Ethical Reporting

Mag. Barbara Coudenhove-Kalergi, M.A.

(c) Center for Responsible Management, 2013

Nachhaltigkeitsberichte (CSR-Berichte) aus ethischer Sicht

„Ein CSR-Bericht ist nicht glaubwürdiger als die Glaubwürdigkeit, die sich ein Unternehmen in der Realität erarbeitet hat."

Prof. Dr. Andreas Troge,

Präsident des deutschen Umweltbundesamtes,

beim Forum EnviComm , 24.4.2007

(c) Center for Responsible Management, 2013

Nicht nur der Inhalt zählt…

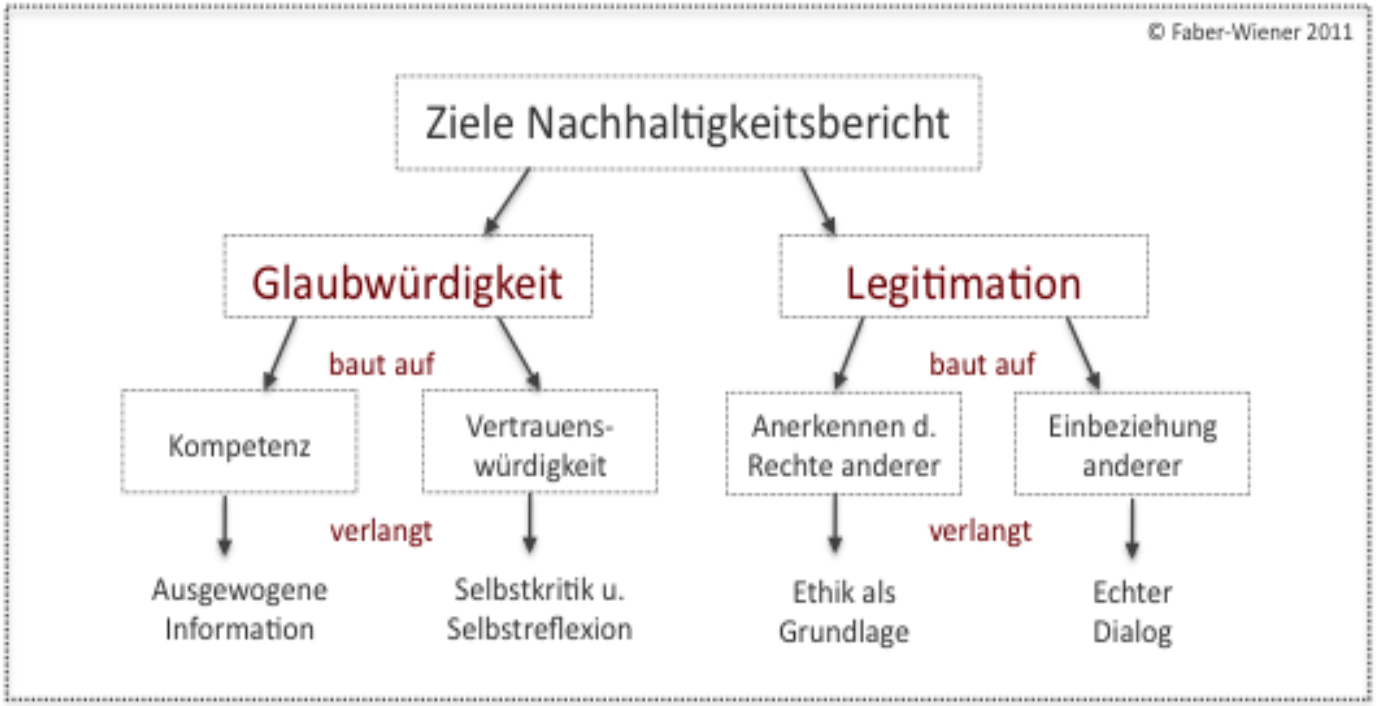
- Nachhaltigkeitsberichte sind ein Spiegel der CSR- (bzw. Nachhaltigkeits-)Strategie eines Unternehmens.
- Mindestens so wichtig wie der Inhalt ist das WIE, d.h. nicht die äußere Form sondern der inhaltliche Stil und Zugang zum Thema.
- Daher hat das Center for Responsible Management die Ethical Reporting Principles entwickelt

  – sind eine Ergänzung zu GRI, kein Ersatz!

