Klima, Lieferkette, Corona: Wie übernehmen deutsche Unternehmen Verantwortung?



Klimakrise, Gesundheitsschutz oder Lieferkette: Unternehmen tragen gesellschaftliche Verantwortung und müssen einen Beitrag zur Lösung der gegenwärtigen Krisen leisten. Wie gut Unternehmen über ihre Auswirkungen auf Menschen, Gesellschaft und Umwelt informieren, haben das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und die Unternehmensvereinigung Future untersucht. Die Studie zeigt, dass viele Unternehmen zur Jahrhundertherausforderung Klimaschutz zwar beitragen und selbst klimaneutral werden wollen. Über konkrete Strategien dafür informieren sie bislang allerdings wenig. Bei den ökologischen und sozialen Bedingungen in ihren Lieferketten erfüllen die Unternehmen Mindeststandards an Transparenz, erläutern aber seltener, wie sie ihre Lieferantenbeziehungen zukünftig nachhaltiger entwickeln möchten. In dem regelmäßigen Ranking der Nachhaltigkeitsberichte bewerten IÖW und Future die Transparenz der 100 größten deutschen Unternehmen sowie freiwillig eingereichte Berichte von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU).

Ranking der Nachhaltigkeitsberichte: Telekom, Rewe-Gruppe, Merck sowie die Mittelständler Assmann, Lebensbaum, Neumarkter Lammsbräu ausgezeichnet

Auf der Tagung "Next Generation CSR-Reporting" in Kooperation mit dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) wurden sechs Vorreiterunternehmen in Sachen Transparenz ausgezeichnet: die Großunternehmen Deutsche Telekom, Rewe-Gruppe und Merck sowie die Mittelständler Assmann, Lebensbaum und Neumarkter Lammsbräu.

Lilian Tschan, Staatssekretärin im BMAS, anlässlich der Preisverleihung: "Nachhaltigkeit ist für viele Unternehmen heute so wichtig wie nie zuvor. Aber nur, wenn Unternehmen substanziell und transparent berichten, kann sich die Öffentlichkeit ein umfassendes Bild über Ziele und Maßnahmen zur Einhaltung von Arbeits-, Sozial- und Umweltstandards machen. Die transparente Berichterstattung ist auch für Unternehmen selbst wichtig, um Lernprozesse zu initiieren und Impulse zur Weiterentwicklung des CSR-Reportings zu geben. Daher braucht es systematische und regelmäßige Qualitätschecks. Mit ihrem Ranking leisten IÖW und Future seit Jahren einen wertvollen Beitrag für aussagekräftiges Nachhaltigkeitsreporting in Deutschland."

Klimaneutralität: Viele Unternehmen wollen es, aber oft ist unklar, was genau sie darunter verstehen

Von den 100 größten deutschen Unternehmen veröffentlichen 62 eigenständige Nachhaltigkeits- oder integrierte Unternehmensberichte, die im Ranking ausführlich untersucht wurden. Klimaneutral werden zu wollen, gehört mittlerweile bei vielen dieser Unternehmen zum guten Ton: 46 schreiben sich das Ziel Klimaneutralität auf die Fahnen. Auch fast die Hälfte der 39 kleinen Unternehmen und Mittelständler, deren Berichte bewertet wurden, geben dieses Ziel an. "Was sie genau unter 'klimaneutral' verstehen, machen viele Unternehmen allerdings nicht deutlich - etwa welche Emissionen sie in ihre Betrachtung einbeziehen und welche Rolle die Kompensation von Treibhausgasemissionen dabei spielt", kommentiert Projektleiter Christian Lautermann vom

IÖW und fügt hinzu: "Generell berichten die Unternehmen besser über ihre Ziele als über die Maßnahmen, wie sie diese erreichen wollen. Noch weniger erfährt man darüber, wie die bisher ergriffenen Maßnahmen wirken und welche Schlussfolgerungen die Unternehmen aus dem Fort- oder Rückschritt ziehen."

Verantwortung für Lieferketten: wichtiges, aber schwieriges Thema

Umweltschutz und Menschenrechte in den Lieferketten sind zentrale Themen der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Fast alle Unternehmen greifen diese Themen auf. Doch insbesondere die Großunternehmen tun sich noch immer schwer, angemessen über die menschenrechtlichen und ökologischen Risiken ihrer Lieferketten zu informieren. So zeigt sich: Zwar erfüllen die Unternehmen in der Regel die Mindestanforderungen an Transparenz darüber, wie sie ihre Lieferanten überprüfen. Doch ob oder wie sie sich engagieren, um ihre Lieferanten bei sozialen und ökologischen Herausforderungen zu unterstützen, wird nur teilweise deutlich.

"Viele Großunternehmen erklären, dass sie ihre Lieferanten bei ihrer nachhaltigen Entwicklung unterstützen wollen. Wie sie dies genau bewerkstelligen, bleibt meist unklar. Nur einzelne Großunternehmen, etwa die Deutsche Telekom oder die Rewe-Gruppe, machen diese Aktivitäten deutlich. Bei den KMU demonstrieren neben regional orientierten Unternehmen wie Neumarkter Lammsbräu und Bohlsener Mühle auch Mittelständler mit internationalen Lieferketten wie Lebensbaum und Hakro fortschrittliche Ansätze der Lieferantenentwicklung", so Lautermann.

CSR-Reporting im Zeichen der Pandemie: Viele Unternehmen möchten Home-Office-Möglichkeiten zukünftig ausweiten

Durch die Nachhaltigkeitsberichte zieht sich ein Thema, das vor der Pandemie deutlich weniger präsent war: Home-Office. Für viele Unternehmen waren umfangreiche Home-Office-Regelungen eine zentrale Maßnahme des Gesundheitsschutzes ihrer Belegschaft. "Unsere Auswertung zeigt, dass die Unternehmen nicht planen, zum Status vor der Pandemie zurückzukehren", so Udo Westermann, Geschäftsführer der Unternehmensvereinigung Future. "Im Gegenteil: Viele denken darüber nach, die Möglichkeiten von Zuhause zu arbeiten, zukünftig zusätzlich auszuweiten." Über Schutzmaßnahmen für Beschäftigte, die nicht im Home-Office arbeiten können, wird demgegenüber weniger berichtet. "Auffällig ist auch, dass kaum ein Unternehmen über Kurzarbeit in Folge von Corona berichtet", so Westermann.