

Evaluierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nach den Indikatoren der Global Reporting Initiative

---- Kurzfassung ----

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades
Master of Science (M.Sc.) im Studiengang

Soziale Systeme und Nachhaltigkeit -
Monitoring, Modellierung und Management
(Wirtschaft und Gesellschaft)

Ludwig-Maximilians-Universität München
Department für Geographie
Lehrstuhl für Wirtschaftsgeographie und Tourismusforschung

vorgelegt von
Simon Schnabel

Betreuer: Prof. Dr. Joachim Vossen

München, 23.03.2012



Über den Autor

Simon Schnabel, Jg. 1986, geboren in Augsburg, Bachelor-Studium (B.Sc.) der Wirtschafts- und Sozialgeographie an der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) und Technischen Universität München (TUM). Anschließend Master-Studium (M.Sc.) „Soziale Systeme und Nachhaltigkeit – Monitoring, Modellierung und Management“ an der LMU. Während des Studiums als Werkstudent Erstellung von CO₂-Bilanzen in den verschiedensten Bereichen und Branchen und Mitentwicklung der CO₂-Bilanzierung für Weingüter bei der Klimaschutzberatung ClimatePartner Deutschland GmbH. Anschließend bei der Nachhaltigkeitsberatung one sustainability GmbH als Werkstudent u.a. Durchführung einer Pilotstudie zum Wasser-Fußabdruck einer mittelständischen Druckerei. Seit April 2012 als Produktmanager beim Startup 360report UG Entwicklung der Onlineplattform 360report.org, welche es KMU ermöglicht, Nachhaltigkeitsberichte gemäß der Global Reporting Initiative (GRI) und des United Nations Global Compact (UNGC) einfacher und kostengünstiger zu erstellen, als es bisher möglich ist.

Kontakt

Simon Schnabel
Produktmanager

360report UG (Haftungsbeschränkt)
Barer Str. 48
D-80799 München
Email: [simon.schnabel\[at\]360report.org](mailto:simon.schnabel[at]360report.org)
Webseite: www.360report.org

Anmerkung zum Deckblatt: Die abgebildeten Titelseiten der Nachhaltigkeitsberichte sind willkürlich unter den in dieser Masterarbeit untersuchten Unternehmen gewählt und die Anordnung stellt keine Wertung dar.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
2 Nachhaltigkeitsberichterstattung weltweit	2
2.1 Aktuelle Trends in der Nachhaltigkeitsberichterstattung	2
2.2 Freiwillige Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung.....	2
3 Forschungsstand und Ziele der Masterarbeit	3
4 Bewertungsmethodik	4
4.1 Bewertungsmethodik allgemein.....	4
4.2 Bewertung der einzelnen Indikatoren	4
5 Ergebnisse der Evaluation der Nachhaltigkeitsberichte	5
5.1 Daten der analysierten Unternehmen.....	5
5.1.1 Unternehmensgrößen nach Ländern.....	5
5.1.2 Nachhaltigkeitsstandards nach Ländern.....	6
5.1.3 Aufteilung der Unternehmen nach Branchen.....	7
5.1.4 Nachhaltigkeitsstandards nach Unternehmensgröße.....	7
5.2 Ergebnisse der Evaluierung der Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung ...	8
5.2.1 Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung aller Unternehmen	8
5.2.2 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Unternehmensgröße	9
5.2.3 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Branchen.....	9
5.2.4 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Ländern	10
5.2.5 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Standards.....	11
5.2.6 Die besten 10 Unternehmen der Untersuchung	13
6 Ergebnisse der Befragung der evaluierten Unternehmen	13
7 Handlungsempfehlungen und Fazit	15
7.1 Handlungsempfehlungen an KMU für die Verbesserung der Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung.....	15
7.2 Fazit und Ausblick	16
Literatur der Kurzfassung	17
Anhang	18

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Weltweit veröffentlichte Berichte nach Art und Jahr	2
Abb. 2: Aufteilung der Nachhaltigkeitsstandards nach Ländern	6
Abb. 3: Aufteilung der Unternehmen nach Branchen	7
Abb. 4: Qualität aller Berichte nach Gesamtscore und Indikatorengruppen	8
Abb. 5: Qualität der Länder nach Gesamtscore und Indikatorengruppen.....	10
Abb. 6: Qualität der Standards nach Gesamtscore und Indikatorengruppen	11
Abb. 7: Gewichtung der Indikatorengruppen im Gesamtscoring	19

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Daten zu den untersuchten Unternehmen.....	5
Tab. 2: Die 10 besten Nachhaltigkeitsberichte von KMU der DACH-Länder.....	13
Tab. 3: Indikatorengruppen AA und EC aufgeteilt nach Aspekten und Indikatoren	18
Tab. 4: Indikatorengruppen EN und LA aufgeteilt nach Aspekten und Indikatoren	18
Tab. 5: Indikatorengruppen HR, SO und PR aufgeteilt nach Aspekten und Indikatoren .	18
Tab. 6: Beispiele für die Bestimmung der Qualität der Informationen	19
Tab. 7: Liste der untersuchten Nachhaltigkeitsberichte (alphabetisch geordnet)	20

1 Einleitung

Seit mittlerweile fünf Jahren halten die Turbulenzen auf den Finanzmärkten an, angefangen mit der Immobilienkrise in den USA, fortgesetzt durch die Schuldenkrise südeuropäischer Staaten. Die Krisen wurden nur von Wenigen vorhergesehen und nicht verhindert.

Vielen Menschen ist seitdem klar geworden, dass etwas am derzeitigen Wirtschaftssystem geändert werden muss und dass es scheinbar kein endloses Wachstum geben kann. Hinzu kommen noch der Klimawandel und Armut in einer Vielzahl von Ländern. Um die Krisen zu lösen und ein stabileres System zu erhalten, ist ein altes Wirtschaftsprinzip schon lange bekannt: die nachhaltige Entwicklung (RADERMACHER 2011:2ff; RADERMACHER / HERLYN 2011:3ff). Die nachhaltige Entwicklung ist kein alternatives Systemmodell, gleichwohl würden sich durch die konsequente Umsetzung größere Veränderungen in der Wirtschaftsweise ergeben.

Eine wichtige Säule bei der Umsetzung der nachhaltigen Entwicklung stellen die Unternehmen dar, von denen sich jedoch bisher erst wenige damit befassen. In Bezug auf das Zitat könnte man überspitzt anmerken, dass alle anderen Unternehmen eine Mitschuld tragen, wenn es zu weiteren Krisen, dem CO₂-Anstieg und weiterhin großer Armut kommt.

Die Masterarbeit befasst sich mit den Unternehmen, die sich bereits mit der nachhaltigen Entwicklung auseinandergesetzt haben und ihre Nachhaltigkeitsleistungen in speziellen Berichten, den Nachhaltigkeitsberichten, veröffentlicht haben. Damit leistet die Masterarbeit einen Beitrag zur aktuellen Forschung der sich schnell wandelnden Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Als Vollerhebung werden alle Nachhaltigkeitsberichte von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU¹) aus den drei deutschsprachigen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz = DACH-Länder) evaluiert und die Ergebnisse dargestellt. Im Gegensatz zu bisher durchgeführten Untersuchungen ergibt die Erhebung erstmals ein umfassendes Bild über die Qualität der Nachhaltigkeitsberichte von KMU im deutschsprachigen Raum. Darüber hinaus werden aus dieser Untersuchung die Stärken und Schwächen bei der Anwendung der unterschiedlichen Standards herausgearbeitet.

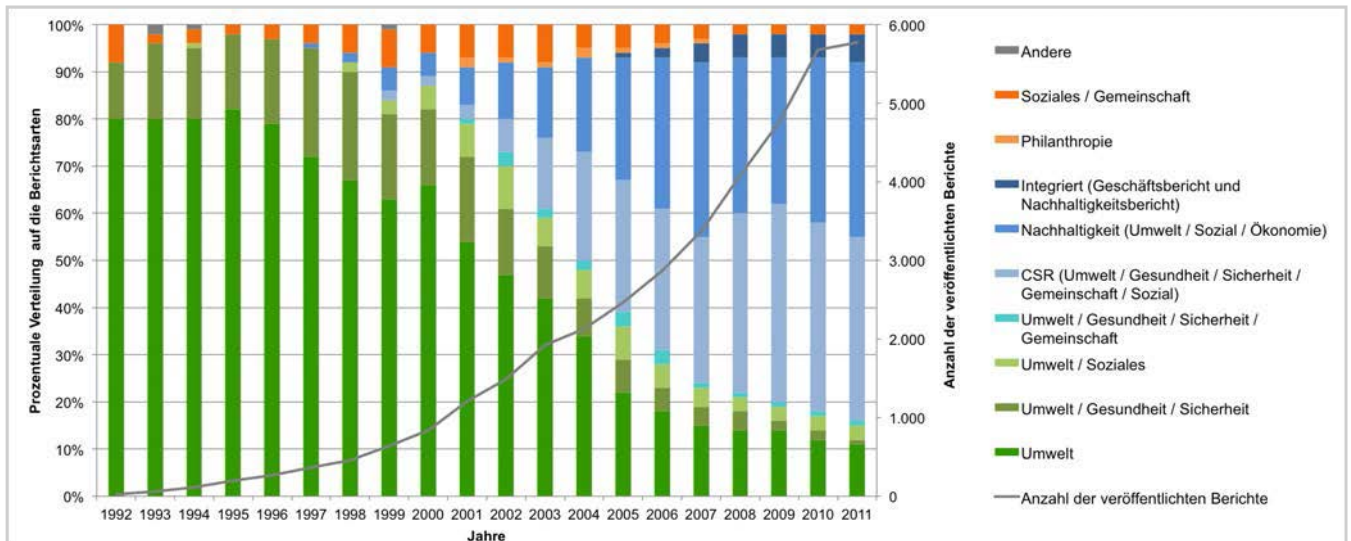
Um die wichtigsten Informationen in möglichst kurzer Form unterzubringen, ist der Großteil der Kurzfassung in Stichpunkten geschrieben. Weitergehende ausführlichere und ausformulierte Informationen sind in der normalen Langfassung dieser Masterarbeit zu finden.

¹ KMU sind nach der Definition der EU-Kommission alle mittlere, kleine und Kleinunternehmen, die weniger als 250 Mitarbeiter und einen Umsatz von maximal 50 Mio. Euro erzielen bzw. eine Bilanzsumme von maximal 43 Mio. Euro aufweisen. Alle Unternehmen, die nicht diese Kriterien erfüllen, werden als Großunternehmen bezeichnet.

2 Nachhaltigkeitsberichterstattung weltweit

2.1 Aktuelle Trends in der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Abb. 1: Weltweit veröffentlichte Berichte nach Art und Jahr



Quelle: Eigene Darstellung, verändert nach CORPORATEREGISTER.COM 2012:4/6.