  (werden gemeinsam angeboten und umgesetzt)

(c) Center for Responsible Management, 2013

...daher auch bei Nachhaltigkeitsberichten: Prinzipien von Responsible Communication



(c) Center for Responsible Management, 2013

Das Ergebnis: Ethical Reporting Principles

(c) Center for Responsible Management, 2012,
wurden bereits gemeinsam mit GRI angewendet und umgesetzt

Glaubwürdige und legitimierte Nachhaltigkeitsberichte müssen folgende vier Säulen integrieren:

1. Einbringen der gesellschaftlichen Sicht = ausgewogene Informationen
2. Bereitschaft zur Selbstkritik (Schwachstellen klar benennen) = Selbstkritik und Selbstreflexion
3. Ethik als Basis für Denken und Handeln = Rechte anderer beachten
4. Diskursorientierung = echter Dialog

(c) Center for Responsible Management, 2013

Die Ethical Reporting Principles in Kürze

Voraussetzungen	Mögliche Maßnahmen und Elemente im Bericht (Beispiele)
Ausgewogene Information	Ansprechen der großen Herausforderungen von außen Statements von Stakeholdern (nicht editiert)
Selbstkritik und Selbstreflexion	Selbstkritisches Editorial Zeitleiste der Herausforderungen
Ethik als Grundlage	Ansprechen der wichtigsten Problembereiche und Dilemmata Skizzierung, wie damit umgegangen wird Darstellung der Wertschöpfungskette, Lieferkette etc. Ehrlichkeit
Echter Dialog	Clusterung der Hauptthemen nach Stakeholdern Einbringen der Stakeholder-Meinungen und –Zitate Berücksichtigung der Stakeholder-Anliegen Weiterführung mit interaktiven Dialogelementen (z.B. Social Media)

(c) Center for Responsible Management, 2013

Ethical Reporting Principles korrelieren mit Internationalen Entwicklungen

Enforcement-Strategien

- Verantwortungsvolles Wirtschaften wird zunehmend zum Gradmesser für den Erfolg von Unternehmen (z. B. public procurement auf EU-level - Zurückweisung von Unternehmen bei EU- Aufträgen).
  - Stakeholder fordern die Auseinandersetzung mit wesentlichen Themen im NH-Bericht
  - Investoren wollen Kernprobleme/-Risiken wiederfinden (Materiality, Issue Management)
  - Unternehmen wollen Sektor-Benchmarks (Materiality Frameworks)
  - Mitarbeiter wünschen sich die Darstellung lokaler Relevanz, Nachhaltigkeit als Teil der Marke

(c) Center for Responsible Management, 2013

Internationale Entwicklungen II

- **Verschränkung Print-Online**

  Überblick im Bericht (Hard Copy) und Detailinformationen im Web
  → Leser erwarten zeitnahe Transparenz von Unternehmen

- **„Supply Chain Ripple Effect“**
  Anforderungen von Kunden an Zulieferer steigen. Sie fordern nachhaltiges Wirtschaften und Transparenz ein.

(c) Center for Responsible Management, 2013

Internationale Entwicklungen – 2 Meilensteine

April 2013: zwei wichtige Meilensteine zum Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung (Quelle: Christina Jasch, EY)

1. **EU-Modernisierungsrichtlinie:** Veröffentlichung des Entwurfs zur Änderung der 4. EU-RL (Proposal for a Directive on the disclosure of non-financial information)

2. **Von GRI 3 zu GRI 4:** Präsentation des Consultation Draft für das International Integrated Reporting Framework vom International Integrated Reporting Committee (IIRC)

(c) Center for Responsible Management, 2013

Ad 1. EU-Modernisierungsrichtlinie I

- Große Kapitalgesellschaften müssen gemäß § 243 RLG bereits seit dem Wirtschaftsjahr 2005 im Lagebericht auch über wesentliche finanzielle und nicht-finanzielle Leistungsindikatoren berichten (Informationen über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange explizit angeführt) →

