

**Hochschule für angewandte Wissenschaften
Würzburg-Schweinfurt**

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Studiengang
Betriebswirtschaftslehre

Thema

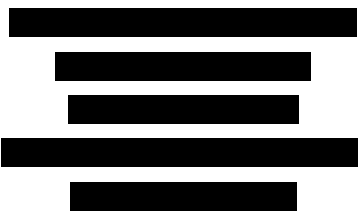
Soziale Nachhaltigkeit – Bewertung und interkontinentaler Vergleich ausgewählter
Automobilhersteller anhand ihrer Social Ratings der oekom research AG

Zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts (BA)

Vorgelegt von:

Markus Gerstner



Bei:

Prof. Dr. Harald J. Bolsinger

Fachbereich Volkswirtschaftslehre/Wirtschaftsethik

Sommersemester 2015

Würzburg am Dienstag, 21. Juli 2015

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
Anhangsverzeichnis.....	VII
Management Summary	VIII
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Forschungsfrage	1
1.2 Methodik und Aufbau.....	2
2. Nachhaltigkeit und ihr Einfluss auf Unternehmen.....	4
2.1 Definition und geschichtliche Entwicklung des nachhaltigen Leitbildes	4
2.2 Dimensionen der Nachhaltigkeit	6
2.3 Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext	7
2.3.1 Nachhaltigkeitsberichterstattung und Initiativen.....	8
2.3.1.1 Berichterstattungsrahmen der Global Reporting Initiative.....	9
2.3.1.2 Deutscher Nachhaltigkeitskodex des Rats für Nachhaltige Entwicklung	12
2.3.2 Nachhaltige Investments	13
2.3.2.1 Nachhaltigkeitsratings am Beispiel des Corporate Ratings der oekom research AG.....	15
2.3.2.2 Nachhaltige Aktienindizes.....	17
2.4 Soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen	18
3. Umsetzung und Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen.....	19
3.1 Ausgewählte internationale Standards und Richtlinien zur Umsetzung sozialer Nachhaltigkeit.....	19
3.1.1 Kernarbeitsnormen und wichtige Erklärungen der Internationalen Arbeitsorganisation	20
3.1.2 Die Prinzipien des United Nations Global Compact.....	21
3.1.3 OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen	23
3.2 Soziale Leistungsindikatoren der Global Reporting Initiative	24
3.3 Das Social Rating der oekom research AG	27
3.3.1 Mitarbeiter.....	27

3.3.2	Lieferanten.....	28
3.3.3	Gesellschaft.....	29
3.3.4	Corporate Governance	29
3.3.5	Wirtschaftsethik	30
4.	Vergleich der Social Ratings ausgewählter Automobilhersteller	31
4.1	Vorstellung der Branche und aktuelle Entwicklungen	31
4.2	Vorstellung und Auswahl der Unternehmen.....	33
4.3	Gegenüberstellung und Bewertung der Social Ratings von BMW, Ford und Toyota.....	34
4.3.1	Mitarbeiter	35
4.3.2	Lieferanten.....	41
4.3.3	Gesellschaft.....	45
4.3.4	Corporate Governance	47
4.3.5	Wirtschaftsethik	49
4.4	Zusammenfassende Ergebnisse	51
5.	Fazit	55
	Anhang	58
	Quellenverzeichnis.....	92
	Erklärung.....	98

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit	6
Abbildung 2: GRI Berichterstattungsgrundsätze	9
Abbildung 3: Ausschnitt GRI Index	11
Abbildung 4: DNK - Vier Bereiche mit 20 Kriterien	12
Abbildung 5: Bereiche der sozialen und ökologischen Kriterien	15
Abbildung 6: Zehn Prinzipien des Global Compacts in vier Themenbereichen	22
Abbildung 7: Positionen der Unternehmen innerhalb der analysierten Kategorie	52

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Exemplarische Auswahl von Autoherstellern und deren Social Rating	32
Tabelle 2: Auswahl der Automobilhersteller für die Analyse	33
Tabelle 3: Bereich Mitarbeiter	35
Tabelle 4: Bereich Lieferanten	41
Tabelle 5: Bereich Gesellschaft	45
Tabelle 6: Bereich Corporate Governance	47
Tabelle 7: Bereich Wirtschaftsethik	49

Abkürzungsverzeichnis

<i>BMW</i>	<i>Bayerische Motorenwerke AG</i>
<i>CERES</i>	<i>Coalition for Environmentally Responsible Economies</i>
<i>CSR</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>
<i>DNK</i>	<i>Deutscher Nachhaltigkeitskodex</i>
<i>EFFAS</i>	<i>European Federation of Financial Analysts Societies/ Dachverband der nationalen Verbände der europäischen Finanzanalysten</i>
<i>EIRIS</i>	<i>Ethical Investment Research Service</i>
<i>EU</i>	<i>Europäische Union</i>
<i>GCX</i>	<i>Global Challenge Index</i>
<i>GRI</i>	<i>Global Reporting Initiative</i>
<i>ILO/IAO</i>	<i>International Labour Organization/ Internationale Arbeitsorganisation</i>
<i>IPO</i>	<i>International Purchasing Offices</i>
<i>KPMG</i>	<i>KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft</i>
<i>MDG</i>	<i>Millennium Development Goals</i>
<i>NGO</i>	<i>Nichtregierungsorganisation</i>
<i>NKS</i>	<i>Nationale Kontaktstelle</i>
<i>OECD</i>	<i>Organization for Economic Co-operation and Development/ Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung</i>
<i>RNE</i>	<i>Rat für Nachhaltige Entwicklung</i>
<i>SA</i>	<i>Social Accountability</i>
<i>SAM</i>	<i>Sustainable Asset Management Group Holding AG</i>
<i>SDG</i>	<i>Sustainable Development Goals</i>
<i>SiRi</i>	<i>•Sustainable Investment Research International Company Ltd.</i>
<i>SR</i>	<i>Social Responsibility</i>
<i>UN</i>	<i>United Nations/ Vereinte Nationen</i>
<i>UNEP</i>	<i>United Nations Environmental Programme/ Umweltprogramm der Vereinten Nationen</i>
<i>UNGC</i>	<i>United Nations Global Compact</i>

Anhangsverzeichnis

Anhang 1 Kategorien und Aspekte in den Leitlinien der GRI.....	58
Anhang 2 Umsätze der Automobilhersteller	59
Anhang 3 EBIT-Margen der Automobilkonzerne	60
Anhang 4 Social Rating der Bayerischen Motoren Werke AG.....	61
Anhang 5 Social Rating der Ford Motor Company	71
Anhang 6 Social Rating der Toyota Motor Corporation	82

Management Summary

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird eine Analyse der sozialen Nachhaltigkeitsleistung von ausgewählten Unternehmen der Automobilbranche durchgeführt. Ziel ist es, auf Basis der Nachhaltigkeitsratings der oekom research AG, die soziale Nachhaltigkeitsleistung von BMW, Ford und Toyota in den Bereichen Mitarbeiter, Lieferanten, Gesellschaft, Corporate Governance und Wirtschaftsethik zu analysieren und zu vergleichen. Die Gegenüberstellung soll aufzeigen in welchen Bereichen bereits Maßnahmen ergriffen werden, wo noch etwas getan werden muss und welche Unterschiede es zwischen den Unternehmen gibt.

Den wichtigsten Punkt bei der Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen stellt die Transparenz dar. Fehlen relevante Informationen zu wichtigen Aspekten, wird in der Regel davon ausgegangen, dass schlichtweg keine Daten vorhanden sind oder Schwächen vertuscht werden sollen. Daneben zeigt die Analyse, dass im Social Rating der oekom research AG besonders Wert auf die Einhaltung international anerkannter Richtlinien bzgl. Arbeitsstandards gelegt wird. Die Unternehmen sollen diese konzernübergreifend umsetzen und ebenso als verpflichtend für ihre Lieferanten festlegen.

Zusammenfassend zeigt sich in der Gegenüberstellung, dass BMW die Anforderungen insgesamt gut umsetzen kann. Sie implementieren anerkannte Richtlinien und verpflichten diese auch für ihre Lieferanten. Ford schafft es insgesamt den Ansprüchen grundlegend gerecht zu werden, weist aber in einigen Bereichen Verbesserungspotenziale auf. Bei Toyota hingegen offenbaren sich in allen Bereichen des Social Ratings Mängel. Dies resultiert aus fehlender Transparenz, da an vielen Stellen die benötigten Informationen nicht zur Verfügung stehen. Des Weiteren schaffen sie es nicht international anerkannte Richtlinien umzusetzen, geschweige denn für ihre Lieferanten verpflichtend zu machen.

1. Einleitung

1.1 Problemstellung und Forschungsfrage

*„Wir sind nicht nur für unser Tun verantwortlich,
sondern auch für das, was wir nicht tun.“*

Molière (1622 – 1673)

französischer Dramatiker und Schauspieler

Im Zuge der Globalisierung sind die Lieferketten der multinationalen Konzerne weitverzweigt. Durch niedrige Arbeitskosten und die Ausbreitung von Freihandelszonen findet die Waren- und Rohstoffproduktion zunehmend in Schwellen- und Entwicklungsländern statt. In diesen herrschen häufig niedrige gesetzliche Standards bezüglich Arbeitsbedingungen. Brennpunkte sind im Besonderen die Bereiche Kinder- und Zwangsarbeit, Diskriminierung, Gewerkschafts- bzw. Vereinigungsverbote, Arbeitszeiten und -löhne sowie Sicherheit und Gesundheit.

Dass die Situation vieler arbeitender Menschen verbesserungswürdig ist, verdeutlichen folgende Zahlen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO):¹

- Jährlich sterben rund 23 Millionen Arbeitnehmer durch Arbeitsunfälle oder durch arbeitsbedingte Erkrankungen.
- 39 Prozent der Arbeitnehmer leben unterhalb der Armutsgrenze von weniger als zwei US-Dollar pro Tag.
- Weltweit gibt es 215 Millionen arbeitende Kinder.

Neben diesen Punkten erscheinen zudem immer wieder Meldungen über Verfolgung und Entlassung von Arbeitnehmern aufgrund ihrer Arbeit in Gewerkschaften.

Im Zuge einer nachhaltigen Entwicklung und auf zunehmenden öffentlichen Druck hin versuchen immer mehr Unternehmen Verantwortung für ihren Einfluss auf Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen.

¹ Vgl. oekom research (2011), S. 4.

Gerade Unternehmen der Automobilbranche müssen durch die vielen vorgelagerten Wirtschaftszweige große gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Es wurde erkannt, dass die Themen der nachhaltigen Entwicklung angegangen werden müssen um Reputationsschäden zu verhindern. Der Fokus liegt meist immer noch auf ökologischen Aspekten. Um den ökologischen Ansprüchen hinsichtlich der Produkte sowie ihrer Herstellungsweise gerecht zu werden und dauerhaften Unternehmenserfolg zu gewährleisten, müssen zu allererst die sozialen Brennpunkte angegangen werden.

Wie dies gelingt, was bereits getan wird und an welchen Stellen noch mehr getan werden muss, soll in der vorliegenden Arbeit thematisiert werden. Ziel dieser Arbeit ist es, anhand der Analyse von Nachhaltigkeitsratings die Maßnahmen von ausgewählten Unternehmen zu bewerten und aufzuzeigen, welche Unterschiede zwischen den sozialen Nachhaltigkeitsleistungen verschiedener Unternehmen der Automobilbranche bestehen.

1.2 Methodik und Aufbau

Als Basis dieser Arbeit werden die wichtigsten Meilensteine der Entwicklung des nachhaltigen Leitbildes erläutert, der Begriff Nachhaltigkeit definiert und ihre Dimensionen betrachtet. Um die Bedeutung für Unternehmen herauszuarbeiten wird im zweiten Teil der Arbeit zum einen deren Nachhaltigkeitsberichterstattung skizziert und exemplarisch der Berichterstattungsrahmen der Global Reporting Initiative (GRI) und der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) beschrieben. Zum anderen wird der Markt nachhaltiger Investments vorgestellt. Im Zuge dessen wird die Bedeutung von Nachhaltigkeitsratings erläutert und auf das Corporate Rating der oekom research AG eingegangen. Anschließend wird die soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen konkretisiert, welche im nachfolgenden Verlauf der Arbeit bewertet und untersucht wird.

Der Gliederungspunkt 3 der Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, wie soziale Nachhaltigkeit in Unternehmen umgesetzt, gemessen und bewertet werden kann. Dafür werden zunächst bedeutende internationale Richtlinien, anhand deren sich Unternehmen bei der Umsetzung sozialer Nachhaltigkeit orientieren können, beschrieben. Im Anschluss folgt eine Darstellung der sozialen Indikatoren des GRI, die zur Quantifizierung und somit zur Vergleichbarkeit sozialer Nachhaltigkeitsleistung von Organi-

sationen dienen. Wie unabhängige Dritte im Rahmen von Nachhaltigkeitsratings eine Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen vornehmen, wird im Gliederungspunkt 3.3 thematisiert. Hier werden die Ratingkriterien und das Vorgehen beim Social Rating der oekom research AG vorgestellt.

Darauf aufbauend widmet sich der Hauptteil der Arbeit eingangs den aktuellen Entwicklungen innerhalb der ausgewählten Branche und stellt die Ergebnisse des Social Ratings von Automobilherstellern gegenüber. Im Anschluss finden die Analyse und der Vergleich der Ratings der ausgewählten Automobilhersteller statt. Der Fokus liegt dabei auf den Bereichen mit den größten Abweichungen im Rating. Diese werden analysiert und begründet. Als Datengrundlage dienen in diesem Teil der Arbeit, soweit nicht anders vermerkt, die von der oekom research AG vorgenommenen Social Ratings der ausgewählten Unternehmen. Diese befinden sich im Anhang 4, 5 und 6 auf Seite 61 bis 91 dieser Arbeit.

2. Nachhaltigkeit und ihr Einfluss auf Unternehmen

2.1 Definition und geschichtliche Entwicklung des nachhaltigen Leitbildes

Nachhaltigkeit ist keine Erfindung des 20. Jahrhunderts. Ihre Wurzeln hat das Prinzip als Grundsatz der deutschen Forstwirtschaft im 18. Jahrhundert. Um die dauerhafte Nutzung des Waldes zu gewährleisten, forderte Hans Carl von Carlowitz (1645-1714) in seinem 1713 veröffentlichten Werk „Sylvicultura Oeconomica Hauswirthliche Nachricht und Naturmäßige Anweisung zur Wilden Baum-Zucht“, dass nur so viel Holz geschlagen werden dürfe, wie wieder nachwüchse. Dieser Grundsatz gilt als Vorbild für sämtliche Nachhaltigkeitsansätze.²

Doch erst Ende der 1960er Jahren, fast 250 Jahre später ist in der Gesellschaft ein neues Bewusstsein für die Umwelt gewachsen, da die ökologischen Auswirkungen durch technischen Fortschritt, Industrialisierung und Automatisierung sichtbar wurden. Maßgeblich zur öffentlichen Diskussion beigetragen hat der „Club of Rome“ mit seiner 1972 veröffentlichten Studie „Die Grenzen des Wachstums“ (engl. „Limits of Growth“).³ In dieser wurden mithilfe von einem Weltmodell und mathematischen Berechnungen die katastrophalen Auswirkungen des stetigen Wirtschafts- und Bevölkerungswachstums auf die Umwelt und die Gesellschaft dargestellt.⁴ Im gleichen Jahr fand die erste Umweltkonferenz der Vereinten Nationen (UN) unter dem Titel „Only one Earth“ in Stockholm statt. In Folge der Konferenz wurde das Umweltprogramm der UN, „United Nations Environmental Programme“ (UNEP), gegründet.⁵ Dies trug endgültig zum Erwachen des weltweiten Umweltbewusstseins bei.⁶

Den bedeutendsten Meilenstein in der Entwicklung des nachhaltigen Leitbildes stellt der im Jahr 1987 mit dem Titel „Unsere Gemeinsame Zukunft“ (engl. „Our Common Future“) veröffentlichte Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der UN dar. Dort wird auch die bis heute in der Öffentlichkeit anerkannte und gängigste Definition zur nachhaltigen Entwicklung formuliert.⁷ Diese lautet in der deutschen Übersetzung:

² Vgl. Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 18f.

³ Vgl. ebenda, S. 20f.

⁴ Vgl. Kanning (2013), S. 23.

⁵ Vgl. Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 21f.

⁶ Vgl. Kanning (2013), S. 23.

⁷ Vgl. Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 23f.

„Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, daß künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“⁸

Nachdem es bis zu diesem Zeitpunkt hauptsächlich um ein ökologisch-ökonomisches Prinzip ging, stellte die Brundtland-Kommission die soziale Gerechtigkeit in den Mittelpunkt.⁹ Die Definition zielt sowohl auf die intergenerative Gerechtigkeit, also zwischen dieser und zukünftigen Generationen, als auch auf die intragenerative, also zwischen Industrie- und Entwicklungsländern, ab.¹⁰

Auf Vorschlag der Brundtland-Kommission, fand im Jahr 1992 der zweite Umweltgipfel der UN in Rio de Janeiro statt. Im Zuge der Konferenz wurden mehrere Dokumente unterzeichnet. Das für die nachhaltige Entwicklung wichtigste Abkommen ist die „Agenda 21“. Sie stellt ein „[...] Aktionsprogramm für Ziele, Maßnahmen und Instrumente zur Umsetzung des Leitbildes [...]“¹¹ für Entwicklungs- sowie Industrieländer dar.¹² Zudem wurden alle Mitgliedsstaaten dazu aufgerufen, eigene nationale Nachhaltigkeitsstrategien zu entwickeln.¹³

Im Zuge der nachhaltigen Entwicklung vereinbarten im Jahr 2000 die Mitgliedstaaten der UN und verschiedene Nichtregierungsorganisationen (NGOs) die Verfolgung der „Millennium Development Goals“ (MDG). Die acht Ziele betreffen globale soziale und ökologische Probleme, die bis 2015 gelöst werden sollen, und sind sowohl an Industriestaaten als auch an Entwicklungsländer gerichtet.¹⁴

2012 wurde im Rahmen der Rio+20 Konferenz eine Arbeitsgruppe damit beauftragt, die „Sustainable Development Goals“ (SDG), die ab 2015 die MDG ablösen sollen, zu erarbeiten.¹⁵

⁸ Hauff, Volker (1987), S. 46.