- Deutliche Verschiebung von den reinen Umweltberichten zu umfassenderen Nachhaltigkeitsberichten: Umweltberichte machten 1992 80 Prozent aller Berichte aus, 2011 nur noch 11 Prozent (siehe Abb. 1)
- Gesamtheit aller Berichte stark zunehmend: 1992 erst 26 Berichte, 2011 bereits über 5.770 Berichte²
- Trend geht von ein- oder zweidimensionalen Berichten hin zu komplexen Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichten (beide Berichtsarten haben laut der Definition CORPORATEREGISTER.COM die gleichen Inhalte, nur sind in Nachhaltigkeitsberichten zusätzlich noch ökonomische und sozioökonomische Informationen enthalten)

Die rasante Entwicklung in der Zahl der veröffentlichten Berichte spiegelt die weltweit wachsende Bedeutung der Nachhaltigkeit für Unternehmen wider. Um ähnlich zur gesetzlich geregelten Finanzberichterstattung eine Vergleichbarkeit der Berichte zu gewährleisten, wurden schon früh eine Vielzahl von freiwilligen Standards zur Messung geschaffen, zu denen ständig weitere hinzukommen.

2.2 Freiwillige Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Nach der Übersicht der Trends der Berichterstattung in den letzten Jahrzehnten erfolgt in diesem Kapitel eine sehr kurze Übersicht über die heute wichtigsten freiwilligen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU in Deutschland, Österreich und der Schweiz:

² Die Erfassung der Berichte aus 2011 war zum Zeitpunkt der Publikation der Quelle noch nicht abgeschlossen, was die nur geringe Steigerung von 2010 auf 2011 erklärt CORPORATEREGISTER.COM 2012:4.

Global Reporting Initiative (GRI)

- DER weltweit etablierte Standard, der Nachhaltigkeit mit einer Vielzahl von Indikatoren (aus den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Gesellschaft, Produktverantwortung) misst
- 2004 wurden erst 16 Prozent aller Nachhaltigkeitsberichte weltweit nach GRI erstellt, waren es 2011 über 40 Prozent (CORPORATEREGISTER.COM 2012:30).

United Nations Global Compact (UNGC)

- 10 Prinzipien umfassen die vier Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung
- Veröffentlichung der Ergebnisse durch die Unternehmen in Form eines jährlichen Fortschrittsberichts, dem ‚Communication on Progress‘ (COP)
- Keine derart ausführlichen Indikatoren und Vorgaben wie bei GRI

CSR-Tourism-certified

- Standard für Nachhaltigkeitsberichte von Tourismusunternehmen, für Reiseveranstalter
- Orientierung am GRI-Standard, aber nicht komplette Übernahme
- Alle Mitglieder des Verbands Forum anders Reisen e.V. müssen alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht nach diesen Kriterien erstellen (TOURCERT 2012)

ISO 26000

- Kein eigener Standard, sondern Leitfaden mit Empfehlungen, wie sich Organisationen jeglicher Art verhalten sollten, damit sie als gesellschaftlich verantwortlich angesehen werden
- ISO 26000 ersetzt nicht Nachhaltigkeitsstandards wie GRI mit Indikatoren, die die Nachhaltigkeitsleistung messen (GRI 2011:4)

3 Forschungsstand und Ziele der Masterarbeit

Es wurde bereits eine Vielzahl von Untersuchungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung durchgeführt (siehe normale Fassung dieser Masterarbeit), jedoch bestehen weiterhin Lücken in der Forschung. So wurden bisher entweder die Nachhaltigkeitsberichte teilweise nur sehr oberflächlich untersucht, oder es wurden fast ausschließlich börsennotierte Großunternehmen evaluiert und die immense Bedeutung der KMU für die Wirtschaft vernachlässigt (z.B. LACKMANN 2009, KIRCHHOFF CONSULT 2009, KPMG 2011, PwC 2011). Für die DACH-Länder wurden zwar schon Studien erstellt, die auch KMU mit einbezogen, jedoch wurden unterschiedliche Bewertungskriterien zu Grunde gelegt (z.B. FHNW 2011, IÖW / FUTURE 2012, KWT 2011). Auch wurden nur selektiv einzelne Unternehmen berücksichtigt, es wurde jedoch noch nie eine Vollerhebung durchgeführt. Des Weiteren vernachlässigen viele bisherige Studien die allgemeinen Profilangaben, in denen wichtige Informationen zu den Unternehmen, wie z.B. die Einbeziehung von Stakeholdern veröffentlicht werden. Deshalb wurden folgende Hauptziele für die Masterarbeit gesetzt:

- Erlangung eines umfassendes Überblicks über die Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU in den DACH-Ländern
- Offenlegung von Differenzen in der Berichterstattung zwischen den Ländern, den verwendeten Nachhaltigkeitsstandards, der Unternehmensgröße und den Branchen
- Sammeln von Erfahrungen der Unternehmen bei der Erstellung ihrer Nachhaltigkeitsberichte und Zuständigkeiten

4 Bewertungsmethodik

4.1 Bewertungsmethodik allgemein

- Messung der Quantität UND Qualität der berichteten Indikatoren im Gegensatz zu anderen Studien
- Nutzung der GRI-Indikatoren des Leitfadens G3 als Grundlage der Bewertung und keine Verwendung eines eigenen Kriterienkatalogs da
 - GRI der de facto weltweite Standard für das Nachhaltigkeitsreporting ist,
 - die Nutzung der GRI-Indikatoren eine weitere Vergleichbarkeit von möglichen Anschlussstudien ermöglicht,
 - Rückschlüsse auf Probleme und Vorlieben bei der Anwendung dieses Standards bei KMU aus den drei Ländern gewonnen werden und
 - der aktualisierte Standard G3.1 nur wenig verbreitet ist.
- Nutzung von G3 , inklusive des Unternehmensprofils (zur besseren Unterscheidbarkeit von den anderen Indikatorengruppen im Folgenden als Allgemeine Angaben bezeichnet) und allen Kern- und Zusatzindikatoren (Auflistung der Indikatoren siehe Anhang Tab. 3, 4 und 5)

Der Leitfaden ist in die Allgemeine Angaben (AA) und sechs weitere Indikatorengruppen (Ökonomie - EC, Ökologie - EN, Arbeitsbedingungen - LA, Menschenrechte - HR, Gesellschaft - SO, Produktverantwortung PR) aufgegliedert. Jede Indikatorengruppe beinhaltet eine unterschiedliche Anzahl von Aspekten. Jeder Aspekt fasst wiederum mehrere einzelne Indikatoren zusammen, die zum gleichen Themenbereich gehören. Es wird zwischen den Kern- und Zusatzindikatoren unterschieden. Kernindikatoren in den Tab. 3, 4 und 5 im Anhang fett gedruckt). Kernindikatoren sind besonders wichtig und gemäß GRI für jedes Unternehmen anwendbar, bei den Zusatzindikatoren soll jeweils abgewogen werden, ob sie für das Unternehmen relevant sind.

4.2 Bewertung der einzelnen Indikatoren

Zur Bewertung der Qualität der Indikatoren wurde ein System verwendet, das sich an DAUB (2010) und PETEREIT (2008) anlehnt. Dennoch bestehen Unterschiede zwischen den Bewertungssystemen: Gemäß GRI gilt ein Indikator auch als berichtet, wenn erklärt wird, dass er nicht relevant für das Unternehmen ist. Dies wird insofern übernommen, dass auch Punkte für die Angabe ‚nicht relevant‘ vergeben werden, da dies von den Unternehmen gleichgesetzt wird mit wie ‚keine negativen Auswirkungen oder Vorfälle‘:

- 0 = nicht berichtet (= 0%)
- 1 = berichtet, nur allgemeine Aussagen, nur sehr vage an GRI orientiert – nur qualitative Angaben obwohl quantitative Angaben verlangt, keine Erfüllung der konkreten Vorgaben von GRI (= 33%)
- 2 = berichtet, GRI-Anforderungen nur teilweise umgesetzt orientiert – auch quantitative Angaben wurden berichtet, wenn verlangt, aber nicht vollständig / bzw. Angabe ‚nicht relevant‘ ohne weitere Begründung (= 66%)
- 3 = berichtet, vollständige Erfüllung der GRI-Anforderungen oder darüber hinaus / bzw. Angabe ‚nicht relevant‘ mit weiterer Begründung (= 100%)³

³ Bei der Entscheidung zur Verwendung dieser Punkteskala wurden auch Alternativen erprobt, v.a. die Bewertung von IÖW/Future (2011:5) mit der Einteilung 0 – 1 – 3 – 5 Punkten. Die Unterschiede betragen jedoch nur 1 bis 2 Prozent bei den Bewertungen nach Indikatorengruppen und dem Gesamtscore, sodass die Skala mit gleichen Abständen beibehalten wurde.

Zur Überprüfung, ob die jeweiligen Indikatoren den Anforderungen von GRI genügen, wurden alle Berichte gemäß der von GRI verfügbaren Excel-Datei ‚GRI G3 Content Index Checklist‘ (GRI 2012) überprüft, in welcher für jeden einzelnen Indikator die genauen Vorgaben enthalten sind (= 3 Punkte) (Beispiele siehe Tab. 6 im Anhang).

Mit der in dieser Untersuchung verwendeten Methode kann wie auch bei den anderen vorgestellten Studien nur die Qualität und Ausführlichkeit der dargestellten Informationen bewertet werden. Nicht bewertet werden kann die eigentliche Nachhaltigkeitsleistung der Unternehmen. Beispielsweise kann beim Indikator zu den direkten Treibhausgasemissionen EN16 somit keine Aussage darüber getroffen werden, ob die Menge der CO₂-Emissionen ein guter oder schlechter Wert ist, sondern nur, ob die Informationen darüber gut oder schlecht ist.

Zur Gewichtung der Indikatoren in den Indikatorengruppen und im Gesamtscoring, siehe Anhang und Abb. 7 im Anhang.

5 Ergebnisse der Evaluation der Nachhaltigkeitsberichte

5.1 Daten der analysierten Unternehmen

In Kapitel 5 folgt die Darstellung der bedeutendsten Ergebnisse der Untersuchung. Untenstehende Tab. 1 fasst die wichtigsten Fakten zu den untersuchten Unternehmen zusammen. Die vollständige Liste der untersuchten Nachhaltigkeitsberichten findet sich im Anhang.

5.1.1 Unternehmensgrößen nach Ländern

Tab. 1: Daten zu den untersuchten Unternehmen

Kategorie	Deutschland	Österreich	Schweiz	Gesamt
Anzahl der Unternehmen	90	46	22	158
Anteil an Unternehmen gesamt	57,0%	29,1%	13,9%	100%
Anzahl Beschäftigte	3.958	1.920	1.183	7.061
Anteil Beschäftigte an Unternehmen gesamt	56,1%	27,2%	16,8%	100%
Beschäftigte je Unternehmen	44,0	41,7	53,8	44,7
Umsatz in Mio. € ⁴	622	359	330	1.311
Anteil Wertschöpfung an Unternehmen gesamt	47,5%	27,4%	25,1%	100%
Umsatz je Unternehmen in Mio. €	6,9	7,8	15,0	8,3

Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Somit haben in den Jahren 2010 und 2011 158 KMU der DACH-Länder einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, was nur 0,006 Prozent aller KMU in diesen Ländern ausmacht.