- Die Erläuterungen zum RLG § 243 HGB führen aus, dass die Information im Lagebericht nicht auf die finanziellen Aspekte des Geschäfts des Unternehmens zu beschränken ist, sondern auch eine Analyse der ökologischen und sozialen Aspekte zu enthalten hat, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Unternehmens erforderlich sind. (Quelle: Christina Jasch, EY)

(c) Center for Responsible Management, 2013

Ad 1. EU-Modernisierungsrichtlinie II

Diese Anforderungen wurde nun konkretisiert:

- Ab 500 Mitarbeiter sollen Unternehmen ihre Umweltpolitik, Risikoanalyse und Umweltauswirkungen, gesellschaftliche u.mitarbeiterbezogene Aspekte, Achtung der Menschenrechte, Antikorruption, Bestechung, u.Kriterien für Vielfalt im Aufsichtsrat offenlegen.
- Die wesentlichen umwelt- u. gesellschaftsbezogenen Daten sind im Lagebericht zu veröffentlichen od. zu erklären, warum bestimmte Aspekte nicht wesentlich sind.
- Die Analyse, welche Aspekte wesentlich sind, ist notwendige Voraussetzung!
- Referenz auf bekannte internationale/EU/nationale Berichts-/Managementstandards (GRI, IIRC, ISO 26000).
- befreiende Wirkung im Falle gesonderter Berichterstattung nach obigen Standards.
- Inkrafttreten wahrscheinlich ab Bericht 2017. (Quelle: Christina Jasch, EY)

(c) Center for Responsible Management, 2013

Ad 2. Die GRI G4: Die Prinzipien

Prozessorientiert

1. Inhalt
   - Wesentlichkeit
   - Vollständigkeit
   - Einbeziehung von Stakeholdern
   - Nachhaltigkeitskontext
2. Qualität
   - Genauigkeit
   - Aktualität
   - Vergleichbarkeit
   - Zuverlässigkeit
   - Ausgewogenheit

(c) Center for Responsible Management, 2013

Vergleich:
Ethical Reporting Principles & G4 Principles

Responsible Communication Principles	Ethical Reporting Principles © Center for Responsible Management	G4 Principles
Einbringen der gesellschaftlichen Sicht	Ausgewogene Information	Ausgewogenheit, Qualität (d. Daten)
Bereitschaft zur Selbstkritik	Selbstkritik und Selbstreflexion	Ausgewogenheit, Wesentlichkeit
Ethik als Basis	Ethik als Basis für Denken u. Handeln (Beachtung der Rechte anderer)	Nachhaltigkeitskontext, Wesentlichkeit
Diskursorientierung	Echter Dialog	Einbeziehung von Stakeholdern
ZIEL	**Kommunikationsorientierung für Legitimation und Glaubwürdigkeit**	**Prozessorientierung und Qualitätssicherung**

(c) Center for Responsible Management, 2013

Die GRI G4: Neue Inhalte

1. General Standard Disclosures (MUSS für alle, die berichten)
   - Identified Material Aspects and Boundaries (Prozess und Ergebnis Wesentlichkeitsanalyse)
   - Governance (stark erweitert für Level Comprehensive, Fokus auf Verantwortung/Einbindung des höchsten Führungsgremiums)
   - Ethics & Integrity (Werte, Prinzipien, Code of Conduct, Ethikinstrumente)

2. Specific Standard Disclosures
   - Wesentlichkeit
   - Auslassungen
     - → Werden bestimmte erforderliche Informationen nicht offengelegt, sollte der NHB anzeigen, welche Infos ausgelassen wurden und erklären warum.
   - Lieferkette (Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Impacts
   - Korruptionsbekämpfung

(c) Center for Responsible Management, 2013

Die GRI G4: Entwicklung hin zur Business Ethik - Fokus Wesentlichkeit

- Prozess der Wesentlichkeitsbestimmung muss transparent dargelegt werden und die Basis für die Berichtsinhalte bieten
- Detaillierte Erklärung zum Prozess der Bestimmung der wesentlichen Aspekte gefordert (nicht nur WIE sondern auch WARUM)
- NICHT von den Indikatoren ausgehen (wie bei G3) sondern vom Wesentlichkeitsprozess!
- Erklärung zu Chancen und Risiken in Bezug auf die NH-Themen
- Stakeholder-Engagement Prozess als Basis
- Qualität des G4 Reports stark abhängig von der Qualität/Robustheit des Wesentlichkeitsprozesses (Wie wird die wesentlichen Themen für das Unternehmen und für/mit Stakeholdern definiert?)