⁹ Vgl. Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 24.

¹⁰ Vgl. Kanning (2013), S. 26.

¹¹ Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 25f.

¹² Vgl. ebenda, S. 25f.

¹³ Vgl. Kanning (2013), S. 26.

¹⁴ Vgl. Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 28f.

¹⁵ Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2014).

2.2 Dimensionen der Nachhaltigkeit

Im Zuge der Entwicklung des nachhaltigen Leitbildes hat sich das „Drei-Säulen-Modell“ etabliert. Dieses wurde zwischenzeitlich weiterentwickelt, sodass die Dimensionen häufig nicht mehr als Säulen dargestellt werden.



Abbildung 1: Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit

Quelle: Eigene Darstellung nach Kanning (2013), S. 26f.

Die Abbildung 1 stellt die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit dar, nämlich Ökologie, Soziales bzw. Gesellschaft und Ökonomie. Das Modell bringt zum Ausdruck, dass eine nachhaltige Entwicklung gleichermaßen ökologische, soziale und ökonomische Interessen berücksichtigen muss.¹⁶ Die ökologische Dimension beschäftigt sich mit dem Umgang und dem Erhalt der natürlichen Ressourcen. Die soziale Dimension zielt auf die Sicherstellung und Erhöhung des Human- und Sozialkapitals ab. Die ökonomische Perspektive fordert die Sicherung des Sachkapitals und impliziert quantitatives Wachstum.¹⁷

Das Modell bleibt jedoch nicht kritiklos. Durch auftretende Zielkonflikte ist eine gleichrangige Verfolgung der Dimensionen nicht möglich und eine Prioritätensetzung nötig.¹⁸ Hierfür haben sich in der Literatur drei Strategien herausgebildet. Man spricht von der Effizienz-, Suffizienz- und Konsistenzstrategie.¹⁹ Da diese für den weiteren Verlauf der Arbeit keine Rolle spielen, wird an dieser Stelle nicht näher auf die Strategien der Nachhaltigkeitskonzepte eingegangen.

¹⁶ Vgl. Henle, (2011), S. 32f.

¹⁷ Vgl. Gruner (2011), S. 23 ff.

¹⁸ Vgl. Grunwald und Kopfmüller (2012), S. 54ff.

¹⁹ Vgl. Gruner (2011), S. 32ff.

2.3 Nachhaltigkeit im Unternehmenskontext

Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung stellt Anforderungen an die gesamte Gesellschaft. Eine zentrale Rolle nehmen hierbei die Unternehmen ein.²⁰ Ganzheitlich betrachtet besitzen sie enormen Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, müssen sie bei ihrer Tätigkeit die zuvor genannten Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigen und miteinander verknüpfen. Infolgedessen impliziert eine nachhaltige Unternehmensentwicklung die Umsetzung eines sozialverträglichen und umweltbewussten Wirtschaftens bei gleichzeitiger Wahrung der ökonomischen Rentabilität.

Durch folgende sehr handliche Definition von Iris Pufé wird das Thema anwendbar im wirtschaftlichen Kontext dargestellt:

„Nachhaltigkeit bedeutet, nicht Gewinne zu erwirtschaften, die dann in Umwelt- und Sozialprojekte fließen, sondern Gewinne bereits umwelt- und sozialverträglich zu erwirtschaften.“²¹

Auch in der Gesellschaft herrscht ein wachsender Anspruch an eine nachhaltige Wirtschaft. Einer Studie der Otto Group aus dem Jahr 2011 zur Folge wird bei der Konsumententscheidung immer stärker die sozial und ökologisch einwandfreie Herstellung der Produkte berücksichtigt.²² Die Unternehmen haben den Trend erkannt und betreiben mit Worten wie „fair“, „umweltfreundlich“ und „nachhaltig“ gezielt Marketing.²³ Oft ist dies allerdings inhaltlos und wird lediglich zur Verbesserung des Images genutzt.²⁴ Deshalb steigt in der Öffentlichkeit zudem der Anspruch nach mehr Transparenz und Vergleichbarkeit hinsichtlich der gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen des unternehmerischen Handelns.²⁵ Nachfolgend wird zuerst aufgezeigt wie Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsleistung, also den Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft, einheitlich, transparent und glaubwürdig darstellen können. Anschließend wird die Bedeutung der Nachhaltigkeitsleistung von börsennotierten Unternehmen in Hinblick auf ihre Kapitalbeschaffung und der im Zuge dessen durchgeführten Nachhaltigkeitsratings untersucht.

²⁰ Vgl. Hahn et al. (2007), S.3.

²¹ Pufé, Iris (2014), S. 16.

²² Vgl. Otto GmbH & Co.KG et al (2011), S. 5.

²³ Vgl. Häßler (2013), S. 15f.

²⁴ Vgl. Häßler (2013), S. 21.

²⁵ Vgl. Bundesumweltministerium (2009), S. 14.

2.3.1 Nachhaltigkeitsberichterstattung und Initiativen

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung stellt ein Instrument für Unternehmen dar, ihre Nachhaltigkeitsleistung zu kommunizieren.²⁶ Laut einer Studie der KPMG aus dem Jahr 2013 berichten weltweit 71 Prozent der Unternehmen über ihr Nachhaltigkeitsengagement. 51 Prozent tun dies mit jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsberichten oder zumindest mit der Aufnahme entsprechender Themen in die Jahresberichterstattung. Im Jahr 2009 lag der Anteil noch bei 9 Prozent.²⁷ Ein Grund für den Anstieg ist, dass weltweit immer mehr Regierungen eine gesetzliche Berichterstattungspflicht einführen.²⁸ Die EU hat im Jahr 2014 eine Richtlinie verabschiedet, nach der Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern einer Rechenschaftspflicht über nicht-finanzielle Informationen unterliegen. Diese muss bis 2016 von den EU-Mitgliedstaaten in nationales Recht umgesetzt werden.²⁹ Beinhalten sollen die Berichte

„[...] mindestens Angaben zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung [...]“³⁰

Neben gesetzlichen Pflichten sprechen noch weitere Gründe für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. So verfolgen Unternehmen damit das Ziel ihr Image zu verbessern und Vertrauen gegenüber ihren Stakeholdern, vor allem Investoren und Ratingagenturen, aufzubauen.³¹

Um den Ansprüchen der Interessengruppen nachzukommen und die Berichterstattung glaubwürdig zu gestalten, gründeten sich eine Reihe von Initiativen mit der Absicht global anerkannte und einheitliche Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zu schaffen.³² Nachfolgend wird aufgrund seiner globalen Verbreitung der Berichtsrahmen der GRI und der DNK angesichts seiner Bedeutung in Deutschland exemplarisch vorgestellt.

²⁶ Vgl. Hoffmann (2011), S. 65.

²⁷ Vgl. KPMG (2013).

²⁸ Vgl. Häßler (2013), S. 34f.

²⁹ Vgl. Amtsblatt der Europäischen Union (2014), S. 8.

³⁰ Amtsblatt der Europäischen Union (2014), S. 2.

³¹ Vgl. Henle (2008), S. 39f.

³² Vgl. Herzig und Pianowski (2013), S. 350.

2.3.1.1 Berichterstattungsrahmen der Global Reporting Initiative

Der bekannteste und von den Unternehmen am meisten genutzte Berichtsrahmen stammt von der GRI.³³ Die Organisation, die 1997 in Boston (USA) von der „Coalition for Environmentally Responsible Economies“ (CERES) in Zusammenarbeit mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) gegründet wurde, veröffentlichte 2013 mit den „G4-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung“ bereits die vierte Auflage des Berichtsrahmens. Die Unternehmen sollen bis 2016 für ihre Berichterstattung diese weiterentwickelte Version der Leitsätze anwenden. Bis dahin gilt eine Übergangsregelung in der mit den G3 auch die ältere Version der Leitlinien angewendet werden kann.³⁴ Ziel der Organisation ist es, einen weltweit und branchenübergreifend anwendbaren Leitfaden zur Erstellung und Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten zu entwickeln und dadurch den globalen Prozess der nachhaltigen Entwicklung zu unterstützen.³⁵

In ihren Leitlinien definiert die GRI Berichterstattungsgrundsätze, welche zur Erreichung von Transparenz von entscheidender Bedeutung sind und daher generell bei der Verfassung von Nachhaltigkeitsberichten berücksichtigt werden sollen.³⁶

Grundsätze zur Bestimmung des Berichtsinhaltes	Grundsätze zur Bestimmung der Berichtsqualität
<ul style="list-style-type: none"> • Einbeziehung von Stakeholdern • Nachhaltigkeitskontext • Wesentlichkeit • Vollständigkeit 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewogenheit • Vergleichbarkeit • Genauigkeit • Aktualität • Klarheit • Verlässlichkeit

Abbildung 2: GRI Berichterstattungsgrundsätze

Quelle: Eigene Darstellung nach Global Reporting Initiative (2013a).

Wie aus Abbildung 2 ersichtlich wird, erfolgt die Gliederung der Grundsätze nach Berichtsinhalt und Berichtsqualität. Der Berichtsinhalt soll die Erwartungen und Interes-

³³ Vgl. Hoffmann, (2011), S. 68.

³⁴ Vgl. Global Reporting Initiative (2015).

³⁵ Vgl. Herzig und Pianowski (2013), S. 350f.

³⁶ Vgl. Global Reporting Initiative (2013a), S. 16ff.

sen der Stakeholder widerspiegeln, die Leistung der Organisation im Zusammenhang einer nachhaltigen Entwicklung darstellen und vollständig alle wesentlichen ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen abdecken, die Stakeholder maßgeblich beeinflussen. Durch eine ausgewogene, also der Angabe von sowohl positiver als auch negativer Leistungen des Unternehmens, regelmäßige und zeitlich miteinander vergleichbare Berichterstattung soll die Qualität des Berichtes gesichert werden. Darüber hinaus müssen die berichteten Informationen für die Stakeholder verständlich und belastbar sein.³⁷ Zum besseren Verständnis werden die Berichtsgrundsätze in der „Umsetzungsanleitung“ ausführlich erläutert. Außerdem werden für jedes der Prinzipien Testaussagen formuliert, anhand derer die Unternehmen die richtige Anwendung überprüfen können.³⁸

Neben den oben erwähnten Grundsätzen werden allgemeine und spezifische Standardangaben definiert, die in allen Nachhaltigkeitsberichten enthalten sein sollen. Die allgemeinen Standardangaben sollen grundlegende Informationen zu folgenden sieben Bereichen liefern:³⁹

- Strategie und Analyse
- Organisationsprofil
- Ermittelte wesentliche Aspekte
- Einbindung von Stakeholdern
- Berichtsprofil
- Unternehmensführung
- Ethik und Integrität

Die spezifischen Standardangaben beinhalten wesentliche Aspekte zu den Bereichen Wirtschaft, Ökologie und Gesellschaft. Die Kategorie Gesellschaft ist in die vier Unterkategorien Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung, Menschenrechte, Gesellschaft und Produktverantwortung unterteilt und stellt den größten Bereich dar. Die Liste der Aspekte kann der Abbildung im Anhang 1, Seite 58 entnommen werden.

³⁷ Vgl. Global Reporting Initiative (2013a), S. 16ff.

³⁸ Vgl. Global Reporting Initiative (2013b), S. 9ff.

³⁹ Vgl. Global Reporting Initiative (2013a), S. 20ff.

Die spezifischen Standardangaben enthalten ferner mehrere Indikatoren, mit deren Hilfe die Aspekte messbar berichtet werden können.⁴⁰ Die sozialen Leistungsindikatoren werden im Kapitel 3.2 näher beschrieben.

Die Verwendung der Leitlinien ist für die Unternehmen kostenlos. Es besteht allerdings eine Mitteilungspflicht gegenüber der GRI.⁴¹ Zudem muss ein sogenannter GRI-Index erstellt werden, der wie folgt dargestellt werden kann.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN			
Allgemeine Standardangaben	Seite	Auslassungen In Ausnahmefällen, falls eine Angabe bestimmter erforderlicher Informationen nicht möglich ist, eine Begründung für die Auslassung angeben (wie auf S. 13 festgelegt).	Externe Prüfung Hinweis, ob die Standardangabe extern geprüft wurde. Wenn ja, die Seitenangabe für die externe Prüfungserklärung in den Bericht aufnehmen.
STRATEGIE UND ANALYSE			
G4-1		Nicht anwendbar	
G4-2		Nicht anwendbar	
ORGANISATIONSPROFIL			
G4-3		Nicht anwendbar	
G4-4		Nicht anwendbar	
G4-5		Nicht anwendbar	
G4-6		Nicht anwendbar	

Abbildung 3: Ausschnitt GRI Index

Quelle: Global Reporting Initiative (2013a).

Die Abbildung 3 zeigt einen Ausschnitt der von der GRI vorgeschlagenen Darstellung des Indexes. Alle Standardangaben und Leistungsindikatoren müssen mit Verweis auf die Quelle, aus der die entsprechenden Informationen hervorgehen bzw. an welcher Stelle die Kriterien berichtet werden, tabellarisch aufgelistet werden. Wird ein Punkt ausgelassen, also nicht im vollen Umfang berichtet, muss dies begründet werden. Zudem ist anzugeben, ob ein Aspekt extern geprüft wurde. Durch diese Darstellungsweise erhalten die Adressaten des Nachhaltigkeitsberichtes transparent und übersichtlich Auskunft über nicht berücksichtigte Aspekte. Außerdem hilft die Quellenangabe, relevante Informationen im Nachhaltigkeitsbericht zu finden.

Die GRI verifiziert die Nachhaltigkeitsberichte der Organisationen, die den Berichtsrahmen genutzt haben und überprüft die Anwendungsebene. Diese drückt den Um-

⁴⁰ Vgl. Global Reporting Initiative (2013a), S. 43ff.

⁴¹ Vgl. ebenda, S. 9f.

fang aus in dem der Inhalt der GRI Leitsätze umgesetzt wurde. Je nach Grad der Umsetzung werden die Noten A, B und C verteilt.⁴²

Der GRI Berichtsrahmen ist für Unternehmen bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten eine große Hilfe. Er dient aber auch deren Anspruchsgruppen zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung. Durch den hohen Detaillierungsgrad und die Ausführlichkeit ist seine Anwendung besonders für multinationale Konzerne geeignet.

2.3.1.2 Deutscher Nachhaltigkeitskodex des Rats für Nachhaltige Entwicklung

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) wurde erstmals im Jahr 2001 von der Bundesregierung berufen. Der Rat unterstützt mit seinen 15 Mitgliedern die Bundesregierung bei der Umsetzung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie, benennt konkrete Handlungsfelder und Projekte und fördert die öffentliche Diskussion über Nachhaltigkeit.⁴³ Eine zentrale Aufgabe ist dabei die Veröffentlichung des DNK. Der Kodex wurde das erste Mal im Jahr 2011 veröffentlicht und dient als Vergleichsrahmen für das Nachhaltigkeitsmanagement von Unternehmen. Im Jahr 2015 wurde eine überarbeitete Fassung mit dem Ziel publiziert, unternehmerische Nachhaltigkeitsleistung vergleichbar und transparent zu machen.⁴⁴ Die Unternehmen haben danach Informationen zu folgenden 20 Kriterien zu berichten:

Strategie Kriterien 1-4	Prozessmanagement Kriterien 5-10	Umwelt Kriterien 11-13	Gesellschaft Kriterien 14-20
1. Strategische Analyse und Maßnahmen	5. Verantwortung	11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	14. Arbeitnehmerrechte
2. Wesentlichkeit	6. Regeln und Prozesse	12. Ressourcenmanagement	15. Chancengerechtigkeit
3. Ziele	7. Kontrolle	13. Klimarelevante Emissionen	16. Qualifizierung
4. Tiefe der Wertschöpfungskette	8. Anreizsysteme		17. Menschenrechte
	9. Beteiligung von Anspruchsgruppen		18. Gemeinwesen
	10. Innovations- und Produktmanagement		19. Politische Einflussnahme
			20. Gesetzes-/ Richtlinienkonformes Verhalten

Abbildung 4: DNK - Vier Bereiche mit 20 Kriterien

Quelle: Deutscher Nachhaltigkeitskodex (2015).

⁴² Vgl. Global Reporting Initiative (2013a), S. 1ff.

⁴³ Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015b).

⁴⁴ Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015a), S.1.

Wie aus Abbildung 4 ersichtlich wird, sind die 20 Kriterien in die vier Bereiche Strategie, Prozessmanagement, Umwelt und Gesellschaft eingeteilt. Der DNK definiert kompakt, welche Angaben zu den jeweiligen Bereichen berichtet werden sollen.⁴⁵ Die Unternehmen haben eine auf das Wesentliche abstellende Entsprechenserklärung abzugeben, in der die Maßnahmen zu jedem der Kriterien dargelegt werden. Zudem sind gegebenenfalls Abweichungen von den Kriterien zu berichten und zu begründen. Neben den textlich beschreibenden Elementen enthält die Entsprechenserklärung auch zahlenmäßig belegte Indikatoren.⁴⁶ Der DNK bedient sich der Indikatoren der GRI und des Dachverbandes der nationalen Verbände der europäischen Finanzanalysten (EFFAS) und stellt eine Auswahl von ihnen vor. Die Unternehmen entscheiden selbst, ob sie die Indikatoren der GRI oder der EFFAS berichten. Die gewählte Variante soll lediglich für den gesamten Kodex beibehalten werden.⁴⁷

Im Vergleich zum Berichtsleitfaden der GRI ist der DNK wesentlich kompakter. Durch die Beschränkung auf 20 Kriterien eignet er sich besonders für die Berichterstattung kleiner und mittelständischer Unternehmen.⁴⁸ Der DKN wurde von der EU-Kommission als ein möglicher Standard zur Erfüllung der ab 2016 geltenden Berichterstattungspflicht benannt.⁴⁹

2.3.2 Nachhaltige Investments

Das zunehmende öffentliche Interesse an einer nachhaltigen Entwicklung beeinflusst auch mehr und mehr den Anlagemarkt. Durch signifikant höhere Wachstumsraten im Gegensatz zu den konventionellen Anlagen erfreuen sich nachhaltige Investments einer wachsenden Beachtung institutioneller und privater Anleger und haben sich in den letzten Jahren auf dem Kapitalmarkt etabliert.⁵⁰ Der Grundgedanke dahinter ist, dass neben der finanziellen Performance auch ökologische und soziale Kriterien bei der Auswahl des Investitionsobjektes zu berücksichtigen sind.⁵¹ Das Motiv der Investoren ist zum einen die Berücksichtigung der eigenen Werte bei Anlageentscheidungen. Zum anderen sehen risikoorientierte Anleger die Nachhaltigkeitsleistung von

⁴⁵ Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015a), S. 10ff.

