

Gefühlte

Die wachsende Erwartungshaltung ihrer Stakeholder fördert die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Dax-Konzerne. Insgesamt 27 der 30 größten Unternehmen legen mittlerweile entsprechende Veröffentlichungen vor.

BMW: „Durch und durch maßgeschneidert“

Wichtiges Kriterium bei der Lektüre und Beurteilung von CSR- und Nachhaltigkeitsberichten beziehungsweise Sustainability Reports ist eine einfache, aber nicht simple Frage: Gelingt es zu dokumentieren, dass sich das Unternehmen mit Leib und Seele seiner Verantwortung gegenüber „people, planet, profit“ stellt? Dokumentieren ist dabei der eine Schlüsselbegriff. Reporting erschöpft sich aber nicht in beliebigen Diagrammen. Wir wünschen uns anerkannte, harte Werte, zum Beispiel nach GRI-Standards. Um zu vergleichen, braucht man Zeitreihen. Wenn wir auf eine Reportinghistorie zurückblicken, wird sich hier die Spreu vom Weizen trennen. Als Leser bilde ich mir zwangsläufig eine Meinung darüber, ob der Konzern authentisch engagiert ist. Die nackten Zahlen zeigen das nicht. Was zählt, ist der Gesamteindruck, etwa das Zusammenspiel von Text, Gestaltung und Unternehmen.

Das Engagement von BMW en détail.“



„Das Engagement von BMW en détail.“

Platz 1 (***)** Was die Kommunikation der **BMW Group** in schlichtem Weiß vorlegt, ist durch und durch BMW, und maßgeschneidert: Wer sich für

mundgerechte Häppchen interessiert, greift zu publikumsgerechten Broschüren. Wer das Münchner Engagement en détail nachvollziehen möchte, kann das im Sustainable Value Report. Wer sich nur für die Zahlen interessiert, ist mit einem Handgriff im abgesetzten Dokumentationsteil, natürlich gemäß GRI-Standard. Klasse!

Platz 2 (***)** **BASF** legt einen integrierten Geschäftsbericht vor, der die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Leistung gleichberechtigt dokumentiert. Das seitenstarke Opus begleitet ein kompaktes Heft von 30 Seiten. Frisch, offen, klar: Das steht der „Chemical Company“ sehr gut zu Gesicht.

Platz 3 (***)** Das optisch-ästhetisch modernste Konzept hat **Daimler**. Die Stuttgarter legen den Nachhaltigkeitsbericht doppelt vor: als *360° Magazin* mit Fokus auf Storys, als *360° Fakten* mit Fokus auf Dokumentation. Die Fakten sind gewohnte, schwäbische Qualität, manchmal etwas umständlich. Das Magazin aber zeigt: Hier ist der neue Daim-

ler-Konzern, trendig, nah am Menschen, voll im Leben.

Platz 4 (***)** Die **Deutsche Bank** liefert ihren CSR-Report in dezentem Silbergrau im Schubert mit dem Geschäfts- und Finanzbericht. Der CSR-Bericht hebt sich äußerlich etwas ab. Dass das der Stil der Deutschbanker ist, gesteht man gern zu – etwas mehr Leidenschaft könnte die „passion to perform“ aber durchaus unterstreichen.

Platz 5 (**)** Auch **K+S**, neu im Dax 30, ist operationsbedingt ein Unternehmen, bei dem man genauer hinsieht, wenn es um die Umwelt geht. Der Nachhaltigkeitsbericht unter dem Motto „Kraft aus der Tiefe“ ist bildgewaltig gestaltet. Die nackten Zahlen kommen dennoch nicht zu kurz. Eine schwierige Aufgabe gut gelöst.