(c) Center for Responsible Management, 2013

Material Issues – nach G4

TABLE 1: CATEGORIES AND ASPECTS IN THE GUIDELINES

Category	Economic	Environmental
Aspects [III]	• Economic Performance • Market Presence • Indirect Economic Impacts • Procurement Practices	• Materials • Energy • Water • Biodiversity • Emissions • Effluents and Waste • Products and Services • Compliance • Transport • Overall • Supplier Environmental Assessment • Environmental Grievance Mechanisms

Category	Social			
Sub-Categories	Labor Practices and Decent Work	Human Rights	Society	Product Responsibility
Aspects [III]	• Employment • Labor/Management Relations • Occupational Health and Safety • Training and Education • Diversity and Equal Opportunity • Equal Remuneration for Women and Men • Supplier Assessment for Labor Practices • Labor Practices Grievance Mechanisms	• Investment • Non-discrimination • Freedom of Association and Collective Bargaining • Child Labor • Forced or Compulsory Labor • Security Practices • Indigenous Rights • Assessment • Supplier Human Rights Assessment • Human Rights Grievance Mechanisms	• Local Communities • Anti-corruption • Public Policy • Anti-competitive Behavior • Compliance • Supplier Assessment for Impacts on Society • Grievance Mechanisms for Impacts on Society	• Customer Health and Safety • Product and Service Labeling • Marketing Communications • Customer Privacy • Compliance

(c) Center for Responsible Management, 2015

Material Issues – Anhaltspunkte nach SASB

1
- Climate change risks
- Environmental accidents and remediation
- Water use and management
- Energy management
- Fuel management and transportation
- GHG emissions and air pollution
- Waste management and effluents
- Biodiversity impacts

2
- Communications and engagement
- Community development
- Impact from facilities
- Customer satisfaction
- Customer health and safety
- Disclosure and labeling
- Marketing and ethical advertising
- Access to services
- Customer privacy
- New markets

3
- Diversity and equal opportunity
- Training and development
- Recruitment and retention
- Compensation and benefits
- Labor relations and union practices
- Employee health, safety and wellness
- Child and forced labor