⁴⁶ Vgl. ebenda, S. 16ff.

⁴⁷ Vgl. ebenda, S. 18ff.

⁴⁸ Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2014).

⁴⁹ Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015a), S. 8.

⁵⁰ Vgl. Bönning und Haßler (2007), S. 365.

⁵¹ Vgl. ebenda.

Unternehmen als Indikator für die Qualität der Unternehmensführung. Es existiert die Annahme, dass ein schlechtes Nachhaltigkeitsrating auf eine schlechte Unternehmensführung hinweist und somit ein Investitionsrisiko besteht.⁵² Dies wird durch eine im Jahr 2012 von der Deutschen Bank veröffentlichten Untersuchung belegt.⁵³ Im Rahmen dieser wurden über 100 Studien zum nachhaltigen Investment analysiert. Das Ergebnis zeigt einen Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitsmanagement der Unternehmen und ihrer finanziellen Performance. So kommen 89 Prozent der untersuchten Studien zu dem Ergebnis, dass Unternehmen deren Nachhaltigkeitsleistung positiv bewertet wird, auch ökonomisch besser aufgestellt sind und dadurch ein niedrigeres Investitionsrisiko aufweisen.⁵⁴

In den vergangenen Jahren hat sich das Nachhaltigkeitsrating, also die Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen, als Basis für Investitionsentscheidungen privater wie auch institutioneller Investoren etabliert.⁵⁵ Als bedeutende Ratingagenturen in diesem Bereich gelten z.B.:⁵⁶

- oekom research AG
- Sustainable Asset Management Group Holding AG (SAM)
- Ethical Investment Research Service (EIRIS)
- Sustainable Investment Research International Company Ltd. (SiRi)

Zudem wurde eine Reihe von Aktienindizes gegründet, die nur Aktien von Unternehmen beinhalten, die bspw. von den oben genannten Agenturen als nachhaltig eingestuft werden.⁵⁷

Da im Kapitel 4 dieser Arbeit die soziale Nachhaltigkeit ausgewählter Unternehmen anhand des Ratings der oekom research AG bewertet wird, wird die Vorgehensweise dieser Agentur nachfolgend vorgestellt. Im darauffolgenden Punkt werden dann exemplarisch die bedeutendsten Nachhaltigkeitsindizes dargestellt.

⁵² Vgl. Häßler (2013), S. 25ff.

⁵³ Vgl. DB Climate Change Advisors (2012).

⁵⁴ Vgl. DB Climate Change Advisors (2012), S. 5.

⁵⁵ Vgl. Bönning und Häßler (2007), S. 365.

⁵⁶ Vgl. Henle (2008), S. 60.

⁵⁷ Vgl. Gabriel (2007), S. 137.

2.3.2.1 Nachhaltigkeitsratings am Beispiel des Corporate Ratings der oekom research AG

Die oekom research AG mit Sitz in München wurde im Jahr 1993 gegründet und gehört zu den weltweit führenden Nachhaltigkeitsratingagenturen. Sie agiert als Partner von institutionellen Investoren sowie Finanzdienstleistern mit der Aufgabe der Identifikation von börsennotierten Unternehmen, die innerhalb ihrer Branche die beste Nachhaltigkeitsleistung erzielen.⁵⁸

Insgesamt analysiert die oekom research AG rund 3.500 Unternehmen.⁵⁹ Dabei wird in zwei Stufen vorgegangen. Im ersten Schritt findet eine Selektion statt, bei der bereits Unternehmen aussortiert werden, die eine Mindestanforderung an Nachhaltigkeitsleistung nicht erfüllen. Die etwa 1.000 verbleibenden Unternehmen werden im Rahmen des Corporate Ratings mithilfe von über 100 branchenspezifischen sozialen und ökologischen Kriterien aus nachfolgend dargestellten Bereichen benotet.⁶⁰

Social Rating	Environmental Rating
<ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiter und Lieferanten • Gesellschaft und Produktverantwortung • Corporate Governance 	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltmanagement • Produkte und Dienstleistungen • Öko-Effizienz

Abbildung 5: Bereiche der sozialen und ökologischen Kriterien

Quelle: Eigene Darstellung nach oekom research (2015a).

Die in der Abbildung 5 dargestellten Bereiche werden individuell gewichtet und wirken sich dadurch unterschiedlich stark auf das Gesamtrating aus. Die branchenspezifische Gewichtung wird nach Ermessen der oekom research AG vorgenommen und ist somit rein subjektiv.

⁵⁸ Vgl. oekom research (2015d).

⁵⁹ Vgl. oekom research (2015f).

⁶⁰ Vgl. Häßler (2007), S. 27ff.

Für die Bewertung der Kriterien wird ein zwölfstufiges Notensystem mit Buchstaben eingesetzt, die von A+ bis D- reicht.⁶¹ Die Skala definiert sich dabei wie folgt:⁶²

„A = Das Unternehmen zeigt außergewöhnliche Leistungen

B = Das Unternehmen verhält sich weitgehend positiv

C = Das Unternehmen hat grundlegende Maßnahmen ergriffen

D = Das Unternehmen zeigt wenig Engagement“

Aus der Bewertung der Kriterien ergeben sich Teilnoten für die genannten Bereiche, die unter Berücksichtigung der Gewichtungen zum Gesamtratingergebnis führen. Die innerhalb einer Branche bestbewerteten Unternehmen erhalten den „oekom Prime Status“ und gelten somit als investitionswürdig. Dabei wird nach dem absoluten Best-in-Class-Ansatz vorgegangen. Das heißt, dass für jede Branche eine individuelle Mindestnote festgelegt wird, die erreicht werden muss, um den „Prime Status“ zu erhalten.⁶³ Unabhängig von der Einstufung als „Prime“ kann das Zutreffen von sogenannten Ausschlusskriterien zum Investmentausschluss eines Unternehmens führen. Zu diesen Negativkriterien zählen neben ethisch kontroversen Geschäftsfeldern wie z.B. Atomenergie, Embryonenforschung, Glücksspiel, Pornografie und Rüstung auch kontroverse Geschäftspraktiken wie z.B. Kinderarbeit, Menschenrechtsverletzungen oder Tierversuche.⁶⁴ Von den anfangs rund 3.500 analysierten Unternehmen erhalten derzeit rund 550 den „Prime Status“.⁶⁵

Für das Nachhaltigkeitsrating ist die Verfügbarkeit von relevanten Informationen von großer Bedeutung. Ist die Datenlage eines Unternehmens wenig transparent und kooperiert es bei der Erhebung von Daten nicht, wird von vorneherein ein schlechtes Rating vergeben.⁶⁶ Die für das Rating benötigten Daten werden aus öffentlich verfügbaren Unternehmensinformationen, z.B. dem Internetauftritt sowie Jahres- und Nachhaltigkeitsbericht entnommen. Zusätzlich werden persönliche Interviews mit Vertretern der Firmen geführt. Auf Zusammenarbeit legt die oekom research AG im

⁶¹ Vgl. oekom research (2015b).

⁶² Vgl. Bönning und Haßler (2007), S. 370.

⁶³ Vgl. Häßler (2013), S. 145.

⁶⁴ Vgl. oekom research (2015a).

⁶⁵ Vgl. oekom research (2015f).

⁶⁶ Vgl. Gabriel (2007), S. 133.

Ratingprozess grundsätzlich großen Wert.⁶⁷ Indem sie den Unternehmen die Möglichkeit gibt zu vorläufigen Ratingergebnissen Stellung zu nehmen und mit Erklärungen zu ergänzen, wird Objektivität gewährleistet und Hintergrundinformationen gesammelt.⁶⁸ Da Unternehmen in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung ein möglichst positives Bild abgeben wollen,⁶⁹ greift die oekom research AG auch auf externe Quellen zu. Zu diesen gehören unter anderem Medien, unabhängige Experten, NGOs, Regierungen, Forschungsinstitute und Wirtschaftsverbände.⁷⁰

Im Gliederungspunkt 3.3 wird im Zuge der Darstellung des Social Ratings, näher auf den Ratingprozess der oekom research AG eingegangen.

2.3.2.2 Nachhaltige Aktienindizes

Die Aktien börsennotierter Unternehmen die sich aufgrund ihrer Bewertungsergebnisse für nachhaltige Investments eignen, werden in Nachhaltigkeitsindizes zusammengefasst.⁷¹ Die Ergebnisse des Ratings der oekom research AG sind Grundlage für die Zusammenstellung des „Global Challenge Index“ (GCX) der Börse Hannover. Von allen mit „Prime Status“ bewerteten Unternehmen werden 50 ausgewählt, die im Rahmen ihres Kerngeschäfts einen substantziellen Beitrag zu vorher festgelegten globalen Herausforderungen liefern.⁷²

Der weltweit bedeutendste Nachhaltigkeitsindex ist der „Dow Jones Sustainability Index“. Dieser enthält die 250 weltweit führenden Unternehmen des „Dow Jones Global Index“ hinsichtlich der ökonomisch, ökologisch und sozialen Kriterien von SAM.⁷³

Die Nachhaltigkeitsindizes werden für Anleger immer interessanter, da sie wie bereits erwähnt als weniger riskant gelten und hinsichtlich der Rentabilität mit konventionellen Anlageformen mithalten können. Zudem stellen sie eine Art Gütesiegel für die Unternehmen dar und geben deshalb einen Anreiz zu einer besseren Nachhaltigkeitsleistung.

⁶⁷ Vgl. oekom research (2015c).

⁶⁸ Vgl. Bönning und Haßler (2007), S. 370.

⁶⁹ Vgl. Gabriel (2007), S. 133.

⁷⁰ Vgl. oekom research (2015c).

⁷¹ Vgl. Gabriel (2007), S. 137.

⁷² Vgl. Global Challenges Index (2013), S. 1f.

⁷³ Vgl. Gabriel (2007), S. 142f.

2.4 Soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen

Die Arbeit beschränkt sich im weiteren Verlauf auf die soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen. Die soziale Dimension fand lange Zeit wenig Berücksichtigung, da Nachhaltigkeit für Unternehmen hauptsächlich ein ökologisches Thema darstellte.⁷⁴

Soziale Nachhaltigkeit wird in der Praxis häufig auch als soziale bzw. gesellschaftliche Verantwortung oder mit dem inzwischen eingedeutschten Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) beschrieben. Es geht dabei um die ethische Verantwortung der Unternehmen gegenüber der Gesellschaft.⁷⁵ Häufig wird dies durch Sponsoring oder Spenden zum Ausdruck gebracht. Dies kann zwar als ein Teilbereich angesehen werden, das Konzept CSR geht allerdings weit darüber hinaus. Es ist nicht die Mittelverwendung entscheidend, sondern viel mehr wie die Mittel erwirtschaftet werden.⁷⁶ Kernthema der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen ist die Integration und Durchsetzung sozialer Mindeststandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette unabhängig des jeweiligen nationalen Rechts. Dazu gehören u.a. Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen, gerechte Entlohnung und Arbeitszeiten, Verbot von Diskriminierung jeglicher Art, Kinderarbeit sowie Arbeitssicherheit und -gesundheit.⁷⁷

Als Basis hierfür gelten internationale Standards und Richtlinien, die im folgenden Gliederungspunkt der Arbeit beschrieben werden.

⁷⁴ Vgl. Müller (2003), S.108f.

⁷⁵ Vgl. Hardtke (2010), S. 16.

⁷⁶ Vgl. Suchanek und Lin-Hi (2007), S. 67f.

⁷⁷ Vgl. oekom research (2011), S. 1f.

3. Umsetzung und Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit von Unternehmen

3.1 Ausgewählte internationale Standards und Richtlinien zur Umsetzung sozialer Nachhaltigkeit

Es gibt eine Vielzahl von Organisationen, die sich das Ziel gesetzt haben, international geltende Richtlinien und Grundsätze im Kontext sozialer Nachhaltigkeit zu formulieren. Diese dienen nicht nur Unternehmen zur Umsetzung von Mindeststandards, sondern werden ebenso von Initiativen zur Erstellung von Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung als Referenz angesehen.⁷⁸ Vor allem aber bedienen sich auch Nachhaltigkeitsratingagenturen bestehender Normen und nehmen diese in ihren Kriterienkatalog mit auf.⁷⁹

Eine beispielhafte Auswahl aus der Vielzahl von international anerkannten sozialen Standards ist nachfolgend aufgelistet:⁸⁰

- Kernarbeitsnormen, Übereinkommen und Erklärungen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO)
- United Nations Global Compact (UNGC)
- „Allgemeine Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen
- OECD – Leitsätze für multinationale Unternehmen
- ISO 26000 Social Responsibility (SR)
- Amnesty International Human Rights Principles for Companies
- Social Accountability (SA) 8000

Aufgrund ihrer Relevanz für soziale Nachhaltigkeitsratings⁸¹ werden im Folgenden die wichtigsten Erklärungen und Kernarbeitsnormen der ILO und die Prinzipien des UNGC erläutert. Daneben werden die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, die wohl die umfassendsten Richtlinien für gesellschaftliches verantwortliches Handeln darstellen⁸², näher aufgeführt.

⁷⁸ Vgl. Henle (2007), S. 47ff.

⁷⁹ Vgl. Lindenmayer und Schäfer (2004), S. 40.

⁸⁰ Vgl. Henle (2007), S. 19.

⁸¹ Vgl. Lindenmayer und Schäfer (2004), S. 43.

⁸² Vgl. Henle (2007), S. 27.

3.1.1 Kernarbeitsnormen und wichtige Erklärungen der Internationalen Arbeitsorganisation

Die ILO ist eine Sonderorganisation der UN mit 185 Mitgliedstaaten, die bereits im Jahr 1919 gegründet wurde.⁸³ Ihre Hauptaufgaben

„[...] sind die Formulierung und Durchsetzung internationaler Arbeits- und Sozialnormen, insbesondere der Kernarbeitsnormen, die soziale und faire Gestaltung der Globalisierung sowie die Schaffung von menschenwürdiger Arbeit als einer zentralen Voraussetzung für die Armutsbekämpfung.“⁸⁴

Neben über 203 Empfehlungen⁸⁵, die lediglich eine Orientierungshilfe für die Politik darstellen, hat die ILO bereits 189 Übereinkommen⁸⁶ verabschiedet. Diese werden allerdings nur rechtsverbindlich, wenn die Mitgliedstaaten sie ratifizieren.⁸⁷ In diesem Zusammenhang wurde im Jahr 1998 die „Erklärung über die grundlegenden Prinzipien und Rechte bei der Arbeit“ verabschiedet.⁸⁸ In dieser werden die folgenden Grundprinzipien genannt, die jedes Mitgliedsland einzuhalten, zu fördern und zu verwirklichen hat:

- Vereinigungsfreiheit und effektive Anerkennung des Rechts zu Kollektivverhandlungen
- Beseitigung aller Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit
- Effektive Abschaffung der Kinderarbeit
- Beseitigung der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf

Abkommen, die die genannten Grundsätze betreffen, stellen die Kernarbeitsnormen dar und müssen, ob ratifiziert oder nicht, von allen Mitgliedstaaten eingehalten werden.⁸⁹

Während sich die Konventionen der ILO grundsätzlich an Staaten richten, bezieht sich die zuletzt im Jahr 2006⁹⁰ aktualisierte „Dreigliedrige Grundsaterklärung über

⁸³ Vgl. Internationale Arbeitsorganisation (2015b).

⁸⁴ Internationale Arbeitsorganisation (2015b).

⁸⁵ Vgl. International Labour Organization (2015a).

⁸⁶ Vgl. International Labour Organization (2015b).

⁸⁷ Vgl. Internationale Arbeitsorganisation (2015a).

⁸⁸ Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2015).

⁸⁹ Vgl. Internationale Arbeitsorganisation (1998), S. 4f.

⁹⁰ Vgl. Internationales Arbeitsamt (2006), S. 3f.

multinationale Unternehmen und Sozialpolitik“ konkret auf Unternehmen. Das Abkommen, das Richtlinien zu den Bereichen Beschäftigung, Ausbildung, Arbeits- und Lebensbedingungen und Arbeitsbeziehungen enthält, wurde bereits im Jahr 1977 als Reaktion auf die Ausbreitung von Unternehmenstätigkeiten in Dritte Welt Ländern verabschiedet.⁹¹ Die formulierten Anforderungen sind zwar nicht rechtsverbindlich, eignen sich aber hervorragend als Referenz für die Bewertung der gesellschaftlichen Aspekte der Nachhaltigkeit von Unternehmen.

Die ILO ist hinsichtlich der Formulierung von weltweit anerkannten Arbeitsstandards, nicht zuletzt durch die hohe Anzahl an Mitgliedstaaten, die bedeutendste Organisation. Mit ihren Kernarbeitsnormen gelingt es ihr, grundlegende Prinzipien und Arbeitsrechte für 185 Staaten festzulegen. Zudem beziehen sich fast alle Initiativen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Übereinkommen der ILO. Sie gelten als Maßstab für die Umsetzung angemessener Arbeits- und Sozialbedingungen.

3.1.2 Die Prinzipien des United Nations Global Compact

Der im Jahr 2000 gegründete UNGC ist ein freiwilliges Übereinkommen zwischen den Vereinten Nationen und Unternehmen.⁹² Aktuell zählt der UNGC etwa 12.000 Mitglieder, von denen rund 8.000 Unternehmen sind.⁹³ Die Teilnehmer verpflichten sich grundsätzlich zur Einhaltung folgender zehn Prinzipien:

⁹¹ Vgl. Henle (2007), S. 22.