Platz 6 (**)** Ein Klassiker kommt von **Linde**: Eine nüchterne Technologiefolgenabschätzung, deren kühler Faszination man sich schwer entzieht. Eine schöne Idee ist



„Beim nächsten Mal bitte übersichtlicher.“

Pflicht

Für das *prmagazin* benennen zwei Kommunikationswissenschaftler, eine Analytistin und zwei Wirtschaftsjournalisten nach subjektiven Kriterien ihre Favoriten.

die ausfaltbare Corporate Responsibility Roadmap – beim nächsten Mal aber bitte übersichtlicher. Seriös, gediegen, aber ohne Extras.

Platz 7 (*)** **VW** legt einen soliden Nachhaltigkeitsbericht vor, wie man ihn von den Wolfsburgern erwartet: von hoher Verantwortung getragen – aber eben auch ein bisschen blöder. Der Kennzahlenteil ist vorbildlich, Bilder und Texte bleiben gelegentlich etwas farblos. Das ist eher der gute, alte Golf, nicht der neue.

Platz 8 (*)** Der Nachhaltigkeitsbericht von **Henkel** überzeugt dadurch, dass er nichts anderes ist. Auf 35 Seiten erklären die Düsseldorfer, wie Waschmittel, Kosmetik, Kleb- und Dichtstoffe die Umwelt belasten – und was das Unternehmen dagegen tut. Das liest sich wie eine Publikation der Stiftung Warentest: glaubwürdig, vertrauenerweckend. Testurteil: gut.

Platz 9 (*)** **Metro** legt einen konsumentenfreundlichen Bericht vor. Puristen werden sich an der Ikea-Optik stören, aber vor allem das beigelegte Bändchen zur Klimastrategie überzeugt: So macht man einem Käufer von Tiefkühlpizza klar, warum die Kühltheke einen Deckel hat. Gut.



„Superb: Die Magazine von ThyssenKrupp.“

Statt Platz 10: Zwei Sonderfälle außer Konkurrenz: Der Geschäftsbericht von **ThyssenKrupp** kommt edel daher, aber Nachhaltigkeit findet nur auf wenigen Seiten statt. Die Magazine, die das Unternehmen zu Umwelt und Verantwortung herausgibt, sind superb. Was fehlt, ist ein detailliertes, transparentes Reporting: Nachlegen, bitte.

Bei **E.ON** sieht man (noch) genauer hin. Der Konzern hatte mit dem Bericht 2007 einen überzeugenden Stil gefunden. Seit 2009 ist der Report nur noch online verfügbar, begleitend gibt es ein Magazin. Was die Düsseldorfer abliefern, ist exzellent – muss aber leider aus der Wertung fallen. ■



Günter Bentele ist Inhaber des Lehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit/PR an der Universität Leipzig.



Howard Nothhaft ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR an der Universität Leipzig.

Gut zu wissen

Als gedruckter Bericht, als PDF zum Herunterladen, ausschließlich online zu lesen oder nicht verfügbar: Die Bandbreite der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Dax-30-Unternehmen ist sehr groß. **Fresenius** und **Fresenius Medical Care** legen keine gesonderten Reports vor. **adidas**, **Beiersdorf**, **Münchener Rück** und **SAP** veröffentlichen die wichtigsten Daten zum CSR-Engagement ausschließlich im Netz. Alle anderen Konzerne bieten dort auf zum Teil aufwendig gestalteten Seiten weiterführende Infos zu ihren Publikationen an. Um eine größtmögliche Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, haben wir uns deshalb entschieden, nur die gedruckten CSR-Berichte in die Analyse aufzunehmen, die bis zum Redaktionsschluss Anfang Mai vorlagen. Aktuelle Zahlen sind unterdessen zum Beispiel erschienen von **Metro**, **Bayer** und der **Deutschen Bank**. Weitere Neuauflagen gibt es im Lauf des Jahres, etwa von **Merck** (Juli), **BMW** und **Commerzbank** (September). Im Herbst will auch Dax-Neuling **Salzgitter** seinen ersten Report präsentieren. Weitere Erkenntnisse, zum Beispiel über Umfang und Namensgebung der Publikationen, liefert die aktuelle Studie der Agentur black point (www.blackpoint.de). ■