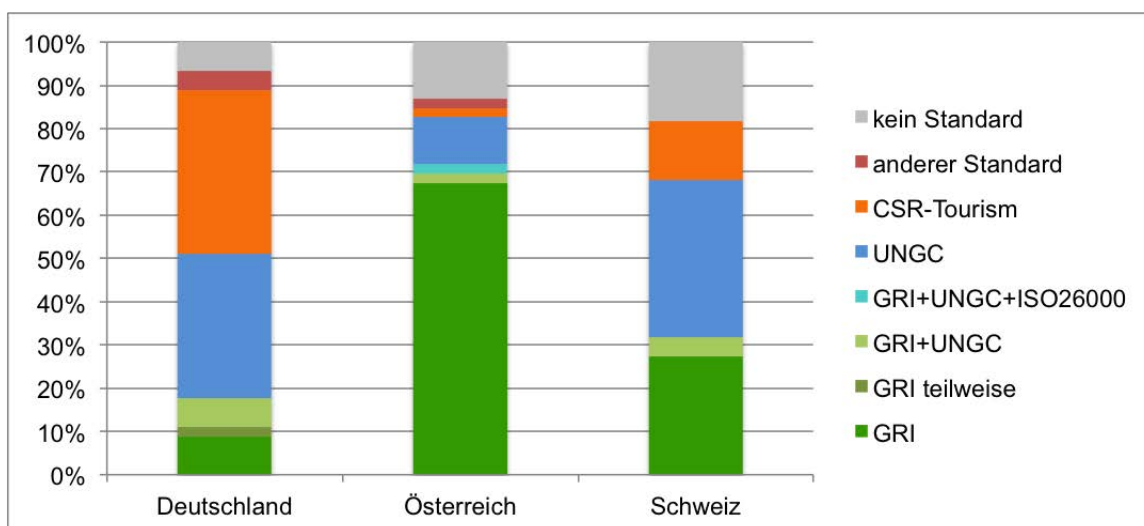
⁴ Bei den wenigsten Unternehmen waren Daten zum Umsatz gegeben. Deshalb wurden bei fehlenden Angaben mit der Datenbank wiso (GBI-GENIOS DEUTSCHE WIRTSCHAFTSDATENBANK 2012) nach Firmeninformationen gesucht. Diese Firmeninformationen stammen je nach Verfügbarkeit von D&B, Hoppenstedt, eBundesanzeiger und KSV1870. Aufgrund der Rechtsform der Unternehmen waren bei (vor allem sehr kleinen) 40 Unternehmen keine Umsatzzahlen verfügbar. Um dennoch den Gesamtumsatz angeben zu können, wurde der durchschnittliche Umsatz je Mitarbeiter von denjenigen Unternehmen ermittelt, die Umsatzangaben machen. Dieser Wert (187.294 €) wurde für die Mitarbeiter der Unternehmen ohne Umsatzangaben angelegt. Deshalb ist der Gesamtwert eine Schätzung der Umsätze.

Ergebnisse

- Mit Abstand stammen die meisten Unternehmen aus Deutschland
- Aus Österreich kommen halb so viele Unternehmen wie aus Deutschland und aus der Schweiz wiederum halb so viele wie aus Österreich
- Alle 158 Unternehmen zusammen: 1,3 Mrd. Euro Umsatz
- Schweiz: KMU mit Nachhaltigkeitsbericht deutlich größer als in Deutschland und Österreich (64 Prozent der KMU sind mittlere Unternehmen)
- Deutschland: fast 40 Prozent der Unternehmen mit Nachhaltigkeitsberichten sind Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern und Umsatz kleiner 2 Mio. Euro
- Österreich: Größter Anteil entfällt auf kleine Unternehmen (43 Prozent)

5.1.2 Nachhaltigkeitsstandards nach Ländern

Abb. 2: Aufteilung der Nachhaltigkeitsstandards nach Ländern



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Ergebnisse (siehe Abb. 2):

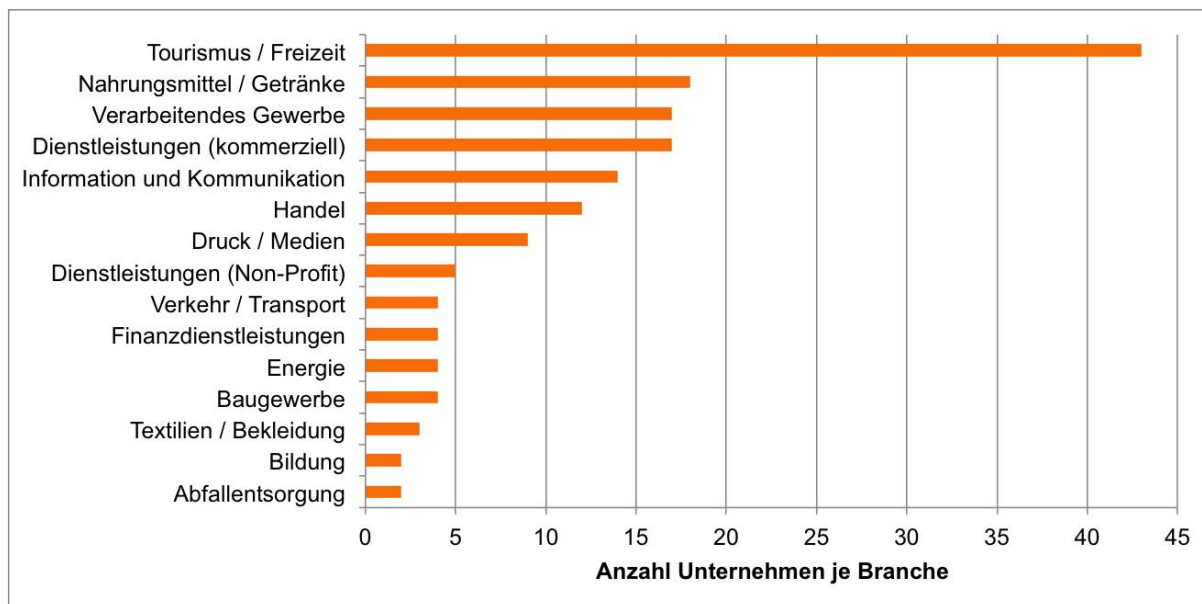
- Große Unterschiede zwischen den Ländern
 - Deutschland: fast 40 Prozent (\pm 34 Berichte) aller untersuchten KMU nach CSR-Tourism ausgelegt, was die große Bedeutung dieser Tourismus-Initiative zeigt. Auch der UNGC wird mit 33 Prozent (\pm 30 Berichte) weit häufiger genutzt als GRI
 - Österreich: GRI wird von über 70 Prozent (\pm 31 Berichte) der Unternehmen genutzt;
 - Schweiz: kein führender Standard, jedoch ist der UNGC der am meisten verwendete; 18 Prozent (\pm 4 Berichte) nutzen keinen Standard
- Absolut stammen sogar doppelt so viele Berichte gemäß GRI aus Österreich wie aus Deutschland und 1,5 mal so viele, wie in der Schweiz insgesamt

Erklärung der Ergebnisse

- Große Anzahl von Berichten nach GRI in Österreich: Initiative respACT fördert konsequent die Verbreitung dieses Standards bei KMU; in Deutschland und der Schweiz gibt es keine vergleichbaren zentral gesteuerten Initiativen

5.1.3 Aufteilung der Unternehmen nach Branchen

Abb. 3: Aufteilung der Unternehmen nach Branchen



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Ergebnisse (siehe Abb. 3)

- Sehr heterogen (trotz Aggregation der Unternehmen), da Vielzahl von Branchen
- Branche ‚Tourismus / Freizeit‘ mit Abstand mit den meisten Berichten
- Bei Branche ‚Verarbeitendes Gewerbe‘ wurden mehr Berichte erwartet
- Große Anzahl von Unternehmen, die keine physischen Waren produzieren, sondern nur Dienstleistungen anbieten (‚Information und Kommunikation‘, ‚Dienstleistungen‘).

Erklärung der Ergebnisse

- Branche ‚Verarbeitendes Gewerbe‘ mit relativ wenigen Nachhaltigkeitsberichten, da diese vor allem noch Umweltberichte erstellen, wie die vorherige Recherche für die Zusammenstellung der Nachhaltigkeitsberichte gezeigt hat

5.1.4 Nachhaltigkeitsstandards nach Unternehmensgröße

Ergebnisse

- Anteil Unternehmen mit Berichten nach GRI und/oder UNGC steigt mit Unternehmensgröße
- Kleinunternehmen berichten vor allem nach CSR-tourism (\approx 29 Berichte)

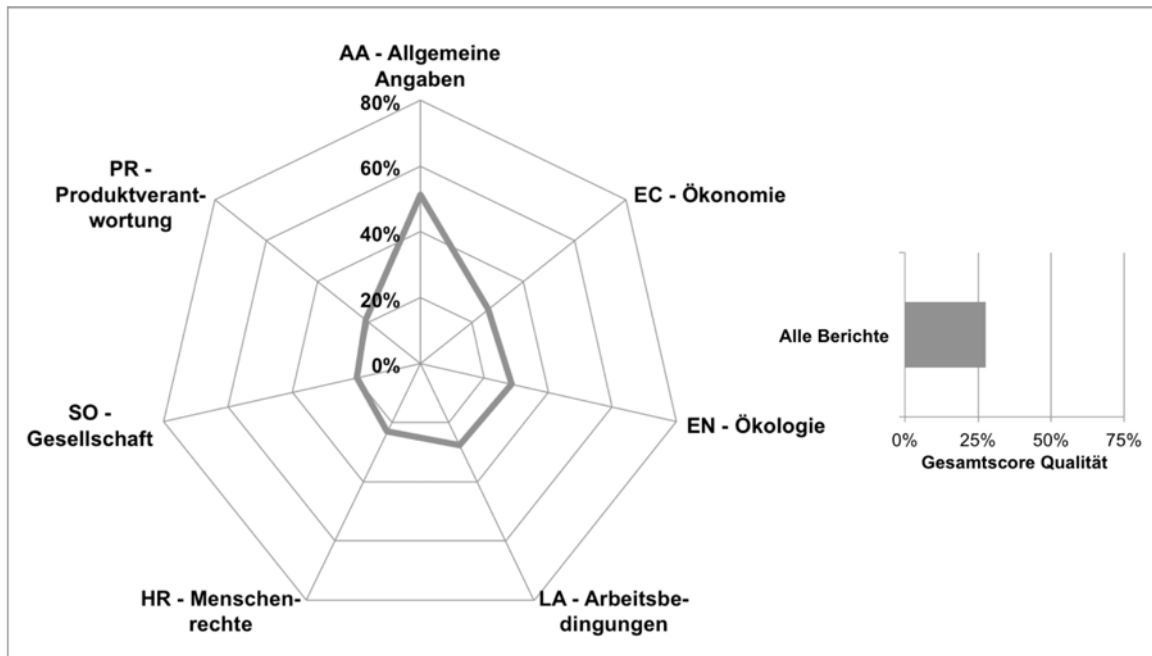
Erklärung der Ergebnisse

- Bestätigung anderer Studien, dass GRI eher von größeren Unternehmen genutzt wird (KPMG 2011:21; PETEREIT 2008:57).
- Reiseveranstalter, die CSR-tourism nutzen sind fast ausschließlich Kleinunternehmen

5.2 Ergebnisse der Evaluierung der Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung

5.2.1 Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung aller Unternehmen

Abb. 4: Qualität aller Berichte nach Gesamtscore und Indikatorengruppen



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

(Unterscheidung der Begriffe Indikatorengruppe, Aspekt, Indikator siehe Fußnote⁵).

