>	<b>SGL Carbon AG<sup>209</sup></b>	<b>SKW Stahl-Metallurgie Holding AG<sup>210</sup></b>	<b>Wacker Chemie AG<sup>211</sup></b>
Kunde	X	X	X	X	X	X
Lieferanten		X	X	X	X	X
Mitarbeiter	X	X	X	X	X	X
Investoren / Aktionäre	X	X	X	X	X	X

Tabelle 13: Genannte Stakeholder im Geschäftsbericht<sup>212</sup>


---

<sup>206</sup> Vgl. FUCHS PETROLUB AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 7, 16ff., 26, 34 u. 54ff.

<sup>207</sup> Vgl. H&R WASAG AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 12ff. u. 74ff.

<sup>208</sup> Vgl. LANXESS AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 42, 44ff., 74f. u. 79f.

<sup>209</sup> Vgl. SGL Carbon AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 4ff., 17, 55 u. 75ff.

<sup>210</sup> Vgl. SKW Stahl-Metallurgie Holding AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 11f., 17, 30 u. 40ff.

<sup>211</sup> Vgl. Wacker Chemie AG: Geschäftsbericht 2007, 2008, S. 9, 40 u. 71ff.

<sup>212</sup> Anm.: Bei dieser Auflistung der Stakeholder handelt es sich lediglich um eine Auswahl der wichtigsten genannten Stakeholdergruppen.

## **Literaturverzeichnis**

**AccountAbility:** AA1000 Assurance Standard, London 2008, im Internet:  
<http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/AA1000AS%202008.pdf>,  
Abfrage vom 04.06.2009.

**ALTANA AG** (Hrsg.) [Umweltbericht 2007, 2007]: Umweltbericht 2007, Wesel 2007.

**BASF SE** (Hrsg.) [Bericht 2007, 2008]: Bericht 2007 – Zukunft gestalten, Ludwigshafen 2008.

**Bayer AG** (Hrsg.) [Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008]: Bayer: Science For A Better Life – Nachhaltigkeitsbericht 2007, Leverkusen 2008.

**Behrens, B./ Winter, M.** [Stakeholder-Reporting, 2008]: Anforderungen an ein Stakeholder-Reporting aus Sicht einer Kommunikationsagentur, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung – Maßgeschneiderte Stakeholder-Kommunikation mit IT, Berlin 2008, S. 241-251.

**Börse Frankfurt**, im Internet:

<http://www.boerse-frankfurt.de/DE/index.aspx?pageID=82&ISIN=DE000A0SM5D2>

<http://www.boerse-frankfurt.de/DE/index.aspx?pageID=82&ISIN=DE000A0SM5C4>

<http://www.boerse-frankfurt.de/DE/index.aspx?pageID=82&ISIN=DE000A0SM5W2>

Abfrage vom 17.04.2009.

**Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit** (Hrsg.) [Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2007]: Nachhaltigkeitsberichterstattung: Empfehlungen für eine gute Unternehmenspraxis, Berlin 2007.

**Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie**, im Internet:  
<http://www.bmwi.de/BMWi/Navigation/Mittelstand/corporate-citizenship,did=60866.html>, Abfrage vom 02.06.2009.

**Daub, C.-H.** [Entwicklungstendenzen, 2008]: Stand und Entwicklungstendenzen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung – Maßgeschneiderte Stakeholder-Kommunikation mit IT, Berlin 2008, S. 83-97.

**Europäische Kommission:** Grünbuch – Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung des Unternehmens, Brüssel 2001, im Internet: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001\\_0366de01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/com/2001/com2001_0366de01.pdf), Abfrage vom 03.06.2009.

**Franz, P.** [Nachhaltigkeitsberichterstattung, 2008]: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Internet – Zukunftsträchtige Kommunikation für Corporate Social Responsibility, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung – Maßgeschneiderte Stakeholder-Kommunikation mit IT, Berlin 2008, S. 185-200.