⁹² Vgl. Henle (2008), S. 24.

⁹³ Vgl. United Nations Global Compact (2015).

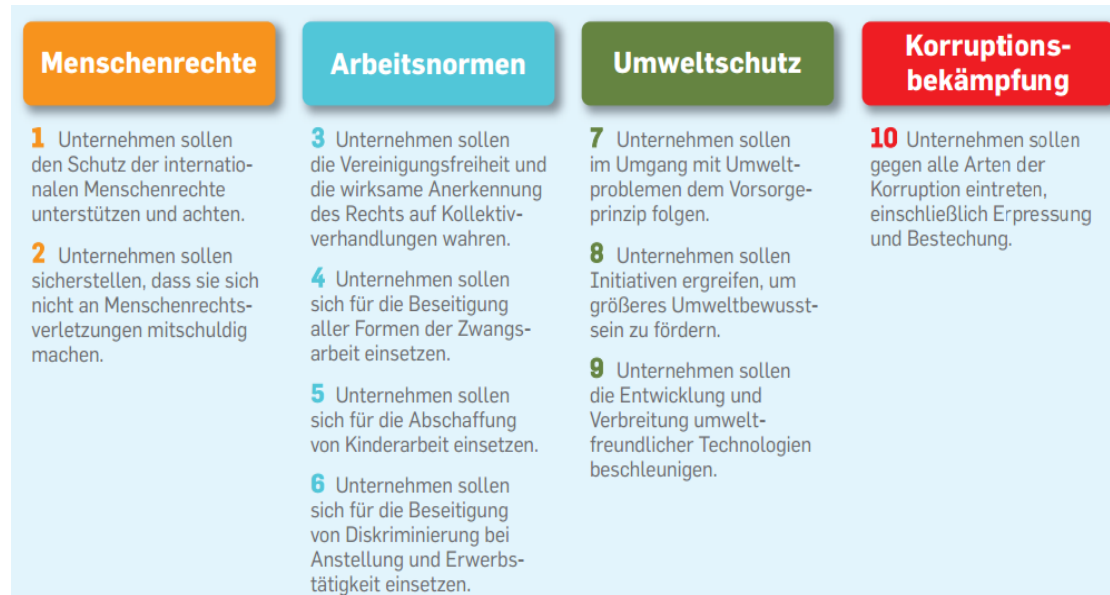


Abbildung 6: Zehn Prinzipien des Global Compacts in vier Themenbereichen

Quelle: Deutsches Global Compact Netzwerk (2012), S.4.

Wie in der Abbildung 6 ersichtlich, betreffen drei Prinzipien den Umweltschutz, die restlichen sieben behandeln soziale Aspekte aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen und Korruptionsbekämpfung. Inhaltlich basieren diese auf der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen, den „Erklärungen über die grundlegenden Prinzipien und Rechte der Arbeit“ der ILO und der UN-Konvention gegen Korruption.⁹⁴

Um Mitglied des UNGC zu werden muss lediglich eine schriftliche Erklärung an den UN-Generalsekretär gerichtet werden, mit der sich das Unternehmen zur Einhaltung und Förderung der zehn Prinzipien verpflichtet.⁹⁵ Die Überwachung der Einhaltung dieser zählt der UNGC nicht zu seinen Aufgaben.⁹⁶ Aus diesem Grund stand der Pakt in der Kritik, „Greenwashing“ zu fördern.⁹⁷ Das Wirtschaftslexikon von Gabler definiert „Greenwashing“ als,

„[...] den Versuch von Unternehmen, durch Marketing und PR-Maßnahmen ein „grünes Image“ zu erlangen, ohne allerdings entsprechende Maßnahmen [...] zu implementieren.“⁹⁸

⁹⁴ Vgl. Henle (2008), S. 24.

⁹⁵ Vgl. Henle (2008), S. 25.

⁹⁶ Vgl. Deutsches Global Compact Netzwerk (2012), S. 4.

⁹⁷ Vgl. Aachener Stiftung Kathy Beys (2014).

⁹⁸ Gabler Wirtschaftslexikon (2010), S. 1315.

Um dem vorzubeugen, wurde die jährliche Rechenschaftspflicht über die Einhaltung und Förderung der Prinzipien eingeführt.⁹⁹ Darüber hinaus wurde 2011 eine Liste mit über 2.000 Unternehmen online gestellt, die aufgrund von Verstößen gegen die Rechenschaftspflicht von der Mitgliedschaft ausgeschlossen wurden.¹⁰⁰

3.1.3 OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) definiert ihre Leitsätze für multinationale Unternehmen als

„[...] Empfehlungen der Regierungen an die multinationalen Unternehmen, die in oder von den Teilnehmerstaaten aus operieren.“¹⁰¹

Sie beinhalten,

*„[...] nicht rechtsverbindliche Grundsätze und Maßstäbe für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln in einem globalen Kontext
[...].“¹⁰²*

Die letzte Überarbeitung der Grundsätze wurde im Mai 2010 von den 34 Mitgliedstaaten der OECD sowie acht weiteren Ländern unterzeichnet.¹⁰³ Die Leitsätze gliedern sich inhaltlich in die folgenden elf Kapitel:¹⁰⁴

- I. Begriffe und Grundsätze
- II. Allgemeine Grundsätze
- III. Offenlegung von Informationen
- IV. Menschenrechte
- V. Beschäftigung und Beziehungen zwischen den Sozialpartnern
- VI. Umwelt
- VII. Bekämpfung von Bestechung, Bestechungsgeldforderungen und Schmiergelderpressung
- VIII. Verbraucherinteressen
- IX. Wissenschaft und Technologie
- X. Wettbewerb
- XI. Besteuerung

⁹⁹ Vgl. Deutsches Global Compact Netzwerk (2012), S. 4.

¹⁰⁰ Vgl. United Nations Global Compact (2011), S. 47.

¹⁰¹ OECD (2011), S. 3.

¹⁰² Ebenda.

¹⁰³ Vgl. ebenda.

¹⁰⁴ Vgl. ebenda, S. 7.

In jedem dieser Kapitel werden umfassende Handlungsempfehlungen abgegeben. Der Bezug zu anderen anerkannten Standards ist ebenfalls gegeben. So bezieht sich das Kapitel „Beschäftigung und Beziehungen zwischen den Sozialpartnern“ explizit auf Übereinkommen der ILO.¹⁰⁵

Jeder Teilnehmerstaat muss eine Nationale Kontaktstelle (NKS) einrichten, die bei einer Regierungsinstanz anzusiedeln ist. Diese soll hinsichtlich der vier Schlüsselkriterien Sichtbarkeit, Zugänglichkeit, Transparenz und Rechenschaftspflicht die wirksame Anwendung der Leitlinien fördern und Informationen verteilen. Eine weitere Aufgabe besteht in der Prüfung von Hinweisen in Bezug auf Verstöße gegen die Grundsätze. Sind die Beschwerden gerechtfertigt, muss die NKS ein Vermittlungsverfahren einleiten. Wird dennoch kein Ergebnis erreicht, ist sie dazu verpflichtet den Fall öffentlich zu machen. Zudem muss die NKS dem Ausschuss der OECD jährlich über eingegangene Beschwerden berichten.¹⁰⁶

Zusammenfassend gelten die OECD-Leitsätze zwar als eine der umfangreichsten Handlungsweisen für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung.¹⁰⁷ Es wird allerdings kritisiert, dass wesentliche Bestimmungen zur effektiven Umsetzung der Leitsätze fehlen und im Zuge der Neuauflage im Jahr 2011 die Chance verpasst wurde, umfassendere Maßnahmen zur Regeleinhaltung zu implementieren.¹⁰⁸

In den vorhergehenden Gliederungspunkten wurden exemplarisch Richtlinien und Grundsätze vorgestellt, an denen sich Unternehmen orientieren können, um soziale Nachhaltigkeit sicherzustellen. Nachfolgend wird aufgezeigt, wie sich diese in Unternehmen messen lässt.

3.2 Soziale Leistungsindikatoren der Global Reporting Initiative

Die GRI implementiert in ihren Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung Indikatoren und definiert diese als „qualitative oder quantitative Informationen über Ergebnisse der Organisation, die vergleichbar sind und im Laufe der Zeit auftretende Veränderungen aufzeigen.“¹⁰⁹ Die sogenannten Leistungsindikatoren sollen die soziale

¹⁰⁵ Vgl. OECD (2011), S. 43ff.

¹⁰⁶ Vgl. ebenda S. 81ff.

¹⁰⁷ Vgl. Henle (2008), S. 27.

¹⁰⁸ Vgl. Utz (2011), S. 1.

¹⁰⁹ Global Reporting Initiative (2013b), S. 252.

Leistung, also den Einfluss auf Stakeholder und Gesellschaft, eines Unternehmens messbar machen und eine einheitliche Basis für die Vergleichbarkeit schaffen.¹¹⁰ Allerdings lassen sich im Gegensatz zu den ökologischen und ökonomischen Aspekten nicht alle gesellschaftlichen quantifizieren. Infolgedessen sind mehrere soziale Indikatoren qualitativ formuliert. Die GRI implementiert Indikatoren zu verschiedenen Kriterien der Bereiche Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung, Menschenrechte, Gesellschaft und Produktverantwortung.¹¹¹ Eine vollständige Übersicht dieser Kriterien befindet sich im Anhang 1 auf Seite 58.

Viele der Indikatoren beziehen sich auf Aspekte die sich auch in international anerkannten Standards widerspiegeln. Die GRI weist explizit auf Gemeinsamkeiten mit den Prinzipien des UNGC und der Leitlinien der OECD hin.¹¹² Des Weiteren werden Konventionen der ILO bei fast allen Kriterien als Quelle aufgeführt.¹¹³ Derzeit umfassen die GRI Leitlinien zur Berichterstattung 48 soziale Leistungsindikatoren.¹¹⁴ Um einen Eindruck von diesen zu gewinnen, werden im Folgenden beispielhaft je zwei Indikatoren aus den vier Bereichen vorgestellt.

Bereich: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

- „Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht“¹¹⁵

Aspekt: Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken

- „Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden“¹¹⁶

¹¹⁰ Vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015a), S. 31 und vgl. Hofmann (2011), S. 117.

¹¹¹ Vgl. Global Reporting Initiative (2013b), S. 63.

¹¹² Vgl. ebenda, S. 88ff.

¹¹³ Vgl. ebenda, S. 145ff.

¹¹⁴ Vgl. ebenda, S. 21f.

¹¹⁵ Ebenda, S. 154.

¹¹⁶ Global Reporting Initiative (2013b), S. 170.

Bereich: Menschenrechte

Aspekt: Gleichbehandlung

- „Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen“¹¹⁷

Aspekt: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

- „Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Maßnahmen zum Schutz dieser Rechte“¹¹⁸

Bereich: Gesellschaft

Aspekt: Korruptionsbekämpfung

- „Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen“¹¹⁹

Aspekt: Politik

- „Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem“¹²⁰

Bereich: Produktverantwortung

Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit

- „Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft werden, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln“¹²¹

Aspekt: Schutz der Privatsphäre von Kunden

- „Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten“¹²²

¹¹⁷ Global Reporting Initiative (2013b), S. 170.

¹¹⁸ Ebenda, S. 183.

¹¹⁹ Ebenda, S. 207.

¹²⁰ Ebenda, S. 212.

¹²¹ Ebenda, S. 225.

¹²² Global Reporting Initiative (2013b), S. 235.

Die Gesamtheit der Leistungsindikatoren mit detaillierten Erklärungen kann der „Umsetzungsanleitung - G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung“ entnommen werden.

Im folgenden Gliederungspunkt wird nun dargestellt, wie unabhängige Dritte eine Bewertung der sozialen Nachhaltigkeit vornehmen.

3.3 Das Social Rating der oekom research AG

Viele der Themen, die im Rahmen des Social Ratings der oekom research AG eingeschätzt werden, überschneiden sich mit den zuvor beschriebenen sozialen Leistungsindikatoren und Aspekten der GRI¹²³ und beziehen sich somit auch auf die im Gliederungspunkt 3.1 beschriebenen international anerkannten Richtlinien.

Das generelle Vorgehen beim Social Rating ist für jede der Kategorien analog. Zuerst wird überprüft, ob es zu dem jeweiligen Untersuchungskriterium umfassende Unternehmensrichtlinien und Regelwerke gibt. Maßgeblich ist dabei, ob diese sich an international anerkannten Standards oder lediglich an lokalem Recht orientieren. Im nächsten Schritt wird beurteilt, mit welchen Maßnahmen die Richtlinien umgesetzt werden und wie ihr Abdeckungsgrad ist. Das heißt, ob sie konzernübergreifend gültig sind oder nur bestimmte Mitarbeiter bzw. Länder abdecken. Am Ende einer jeden Ratingsektion wird geprüft, ob es in der Vergangenheit für das Rating relevante negative Vorfälle gab.

Im Folgenden werden die verschiedenen Bereiche des Social Ratings mit den dazugehörigen Themen vorgestellt, die im Gliederungspunkt 4 für ausgewählte Unternehmen analysiert und ausgewertet werden. Als Quelle dienen die sich im Anhang 4,5 und 6 befindenden Nachhaltigkeitsratings der oekom research AG.

3.3.1 Mitarbeiter

In der Sektion Mitarbeiter werden folgende fünf Kriterien betrachtet:

- Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
- Chancengleichheit und Gleichbehandlung
- Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit

¹²³ Vgl. Henle (2008), S. 217.

- Work-Life-Balance
- Beschäftigungssicherheit und Beschäftigungsarten

Bei der Vereinigungsfreiheit und dem Recht auf Kollektivverhandlungen wird neben der Ausführlichkeit der Unternehmensrichtlinien vor allem bewertet, welche Maßnahmen in Ländern mit beschränkten lokalen Gesetzen ergriffen werden, um die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen für eigene Mitarbeiter vor Ort zu gewährleisten.

Beim Kriterium Chancengleichheit und Gleichbehandlung werden die Richtlinien und Maßnahmen gegen Diskriminierung aller Art betrachtet. Im Speziellen wird darüber hinaus die Frauenquote unter den Mitarbeitern gesamt und in leitenden Positionen benotet.

Das Thema Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit wird anhand der Unternehmensgrundsätze, getroffener Vorkehrungen und der Häufigkeit von Arbeitsunfällen bewertet.

Ausschlaggebend für das Kriterium Work-Life-Balance ist die Möglichkeit zur Arbeitszeit- und Arbeitsplatzflexibilisierung, das heißt das Angebot an verschiedenen Arbeitszeitmodellen und Heimarbeit. Daneben werden die Möglichkeiten beurteilt eine Auszeit vom Beruf, sei es für die Kindererziehung, Krankenpflege oder anderen privaten Gründen, nehmen zu können.

Beim Kriterium Beschäftigungssicherheit und –arten wird überprüft, ob es in den letzten Jahren großflächige Kündigungen gab und inwiefern das Unternehmen Maßnahmen unternimmt, Massenkündigungen zu verhindern bzw. die sozialen Auswirkungen solcher gering zu halten. Des Weiteren wird das Verhältnis von Festangestellten zu Leiharbeitern bewertet.

3.3.2 Lieferanten

Im Bereich Lieferanten werden die Lieferantenstandards und deren Einhaltung hinsichtlich Arbeitnehmerrechte und Arbeitsbedingungen bewertet. Kernthema ist die Gewährleistung von international anerkannten sozialen Standards, wie die Grundsätze des UNGC und der ILO, bei Lieferanten und Sub-Zulieferern. Um dies durchzusetzen, ist ein umfassendes Lieferantenmanagement mit verschiedenen Instrumenten nötig. Beispiele hierfür sind regelmäßige Audits, Schulungen von Einkaufsperso-

nal und Lieferanten sowie generell eine enge Zusammenarbeit mit den Zulieferern hinsichtlich sozialer Themen und Probleme. Darüber hinaus ist für die Bewertung von Bedeutung, welche Handlungsweisen das Unternehmen festlegt, wenn einer seiner Lieferanten gegen entsprechende Richtlinien verstößt.

3.3.3 Gesellschaft

Für den Bereich Gesellschaft sind folgende Themen entscheidend:

- Menschenrechte
- Politische Beziehung und Einflussnahme
- Nachhaltigkeitsberichterstattung

Innerhalb des Themas Menschenrechte wird untersucht, ob sich die Unternehmen in ihren Richtlinien umfassend zu den Menschenrechten bekennen und sich dafür einsetzen. Bedeutend ist hierbei auch, ob die Unternehmen Mitglied des UNGC sind und dessen Grundsätze fördern.

Maßgeblich für das Kriterium politische Beziehung und Einflussnahme ist die Transparenz hinsichtlich Spenden an und erhaltende Gelder von der Politik. Dazu wird kritisch beleuchtet, inwiefern das Unternehmen durch Lobbyaktivitäten politischen Einfluss nimmt.

Zuletzt wird in dieser Sektion die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Unternehmen bewertet. Im Fokus stehen hier die Nachhaltigkeitsberichte. Diese sollen vollständig und transparent alle bedeutenden Themen zu sozialen und ökologischen Einflüssen des Unternehmens auf ihre Mitarbeiter, Stakeholder und Umwelt beinhalten. Zudem sollte der Nachhaltigkeitsbericht nach international anerkannten Berichtsinitiativen, wie bspw. die der GRI, verfasst sein und von Dritten, z.B. von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, verifiziert werden.

3.3.4 Corporate Governance

Der Bereich Corporate Governance enthält folgende Kriterien:

- Unabhängigkeit des Vorstandes und der Nachhaltigkeitskontrolle
- Mitbestimmung der Aktionäre
- Vergütung von Mitgliedern der Geschäftsleitung
- Veröffentlichung der Hauptaktionäre

Unter der Unabhängigkeit des Vorstandes wird die Gewaltenteilung im Unternehmen betrachtet. Das bedeutet, dass Vorstand und Aufsichtsrat getrennt agieren. Der Vorstandsvorsitzende soll kein Mitglied des Aufsichtsrats sein und umgekehrt der Vorsitzende des Aufsichtsrats kein Mitglied der Geschäftsführung. Darüber hinaus sollen Kontrollgremien für Audit, Entlohnung und Nachhaltigkeit unabhängig vom leitenden Management im Unternehmen integriert sein.