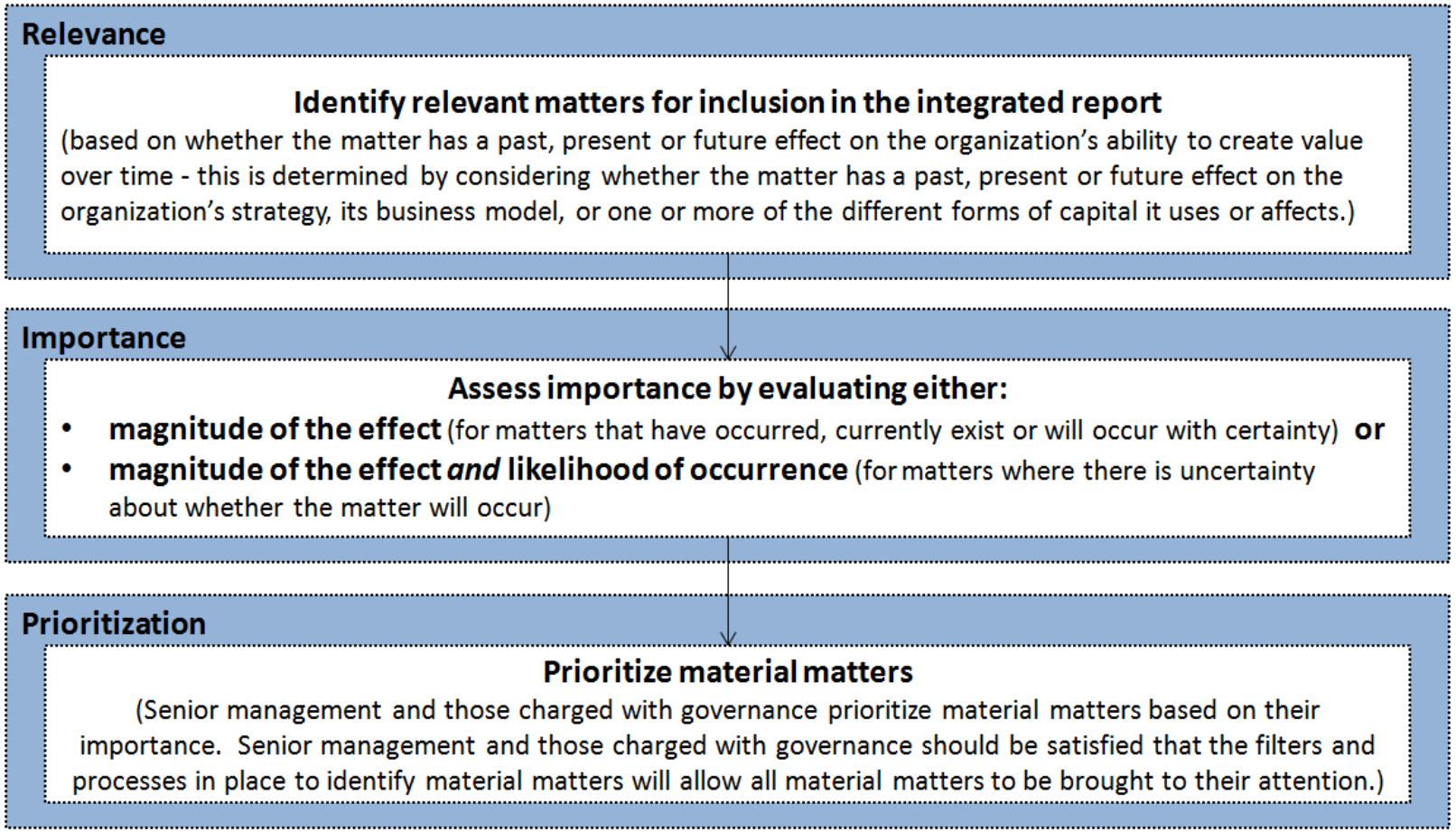
4
- Long term viability of core business
- Accounting for externalities
- Research, development and innovation
- Product societal value
- Product life cycle use impact
- Packaging
- Product pricing
- Product quality and safety

5
- Regulatory and legal challenges
- Policies, standards, codes of conduct
- Business ethics and competitive behavior
- Shareholder engagement
- Board structure and independence
- Executive compensation
- Lobbying and political contributions
- Raw material demand
- Supply chain standards and selection
- Supply chain engagement & transparency

Source: http://www.sasb.org/materiality/determining-materiality/

(c) Center for Responsible Management, 2013

Material Issues – Anhaltspunkte nach IIRC



Source: International <IR> Framework Consultation Draft
http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/02/WG-20130212-ITEM-4-FRAMEWORK-2-CONSULTATION-DRAFT-1.pdf

(c) Center for Responsible Management, 2013

GRI 4 – was spricht dagegen?

„G4 places a much greater burden of choice, responsibility and ownership on reporting companies“

Elaine Cohen

- G4 bedeutet Einarbeitung und Umstellung, d.h. „neues Mindset“
- G4 bedeutet Strategie!
- G4 bedeutet Hinterfragen des bisherigen Ansatzes und Motivation (d.h. kein Tick the Box, weg von „Checklisten-CSR“)
- G4 verlangt mehr Commitment und Involvement

(c) Center for Responsible Management, 2013

GRI 4 – was spricht dafür?

- G3 läuft aus, in 2 Jahren wird nur mehr G4 akzeptiert!
- First Mover Vorteil, Early Adopter Vorteil
- Breite internationale Zustimmung zum neuen Reporting Standard, wird sich rasch durchsetzen; „G4 ist die Zukunft“
- EEffizienz: G4 Mindset jetzt zulegen – Chance, neu zu starten!

(c) Center for Responsible Management, 2013

Kontakt

Center for Responsible Management

Ethik- und Wertemanagement | Dilemmata Management

Responsible Communication | Credibility Management

Gabriele Faber-Wiener
g.faber-wiener@responsible-management.at

Barbara Coudenhove-Kalergi
b.coudenhove-kalergi@responsible-management.at

(c) Center for Responsible Management, 2013