Ergebnisse (siehe Abb. 4)

- Qualität der Informationen mit durchschnittlich 51 Prozent bei den ‚Allgemeinen Angaben‘ (AA) mit Abstand am besten
- Andere Indikatorengruppen mit relativ ähnlicher Qualität zwischen 20 Prozent (‚Gesellschaft‘ - SO) bis 29 Prozent (‚Umwelt‘ - EN)
- Aspekte mit insgesamt geringster Qualität (beginnend mit dem geringsten Gesamtscore): ‚Sicherheitspraktiken‘ (HR) - 8 Prozent, ‚Insgesamt‘ (EN), ‚Rechte der Ureinwohner‘ (HR), ‚Gemeinwesen‘ (SO), ‚Biodiversität‘ (EN) - 13 Prozent

Erklärung der Ergebnisse

- Relativ geringe Interpretationsmöglichkeit, da Aggregation aller Werte aller 158 Unternehmen

Genauere Analysen als die Betrachtung der Gesamtheit der Unternehmen erlaubt die Aufteilung in die Vergleichsgruppen, beginnend mit den Ländern:

⁵ Der GRI-Leitfaden umfasst sieben Indikatorengruppen (EC, EN, LA, HR, SO, PR und die Profilingaben – hier AA genannt).

Jede Indikatorengruppe besteht aus mehreren Aspekten, (z.B. bei EN: Materialien, Energie, Wasser, Biodiversität, etc.) welche mehrere Einzelindikatoren gleichen Themas zusammenfasst (z.B. Aspekt Energie besteht aus EN3, EN4, EN5, EN6, EN7); zur Aufgliederung der Indikatorengruppen, Aspekte und Indikatoren siehe Tab. 3, 4 und 5.

5.2.2 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Unternehmensgröße

Ergebnisse

- Qualität: Praktisch keine Unterschiede zwischen den Größenklassen Kleinstunternehmen, kleine Unternehmen und mittlere Unternehmen, wenn auch einzelne Unterschiede auf der Ebene der Aspekte, die sich insgesamt aber ausgleichen
- Differenzen: Größter Unterschied bei Indikatorengruppe ‚Menschenrechte‘ (HR) bei der mittlere Unternehmen mit der besten Qualität berichten

Erklärung der Ergebnisse

- Bei anderen Studien wurde ein Zusammenhang zwischen der Größe des Unternehmens und der Qualität der Berichterstattung festgestellt (z.B. PETEREIT 2008:67; KFW BANKENGRUPPE 2011:24; KPMG 2011a:11), jedoch wichen bei diesen Untersuchungen die Unternehmensgrößen sehr viel stärker voneinander ab und es wurden meist nur sehr große multinationale Firmen untersucht
- Mittlere Unternehmen führend bei HR: Unternehmen werden mit wachsender Größe zunehmend internationaler und agieren auch eher in Entwicklungsländern

5.2.3 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Branchen

Ergebnisse

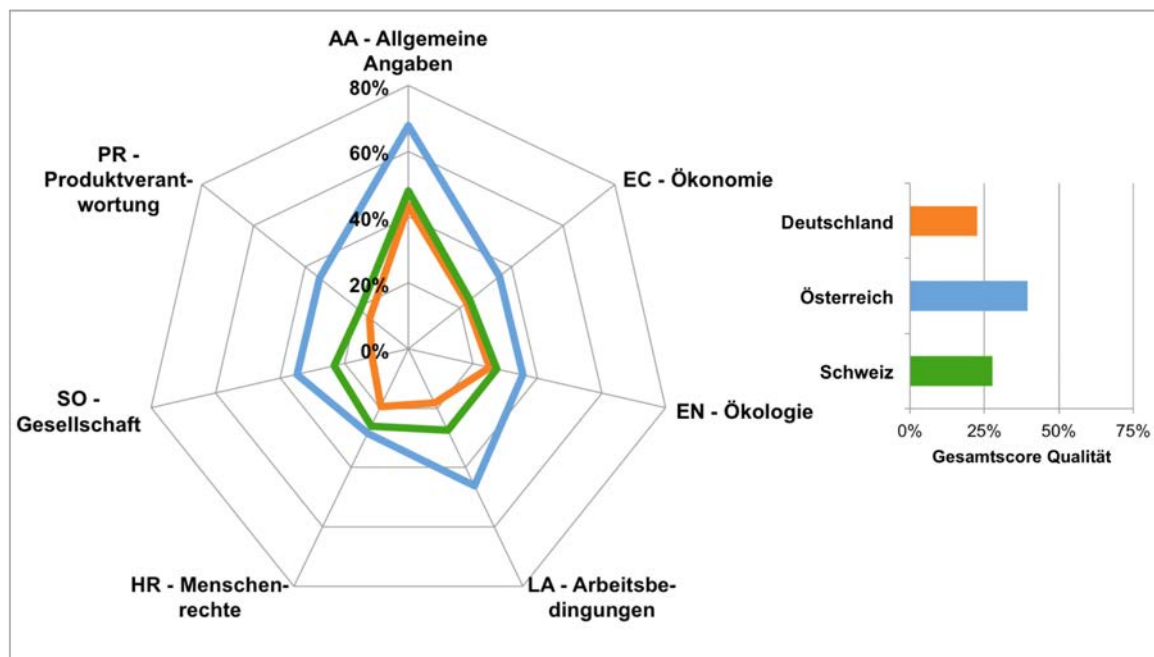
- Branchen ‚Baugewerbe‘ und die ‚Abfallentsorgung‘ mit Gesamtscore von mit 47 bzw. 46 Prozent, Branche ‚Nahrungsmittel / Getränke‘ mit 42 Prozent; Branche ‚Information und Kommunikation‘ hat mit Gesamtscore von 15 Prozent den geringsten Wert; am stärksten vertretene Branche ‚Tourismus / Freizeit‘ liegt mit 24 Prozent auch eher im unteren Bereich
- Bei Branche ‚Abfallentsorgung‘ haben besonders die Indikatoren zur ‚Umwelt‘ (EN) eine hohe Qualität; Branche ‚Information und Kommunikation‘ liefert bei ‚Menschenrechte‘ (HR) beste Informationen

Erklärung der Ergebnisse

- Ressourcenintensive Branchen (‚Baugewerbe‘, ‚Abfallentsorgung‘ und ‚Nahrungsmittel / Getränke‘) mit bester Qualität, da sie besonders im Bereich ‚Umwelt‘ (EN) frühzeitig sensibilisiert waren, was oftmals der Grundstein zur Erweiterung auf alle Bereiche der Nachhaltigkeit bildet
- Branche ‚Information und Kommunikation‘ hat Probleme, mehr als allgemeine qualitative Informationen zu den Indikatoren zu liefern, da die Indikatoren und ihre Anwendbarkeit offensichtlich Probleme bereiten

5.2.4 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Ländern

Abb. 5: Qualität der Länder nach Gesamtscore und Indikatorengruppen



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Ergebnisse (siehe Abb. 5)

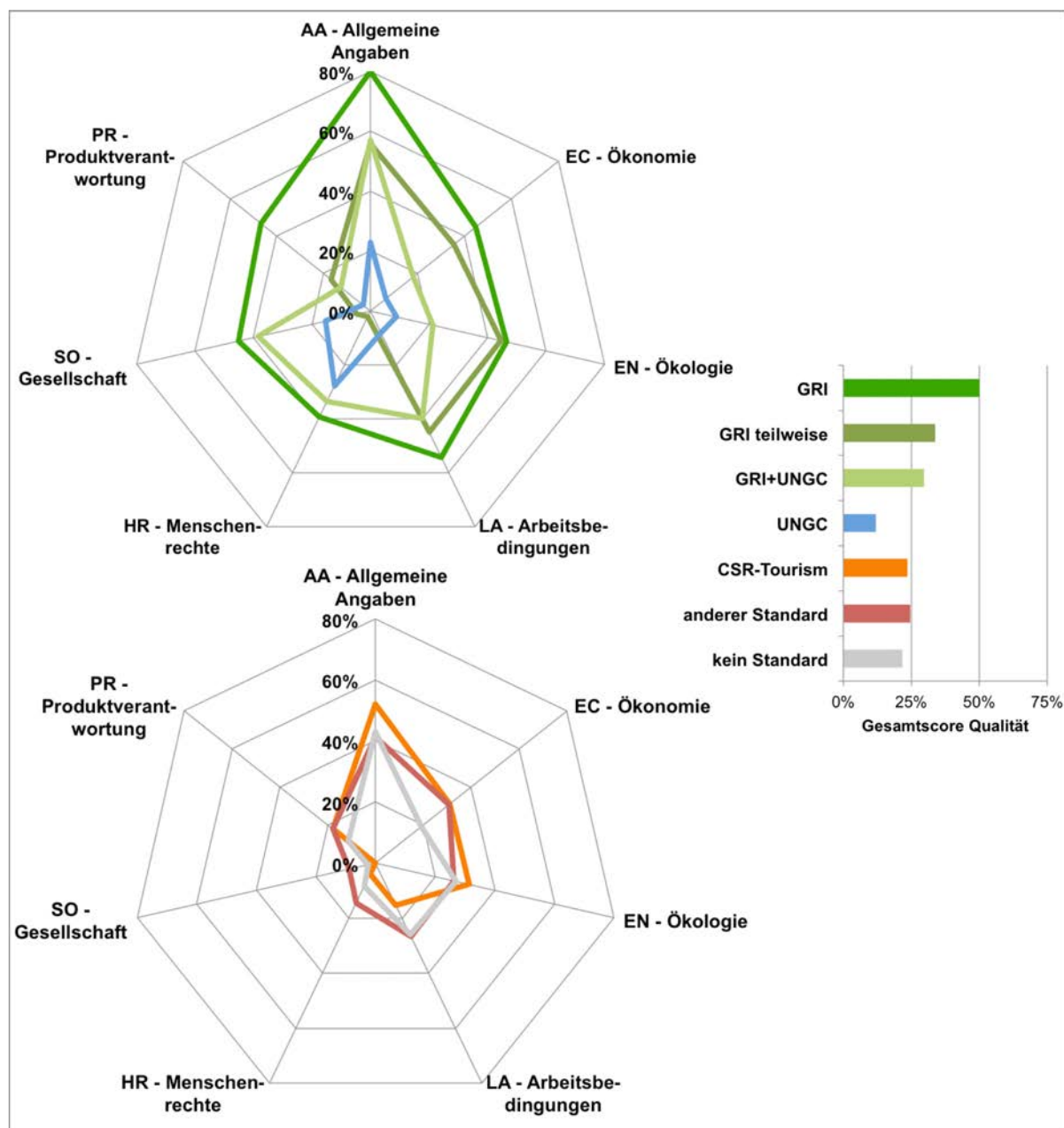
- Führungsrolle der österreichischen KMU bei der Qualität der Berichterstattung in allen Indikatorengruppen mit Gesamtscore von 40 Prozent; deutsche und schweizerische Unternehmen fallen dagegen deutlich ab
- Qualität der Indikatorengruppen: am geringsten bei ‚Gesellschaft‘ (SO) und ‚Menschenrechte‘ (HR)
- Differenzen bei den Indikatorengruppen: insgesamt relativ gering, Differenz bei ‚Arbeitsbedingungen‘ (LA) mit 28 Prozent am höchsten, bei HR am geringsten
→ Diskrepanzen in der Berichterstattung der drei Länder, trotz sehr ähnlicher wirtschaftlicher, politischer und kultureller Voraussetzungen