Das Kriterium Mitbestimmung der Aktionäre beinhaltet das Stimmrecht und die Wertigkeit von Anteilen bei Wahlen. Zudem umfasst es, ob und welche Mitbestimmungsmöglichkeiten die Gesellschaft Aktionären anbietet, die bei Hauptversammlungen nicht anwesend sein können. Beispiele hierfür sind Online- oder Telefonabstimmung. Des Weiteren wird untersucht wie groß der Anteil an der Gesellschaft sein muss, um einen Entschluss oder Themenpunkt auf die Agenda der Jahreshauptversammlung bringen zu können.

Beim Thema Vergütung der Geschäftsleitung wird beurteilt, ob das Unternehmen das Verhältnis des Gehalts der oberen Führungsebene zum durchschnittlichen Gehalt aller Mitarbeiter veröffentlicht. Zusätzlich wird analysiert, ob in das Vergütungssystem des Managements Nachhaltigkeitsziele integriert wurden.

Wie schon aus dem Namen des Kriteriums Veröffentlichung der Hauptaktionäre zu erkennen ist, wird hierbei überprüft, ob die Unternehmen ihre Hauptaktionäre offenlegen. Zudem wird die Zugänglichkeit der Informationen berücksichtigt.

3.3.5 Wirtschaftsethik

Im Bereich Wirtschaftsethik wird der Ethikkodex der Unternehmen hinsichtlich Vollständigkeit und Deckungsgrad geprüft. Der Kodex sollte umfassend formulierte Handlungsweisen für die Mitarbeiter zu den Themen Korruption, Kartellrecht, Insiderhandel, Geschenke und Interessenskonflikte beinhalten. Darüber hinaus werden die Compliance Maßnahmen benotet. Beispiele hierfür sind das Einsetzen von Compliance Officern, Schulungen, Audits und Whistleblower Hotlines. Besonderes Augenmerk liegt auf den Maßnahmen zum Schutz von Whistleblowern und der Verfügbarkeit von eigenen Hotlines in allen Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist.

Danach wird geprüft, ob es in der Vergangenheit wesentliche Probleme zum Thema Wirtschaftsethik gab. Beispiele hierfür sind vor allem Strafzahlungen wegen Kartell-

rechtsverletzungen und Preisabsprachen. Falls es entsprechende Vorfälle das Unternehmen betreffend gegeben hat, wird eine Abwertung des Ratings vorgenommen.

4. Vergleich der Social Ratings ausgewählter Automobilhersteller

4.1 Vorstellung der Branche und aktuelle Entwicklungen

Die Automobilindustrie produzierte im Jahr 2014 insgesamt 89,5 Mio. Personenkraftwagen und Nutzfahrzeuge¹²⁴ und beschäftigte bereits im Jahr 2011 mehr als elf Millionen Menschen.¹²⁵ Durch die vielen vor- und nachgelagerten Branchen zählt sie zu einer der Schlüsselindustrien. Das menschliche Bedürfnis nach Mobilität, das weltweite Bevölkerungswachstum und die fortschreitende Motorisierung der Schwellenländer, eröffnen den Automobilherstellern neue Absatzchancen. Demgegenüber stehen gleichzeitig zahlreiche ökologische und soziale Herausforderungen. Durch öffentlichen Druck und neue Gesetze gewinnt der Anspruch an klima- und umweltfreundlichen Automobilen an Bedeutung. Durch diese Diskussionen stehen meist die ökologischen Themen der Branche im Vordergrund. Daneben gibt es allerdings auch eine Reihe von sozialen Herausforderungen die Unternehmen berücksichtigen müssen.¹²⁶

In den Entwicklungs- und Schwellenländern, wo zunehmend die Rohstoffbeschaffung stattfindet oder in die Produktionen ausgelagert werden, herrschen niedrige lokale Rechte bezüglich Arbeitsstandards. Die Aufgabe der Unternehmen besteht in der Durchsetzung und Förderung von international anerkannten Standards und Richtlinien entlang der gesamten Lieferkette. Diese müssen Themen wie Gewerkschaftsfreiheit, gerechte Entlohnung, Arbeitszeit sowie Arbeitssicherheit beinhalten.¹²⁷ Darüber hinaus muss sich die Branche noch weiteren Herausforderungen, wie der Korruptionsbekämpfung und der Beseitigung von Kartellverstößen z.B. durch Preisabsprachen stellen.

¹²⁴ Vgl. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2015).

¹²⁵ Vgl. oekom research (2013), S. 1f.

¹²⁶ Vgl. ebenda.

¹²⁷ Vgl. oekom research (2013), S. 4f.

Nachfolgend werden die in der Automobilbranche erzielten sozialen Ratingergebnisse dargestellt.

Unternehmen	Land	Region	Social Rating
BMW	Deutschland	Europa	B
Audi	Deutschland	Europa	B-
Daimler	Deutschland	Europa	B-
Porsche	Deutschland	Europa	B-
Volkswagen	Deutschland	Europa	B-
Renault	Frankreich	Europa	B
Peugeot	Frankreich	Europa	B-
Honda	Japan	Asien	C-
Toyota	Japan	Asien	D+
Daihatsu	Japan	Asien	D-
Hyundai Kia	Korea	Asien	C-
Yulon Motor	Taiwan	Asien	D
Ford	USA	Amerika	C+
General Motors	USA	Amerika	D+

Tabelle 1: Exemplarische Auswahl von Autoherstellern und deren Social Rating

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

Die Tabelle 1 zeigt exemplarisch eine Auswahl der insgesamt 36 Automobilhersteller, die von der oekom research AG bewertet wurden. Wie daraus hervorgeht, gibt es im interkontinentalen Vergleich erhebliche Unterschiede. Während alle europäischen Unternehmen durchgehend ein gutes Social Rating erhalten, schafft keiner der asiatischen bzw. amerikanischen Automobilhersteller ein Rating von B. Ford, Honda und Hyundai Kia schneiden zumindest noch im mittelmäßigen Bereich ab.

Nachfolgend werden anhand verschiedener Kriterien drei der aufgelisteten Unternehmen zur Analyse und Gegenüberstellung ihres Social Ratings ausgewählt.

4.2 Vorstellung und Auswahl der Unternehmen

Bei der Auswahl der Unternehmen werden mehrere Kriterien berücksichtigt. Um den zuvor beschriebenen Unterschied zwischen europäischen und asiatischen bzw. amerikanischen Automobilherstellern zu erklären, wird in erster Linie darauf geachtet, dass die verschiedenen Regionen vertreten sind. Des Weiteren werden Unternehmen mit unterschiedlichen Ratingnoten gewählt, um Abstufungen erläutern zu können. Überdies spielen hinsichtlich der Relevanz innerhalb der Branche die globale Tätigkeit, der weltweite Bekanntheitsgrad und die Unternehmensgröße eine wichtige Rolle.

Die Beachtung der erwähnten Kriterien führt zu folgender Auswahl für die Gegenüberstellung:

oekom Corporate Rating	BMW	Ford	Toyota
Social Rating	B	C+	D+

Tabelle 2: Auswahl der Automobilhersteller für die Analyse

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4, 5 und 6.

Die Bayerische Motoren Werke AG (BMW) erhält die Branchenbestnote B und wird im nachfolgenden Vergleich der Social Ratings als Benchmark angesehen. Der deutsche Automobil- und Motorradhersteller mit Sitz in München, der bereits seit 2001 regelmäßig einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht,¹²⁸ schreibt das Wort „nachhaltig“ sogar auf die Titelseite seines Geschäftsberichts.¹²⁹ Der Konzern erreichte mit 116.324 Mitarbeitern¹³⁰ im Geschäftsjahr 2014 einen Umsatz von 80,4 Mrd. EUR¹³¹. Damit gehört er zu den acht umsatzstärksten und hält nebenbei den Titel als profitabelster Automobilhersteller der Welt.¹³²

Ford, der zweite ausgewählte Automobilbauer schneidet im Rating mittelmäßig mit der Note C+ ab. Dennoch ist er damit der am besten bewertete amerikanische Hersteller. Das Unternehmen mit Sitz in Dearborn (USA) beschäftigt weltweit 187.000

¹²⁸ Vgl. BMW Group (2015c).

¹²⁹ Vgl. BMW Group (2015b).

¹³⁰ Vgl. BMW Group (2015b), S. 3.

¹³¹ Vgl. BMW Group (2015b), S. 3.

¹³² Siehe Anhang 2 und Anhang 3.

Mitarbeiter¹³³ und ist hinsichtlich eines Jahresumsatzes von 144 Mrd. USD¹³⁴ (119 Mrd. EUR) der fünftgrößte Automobilhersteller der Welt.¹³⁵

In der Gegenüberstellung ist Toyota am schlechtesten bewertet. Der japanische Konzern mit Sitz in Toyota, dessen Jahresbericht 2014 unter dem Motto „Aiming to Achieve *Sustainable Growth* and to Bring Smiles“¹³⁶ steht, erreicht im Social Rating nur die Note D+. Das Unternehmen beschäftigt weltweit 338.875 Mitarbeiter¹³⁷ und ist gemessen am Umsatz von 25,69 Bil. JPY¹³⁸ (188 Mrd. EUR) der zweitgrößte Automobilhersteller der Welt.¹³⁹

4.3 Gegenüberstellung und Bewertung der Social Ratings von BMW, Ford und Toyota

In diesem Kapitel werden die Ratingergebnisse der ausgewählten Unternehmen in den unter 3.3.2 bis 3.3.6 aufgezählten Bereichen gegenübergestellt und die Unterschiede analysiert. Die von der oekom research AG vorgenommene Gewichtung der Ratingbereiche wird im nachfolgenden Vergleich nicht berücksichtigt, da diese für den direkten Vergleich der einzelnen Kriterien keine Rolle spielt.

Zur deutlicheren Darstellung der Unterschiede wird ein Ampelsystem verwendet, bei dem die Farbe dunkelgrün für die Noten A+ / A / A-, hellgrün für B+ / B / B-, gelb für C+ / C / C- und rot für D+ / D / D- steht.

¹³³ Vgl. Ford Motor Company (2014a), S. 1.

¹³⁴ Vgl. Ford Motor Company (2014a), S. 27.

¹³⁵ Siehe Anhang 2.

¹³⁶ Vgl. Toyota Motor Corporation (2014a), Titelseite.

¹³⁷ Vgl. Toyota Motor Corporation (2014a), Seite 68.

¹³⁸ Vgl. ebenda, S. 26.

¹³⁹ Siehe Anhang 2.

4.3.1 Mitarbeiter

Kriterien		BMW	Ford	Toyota
1.	Mitarbeiter	B	C+	D
1.1	Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektiverhandlungen	A+	C	D+
1.2	Chancengleichheiten und Gleichbehandlung	C+	B-	D+
1.3	Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit	A+	A+	D
1.4	Work-Life-Balance	A-	B-	C-
1.5	Beschäftigungssicherheit und Beschäftigungarten	C-	D	D
1.6	Aus- und Weiterbildung	C-	C-	D

Tabelle 3: Bereich Mitarbeiter

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

In der ersten untersuchten Sektion Mitarbeiter spiegelt sich bereits das Gesamtergebnis wieder. BMW erhält insgesamt mit B eine gute, Ford mit C+ eine mittelmäßige und Toyota mit D eine schlechte Bewertung. Die größten Unterschiede gibt es bei den Kriterien Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen sowie Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. BMW erhält hier jeweils die Bestbewertung A+, während Toyota nur ein Rating von D+ bzw. D erhält. In der Kategorie Beschäftigungssicherheit und Beschäftigungsarten weisen alle drei Unternehmen Defizite auf.

BMW erhält die hervorragende Bewertung bei dem Recht auf Vereinigungsfreiheit und auf Kollektivverhandlungen, da fast alle Mitarbeiter Gewerkschaften angehören, durch Betriebsräte vertreten werden oder durch Tarifverträge geschützt sind. Weitere Maßnahmen in Ländern mit strengen Gesetzen und Beschränkungen hinsichtlich der Vereinigungs- und Verhandlungsfreiheit sind nicht relevant für die Bewertung. BMW beschäftigt zwar nach eigenen Angaben Subunternehmer in betroffenen Ländern (Indonesien und Russland), besitzt aber keine Produktion mit eigenen Mitarbeitern.

Ford besitzt eine entsprechende Richtlinie, die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen im Allgemeinen umfasst, doch fehlen darin wichtige Aspekte. Konkret sind das Benachteiligungsverbot von Gewerkschaftsmitgliedern und der einschränkungslose Zugang zu Gewerkschaften nicht enthalten. Der Konzern hat Produktionsstätten in Russland und Vietnam, wo das Gründen von unabhängigen Gewerkschaften verboten und das Recht auf Vereinigungsfreiheit nur beschränkt ausgeführt werden kann. Um den Mitarbeitern in den genannten Ländern die Mitbestimmung an Unternehmensentscheidungen zu erleichtern, werden nach eigenen Angaben verschiedene Maßnahmen ergriffen. Details hierzu werden nicht weiter aufgeführt. Da zum Abdeckungsgrad ebenfalls keine Informationen vorliegen, schätzt die oekom research AG, dass die Maßnahmen zumindest mehr als 50 Prozent der relevanten Mitarbeiter betreffen. Daraus resultierend wird ein Rating von C vergeben.

Gemäß Toyota sind ein Teil der Beschäftigten Mitglied in Gewerkschaften oder durch Arbeitnehmerverbände vertreten. Allerdings existiert zum Thema Vereinigungsfreiheit, außer einer grundsätzlichen Verpflichtung nach lokalem Recht zu handeln, keine umfassende Norm. Da das Unternehmen in den gewerkschaftskritischen Ländern Vietnam und Bangladesch produziert, aber im Gegensatz zu Ford keine Informationen über unternehmensinterne Vorschriften oder Verbesserungsmaßnahmen vorlegt, erhält es in der Kategorie Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen nur das schwache Ratingergebnis D+.

In Bezug auf Chancengleichheit und Gleichbehandlung der Mitarbeiter erzielt Ford mit B-, gefolgt von BMW mit C+ die beste Note. Schlusslicht ist Toyota mit D+, dessen Richtlinien zur Chancengleichheit Defizite aufweisen. Diese sind nur allgemein formuliert, verbieten lediglich Diskriminierung und enthalten nicht mehr als eine Selbstverpflichtung zur Förderung von Gleichberechtigung. So fehlen explizit detaillierte Angaben zur Gleichbehandlung betreffend Geschlecht, Alter und ethnischer Herkunft bei der Einstellung, Beförderung und Bezahlung von Beschäftigten. BMW und Ford hingegen besitzen ausführlichere Anweisungen zur Chancengleichheit, in denen die Gleichbehandlung hinsichtlich Geschlecht, Rasse, Hautfarbe, Konfession, Alter, Herkunft, sexueller Orientierung gewährleistet wird. Zusätzlich sind Verhaltenskodizes zum Thema Belästigung am Arbeitsplatz vorhanden. Bezüglich durchgeführter Maßnahmen weist jedes der drei untersuchten Unternehmen Mängel auf. BMW und Ford implementieren zwar Schulungen, Beschwerdeverfahren und Handlungs-

pläne, es fehlen jedoch Informationen zu klar definierten Verantwortlichkeiten, Audits und der Einrichtung von anonymen Meldehotlines. Toyota gibt ausschließlich an, dass entsprechende Maßnahmen vorhanden sind. Es fehlen allerdings jegliche Auskünfte über Inhalt und Umsetzung.

Mit einem Frauenanteil von 25,7 Prozent unter den Beschäftigten weist Ford einen höheren Anteil als BMW, mit 17,4 Prozent, aus. Beide Zahlen stammen aus dem Jahr 2013. Toyotas Angabe eines Frauenanteils von 10,2 Prozent, stammt aus dem Jahr 2011. Die Prozentsätze an Frauen in leitenden Positionen basieren auf den Angaben aus den gleichen Jahren. Hier zeigt sich bei allen Unternehmen Handlungsbedarf. Besonders der japanische Automobilhersteller, der einen Anteil von nur 2,2 Prozent ausweist, hat hier starken Nachholbedarf. BMW erreicht immerhin 13,8 Prozent Frauenanteil in leitenden Positionen und Ford 17 Prozent. Der „Global Gender Gap Index“ des Weltwirtschaftsforums zeigt, dass die Unterschiede auch kulturell bedingt sind. So liegt Japan lediglich auf Platz 104 von 136 in Sachen Gleichstellung der Geschlechter. Zum Vergleich: Deutschland erreicht Platz 12, die USA Platz 20.¹⁴⁰ Dieses Problem wurde bereits von der japanischen Regierung erkannt und der Premierminister Shinzō Abe setzte 2013 das ambitionierte Ziel, bis 2020 eine Frauenquote im Managementbereich von 30 Prozent zu erreichen.¹⁴¹

BMW bekommt in der Kategorie Gleichbehandlung einen Abzug im Rating, da es gegen den Konzern im Jahr 2013 wegen des Vorwurfs der Diskriminierung, zu einem Gerichtsverfahren in den USA gekommen ist. Als BMW im Jahr 2008 im amerikanischen Werk Spartanburg einen Zulieferer übernahm, wurden den Angestellten Übernahmeverträge angeboten. Ausgeschlossen davon waren 88 Mitarbeiter, die einen Eintrag im Vorstrafenregister hatten, 69 von ihnen waren Afroamerikaner.¹⁴² Aus diesem Sachverhalt ergibt sich die schlechtere Ratingnote gegenüber Ford.

In der Kategorie Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit erreichen BMW und Ford jeweils die bestmögliche Note A+. Toyota schneidet dagegen mit der zweitschlechtesten Ratingnote D ab. Der markante Unterschied resultiert unter anderem aus fehlenden Informationen hinsichtlich eines Managementsystems zur Förderung von Gesundheit und Arbeitssicherheit. Toyota gibt zwar an, dass entsprechende Maßnah-

¹⁴⁰ Vgl. World Economic Forum (2014), S. 13.

¹⁴¹ Vgl. Japan Markt Online (2013).