**FUCHS PETROLUB AG** (Hrsg.) [Geschäftsbericht 2007, 2008]: Geschäftsbericht 2007 – Globale Vielfalt, Mannheim 2008.

**Göbel, E.** [Unternehmensethik, 2006]: Unternehmensethik – Grundlagen und praktische Umsetzung, Stuttgart 2006.

**Global Reporting Initiative** [GRI-Anwendungsebenen, 2006]: GRI-Anwendungsebenen, Version 3.0, Amsterdam 2006.

**Global Reporting Initiative** [Leitfaden, 2006]: Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, Version 3.0, Amsterdam 2006.



**H&R WASAG AG** (Hrsg.) [Geschäftsbericht 2007, 2008]: Geschäftsbericht 2007 – Mit uns., Salzbergen 2008.

**Isenmann, R./ Marx Gómez, J.** [Einführung, 2008]: Einführung in die internetgestützte Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung – Maßgeschneiderte Stakeholder-Kommunikation mit IT, Berlin 2008, S. 13-34.

**K+S Aktiengesellschaft** (Hrsg.) [Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007, 2008]: Unternehmens- und Nachhaltigkeitsbericht 2007 – In Wachstum steckt Erfolg, Kassel 2008.

**LANXESS AG** (Hrsg.) [Geschäftsbericht 2007, 2008]: Geschäftsbericht 2007 – Perspektive Wertschöpfung, Leverkusen 2008.

**Linde AG** (Hrsg.) [Corporate Responsibility Report 2008, 2008]: Lösungen mit Weitblick. Der Linde Corporate Responsibility Report 2008., München 2008.

**Münstermann, M.** [Corporate Social Responsibility, 2007]: Corporate Social Responsibility – Ausgestaltung und Steuerung von CSR-Aktivitäten, 1. Auflage, Wiesbaden 2007.

**OECD:** OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Paris 2000, im Internet: <http://www.oecd.org/dataoecd/37/38/42021472.pdf>, Abfrage vom 04.06.2009.

**Paech, N./ Pfriem, R.** [Konzepte der Nachhaltigkeit, 2004]: Konzepte der Nachhaltigkeit von Unternehmen – Theoretische Anforderungen und empirische Trends, Oldenburg 2004.

**Pfriem, R.** [Corporate Governance, 2008]: Corporate Governance. Die Unternehmung als gesellschaftlicher Akteur, in: Freidank, C.-C./ Müller, S./ Wulf, I. (Hrsg.): Controlling und Rechnungslegung – Aktuelle Entwicklung in Wissenschaft und Praxis, 1. Auflage, Wiesbaden 2008, S. 489-501.

**SGL Carbon AG** (Hrsg.) [Geschäftsbericht 2007, 2008]: Geschäftsbericht 2007 – Generation Carbon, Wiesbaden 2008.

**SKW Stahl-Metallurgie Holding AG** (Hrsg.) [Geschäftsbericht 2007, 2008]: Geschäftsbericht 2007 – Wachstum mit Substanz, Unterneukirchen 2008.

**Symrise GmbH & Co. KG** (Hrsg.) [Corporate Social Responsibility 2007, 2008]: A Closer Look – Corporate Social Responsibility 2007, Holzminden 2008.

**Thurm, R.** [Global Reporting Initiative, 2008]: Zukunftsperspektiven der Nachhaltigkeitsberichterstattung aus Sicht der Global Reporting Initiative, in: Isenmann, R./ Marx Gómez, J. (Hrsg.): Internetbasierte Nachhaltigkeitsberichterstattung – Maßgeschneiderte Stakeholder-Kommunikation mit IT, Berlin 2008, S. 217-229.

**Urbatsch, R.-C./ Riegl, T.** [Corporate Social Responsibility, 2007]: Corporate Social Responsibility als strategische Herausforderung – Möglichkeiten und Grenzen der Kontrolle von Corporate Social Responsibility mit Hilfe von Kennzahlensystemen, Mittweida 2007.

**Wacker Chemie AG** (Hrsg.) [Geschäftsbericht 2007, 2008]: Geschäftsbericht 2007 – Wege zum Kunden, München 2008.

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit versichere ich, dass ich diese Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Außerdem versichere ich, dass ich die allgemeinen Prinzipien wissenschaftlicher Arbeit und Veröffentlichung, wie sie in den Leitlinien guter wissenschaftlicher Praxis der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg festgelegt sind, befolgt habe.

Oldenburg, 29.06.2009