Erklärung der Ergebnisse

- Österreich bei allen Indikatorengruppen führend: Scheinbar beste Förderung der Verbreitung der standardisierten Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU (v. a. durch die Organisation respACT)
- Schlechtes Abschneiden aller Länder bei ‚Menschenrechte‘ (HR): Einhaltung der Menschenrechte für nur in Mitteleuropa agierende Unternehmen selbstverständlich und wird deshalb als nicht relevant für die Berichterstattung erachtet
- Gutes Abschneiden aller Länder bei ‚Arbeitsbedingungen‘ (LA): Indikatoren umfassen Angaben, die leicht verfügbar sind und sowieso schon erhoben werden, z.B. Krankheitstage oder Fluktuationsrate

5.2.5 Qualität der Nachhaltigkeitsberichte nach Standards

Abb. 6: Qualität der Standards nach Gesamtscore und Indikatorengruppen



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Ergebnisse (siehe Abb. 6)

- Berichte nach GRI erzielen mit durchschnittlichem Gesamtscore von 50 Prozent die höchste Qualität; Berichte, die teilweise GRI umsetzen und Berichte, die GRI und UNGC beinhalten folgen; geringste Qualität haben Berichte, die nur nach UNGC berichten (12 Prozent)
- UNGC bei Indikatorengruppe ‚Menschenrechte‘ (HR) jedoch von relativ hoher Qualität
- Informationen bei CSR-tourism in Indikatorengruppen ‚Produktverantwortung‘ (PR), ‚Gesellschaft‘ (SO) und ‚Menschenrechte‘ (HR) von geringer Qualität, Ausnahme: Aspekt ‚Kundengesundheit und –sicherheit‘ bei PR

- Qualität der Indikatorengruppen: sehr unterschiedlich je nach Standard, insgesamt aber ‚Allgemeine Angaben‘ am höchsten, bei den für viele Unternehmen sehr wichtigen Angaben zu CO₂-Emissionen bei GRI und CSR-tourism sehr hohe Qualität
- Differenzen bei den Indikatorengruppen: bei ‚Allgemeinen Angaben‘ (AA) groß, zwischen einzelnen Aspekten teilweise bis über 75 Prozent

Erklärung der Ergebnisse

- Berichte nach GRI mit höchster Qualität:
 - Die Verwendung und Orientierung an einem ausführlichen Indikatorenkatalog steigert die Qualität des Reportings im Vergleich zu sehr vagen Vorgaben z.B. bei UNGC
 - Verwendung anderer Fragekataloge, die nicht den Indikatoren von GRI entsprechen, jedoch daran angelehnt sind, ergeben ähnliche Ergebnisse auf Unternehmensebene (vgl. Ausführungen in der Langfassung der Masterarbeit und FHNW 2011, IÖW / FUTURE 2012)
 - Unternehmen, die nach UNGC berichten nehmen Angebot der Verbindung zu den GRI Indikatoren bzw. die ausführlicheren Kriterien für den „GC Advanced Level“ nur in geringem Maße wahr (DEUTSCHES GLOBAL COMPACT NETZWERK 2012) und berichten nur nach den sehr allgemeinen 10 Prinzipien
- Berichte nach UNGC bei HR mit hoher Qualität: Unternehmen, die UNGC nutzen sind vermehrt in Entwicklungsländern mit potenziellen Menschenrechtsverletzungen aktiv und HR ist das Kernthema von UNGC
- Teilweise geringe Qualität von CSR-tourism: Viele Aspekte werden durch CSR-tourism-Standard nur in geringem Maße abgedeckt, da Fokus auf andere branchenspezifische Bereiche, die GRI wiederum nicht umfasst; aber die Aspekte, die abgedeckt werden verfügen über eine hohe Qualität der Informationen (z.B. Angaben zu CO₂-Emissionen bei EN oder ‚Kundengesundheit und –Sicherheit‘ bei PR)

→ Trotz Unterschieden in der Qualität bei der Verwendung von Nachhaltigkeitsstandards ist die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts mit wenigen Informationen oder wenigen Indikatoren sehr viel mehr zu begrüßen als wenn gar kein Nachhaltigkeitsbericht erstellt werden würde; Der Vergleich der Berichtsstandards soll deshalb vor allem Anregungen für Verbesserungen zur Verbindung der Standards liefern und nicht die Standards gegeneinander ausspielen

5.2.6 Die besten 10 Unternehmen der Untersuchung

Zusätzlich zur Analyse der Vergleichsgruppen werden die besten 10 Unternehmen der Untersuchung gesondert betrachtet und mit den Ergebnissen anderer Rankings verglichen. Tab. 2 listet die 10 Unternehmen mit den besten Nachhaltigkeitsberichten dieser Untersuchung auf:

Tab. 2: Die 10 besten Nachhaltigkeitsberichte von KMU der DACH-Länder

Platz	Unternehmen	Qualität Gesamtscore	Land	Größe	Branche
1.	Märkisches Landbrot	93,7%	Deutschland	klein	Nahrungsmittel / Getränke
2.	Knecht & Müller	83,0%	Schweiz	mittel	Verarbeitendes Gewerbe
3.	Druckerei Janetschek	82,3%	Österreich	klein	Druck / Medien
4.	united communications	79,9%	Deutschland	klein	Dienstleistungen (kommerziell)
5.	Brauerei Murau	78,5%	Österreich	mittel	Nahrungsmittel / Getränke
6.	Grünplan	77,4%	Österreich	kleinst	Baugewerbe
7.	oekostrom	76,4%	Österreich	mittel	Energie
8.	Regionalmanagement Oberösterreich	76,2%	Österreich	klein	Dienstleistungen (Non-Profit)
9.	ICG Infora	74,9%	Österreich	klein	Dienstleistungen (kommerziell)
10	PACE	74,6%	Deutschland	mittel	Nahrungsmittel / Getränke

Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung.

Auffallend ist, dass alle Unternehmen nach GRI berichten und erst auf Platz 24 das erste Unternehmen auftaucht, das nicht GRI nutzt. 6 der 10 Unternehmen stammen aus Österreich, 3 aus Deutschland, eines aus der Schweiz. Die mit Abstand beste Bewertung erhält das Unternehmen Märkisches Landbrot, da es eine immense Fülle von Informationen zur Verfügung stellt, die seinesgleichen sucht.

6 Ergebnisse der Befragung der evaluierten Unternehmen

Zusätzlich zur Evaluierung der Nachhaltigkeitsberichte, dem Hauptbestandteil dieser Masterarbeit, wurden alle berücksichtigten Unternehmen zu einer Onlineumfrage eingeladen, um deren Eindrücke zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zu sammeln.

Von den 158 angeschriebenen Unternehmen haben 86 an der Befragung teilgenommen, was einer Rücklaufquote von 54 Prozent entspricht⁶. Die Hälfte aller Teilnehmer stammt aus Deutschland, 30 Prozent aus Österreich und 13 Prozent aus der Schweiz. Hier die wichtigsten Ergebnisse im Überblick. Wenn nichts anderes erklärt wird, werden nur die wichtigsten Ergebnisse der Fragen dargestellt.

Kenntnis von Nachhaltigkeits- und Umweltstandards⁷

- GRI-Richtlinien mit Abstand am bekanntesten, UNGC auf dem dritten Platz
- ISO 14000 (Umweltmanagement) am zweitbekanntesten
→ zeigt ausführliche Beschäftigung mit Themen aus dem Umweltbereich
- Standards wie Gemeinwohl-Bilanz, AA1000, Green Globe und FairChoice fast überhaupt nicht bekannt

⁶ 158 Teilnehmer = Grundgesamt (GG), Anzahl Teilnehmer, die die jeweilige Frage beantwortet haben = n

⁷ Frage 6: Wie gut kennen Sie die folgenden Richtlinien und Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung? (n=69)

Erfahrungen bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts⁸

(absteigend nach Häufigkeit der Nennungen – nur Angabe der häufigsten Nennungen)

Negativ

1. Schwierige Datenlage im Unternehmen (22 Nennungen)
2. Ausrichtung der Standards auf Großunternehmen und schlechte Anwendbarkeit auf KMU (15 Nennungen)
3. Erstellung sehr zeitintensiv und aufwendig (14 Nennungen)
4. Zu großer Umfang der Nachhaltigkeitsstandards (6 Nennungen)

Positiv

1. ISO 14000 ist gute Datenbasis für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (4 Nennungen)
2. CSR-tourism-Standard ist gut anwendbar (2 Nennungen)

Fehlende Bereiche der Nachhaltigkeitsstandards⁹

- Fast alle KMU sehen alle Bereiche der Nachhaltigkeit ausreichend durch die Standards abgedeckt
- Fehlt: Einbeziehung der Nachhaltigkeit der Lieferanten und der Produkte

Verantwortlichkeit für die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts¹⁰

- Sehr differenziertes Bild, aber bei der Hälfte der Unternehmen fertigen einzelne designierte Mitarbeiter die Nachhaltigkeitsberichte an
- Bei 21 Prozent der Unternehmen erstellt die Geschäftsführung den Bericht selbst