¹⁴² Vgl. Piper (2013).

men unternommen werden, spezifiziert diese aber nicht. BMW berichtet hingegen, dass 90 Prozent der Mitarbeiter durch Vertreter in Ausschüssen zur Arbeitssicherheit repräsentiert werden. Ferner wurden in bisher 19 von ihren 30 Produktionsstandorten zertifizierte Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagementsysteme implementiert. Die Zertifizierung der Managementsysteme der restlichen Standorte ist in Vorbereitung.¹⁴³ Auch Ford berichtet im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsberichterstattung ausführlich über sein Sicherheitssystem.¹⁴⁴ Nach Angaben der oekom research AG deckt dieses alle Mitarbeiter ab.

Ein weiterer Aspekt, der das wesentlich schlechtere Rating von Toyota bedingt, ist die Arbeitsunfallrate. Wie aus der Abbildung der Arbeitsunfallrate in Anhang 6 auf Seite 83 ersichtlich wird, vergibt die oekom research AG aufgrund des Anstiegs vom Jahr 2010 bis 2013 die schlechtesten Ratingnote D-. An dieser Stelle ist allerdings anzumerken, dass im Ratingprozess nur Daten der letzten fünf Kalenderjahre bewertet werden. Deshalb wird das Jahr 2009 nicht berücksichtigt. Das Ratingergebnis würde sich allerdings verändern wenn man die Entwicklung die Arbeitsunfallrate ab 2009 darstellen würde. Die von Toyota im CSR Report 2013/14 veröffentlichte Statistik zeigt, dass in diesem Jahr die Rate noch wesentlich höher war als im Jahr 2013.¹⁴⁵ Dessen ungeachtet versäumt es Toyota, relevante Erklärungen zu der veröffentlichten Statistik abzugeben. Die dargestellten Werte können aufgrund fehlender Informationen hinsichtlich des verwendeten Verfahrens nur schwer interpretiert werden. Somit kann auch kein Vergleich zu den Arbeitsunfallraten der anderen beiden Unternehmen gemacht werden.

Die von BMW und Ford in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung veröffentlichten Statistiken zu Arbeitsunfällen sind hingegen miteinander vergleichbar. Während BMW im Jahr 2013 4,8 Betriebsunfälle (die mindestens einen Ausfalltag zur Folge haben) pro eine Million geleisteter Arbeitsstunden meldet,¹⁴⁶ sind es bei Ford nur 2,0.¹⁴⁷ Dennoch wird beiden Unternehmen für diese Kategorie die Bestnote A+ ausgestellt. Da die Rate von BMW im Vergleich zu Ford mehr als doppelt so hoch ist, stellt sich die Frage, ob hier eine Ratingabstufung vorgenommen hätte werden müssen. Auf Nachfra-

¹⁴³ Vgl. BMW Group (2014), S. 114.

¹⁴⁴ Vgl. Ford Motor Company (2014c).

¹⁴⁵ Vgl. Toyota Motor Corporation (2014b), S. 68.

¹⁴⁶ Vgl. BMW Group (2014), S. 119

¹⁴⁷ Vgl. Ford Motor Company (2014d).

ge gab die oekom research AG an, dass aufgrund der Vielzahl von verschiedenen Definitionen von Arbeitsunfallraten bei Unternehmen in der Automobilbranche die tatsächliche Höhe der Unfallrate nicht bewertet werden kann. Aus diesem Grund wird derzeit lediglich eine reine Trendbewertung vorgenommen. Da die Raten bei BMW sowie bei Ford fallen, bekommen beide das Rating von A+.

Gemäß dem Social Rating haben Mitarbeiter des deutschen Konzerns die beste Work-Life-Balance. Es werden verschiedene Optionen zur Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort angeboten, wie Gleitzeit oder Telearbeit. Darüber hinaus haben die Angestellten die Möglichkeit zur Reduktion der Arbeitszeit durch Jobsharing, stufenweise Altersteilzeit und weitere verschiedene Teilzeitarbeitsmodelle. Die Möglichkeit, eine Auszeit vom Beruf zu nehmen, z.B. durch ein Sabbatical von bis zu 6 Monaten, wird ebenfalls angeboten. Überdies können Mitarbeiter in Deutschland und Österreich im Rahmen des Programms „Vollzeit Select“ zusätzlich 20 unbezahlte Urlaubstage im Jahr beantragen.¹⁴⁸ Neben Elternzeit wird auch Freistellung aufgrund persönlicher Gründe, wie z.B. Altenpflege, von bis zu einem Jahr angeboten. BMW bietet durch einen externen Dienstleister kostenlose Beratung und Information zum Thema Kinderbetreuung und Altenpflege. Außerdem sind in nächster Nähe zu einigen Firmenstandorten in Zusammenarbeit mit der Gemeinde und Elterninitiativen Kinderbetreuungsstätten verfügbar. Da keine Informationen zur Abdeckung vorliegen, wird davon ausgegangen, dass die Maßnahmen mehr als 50 Prozent der Angestellten betreffen. BMW erreicht dadurch insgesamt ein Rating von A- im Bereich der Work-Life-Balance.

Ford erhält dagegen mit B- gerade noch eine gute Note. Sehr positiv wird bewertet, dass Angestellte in den Vereinigten Staaten, Europa, Kanada und Südamerika mehrere Optionen zur flexiblen Arbeitsort- und Arbeitszeitgestaltung haben. Als Beispiele werden Telearbeit, Jobsharing, Gleitzeit und Teilzeitarbeitsmodelle genannt. Bemängelt wird hingegen das beschränkte und nicht weit genug greifende Angebot an Sonderurlaub oder einer Auszeit für die Pflege von Angehörigen. Das Unternehmen bietet fest angestellten Mitarbeitern in den USA Sabbaticals mit einer Länge von bis zu einem Jahr an. Ebenso gibt es, durch das Unternehmen gefördert, die Möglichkeit einen Teil des Gehalts steuerfrei auf ein Sparkonto für künftige Pflegeausgaben zu

¹⁴⁸ Vgl. BMW Group (2014), S. 115.

zahlen. Für die Kinder der Mitarbeiter in Großbritannien und Deutschland werden nach eigenen Angaben Kinderbetreuungsstätten angeboten. Weitere Angaben sind nicht verfügbar. Speziell fehlen Informationen zu weiteren Erleichterungen bezüglich der Pflege von Angehörigen, der Kinderbetreuung oder Regelungen zur Elternzeit, die über gesetzliche Vorgaben hinausgehen. Da die verschiedenen Maßnahmen nur explizit in einzelnen Ländern angeboten werden, gibt es auch keine Angabe zum Abdeckungsgrad der Maßnahmen.

Toyota ist auch in dieser Kategorie wieder das Schlusslicht und schneidet mit einem Rating von C- gerade noch mittelmäßig ab. Den Mitarbeitern in Japan mit Kindern wird die Reduzierung der Arbeitszeit, flexible Arbeitszeiteinteilung und die Möglichkeit ab 15.00 Uhr von zu Hause aus zu Arbeiten angeboten. Ebenfalls besteht für japanische Angestellte die Möglichkeit, Elternzeit über die gesetzlichen Vorgaben hinaus zu nehmen und Sonderurlaub zu bekommen, um für kranke Kinder zu sorgen. Ob es weitere Optionen zur flexiblen Gestaltung von Arbeitszeit und -ort für Angestellte außerhalb Japans und für Mitarbeiter ohne Kinder gibt, ist nicht bekannt. Darüber hinaus gibt es keine Angaben dazu, ob es entsprechende Erleichterungen für Alleinerziehende, die Pflege von Angehörigen oder Mutterschaftsregelungen höher als des gesetzlichen Standards gibt. Des Weiteren ist nicht bekannt, ob Mitarbeiter eine Auszeit, wie z.B. durch ein Sabbatical, nehmen können.

Bei dem Thema Beschäftigungssicherheit und Beschäftigungsarten schneidet keines der Unternehmen gut ab. BMW erhält mit C- immerhin noch ein mittelmäßiges, Ford und Toyota hingegen mit jeweils D ein schwaches Ratingergebnis. Obwohl die Recherchen der oekom research AG keine groß angelegten Entlassungen mit mehr als 1000 betroffenen Beschäftigten beim bayerischen Autobauer innerhalb der letzten drei Jahre offenbart hat, kann dies dennoch aufgrund fehlender Transparenz nicht mit Sicherheit ausgeschlossen werden. Die letzte große Personalkürzung wurde im Jahr 2010 durchgeführt und betraf 8.100 Beschäftigte, davon waren 5.000 Leiharbeiter.¹⁴⁹ Im Jahr 2012 wurden 3.000 Leiharbeiterstellen in Deutschland gestrichen, im Gegenzug wurden 3.000 neue Stellen für fest angestellte Mitarbeiter geschaffen.¹⁵⁰ BMW traf in den letzten Jahren Vorkehrungen, um groß angelegte Kündigungen zu verhindern. Als Beispiel wurden flexible Zeitkonten eingeführt. Mit diesen können die

¹⁴⁹ Vgl. Süddeutsche Zeitung (2010).

¹⁵⁰ Vgl. Süddeutsche Zeitung (2012).

Angestellten bis zu 300 Überstunden sammeln, aber ihr Konto auch mit bis zu 300 Minusstunden belasten. Durch diesen großen Spielraum kann das Unternehmen Marktschwankungen ohne Kündigungen überwinden.¹⁵¹ BMW veröffentlicht die Prozentzahl der Beschäftigten mit befristeten und unbefristeten Verträgen. So hatten im Jahr 2013 von seinen 110.351 Mitarbeitern 96,1 Prozent unbefristete und 3,9 Prozent befristete Verträge. Der Anteil an Leiharbeitern wird allerdings nicht berichtet.

Die schwachen Ratings von Toyota und Ford lassen sich wie folgt erläutern: Beide Unternehmen haben in den letzten Jahren groß angelegte Personalkürzungen vorgenommen. Der amerikanische Hersteller kündigte im Jahr 2012 an, sein Werk in Genk, Belgien, zu schließen. Hiervon waren 4.300 Arbeitsplätze betroffen.¹⁵² Der japanische Hersteller teilte 2014 mit, dass er bis 2017 seine Werke in Australien schließen und damit 2.500 Stellen kürzen wird.¹⁵³ Ein weiterer Grund für den Ratingunterschied im Vergleich zu BMW ist, dass keines der beiden Unternehmen das Verhältnis von Arbeitnehmern mit befristeten Verträgen zu Arbeitnehmern mit unbefristeten Verträgen veröffentlicht.

4.3.2 Lieferanten

Kriterien		BMW	Ford	Toyota
2.	Lieferanten	A	B-	D+
2.1	Lieferantenstandards hinsichtlich der Arbeitnehmerrechte und Arbeitsbedingungen	A	B	C+
2.2	Vorgehensweise um die Einhaltung der Lieferantenstandards zu gewährleisten	A+	B-	D

Tabelle 4: Bereich Lieferanten

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

Wie schon in der Kategorie Mitarbeiter wird BMW auch im Bereich Lieferanten am besten eingestuft. Das Unternehmen erreicht mit A ein hervorragendes Ratingergebnis. Während Ford mit der Note B- noch ein gutes Resultat erzielt, erhält der japanische Autobauer wiederum mit D+ ein schlechtes Rating.

¹⁵¹ Vgl. Warta (2010).

¹⁵² Vgl. Spiegel Online (2012).

¹⁵³ Vgl. Handelsblatt (2014).

BMW gibt in seinem Nachhaltigkeitsbericht 2014 detailliert Auskunft über sein Lieferantenmanagement, mit dem sichergestellt werden soll, dass Lieferanten und Subunternehmer die gleichen sozialen Standards erfüllen wie das Unternehmen selbst.¹⁵⁴ Die Grundlage hierfür bildet die „Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group“.¹⁵⁵ Außerdem gibt es verschiedene Vorgaben, wie die „Internationale Einkaufsbedingungen für Produktionsmaterial und Kraftfahrzeugteile“,¹⁵⁶ und die „Allgemeine Vertragsbedingungen für den Einkauf von Betriebsmitteln und sonstige nicht produktionsgebundene Lieferungen“.¹⁵⁷ Diese Standards beinhalten die Grundsätze des UNGC und der ILO und sind in den Lieferverträgen enthalten. Mit der Unterzeichnung der Verträge verpflichtet sich der Lieferant gleichzeitig, die Einhaltung der Vereinbarungen auch von seinen Zulieferern einzufordern.¹⁵⁸

Um die Nachhaltigkeitsstandards durchzusetzen, werden die Einkaufsabteilungen gezielt zu Themen der Nachhaltigkeit geschult. Dadurch sollen Verletzungen der Richtlinien bewusster und schneller erkannt werden. Grundsätzlich werden in den Lieferantenpool nur Unternehmen aufgenommen, die zuvor einen Nachhaltigkeitsfragebogen beantwortet haben, mithilfe dessen das Nachhaltigkeitsniveau des Lieferanten ermittelt wird. Im Prozess der Lieferantenauswahl wird Nachhaltigkeit als ein Schlüsselkriterium gesehen. In regelmäßigen Abständen werden bei bereits aufgenommen Lieferanten im Rahmen der Qualitätsaudits auch die sozialen Standards geprüft. Außerdem ist es nach Vorgabe des Qualitätsmanagements von BMW erforderlich, dass bei der Lieferung eines neuen Produktes, egal ob dies von einer bestehenden oder neuen Lieferquelle bezogen wird, ein Qualitäts- und ein Nachhaltigkeitsaudit getrennt voneinander durchgeführt wird. BMW verfügt über einen dreistufigen Eskalationsprozess, der bei Verstößen gegen Grundsätze eingesetzt wird. Im ersten Schritt muss die Geschäftsleitung des betroffenen Lieferanten eine Stellungnahme zum Vorwurf abgeben. Wenn der Zulieferer kooperativ ist, findet im Rahmen eines Besuchs vor Ort ein klärendes Gespräch statt. Falls sich der Verstoß bestätigt, wird zusammen mit dem Lieferanten ein konkreter Maßnahmenplan erarbeitet, um

¹⁵⁴ Vgl. BMW Group (2014), S. 94 ff.

¹⁵⁵ Vgl. BMW Group (2005), S. 1.

¹⁵⁶ Vgl. BMW Group (2011).

¹⁵⁷ Vgl. BMW Group (2012).

¹⁵⁸ Vgl. BMW Group (2014), S. 98.

eine Besserung der Situation zu gewährleisten. Wenn diese Zusammenarbeit nicht erfolgreich ist oder erneut die Richtlinien verletzt werden, erfolgt im letzten Schritt die Beendigung der Geschäftsbeziehung.¹⁵⁹ BMW betont in seinem Nachhaltigkeitsbericht die Relevanz der engen Zusammenarbeit mit den Lieferanten, um soziale Standards in der gesamten Lieferkette zu gewährleisten und Konfliktpotenziale zu erkennen.¹⁶⁰ Der bayerische Autobauer betreibt, besonders in Wachstumsmärkten wie bspw. China oder Indien, sogenannte „International Purchasing Offices“ (IPOs). Diese unterstützen Lieferanten vor Ort beim Kompetenzaufbau vor allem im Bereich sozialer Standards. Die oekom research AG gibt an, dass die oben genannten Maßnahmen 100 Prozent der relevanten Lieferanten abdecken.

Ford fordert seine Lieferanten auf Arbeitsstandards, die mit den eigenen vergleichbar sind zu implementieren und verweist dabei auf seine Richtlinie „Code of Human Rights, Basic Working Conditions and Corporate Responsibility“¹⁶¹. Diese deckt alle relevanten Probleme in Bezug auf Arbeitsstandards und Arbeitssicherheit ab. Ford stellt weiterhin fest, dass alle Lieferanten seinen „Global Terms and Conditions“ unterliegen, die das Verbot von Zwangsarbeit, Kinderarbeit und physischen Missbrauchs beinhalten. Diese basieren zwar grundsätzlich auf international anerkannten Arbeitsstandards, die Bestimmungen werden aber sehr allgemein gehalten. Des Weiteren beinhalten einige Richtlinien nur Konformität mit dem lokalen Recht. Im Gegensatz zu BMW versäumt es Ford, global geltende Mindeststandards in Übereinstimmung mit den Empfehlungen der ILO zu setzen. Weiterhin fehlen Informationen zu möglichen Konsequenzen bei Verstößen sowie darüber, ob Nachhaltigkeitsrichtlinien explizit Bestandteil eines jeden Lieferantenvertrages sind. Nach eigenen Angaben besitzen 95 Prozent der Hauptlieferanten, von denen Ford 65 Prozent aller benötigten Produkte bezieht,¹⁶² grundsätzlich entsprechende Normen. Von diesen werden allerdings lediglich 60 Prozent allen Erwartungen gerecht.¹⁶³

Ford unternimmt einige Maßnahmen, um die Übereinstimmung der Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechte der Lieferanten mit seinen eigenen sicherzustellen. Neben der Schulung der eigenen Einkaufsmitarbeiter finden auch Trainings und Audits

¹⁵⁹ Vgl. BMW Group (2014), S. 101.

¹⁶⁰ Vgl. ebenda, S. 97

¹⁶¹ Vgl. Ford Motor Company (2012).

¹⁶² Vgl. Ford Motor Company (2015a).

¹⁶³ Vgl. Ford Motor Company (2014b), S. 29.

bei Lieferanten statt.¹⁶⁴ Diese beschränken sich hauptsächlich auf Lieferanten aus bestimmten Ländern, die durch eine Risikoanalyse als potenzielle Gefahrenländer eingestuft werden.¹⁶⁵ Die Schulungen werden neben Workshops auch durch E-Learning-Module angeboten, welche die Lieferanten wiederum an ihre Zulieferer weitergeben können. Die Audits beinhalten Fragebögen, Werksbesuche sowie Interviews und werden mit Hilfe von externen Prüfern durchgeführt. Ford gibt detailliert Auskunft über die Anzahl an Audits und geschulten Mitarbeitern von direkten Lieferanten. Dennoch gibt es keine Information über den Anteil der Lieferanten, die von den Maßnahmen betroffen sind. Die oekom research AG schätzt den Anteil auf mindestens 20 Prozent.