Externe Hilfe beim Nachhaltigkeitsbericht¹¹

- 20 Prozent der Unternehmen nehmen an Fortbildungen oder Seminaren teil
- 16 Prozent der Unternehmen greifen auf externe Unternehmen für das Layout des Berichts zu

Nutzung von Software zur Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts¹²

- Ein Viertel der Unternehmen nutzt spezielle Software zur Verwaltung der Daten und Hilfe bei der Berichterstattung
- Davon nutzen zwei Drittel die Software ‚Avanti Green Software‘ die für die Zertifizierung nach CSR-Tourism ausgelegt ist.
- Das restliche Drittel nutzt verschiedene spezielle Umweltmanagementsoftwares

⁸ Frage 8: Welche besonderen Erfahrungen (auch positive und negative) haben Sie bei der Umsetzung der verwendeten Richtlinien und Standards gemacht? (n=60)

⁹ Frage 9: Ist Ihnen bei der Anwendung der Richtlinie/n oder Standards aufgefallen, dass bestimmte Bereiche, über die Ihr Unternehmen im Nachhaltigkeitsbericht Auskunft gibt, nicht durch die Standards abgedeckt werden und wenn ja, welche sind dies? (n=77)

¹⁰ Frage 3: Wer wirkte an Ihrem letzten Nachhaltigkeitsbericht mit? Mehrfachauswahl möglich. (n=85)

¹¹ Frage 4: Wurde externe Hilfe in Anspruch genommen, und wenn ja, in welcher Art und Weise erfolgte die Hilfe bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts? Mehrfachauswahl möglich. (n=85)

¹² Frage 5: Wurde bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts auch eine spezielle Software oder Online-Plattform verwendet? (n=82)

7 Handlungsempfehlungen und Fazit

7.1 Handlungsempfehlungen an KMU für die Verbesserung der Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die wichtigsten Handlungsempfehlungen an KMU, die aus dieser Studie abgeleitet werden konnten sind folgende:

- Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts gemäß eines anerkannten Berichtsstandards wie GRI oder CSR-Tourism
- Verwendung von Tabellen und Diagrammen steigert die Übersichtlichkeit im Vergleich zu lange Texten (Bsp. Großunternehmen Solarworld)
- Erstellung eines zusätzlichen Kurzberichts als Flyer mit den wichtigsten Informationen im Unternehmen / auf Messen / in Filialen auslegen
→ mehr Leser / Kunden werden erreicht, die durch einen langen PDF-Bericht abgeschreckt werden würden
- Ziele setzen für die weitere Entwicklung im Unternehmen (Bsp. Knecht & Müller) und Überprüfung auf deren Erreichung (Bsp. Neumarkter Lammsbräu, Bomatec)
→ Anregung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses
- Auch über kritische Themen berichten, z.B. Brauereien über übermäßigen Alkoholkonsum (Bsp. Brauerei Murau, Neumarkter Lammsbräu)
- Beschäftigung auch mit Indikatoren, die auf den ersten Blick nicht relevant zu sein scheinen, z.B. Menschenrechte (HR) oder bei den Umweltindikatoren (EN) der Materialverbrauch in Dienstleistungsunternehmen (Bsp. Wokatsch-Felber)
- Wenn im Unternehmen bereits ein Umweltmanagement mit ausführlichen Daten wie einer Input-Output-Bilanz des Materials zur Verfügung steht, sollte dies auch in den Nachhaltigkeitsbericht integriert werden, obwohl das über die GRI-Anforderungen hinausgeht (Bsp. Neumarkter Lammsbräu, Druckerei Janetschek)
- Angabe branchenspezifischer Daten, z.B. bei Hotels Energieverbrauch und CO₂-Emissionen je Übernachtung (Bsp. Iglu Dorf, CSR-Tourism-Berichte)
- Visualisierung der Transport- und Logistikbeziehungen der Zulieferer (z.B. mittels einer Karte) (Bsp. Druckhaus Berlin Mitte, Sport-Thieme)
→ Förderung der regionalen und lokalen Geschäftsbeziehungen
- Registrierung des Berichts bei der ‚Sustainability Disclosure Database‘ von GRI, bei CorporateRegister.com und Senden der Berichte an Wettbewerbe wie IÖW / Future-Ranking, Öbu-Ranking oder Austria Sustainability Reporting Award (ASRA)

7.2 Fazit und Ausblick

Diese Arbeit stellt eine Momentaufnahme der Nachhaltigkeitsberichterstattung der KMU im deutschsprachigen Raum dar, die drei Jahre zuvor grundlegend andere Ergebnisse geliefert hätte, da es beispielsweise damals noch nicht die CSR-Tourism-Zertifizierung gab. In zwei Jahren wird die Studie allerdings auch schon wieder überholt sein, da weltweit ständig an der Weiterentwicklung der Thematik gearbeitet wird. Diese Innovationskraft ist auch recht und billig, wenn man die bisher nur geringe Anzahl von Unternehmen betrachtet, die freiwillig diese zahlreichen Informationen veröffentlichen. Das zeigt allerdings auch, dass es noch einige Zeit dauern wird, bis die Nachhaltigkeitsberichterstattung derart verbreitet und akzeptiert sein wird, wie Bilanzen oder Geschäftsberichte.

Um die Verbreitung weiter zu fördern, müssen sowohl von den Regierungen, Verbänden und Unternehmen neue Wege beschritten werden, denn sonst werden trotz steigender Berichtszahlen weiterhin nur relativ wenige Unternehmen das Engagement und die Bereitschaft aufbringen ihr Nachhaltigkeitsleistungen offenzulegen. Zur Steigerung der Verbreitung müssen mehrere Faktoren zusammenspielen:

Die Indikatoren müssen in die Richtung weiterentwickelt werden, dass sie verständlicher für die Unternehmen aber auch für den Finanzmarkt werden. Hierbei ruhen die Hoffnungen auf den neuen G4-Leitlinien, die die festgestellten Probleme vermindern könnten.

Die Berichterstattung muss standardisierter und durch die Orientierung an wenigen weltweit verbreiteten Standards vergleichbarer werden. Dies kann mit neuen leistungsfähigen Softwaretools erfolgen, die auch unerfahrene Unternehmen durch die Komplexität der Indikatoren leitet. Zudem müssen diese Softwaretools weitaus kostengünstiger, leichter verständlich und bedienbar sein als bisher, um die Attraktivität für die breite Masse von Unternehmen zu erhöhen. Einen großen Beitrag hierzu wird auch 360report leisten.

Aufgrund weiterhin steigender Anzahl an Nachhaltigkeitsberichten, wird die manuelle Vollerhebung aller Nachhaltigkeitsberichte einzelner Länder in einigen Jahren nicht mehr möglich sein. Deshalb ist es an der Zeit, neue Strukturen aufzubauen, allen voran internetgestützte Datenbanken, auf denen die Informationen der Unternehmen gesammelt und verglichen werden können. Mit Hilfe dieser haben die Unternehmen die Möglichkeit ihren Fokus mehr auf die Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung zu richten. können sich die Unternehmen mehr um das eigentliche, die Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsleistung kümmern.

Eventuelle verbindliche Regelungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung wie der CSR-Leitfaden der EU-Kommission könnten den gesamten Prozess stark beschleunigen und zu einer schneller anwachsenden Zahl von der Unternehmen führen.

Insgesamt ist noch einiges zu tun: Mehr als 2,5 Mio KMU aus Deutschland, Österreich und der Schweiz gilt es noch vom Sinn und den Vorteilen der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu überzeugen.

Literatur der Kurzfassung

- CORPORATEREGISTER.COM (Hrsg.) (2012): CRReporting Awards'12. 2012 Global Winners & Reporting Trends. London.
- DAUB, C.-H. (2010): Criteria Catalogue. Annual Reporting Assessment of Swiss Organizations based upon GRI "G3". Windisch.
- DEUTSCHES GLOBAL COMPACT NETZWERK (Hrsg.) (2012): Kriterien für den „GC Advanced Level“. Berlin.
- FHNW - FACHHOCHSCHULE NORDWESTSCHWEIZ (Hrsg.) (2011): Schweizer Geschäftsberichte: Geberit ist nicht zu toppen. Windisch.
- GBI-GENIOS DEUTSCHE WIRTSCHAFTSDATENBANK (Hrsg.) (2012): Die Datenbank für Hochschulen. URL: <http://www.wiso-net.de> (31.01.2012).
- GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Hrsg.) (2006): G3 Leitfaden. Amsterdam.
- GRI – GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Hrsg.) (2011): GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000. Amsterdam.
- GRI - GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Hrsg.) (2012): GRI Content Index template. URL: <https://www.globalreporting.org/reporting/report-services/application-levels/Pages/default.aspx> (15.01.2012).
- IÖW / FUTURE (Hrsg.) (2011): Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von KMU: Kriterien und Bewertungsmethode im IÖW/future-Ranking. Berlin, Münster.
- IÖW / FUTURE (Hrsg.) (2012): IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher Unternehmen 2011: Kurzfassung der Ergebnisse. Berlin, Münster.
- KFW BANKENGRUPPE (Hrsg.) (2011): Corporate Social Responsibility im deutschen Mittelstand. Standpunkt Nr. 7, Januar 2011. Frankfurt am Main.
- KIRCHHOFF CONSULT (Hrsg.) (2009): Das Good Company Ranking. Corporate Social Responsibility Wettbewerb der 90 größten Konzerne Europas. Hamburg.
- KPMG (Hrsg.) (2011): KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011. Amsterdam.
- KWT – KAMMER DER WIRTSCHAFTSTREUHÄNDER (Hrsg.) (2011): Verleihung des ASRA Austrian Sustainability Reporting Award. Auszeichnung der besten Nachhaltigkeitsberichte 2011 österreichischer Unternehmen. URL: http://www.kwt.or.at/PortalData/2/Resources/downloads/umwelt/ASRA-Folien_Preisverleihung_20111111.pdf (01.03.2012).
- LACKMANN, J. (2009): Die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf den Kapitalmarkt. Eine empirische Analyse. Wiesbaden.
- PETEREIT, A. (2008): Sustainability Reporting of the Forest and Paper Sector. Recommendations for improvements of corporate responsibility reports of forest and paper companies based on quality assessments. Master Thesis. Alnarp.
- PWC – PRICEWATERHOUSECOOPERS (Hrsg.) (2011): Unternehmerische Verantwortung im Zeitalter der Transparenz. Wien.
- RADERMACHER, F. J. (2011): Den Casino-Kapitalismus überwinden. Der Marktfundamentalismus ist gescheitert und „Plünderung“ kein tragfähiges Geschäftsmodell. Ulm.
- RADERMACHER, F. J. / HERLYN, E. L. A. (2011): Ökosoziale Marktwirtschaft. Ideen, Bezüge, Perspektiven. FAW/n Report. Ulm.
- TOURCERT (Hrsg.) (2012): Zertifizierte Unternehmen. URL: <http://www.tourcert.org/index.php?id=zertifizierte-unternehmen1> (25.01.2012).

Anhang

Übersicht über die in die Evaluierung einbezogenen Indikatoren und Aspekte

Tab. 3: Indikatorengruppen AA und EC aufgeteilt nach Aspekten und Indikatoren

AA Allgemeine Angaben (Profile)		EC Ökonomie (Economic)	
Aspekte	Indikatoren	Aspekte	Indikatoren
Strategie und Analyse	1.1, 1.2	Wirtschaftliche Leistung	EC1, EC2, EC3, EC4
Organisationsprofil	2.1 - 2.10	Marktpräsenz	EC5, EC6, EC7
Berichtsprofil	3.1 - 3.4	Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen	EC8, EC9
Berichtsumfang und -grenzen	3.5 - 3.8, 3.9, 3.10, 3.11		
GRI Content Index	3.12		
Bestätigung	3.13		
Corporate Governance	4.1 - 4.4, 4.5 - 4.10		
Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen	4.11 - 4.13		
Einbeziehung von Stakeholdern	4.14, 4.15, 4.16, 4.17		

Quelle: Eigene Darstellung, nach GRI 2006:20ff.

Tab. 4: Indikatorengruppen EN und LA aufgeteilt nach Aspekten und Indikatoren

EN Ökologie (Environmental)		LA Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung (Labor Practices and Decent Work Performance)	
Aspekte	Indikatoren	Aspekte	Indikatoren
Materialien	EN1, EN2	Beschäftigung	LA1, LA2, LA3
Energie	EN3, EN4, EN5, EN6, EN7	Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	LA4, LA5
Wasser	EN8, EN9, EN10	Arbeitsschutz	LA6, LA7, LA8, LA9
Biodiversität	EN11, EN12, EN13, EN14, EN15	Aus- und Weiterbildung	LA10, LA11, LA12
Emissionen, Abwasser und Abfall	EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN24, EN25	Vielfalt und Chancengleichheit	LA13, LA14
Produkte und Dienstleistungen	EN26, EN27		
Einhaltung von Rechtsvorschriften	EN28		
Transport	EN29		
Insgesamt	EN30		

Quelle: Eigene Darstellung, nach GRI 2006:28ff.

Tab. 5: Indikatorengruppen HR, SO und PR aufgeteilt nach Aspekten und Indikatoren

HR Menschenrechte (Human Rights)		SO Gesellschaft (Society)		PR Produktverantwortung (Product Responsibility)	
Aspekte	Indikatoren	Aspekte	Indikatoren	Aspekte	Indikatoren
Investitions- und Beschaffungspraktiken	HR1, HR2, HR3	Gemeinwesen	SO1	Kundengesundheit und -sicherheit	PR1, PR2
Gleichbehandlung	HR4	Korruption	SO2, SO3, SO4	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	PR3, PR4, PR5
Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	HR5	Politik	SO5, SO6	Werbung	PR6, PR7
Kinderarbeit	HR6	Wettbewerbswidriges Verhalten	SO7	Schutz der Kundendaten	PR8
Zwangs- und Pflichtarbeit	HR7	Einhaltung der Gesetze	SO8	Einhaltung von Gesetzesvorschriften	PR9
Sicherheitspraktiken	HR8				
Rechte der Ureinwohner	HR9				

Quelle: Eigene Darstellung, nach GRI 2006:33ff.

Beispiele für die Bestimmung der Qualität der Informationen und Punktevergabe

Tab. 6: Beispiele für die Bestimmung der Qualität der Informationen

Indikator	Geringfügig erfüllt 1 Punkt	Teilweise erfüllt 2 Punkte	Vollständig erfüllt 3 Punkte
EC9: Verständnis und Beschreibung der Art und des Umfangs wesentlicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	allgemeine Aussagen ohne konkrete Nennung der von GRI vorgegeben Vorgaben	wie bei ‚3 Punkte‘, aber nur teilweise beantwortet und / oder nicht nach vorgegebenen Kategorien	- Maßnahmen, um die indirekten wirtschaftlichen Auswirkungen der Organisation auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene zu verstehen - Beispiele indirekter (positiver und negativer) wirtschaftlicher Auswirkungen - Bedeutung der Auswirkungen im Zusammenhang mit externen Benchmarks und Stakeholder-Prioritäten, wie z. B. nationale oder internationale Standards, Protokolle und politische Strategien
EN16: Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht	allgemeine Aussagen zu direkten Treibhausgasemissionen ohne quantitative Angaben	wie ‚3 Punkte‘, aber keine qualitativen Angaben zu den Grundlagen der Berechnung	- Angabe des verwendeten Standards und der für die Daten relevanten Methodik unter Bezugnahme auf die folgenden Aspekte: Direkte Messung, Berechnung basierend auf standortspezifischen Daten, Berechnung auf der Grundlage von vorgegebenen Werten, Schätzungen. Falls Schätzwerte zugrunde gelegt werden, weil keine vorgegebenen Werte zur Verfügung stehen, Angabe, von welchen Grundannahmen ausgegangen wird - Treibhausgasemissionen als Summe der direkten und indirekten Emissionen, in Tonnen CO ₂ -Äquivalent

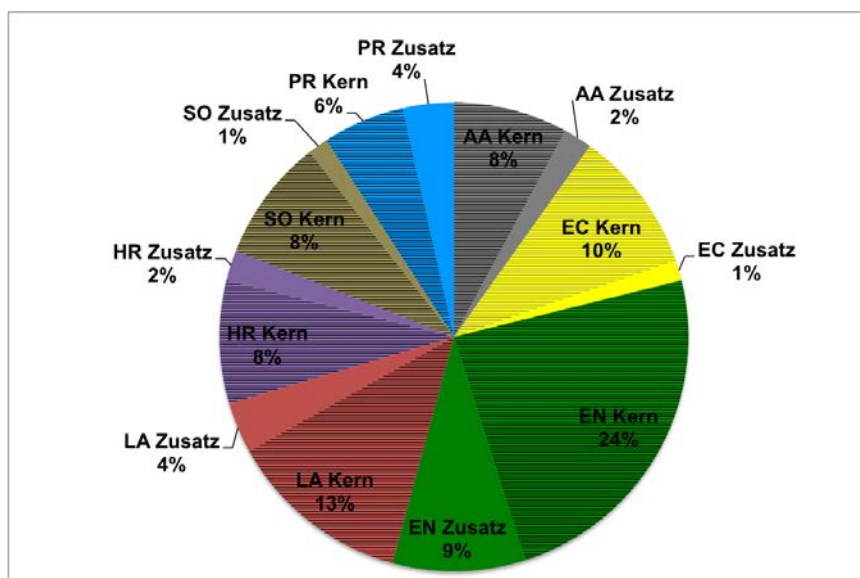
Quelle: Eigene Darstellung, nach GRI:2012.

Gewichtung beim Gesamtscoreing

- Jeder Kernindikator ist zweimal so stark gewichtet wie jeder Zusatzindikator
- Alle Indikatoren aus den sechs Indikatorengruppen (EC, EN, LA, HR, SO, PR) werden fünffach gegenüber denen aus den Allgemeinen Angaben gewichtet
- Grund: Abschwächung der Bedeutung der Allgemeinen Angaben, da sie 43 Einzelindikatoren umfassen und bei normaler Gewichtung ein unverhältnismäßig starkes Gewicht beim Gesamtscore erhalten würde

Abb. 7 zeigt den Einfluss der Indikatorengruppen unter Aufteilung auf Kern- und Zusatzindikatoren auf das Gesamtscoreing.

Abb. 7: Gewichtung der Indikatorengruppen im Gesamtscoreing



Quelle: Eigene Erhebung und Darstellung

Tab. 7: Liste der untersuchten Nachhaltigkeitsberichte (alphabetisch geordnet)