Toyota besitzt gleichermaßen Lieferantenstandards hinsichtlich Arbeitnehmerrecht und Arbeitsbedingungen. Die „Toyota Supplier CSR Guidelines“ beinhalten neben dem Verbot von Diskriminierung, Kinderarbeit und Zwangsarbeit auch Gesundheits- und Arbeitsschutzbestimmungen. Bezüglich Vereinigungsfreiheit der Mitarbeiter, Arbeitslohn und Arbeitszeit fordert Toyota ausschließlich die Erfüllung des lokalen Rechts und länderspezifischer Vorschriften.¹⁶⁶ Zusätzlich beauftragt Toyota seine Lieferanten, von vorgelagerten Lieferanten ebenfalls die Toyota Richtlinien einzufordern. Da die Einhaltung der Lieferstandards nur als Aufforderung formuliert wird und das Unternehmen, analog zu Ford, keine weitere Auskunft über deren Bestandteil in Lieferverträgen gibt, ist davon auszugehen, dass explizit keine Einhaltungspflicht für die Zulieferer besteht. Dennoch wird Toyota im Rahmen des Social Ratings für seinen Lieferstandard noch mittelmäßig mit C+ bewertet. Das schlechte Gesamtergebnis in der Sektion Lieferanten entsteht durch das Fehlen von Informationen zu Maßnahmen, um die Einhaltung der Lieferstandards zu gewährleisten. In seinem Nachhaltigkeitsbericht 2014 weist Toyota darauf hin, dass die Lieferanten durch Selbstkontrollen die Einhaltung der „Toyota Supplier CSR Guidelines“ zu überprüfen haben. Weiter heißt es, dass Toyota seit 2012 als einen Teil seiner Anstrengungen Fragebögen einsetzt, um die Einhaltung der Menschenrechte und Arbeitsbedingungen zu för-

¹⁶⁴ Vgl. Ford Motor Company (2014b), S. 29.

¹⁶⁵ Vgl. Ford Motor Company (2015b).

¹⁶⁶ Vgl. Toyota Motor Corporation (2012), S. 8ff.

dern.¹⁶⁷ Es bleibt neben einer konkreten Prozessbeschreibung jedoch ebenso unveröffentlicht, welche zusätzlichen Maßnahmen unternommen werden.

Zusammenfassend lassen sich die Unterschiede der Ratingergebnisse im Bereich Lieferanten plausibel begründen. BMW formuliert umfassende Lieferstandards bezüglich Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechte in Übereinstimmung mit international anerkannten Grundsätzen und setzt diese als Bestandteil des Lieferantenvertrages fest. Ford und Toyota hingegen fordern teilweise lediglich das Handeln nach lokalem Recht und binden die Richtlinien nicht fest in die Lieferantenverträge mit ein. Die noch größeren Ratingdifferenzen ergeben sich hinsichtlich der Bemühungen zur Sicherstellung der Umsetzung der Lieferantenstandards. BMW gibt detailliert Auskunft über sein Lieferantenmanagement, das über mehrere Maßnahmen verfügt. Ford berichtet zwar ebenso über das Vorgehen, lässt aber wesentliche Punkte wie z.B. das Verfahren bei der Nichteinhaltung von Richtlinien offen. Des Weiteren bleibt unveröffentlicht, wie viel Prozent der Lieferanten durch das Lieferantenmanagement abgedeckt sind. Toyota hingegen veröffentlicht zu diesem Thema fast keine Informationen. Aus diesem Grund muss davon ausgegangen werden, dass es keine entsprechenden Verfahrensweisen gibt. Daraus resultiert der erhebliche Rangunterschied zu den anderen Unternehmen.

4.3.3 Gesellschaft

Kriterien		BMW	Ford	Toyota
3.	Gesellschaft	B	B-	C-
3.1	Menschenrechte	B+	A	D+
3.2	Gemeinwesen	B+	B-	C+
3.2	Politische Beziehung und Einflussnahme	D+	D	D-
3.3	Nachhaltigkeitsberichtserstattung	A-	B	C

Tabelle 5: Bereich Gesellschaft

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

¹⁶⁷ Vgl. Toyota Motor Corporation (2014b), S. 51.

In der Kategorie Gesellschaft sind die Ratingunterschiede nicht so ausgeprägt wie in den Bereichen zuvor. BMW erhält in der Kategorie mit der Note B das Ergebnis Gut. Ford erreicht mit B- ein leicht schlechteres Ergebnis und Toyota, die in keiner Unterkategorie ein Ergebnis im Ratingbereich Gut erzielen, erreichen mit C- ein Ergebnis, das sich gerade noch als mittelmäßig einstufen lässt. Die größten Differenzen zwischen Toyota und den anderen beiden Konzernen gibt es im Bereich Menschenrechte und der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Hinsichtlich der Einflussnahme auf die Politik wird jedes der drei Unternehmen im roten Bereich bewertet.

BMW und Ford sind Mitglieder des UNGC und verpflichten sich somit zu den zehn Prinzipien, deren Teil auch der Schutz der Menschenrechte ist. Beide Unternehmen haben zusätzlich unternehmenseigene Richtlinien, in denen sie eine Selbstverpflichtung zum Schutz der Menschenrechte abgeben. In den CSR Richtlinien von Toyota befindet sich ebenso eine Verpflichtung zur Achtung der Menschenrechte aller Personen, die von Aktivitäten des Unternehmens betroffen sind.¹⁶⁸ Diese ist aber sehr allgemein und ungenau gehalten. Ausschlaggebend für den Unterschied im Rating ist jedoch die Tatsache, dass Toyota kein Mitglied des UNGC ist. Laut der Website der UN Organisation befindet sich nur die Toyota Gibraltar Stockholdings Ltd. in der Mitgliederliste.¹⁶⁹

Die betrachteten Unternehmen veröffentlichen jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht, der Auskunft über Mitarbeiter, Lieferantenmanagement, Gesellschaft, Unternehmensethik, Kundenverantwortung, Umweltmanagement und die Einflüsse ihrer Produkte auf Umwelt und Gesellschaft gibt. Unterschiede zeigen sich im Detaillierungsgrad. Während BMW alle wichtigen Aspekte der genannten Themen umfassend aufgreift, wird bei Ford und Toyota der fehlende Tiefgang bemängelt. In der Berichterstattung des japanischen Konzerns wird zudem das gänzliche Fehlen von wichtigen Aspekten beanstandet. Es kommt hinzu, dass BMW als einziges Unternehmen seine Nachhaltigkeitsziele im Bericht vorstellt. Toyota verwendet im Gegensatz zu den anderen beiden Konzernen nicht den Berichterstattungsrahmen der GRI, orientiert sich aber an den international anerkannten Richtlinien ISO 26000. Die Veröffentlichungen aller drei Unternehmen werden als vergleichbar, exakt und zeitgemäß eingestuft. Während externe Prüfer nur Teile der Nachhaltigkeitsberichte von Toyota und Ford vali-

¹⁶⁸ Vgl. Toyota Motor Corporation (2015).

¹⁶⁹ Vgl. United Nations Global Compact (2015).

dieren,¹⁷⁰ lässt der bayerische Automobilhersteller durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers den gesamten Nachhaltigkeitsbericht prüfen.¹⁷¹ Generell ist zu erwähnen, dass die Veröffentlichungen von BMW und Ford übersichtlicher wirken und somit leichter lesbar sind. Daraus resultierend erhält BMW für seine Berichterstattung die sehr gute Note A, Ford die gute Note B und Toyota die mittelmäßige Note C.

Im Bereich politische Beziehung und Einflussnahme erhalten alle drei Firmen ein Rating im roten Bereich. Der Grund hierfür ist die mangelhafte Transparenz hinsichtlich Lobbytätigkeiten sowie bezüglich Spenden an oder von der Politik.

4.3.4 Corporate Governance

Kriterien		BMW	Ford	Toyota
4.	Corporate Governance	B-	C+	D+
4.1	Unabhängigkeit von Vorstand und Kontrollgremien	B-	B-	D-
4.2	Mitbestimmung der Aktionäre	C+	C+	D+
4.3	Vergütung der Geschäftsleitung	C	D+	D
4.4	Veröffentlichung der Hauptaktionäre	A+	B+	A+

Tabelle 6: Bereich Corporate Governance

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

Die Kategorie Corporate Governance schließt BMW mit einer Bewertung von B- ab. Ford erhält C+ und Toyota D+. Der größte Rangunterschied geht aus der Unabhängigkeit von Kontrollgremien gegenüber dem Vorstand hervor. Bei BMW ist der Aufsichtsratsvorsitzende kein Mitglied der Geschäftsführung, dadurch ist die Unabhängigkeit des Aufsichtsrats gegeben. Anders ist dies bei Ford und Toyota, bei denen der Aufsichtsratsvorsitzende auch Mitglied des leitenden Managements ist. Ford punktet allerdings mit eigenständigen Gremien für internes Audit, Vergütung und

¹⁷⁰ Vgl. Ford Motor Company (2014b), S. 101f und vgl. Toyota Motor Corporation (2014b), S. 151f.

¹⁷¹ Vgl. BMW Group (2014), S. 148ff.

Nachhaltigkeit. Bei dem deutschen Automobilhersteller fehlen dagegen Informationen zu einem Nachhaltigkeitsausschuss. Somit erreichen beide Unternehmen mit B das gleiche Rating. Toyota erhält die schlechteste mögliche Bewertung D-, da es keine Auskunft zu Gremien für interne Audits, Vergütung sowie zu Nachhaltigkeit gibt.

Bei dem Thema Mitbestimmung der Aktionäre liegen Ford und BMW ebenfalls mit der Note C+ gleich auf. Toyota erreicht auch hier nur ein Rating von D+. Bei BMW zählt jede gewöhnliche Aktie als eine Stimme. Allerdings gibt es auch Aktien, mit deren Besitz man kein Stimmrecht erhält. Negativ bewertet wird, dass man sich bezüglich der benötigten Anzahl an Stimmen, um einen Gegenstand auf die Agenda der Jahreshauptversammlung zu bringen, lediglich am deutschen Gesetz (§122 AktG) orientiert. Nach diesem müssen Anteile im Wert von fünf Prozent des Grundkapitals oder in einem Wert von mindestens 500.000 EUR gehalten werden. Ford handelt nach amerikanischem Recht, wonach man lediglich Anteile im Wert von 2.000 USD besitzen muss. Um bei den Hauptversammlungen von Toyota einen Punkt auf die Agenda zu bringen, benötigt man ein Prozent des gezeichneten Kapitals oder 30.000 Aktien. Hinsichtlich des Stimmrechtes werden die beiden Unternehmen allerdings schlecht bewertet. Die Anteile, die von Ford gehandelt werden, besitzen pro Stück ein geringeres Stimmrecht als die Aktien, die sich in der Hand der Familie befinden. Bei Toyota benötigt man 100 Aktien, um eine Stimme zu bekommen. Jedes der drei Unternehmen erleichtert seinen stimmberechtigten Aktionären die Möglichkeit der Teilnahme an Abstimmungen per Internet oder Telefon. BMW überträgt zusätzlich Teile seiner Jahreshauptversammlung im Internet.

Beim Thema Vergütung der Geschäftsleitung sieht die oekom research AG bei jedem der Unternehmen Schwächen. Bemängelt wird, dass keines das Verhältnis des Gehaltes des Vorstandsvorsitzenden zum durchschnittlichen Gehalt der Angestellten veröffentlicht. BMW schafft es in dieser Unterkategorie wenigstens noch auf das mittelmäßige Rating C, da es im Gegensatz zu den anderen betrachteten Unternehmen Nachhaltigkeitsziele in das Vergütungssystem der Geschäftsführung integriert. Daraus resultierend erhalten Ford und Toyota mit D+ und D schlechte Ratingnoten.

Die Veröffentlichung der Hauptaktionäre stellt das einzige Unterkriterium dar, in dem jedes Unternehmen gut abschneidet. Lediglich Ford bekommt einen geringen Abzug, da laut oekom research AG die Daten zwar existieren sie aber nicht leicht zugänglich sind.

4.3.5 Wirtschaftsethik

Kriterien		BMW	Ford	Toyota
5.	Wirtschaftsethik	B-	C	D+
5.1	Ethikkodex	A+	A+	B
5.2	Compliance Maßnahmen	A+	B+	C
5.3	Sonstige wesentliche Themen bezüglich Unternehmensethik	D-	D-	D-

Tabelle 7: Bereich Wirtschaftsethik

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

Zuletzt steht im Rahmen des Social Ratings der oekom research AG die Bewertung der Unternehmensethik aus. Analog zu den zuvor bewerteten Kategorien schließt BMW als bestes Unternehmen mit einem Rating von B- ab. Ford erhält die mittelmäßige Note C und Toyota wiederum mit D+ eine Bewertung im roten Bereich. Hierbei erhält jeder der Automobilhersteller eine bedeutende Ratingabstufung durch negative Vorfälle, die dem Bereich Unternehmensethik zugeordnet werden.

BMW bekommt für seinen Ethikkodex, der im „BMW Group Legal Compliance Code“¹⁷² beschrieben ist, ebenso wie Ford für sein „Code of Conduct Handbook“¹⁷³ die Bestnote A+. Die Kodizes beider Unternehmen nehmen detailliert Bezug zu allen relevanten Themen wie bspw. Korruption, Verstöße gegen das Kartellrecht, Insiderhandel, Bestechung, Geschenke und Gefallen.

Bei Toyota werden im Gegensatz dazu nicht alle relevanten Themen mit einem Kodex abgedeckt. In seinem „Code of Conduct“¹⁷⁴ und in der CSR Richtlinie¹⁷⁵ befinden sich zwar auch die wichtigsten Aspekte, allerdings nicht so umfassend beschrieben wie bei BMW oder Ford. Detailliertere Richtlinien zu Themen wie Korruption, Kartellverbot, Interessenskonflikten und der Annahme von Geschenken sind zwar laut Toyota vorhanden, wurden der oekom research AG allerdings nicht zur Verfügung

¹⁷² Vgl. BMW Group (2015a).

¹⁷³ Vgl. Ford Motor Company (2007).

¹⁷⁴ Vgl. Toyota Motor Corporation (2006).

¹⁷⁵ Vgl. Toyota Motor Corporation (2015).

gestellt. Dennoch erzielt der japanische Automobilhersteller im Bereich Ethikkodex mit der Note B ein gutes Ratingergebnis.

Für seine Compliance Maßnahmen bekommt BMW ebenfalls die Bestnote A+. Es sind umfangreiche Informationen zu konzernübergreifenden Instrumenten vorhanden, um faire Wirtschaftspraktiken zu gewährleisten. Aktivitäten rund um Compliance werden von dem „BMW Compliance Committee“ gesteuert und überwacht, welcher direkt an den Vorstand berichtet.¹⁷⁶ Zusätzlich werden sogenannte Compliance Officer beschäftigt und regelmäßig Audits durchgeführt. Überdies müssen alle Angestellten der BMW Group ein Compliance Training absolvieren und eine Erklärung zur Beachtung der im „Legal Compliance Code“ genannten Prinzipien unterzeichnen.¹⁷⁷ Mitarbeiter können Hinweise auf mögliche Rechtsverstöße vertraulich und anonym über die sogenannte „BMW Group SpeakUP Line“ abgeben. Hierfür wurden in allen Ländern, in denen BMW Mitarbeiter tätig sind, eigene kostenfreie Hotlines eingerichtet.¹⁷⁸

Ford hat ebenfalls eigene Hotlines eingerichtet. Im Gegensatz zu BMW wird allerdings vom Unternehmen explizit darauf hingewiesen, dass einzelne Länder, wie bspw. Frankreich und Italien, davon ausgenommen sind.¹⁷⁹ Deshalb betrachtet die oekom research AG die Maßnahmen nicht als unternehmensweit geltend und nimmt eine geringe Abstufung im Vergleich zum Rating des bayerischen Automobilherstellers vor. Da ansonsten Fords Instrumente zur Umsetzung der Compliance als gleichwertig gelten, wird ein gutes Rating von B+ vergeben.

Toyota erhält für dieses Kriterium die Ratingnote C. Nach eigenen Angaben werden verschiedene Maßnahmen durchgeführt, um Compliance umzusetzen. Im Vergleich zu den anderen beiden Unternehmen werden diese allerdings nicht so ausführlich erklärt und es fehlen Informationen zu wichtigen Instrumenten. Es gibt bspw. keine Auskunft darüber wie der Schutz von Whistleblowern gewährleistet wird und ob regelmäßige Audits hinsichtlich des Themas Compliance durchgeführt werden. Außerdem ist nicht bekannt, ob alle Mitarbeiter Zugang zu allen Maßnahmen haben.

¹⁷⁶ Vgl. BMW Group (2015a), S. 11.

¹⁷⁷ Vgl. ebenda, S. 10.

¹⁷⁸ Vgl. ebenda, S. 11.

¹⁷⁹ Vgl. Ford Motor Company (2007), S. 8.

Angesichts der Bewertung der zuvor beschriebenen Kriterien wäre das Rating im Bereich der Unternehmensethik gut ausgefallen. Wie aber bereits erwähnt, gab es aufgrund nachfolgender Vorfälle Abzüge in den Ratings.

BMW wurde im Mai 2012 von der Schweizer Kartellbehörde vorgeworfen, dass das Unternehmen europäische Händler daran hindere, seine Produkte in die Schweiz zu verkaufen. Dies hat laut Schweizer Behörde negative Auswirkungen auf den Preiswettbewerb von BMW Produkten in der Schweiz. Der bayerische Autohersteller konnte so für dieselben Automodelle in der Schweiz mehr Geld verlangen als in anderen Ländern. Der Vorwurf wird auf Klauseln in Vertriebsverträgen und auf Aussagen von BMW Händlern gestützt.¹⁸⁰

Im August 2014 verhängte die indische Kartellbehörde Geldstrafen aufgrund von Kartellverstößen mehrerer Automobilhersteller. Die Unternehmen sollen freien Werkstätten den Zugang zu Originalersatzteilen und Diagnoseprogrammen verwehrt haben. Somit konnten sie die Preise für Ersatzteile und Reparaturen absprechen und auf einem hohen Niveau halten.¹⁸¹ Toyota musste eine Strafe von 11,6 Millionen, Ford von 5 Millionen und BMW von 2,56 Millionen EUR zahlen.