Unternehmen/Organisation	Branche	Land	Größe	Jahr des Berichts	Standards	GRI-Anwendungsebene	Platzierung unter den Besten Berichten
4flow AG	Information und Kommunikation	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
A.C.A. Riegelsberger	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	kleinst	2011	UNGC		
A.R.Peissig-Dolder	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	klein	2010	GRI	k.A.	unter 20% Besten
ACCEPT-Reisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
ADDINOL Lube Oil GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
AE Abenteuer und Exotik Begegnungsreisen GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2010	CSR-Tourism		unter 40% Besten
AGR Austria Glas Recycling	Abfallentsorgung	Österreich	mittel	2011	GRI	A+	unter 10% Besten
América Andina GmbH & Co KG	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		unter 40% Besten
AMPEG GmbH	Information und Kommunikation	Deutschland	klein	2010	UNGC		
Atambo TOURS	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
Avanti Busreisen Hans-Peter Christoph KG	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2010	CSR-Tourism		
avenTOURa	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2011	CSR-Tourism		unter 30% Besten
Aytour	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Bergführung - Die Alpinsportschule	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
Biketeam Radreisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
BIMECO Garnhandel	Textilien / Bekleidung	Deutschland	mittel	2011	GRI	C	unter 30% Besten
Bio Lutz	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	klein	2010	GRI	C	unter 20% Besten
Bio Schober	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	kleinst	2010	GRI	B	unter 10% Besten
BioMöbel Genske GmbH	Handel	Deutschland	klein	2011	keiner		unter 30% Besten
biss-Reisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Boll und Partner Software GmbH	Information und Kommunikation	Deutschland	kleinst	2011	UNGC		
Bomatec AG/Bomatec Automotive AG	Verarbeitendes Gewerbe	Schweiz	klein	2010	keiner		
BONUS Vorsorgekasse AG	Finanzdienstleistungen	Österreich	mittel	2011	GRI+UNGC	C+	unter 30% Besten
Boschenhof KG	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	kleinst	2011	anderer		
Brauerei Murau	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	mittel	2011	GRI	A+	unter 10% Besten
Business Keeper AG	Information und Kommunikation	Deutschland	klein	2011	UNGC		
china by bike	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Cilentano - Natürlich Süditalien	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Citron SA	Abfallentsorgung	Schweiz	mittel	2010	keiner		
CIWI GmbH	Information und Kommunikation	Deutschland	kleinst	2011	GRI+UNGC	k.A.	
Compware Medical GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	klein	2010	UNGC		
Contrastravel	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
CPT AG	Handel	Schweiz	klein	2011	UNGC		unter 40% Besten
CUBE Engineering GmbH	Energie	Deutschland	mittel	2010	UNGC		
Daktari Travel GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
DANY Bienenwohl GmbH	Handel	Deutschland	kleinst	2010	UNGC		
Die Hoflieferanten	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	klein	2010	GRI	B	unter 30% Besten
Die Ökoprofis Breitenfelder	Baugewerbe	Österreich	kleinst	2010	GRI	C	unter 20% Besten
Druckerei Finke	Druck / Medien	Deutschland	klein	2011	UNGC		
Druckerei Janetschek	Druck / Medien	Österreich	klein	2010	GRI	A+	unter 10% Besten
Druckhaus Berlin Mitte	Druck / Medien	Deutschland	mittel	2011	GRI teilweise	k.A.	unter 20% Besten
Elektrizitätswerk des Bezirks Schwyz AG	Energie	Schweiz	mittel	2011	keiner		unter 50% Besten
ELIXIM	Dienstleistungen (kommerziell)	Schweiz	mittel	2011	UNGC		
EPOS Health Management	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	mittel	2010	UNGC		
Erste Raabser Walzühle M. Dyk	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	klein	2010	keiner		unter 40% Besten
Ethos Advisors	Finanzdienstleistungen	Deutschland	klein	2011	GRI	C	
Eumedics	Handel	Österreich	klein	2010	GRI	C	unter 20% Besten
EWO	Energie	Schweiz	mittel	2011	GRI	C	unter 30% Besten
fab4minds	Information und Kommunikation	Österreich	klein	2010	GRI	C	unter 20% Besten
FAI rent-a-jet AG	Verkehr / Transport	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
France Ecotours	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
Geographische ReiseGesellschaft	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		
Geotoura GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Gfrrer Isolierwerk Gesellschaft mbH	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	mittel	2010	keiner		
Grünplan	Baugewerbe	Österreich	kleinst	2010	GRI	A	unter 10% Besten
gugler	Druck / Medien	Österreich	mittel	2010	GRI	B+	unter 10% Besten
Habegger AG	Druck / Medien	Schweiz	mittel	2010	UNGC		
HAKRO GmbH	Handel	Deutschland	mittel	2010	UNGC		
Hase Lederfabrik GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	mittel	2011	GRI+UNGC	k.A.	unter 20% Besten
Hauska & Partner Group GmbH	Dienstleistungen (kommerziell)	Österreich	klein	2010	GRI+UNGC	B+	unter 30% Besten
Helog Lufttransport KG	Verkehr / Transport	Deutschland	mittel	2010	GRI+UNGC	k.A.	
Hotel Concorde Berlin/ Concorde Deutschland GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
Hotel de la Paix	Tourismus / Freizeit	Schweiz	mittel	2011	UNGC		
HTL Wien Donaustadt	Bildung	Österreich	mittel	2011	GRI	C	
Hunziker Partner	Baugewerbe	Schweiz	mittel	2010	GRI	k.A.	unter 30% Besten
ICG Infora GmbH	Dienstleistungen (kommerziell)	Österreich	klein	2011	GRI	C	unter 10% Besten
IFOK	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
Iglu Dorf	Tourismus / Freizeit	Schweiz	mittel	2010	GRI	C	unter 40% Besten
ikp PR & Lobbying	Druck / Medien	Österreich	klein	2010	UNGC		
IMC Information Multimedia Communication AG	Information und Kommunikation	Deutschland	mittel	2010	UNGC		
INFORMATION WORKS	Information und Kommunikation	Deutschland	klein	2010	UNGC		
Ing. Franz Leitner	Baugewerbe	Österreich	klein	2010	GRI	C+	unter 30% Besten
Insight Reisen	Tourismus / Freizeit	Schweiz	kleinst	2011	CSR-Tourism		
IT Management & Coaching (IMC)	Information und Kommunikation	Österreich	kleinst	2010	GRI	C	
Kandinsky Gruppe	Handel	Deutschland	klein	2011	UNGC		
Knecht&Müller	Verarbeitendes Gewerbe	Schweiz	mittel	2010	GRI	B	unter 10% Besten
Kolibri	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
KOMUNITAS OG	Druck / Medien	Österreich	klein	2011	keiner		
Kümmel & Co. GmbH	Handel	Deutschland	klein	2010	UNGC		
Laade Gartenreisen GbR	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 40% Besten

Unternehmen/Organisation	Branche	Land	Größe	Jahr des Berichts	Standards	GRI-Anwendungsebene	Platzierung unter den Besten Berichten
Landesinnung der NÖ Rauchfangkehrer	Dienstleistungen (kommerziell)	Österreich	mittel	2011	GRI	B+	unter 20% Besten
lernen und helfen sprachreisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Lupe Reisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
m:con – mannheim:congress GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	mittel	2010	UNGC		
Macondo	Druck / Medien	Deutschland	klein	2010	UNGC		
Märkisches Landbrot GmbH	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	klein	2011	GRI	A	unter 10% Besten
Memo AG	Handel	Deutschland	mittel	2011	keiner		unter 20% Besten
MEN Mikro Elektronik GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
Menu and More AG	Nahrungsmittel / Getränke	Schweiz	mittel	2011	GRI	C	unter 10% Besten
Michael Singraber Café Maria Theresia	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	kleinst	2011	GRI	k.A.	unter 40% Besten
Mona Naturprodukte GmbH	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	mittel	2010	UNGC		
MSM Group AG	Dienstleistungen (kommerziell)	Schweiz	klein	2011	UNGC		
MVV decon GmbH	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	mittel	2010	UNGC		
Natours Reisen GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		
Naturfreunde Internationale und respect	Dienstleistungen (Non-Profit)	Österreich	klein	2010	GRI	C	unter 30% Besten
Neosys AG	Dienstleistungen (kommerziell)	Schweiz	klein	2010	GRI+UNGC	C	unter 20% Besten
NEUE WEGE Seminare & Reisen GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Neumarkter Lammsbräu	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	mittel	2011	keiner		unter 20% Besten
Noba Verbandmittel Danz GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Handel	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
NORIS Feuerschutzgeräte GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	mittel	2011	GRI	B	unter 20% Besten
oekostrom AG	Energie	Österreich	mittel	2011	GRI	A	unter 10% Besten
One World Reisen mit Sinnen Pardon Heider OHG	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
ORYXGREEN Warenhandels & Marketing GmbH	Handel	Deutschland	klein	2011	UNGC		
ORYXRED Warenhandels & Marketing GmbH	Handel	Deutschland	klein	2011	UNGC		
PACE	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	mittel	2010	GRI	A	unter 10% Besten
PARTICIP GmbH	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	mittel	2011	GRI+UNGC	k.A.	
PCS Systemtechnik GmbH	Information und Kommunikation	Deutschland	mittel	2010	keiner		
PE International GmbH	Information und Kommunikation	Deutschland	mittel	2011	GRI+UNGC	C	unter 50% Besten
Primo Espresso GmbH	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
Pro mente Wien, Gesellschaft für psychische und soziale Gesundheit	Dienstleistungen (Non-Profit)	Österreich	mittel	2010	keiner		
PRVA (Public Relations Verband Austria)	Dienstleistungen (Non-Profit)	Österreich	kleinst	2010	GRI	C	unter 40% Besten
Qualifizierungsförderwerk Chemie GmbH QFC	Bildung	Deutschland	mittel	2011	GRI+UNGC	k.A.	unter 40% Besten
Reederei Riedel GmbH	Verkehr / Transport	Deutschland	mittel	2010	GRI	C	unter 40% Besten
Regionalmanagement Oberösterreich GmbH	Dienstleistungen (Non-Profit)	Österreich	klein	2010	GRI	A	unter 10% Besten
Reise Service Imagine GmbH	Tourismus / Freizeit	Schweiz	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Remei AG	Textilien / Bekleidung	Schweiz	mittel	2011	keiner		unter 40% Besten
RIESS KELOmat GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	mittel	2010	keiner		unter 30% Besten
Rollenbau GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	klein	2010	UNGC		
Römerquelle GmbH	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	mittel	2011	keiner		
Rudolf Brokamp GmbH & Co. KG	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	klein	2011	UNGC		
SAPIO Kulinarische Entdeckungsreisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
Schrenk	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	mittel	2010	GRI	B	unter 20% Besten
Sea Breeze Travel GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		unter 50% Besten
software-systems.at	Information und Kommunikation	Österreich	klein	2011	UNGC		
Solecu Tours	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
Sonnentor Kräuterhandels GesmbH	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	mittel	2011	anderer		unter 30% Besten
SpaceNet AG	Information und Kommunikation	Deutschland	mittel	2010	keiner		
Sport-Thieme GmbH	Handel	Deutschland	mittel	2010	GRI	C	unter 20% Besten
spreescouts	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
Stadtholding Landau in der Pfalz GmbH	Dienstleistungen (Non-Profit)	Deutschland	klein	2011	keiner		
Steinschaler	Tourismus / Freizeit	Österreich	klein	2010	GRI	C	unter 30% Besten
Stöcklin Logistik Service	Verkehr / Transport	Österreich	klein	2010	GRI	B	unter 40% Besten
stone4you	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	klein	2010	GRI	C	unter 40% Besten
Switcher	Textilien / Bekleidung	Schweiz	mittel	2010	GRI	C	unter 20% Besten
Teak Holz International AG	Verarbeitendes Gewerbe	Österreich	mittel	2010	UNGC		
Team Reisen AG	Tourismus / Freizeit	Schweiz	klein	2010	CSR-Tourism		
Theodor Wille Intertrade (TWI)	Dienstleistungen (kommerziell)	Schweiz	mittel	2011	UNGC		
Thonet GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	mittel	2010	anderer		
TIMA International GMBH	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	klein	2011	UNGC		
Tour Exquisit	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		
Transilvania aktiv- und kulturreisen	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2010	CSR-Tourism		
Travel & Personality	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		
triple innova	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	kleinst	2010	GRI	B	unter 10% Besten
united communications GmbH	Dienstleistungen (kommerziell)	Deutschland	klein	2010	GRI	B	unter 10% Besten
Ursula Rieder	Dienstleistungen (kommerziell)	Österreich	kleinst	2010	GRI	A+	unter 10% Besten
Venter Tours GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		
via verde	Tourismus / Freizeit	Deutschland	kleinst	2011	CSR-Tourism		
viventura GmbH	Tourismus / Freizeit	Deutschland	klein	2011	CSR-Tourism		unter 50% Besten
VMP	Finanzdienstleistungen	Österreich	kleinst	2010	GRI	C	unter 30% Besten
Voelkel	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	mittel	2011	GRI teilweise	k.A.	unter 40% Besten
Weingut Grünewald & Schnell	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	kleinst	2010	anderer		
Weingut Herzinger	Nahrungsmittel / Getränke	Österreich	kleinst	2011	GRI	C	unter 30% Besten
Weingut Jakob Neumer OHG	Nahrungsmittel / Getränke	Deutschland	kleinst	2011	anderer		unter 40% Besten
Weltweitwandern GmbH	Tourismus / Freizeit	Österreich	klein	2011	CSR-Tourism		unter 40% Besten
Wenzel Elektronik GmbH	Verarbeitendes Gewerbe	Deutschland	mittel	2011	UNGC		
Wisekey S.A.	Information und Kommunikation	Schweiz	mittel	2011	UNGC		
wokatsch felber	Finanzdienstleistungen	Österreich	kleinst	2010	GRI	C	unter 20% Besten
x-act Ltd.	Druck / Medien	Schweiz	klein	2011	UNGC		