Im Dezember 2014 wurde ein weiterer Verstoß gegen das Kartellrecht in Argentinien bekannt. Automobilunternehmen wurden bestraft, da sie in einer steuerfreien Zone des Landes Pkws für den gleichen Preis verkauften wie außerhalb dieser Zone. Ford musste eine Strafe von 14,10 Millionen EUR und Toyota von 9,8 Millionen EUR zahlen. BMW war von diesem Vorfall nicht betroffen.

4.4 Zusammenfassende Ergebnisse

In diesem Kapitel werden die Erkenntnisse aus dem vorangegangenen Vergleich der Social Ratings der ausgewählten Automobilhersteller zusammenfassend dargestellt. Ein wiederkehrender Grund für die Ratingunterschiede in den verschiedenen Bereichen ist das Fehlen oder der ungenügende Detaillierungsgrad von Informationen bezüglich relevanter Themen. Nachfolgend werden zusammenfassend die Gründe für die Ratingunterschiede in den verschiedenen Sektionen dargestellt.

¹⁸⁰ Vgl. Alich (2012).

¹⁸¹ Vgl. Eckl-Dorna (2015).
















+					
A					
-					
+					
B					
-					
+					
C					
-					
+					
D		TOYOTA		TOYOTA	TOYOTA
-					
	Mitarbeiter	Lieferanten	Gesellschaft	Corporate Governance	Wirtschaftsethik

Abbildung 7: Positionen der Unternehmen innerhalb der analysierten Kategorie

Quelle: Eigene Darstellung nach Anhang 4,5 und 6.

Die Abbildung 7 bildet die Abweichungen zwischen den ausgewählten Unternehmen in jeder der analysierten Kategorien ab. Die Position des Unternehmenslogos zeigt die erzielte Bereichsnote. Wie aus der Übersicht hervorgeht, ist BMW in jeder Sektion am besten bewertet und erhält nur Ratings im guten bzw. im sehr guten Bereich. Ford, das durchgehend als zweitbestes Unternehmen bewertet wird, erreicht in drei Teilbereichen eine mittelmäßige Bewertung und in zweien eine gute Bewertung. Toyota dagegen erzielt nur einmal eine mittelmäßige Bewertung. Für alle anderen Bereiche wird ein schlechtes Rating vergeben. Die größte Abweichung im Rating zwischen BMW und Toyota besteht im Bereich Lieferanten. Die zweitgrößte Abweichung entsteht in der Sektion Mitarbeiter, gefolgt von Gesellschaft, Corporate Governance und Wirtschaftsethik.

Im Rating der Sektion Mitarbeiter erreicht BMW die Note B, Ford C+ und Toyota D.

Die größten Abweichungen kommen zum einen aus dem Kriterium Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen. Während die Richtlinien von BMW umfassend alle relevanten Aspekte beinhalten, fehlen bei Ford Informationen bzgl. des Benachteiligungsverbot von Gewerkschaftsmitgliedern und des einschränkungslosen Zugangs zu Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretungen. Bei Toyota fehlen gänzlich alle Angaben zu einer entsprechenden Norm. Es ist lediglich eine grund-

sätzliche Verpflichtung zum Handeln nach lokalem Recht verfügbar. Ebenfalls negativ wird bewertet, dass sowohl Ford als auch Toyota in gewerkschaftskritischen Ländern mit beschränktem Recht bezüglich Vereinigungsfreiheit mit eigenen Niederlassungen operieren, aber keine oder nur mangelhafte Informationen zu unternommenen Maßnahmen zur Gewährleistung der Vereinigungsfreiheit und Gewerkschaftsbildung verfügbar sind.

Zum anderen resultiert der Unterschied aus dem Kriterium Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. In dieser erhalten sowohl BMW als auch Ford die bestmögliche Ratingnote, während Toyota auch hier schlecht bewertet wird. Dies resultiert aus fehlenden Auskünften bezüglich eines Managementsystems zur Förderung von Gesundheit und Arbeitssicherheit und der steigenden Arbeitsunfallrate bei Toyota.

In Bezug auf die Work-Life-Balance wird der japanische Konzern schlechter bewertet, da nur wenige Informationen zur Möglichkeit der Flexibilisierung von Arbeitszeit sowie -ort zur Verfügung stehen.

Im Rating von Toyota wird zudem der Punkt Chancengleichheit und Gleichbehandlung aufgrund fehlender Angaben zu entsprechenden Richtlinien und der schlechten Frauenquote bei leitenden Angestellten kritisch bewertet. Zusätzlich wird die Intransparenz bezüglich des Anteils an Leiharbeitern bei jedem der Unternehmen negativ benotet.

Die großen Differenzen im Rating des Bereichs Lieferanten, in der BMW das sehr gute Rating A, Ford das Rating B- und Toyota das Rating D+ erhalten, lassen sich wie folgt begründen. Während BMW umfassende Richtlinien bezüglich Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerrechte in Übereinstimmung mit international anerkannten Grundsätzen für ihre Lieferanten vertraglich festsetzt, versäumen dies Ford und Toyota. In deren Richtlinien, die nicht verbindlich im Lieferantenvertrag verankert werden, wird teilweise lediglich das Handeln nach lokalem Recht gefordert. Stärker ins Ratingergebnis fließt allerdings negativ ein, dass Toyota bezüglich seines Lieferantenmanagements so gut wie keine relevanten Informationen veröffentlicht. Damit bleibt unklar, ob und welche Maßnahmen getroffen werden, um die Einhaltung der Lieferantenstandards zu gewährleisten. Ford hingegen berichtet über seine Vorgehensweisen, lässt aber unveröffentlicht, welche Maßnahmen bei Verstößen von Lie-

feranten ergriffen werden. Im Gegensatz dazu legt BMW ausführliche und vollständige Berichte über sein Lieferantenmanagement und Vorgehensweisen vor.

In der Bewertung der Kategorie Gesellschaft erreicht BMW mit B ein etwas besseres Ergebnis als Ford mit B-. Toyota erhält ein Rating von C-. Der Hauptgrund für den Unterschied liegt darin, dass der japanische Automobilhersteller im Gegensatz zu den anderen beiden Unternehmen kein Mitglied des UNGC ist und seine Verpflichtung zur Achtung der Menschenrechte sehr allgemein und ungenau formuliert. Darüber hinaus wird seine Nachhaltigkeitsberichterstattung schlechter bewertet, da einige wichtige Aspekte nicht berichtet werden. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist ebenfalls der Grund für die Abstufung zwischen Ford und BMW. Fords Nachhaltigkeitsbericht wird zwar mit B gut bewertet, BMW erreicht allerdings durch eine detailliertere Berichterstattung und die Veröffentlichung von Nachhaltigkeitszielen mit A ein besseres Rating. Das Kriterium der politischen Einflussnahme wird durch mangelnde Transparenz hinsichtlich Lobbytätigkeiten und Parteispenden bei jedem der Unternehmen schlecht bewertet.

In der Rubrik Corporate Governance erhält BMW mit B- eine Ratingstufe besser als Ford, das C+ erhält. Die Ursachen für den Unterschied zu Toyota mit einem Rating von D+ liegen zum einen darin, dass beim japanischen Konzern die Unabhängigkeit zwischen Aufsichtsrat und Geschäftsführung nicht gegeben ist und keine Informationen zu Kontrollgremien für internes Audit, Vergütung und Nachhaltigkeit vorhanden sind. Zum anderen werden die Mitbestimmung der Aktionäre von Toyota und das Fehlen der Integration von Nachhaltigkeitszielen in das Vergütungssystem des Managements kritisch bewertet. Die Abstufung zwischen BMW und Ford erklärt sich dadurch, dass das Vergütungssystem bei Ford ebenfalls keinen Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen nimmt.

In der Kategorie Wirtschaftsethik erreicht BMW B-, Ford C und Toyota D+. Im Ethikodex von Toyota fehlen detaillierte Informationen zu Themen wie z.B. Korruption und Kartellverbot oder bleiben im Gegensatz zu den Richtlinien der anderen Unternehmen unveröffentlicht. Auch bei den Maßnahmen zu Compliance fehlen beim japanischen Konzern Angaben, z.B. bezüglich der Gewährleistung des Schutzes von Whistleblowern und regelmäßiger Audits. Bei Ford wird bemängelt, dass nicht wie bei BMW in jedem Land, in dem das Unternehmen operiert, Whistleblower Hotlines

verfügbar sind. Zudem erhält jedes der Unternehmen durch Kartellverstöße in der jüngsten Vergangenheit einen Ratingabzug für den Bereich Wirtschaftsethik.

5. Fazit

Ziel der vorangegangenen Arbeit war es anhand der Analyse von Nachhaltigkeitsratings die Richtlinien und Maßnahmen von ausgewählten Unternehmen zu bewerten und aufzuzeigen, welche Unterschiede zwischen den sozialen Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen der Automobilbranche bestehen. Als Untersuchungsobjekte wurden BMW, Ford und Toyota ausgewählt. Die Datengrundlage stellte das Corporate Rating der oekom research AG dar. In Ergänzung fanden eigene Recherchen statt, in denen die von den Unternehmen veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte und Richtlinien sowie Medienberichte analysiert wurden.

Den wichtigsten Punkt bei der Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen stellt die Transparenz dar. Werden relevante Informationen zu Richtlinien oder Maßnahmen nicht veröffentlicht, wird in der Regel davon ausgegangen, dass schlichtweg keine Daten vorhanden sind oder Schwächen vertuscht werden sollen. Das heißt, dass grundsätzlich nur Organisationen, die ausführlich alle entscheidenden Informationen veröffentlichen, ein gutes Ratingergebnis erzielen können. Deshalb ist den Unternehmen zu empfehlen, im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung auf anerkannte Berichterstattungsrahmen und deren Indikatoren, wie z.B. die in der Arbeit vorgestellten G4-Leitsätzen der GRI oder den DNK, zurückzugreifen.

Im Corporate Rating der oekom research AG wird besonders Wert darauf gelegt, dass die Unternehmen umfassende Richtlinien und Normen zu verschiedenen sozialen Aspekten formulieren und diese in konzernübergreifend verpflichtenden Kodizes und Regelwerken festhalten. Wichtig dabei ist, dass diese sich an international anerkannten Standards, wie in der Arbeit unter Gliederungspunkt 3.1 vorgestellt, orientieren. Zudem sollen die Richtlinien, ungeachtet des lokalen Rechts, in allen Ländern, in denen das Unternehmen operiert, gleichbedeutend gelten. Um die eingangs in der Arbeit erwähnte nötige Verbesserung der Arbeitsbedingungen v.a. in den Schwellen- und Entwicklungsländern herbeizuführen, ist es darüber hinaus unabdingbar, die Normen und Richtlinien für Lieferanten und wiederum deren Lieferanten verpflichtend zu machen. Neben der Formulierung der Richtlinien wird im Rating ebenso berück-

sichtigt, welche Maßnahmen zur Umsetzung dieser getroffen werden. Eine große Rolle spielt hierbei wieder der Deckungsgrad. Es sollen möglichst alle Mitarbeiter bzw. Lieferanten des Unternehmens durch die Maßnahmen abgedeckt sein.

Die Gegenüberstellung der Social Ratings der ausgewählten Unternehmen zeigt, dass BMW die Anforderungen insgesamt gut umsetzen kann. Besonders seine Richtlinien und Maßnahmen in Bezug auf verantwortliche Lieferantenauswahl und -überprüfung wurden sehr gut bewertet. Ford schafft es insgesamt, den Ansprüchen grundlegend gerecht zu werden, zeigt aber in Bezug auf einige Kriterien Verbesserungspotenziale. Bei Toyota hingegen offenbaren sich in allen Teilbereichen des Social Ratings Mängel. Insbesondere resultieren diese Ergebnisse aus der mangelnden Transparenz bei Toyota, da an vielen Stellen für das Nachhaltigkeitsrating relevante Informationen fehlen. Fraglich bleibt hierbei, ob Daten absichtlich nicht veröffentlicht werden, um eventuelle Schwächen zu verbergen. Ebenso fehlt bei Toyota die Implementierung einheitlicher Standards bezüglich Arbeitsbedingungen über das lokale Recht hinaus, sodass solche auch nicht für Lieferanten sichergestellt werden können. Im Gegensatz hierzu veröffentlicht BMW weitestgehend alle für das Rating relevanten Daten. Zudem gibt das Unternehmen einheitliche Standards mit einem hohen Deckungsgrad bezüglich der Arbeitsbedingungen vor, deren Umsetzung auch bei den Lieferanten mithilfe verschiedener Maßnahmen geprüft wird.

Als Resultat hieraus ist festzuhalten, dass Unternehmen sich aktiv am Ratingprozess beteiligen und alle relevanten Informationen transparent zu Verfügung stellen müssen, um eine Basis für eines guten bis sehr guten Ratingergebnisses zu schaffen. Darüber hinaus ist die Formulierung von konzernübergreifenden Richtlinien, die für alle Mitarbeiter ungeachtet ihres Arbeitsortes gelten, für das Rating überaus bedeutsam. Solche Richtlinien sind auch in Bezug auf das Lieferantenmanagement von Bedeutung: Durch die Einbindung in Lieferverträgen müssen Lieferanten zu international anerkannten Arbeitsstandards vertraglich verpflichtet werden. Zur Sicherstellung der Umsetzung dieser ist es zudem unabdingbar, geeignete Maßnahmen zur Überprüfung zu implementieren.

Abschließend ist anzumerken, dass sich die vorgestellten Ergebnisse ausschließlich auf den Vergleich der Kriterien des Social Ratings der oekom research AG beschränken. Aufgrund der Fülle an Ratingkriterien wurden nicht alle explizit in der Analyse berücksichtigt. Die Auswahl lag schwerpunktmäßig auf den Kriterien, bei

denen die größten Schwächen bestehen und sich die größten Unterschiede im Rating der ausgewählten Unternehmen ergeben.

Quellenverzeichnis

- Aachener Stiftung Kathy Beys (2014):** UN Global Compact. Online verfügbar unter www.nachhaltigkeit.info/artikel/un_global_compact_1559.htm, zuletzt aktualisiert am: 20.03.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Alich, Holger (2012):** Wettbewerbshüter verpassen BMW Millionenstrafe. Online verfügbar unter www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/schweiz-wettbewerbshueter-verpassen-bmw-millionenstrafe/6669074.html, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Amtsblatt der Europäischen Union (2014):** Richtlinie 2014/95/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.10.2014 zur Änderung der Richtlinie 2013/34/EU im Hinblick auf die Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen durch bestimmte große Unternehmen und Gruppen. Online verfügbar unter <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN>, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2009):** Nachhaltigkeitsberichterstattung: Empfehlungen für eine gute Unternehmenspraxis. Online verfügbar unter www.bmub.bund.de/fileadmin/bmu-import/files/pdfs/allgemein/application/pdf/broschuere_csr_nachhaltigkeitsberichterstattung.pdf, zuletzt geprüft am 03.07.2015.
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2014):** Internationale Ziele. Die Post- 2015-Entwicklungsagenda. Online verfügbar unter www.bmz.de/de/was_wir_machen/ziele/ziele/millenniumsziele/index.html, zuletzt aktualisiert am 07.12.2014, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2015):** Sozialstandards. Hintergrund: Soziale Mindeststandards sind Menschenrechte. Online verfügbar unter www.bmz.de/de/was_wir_machen/themen/wirtschaft/Unternehmerische_Verantwortung/sozialstandards/kernarbeitsnormen/index.html, zuletzt geprüft am: 18.07.2015.
- BMW Group (2005):** Gemeinsame Erklärung über Menschenrechte und Arbeitsbedingungen in der BMW Group. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/d/0_0_www_bmwgroup_com/verantwortung/lieferkette/_pdf/BMW_Group_Erklaerung_ueber_Menschenrechte.pdf, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- BMW Group (2011):** Internationale Einkaufsbedingungen für Produktionsmaterial und Kraftfahrzeugteile. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/d/0_0_www_bmwgroup_com/verantwortung/lieferkette/_pdf/Auszug_BMW_Group_IPCs.pdf, zuletzt aktualisiert 19.12.2011, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- BMW Group (2012):** Auszug. Allgemeine Vertragsbedingungen für den Einkauf von Betriebsmitteln und sonstige nicht produktionsgebunden Lieferungen. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/d/0_0_www_bmwgroup_com/verantwortung/lieferkette/_pdf/Auszug_BMW_Group_AVB_fuer_Betriebsmittel_und_nicht_produktionsgebundene_Lieferungen.pdf, zuletzt aktualisiert am 20.06.2012, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- BMW Group (2014):** Sustainable Value Report 2014. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/com/de/_common/pdf/BMW_Group_SVR2014_DE.pdf, zuletzt aktualisiert am 17.03.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- BMW Group (2015a):** BMW Group. Legal Compliance Code. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/e/0_0_www_bmwgroup_com/unternehmen/unternehmensprofil/compliance/_pdf/BMW_Group_LCC_EN.pdf, zuletzt aktualisiert am 03.06.2015, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- BMW Group (2015b):** Geschäftsbericht 2014. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/d/0_0_www_bmwgroup_com/investor_relations/finanzberichte/geschaeftsberichte/2014/_pdf/12507_GB_2014_de_Finanzbericht_Online.pdf, zuletzt aktualisiert am 17.03.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.

- BMW Group (2015c):** Verantwortung. Sustainable Value Report. Online verfügbar unter www.bmwgroup.com/d/0_0_www_bmwgroup_com/verantwortung/services/downloads.html, zuletzt aktualisiert am 18.03.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Bönning, Matthias; Haßler, Robert (2007):** Nachhaltigkeitsrating, in: Büschgen, Hans E.; Everling, Oliver (Hrsg.): Handbuch Rating, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Gabler, S. 363–382.
- DB Climate Change Advisors (2012):** Sustainable Investing. Establishing Long-Term Value and Performance. Online verfügbar unter www.institutional.deutscheawm.com/content/_media/Sustainable_Investing_2012.pdf, zuletzt aktualisiert am 12.06.2012, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Deutsches Global Compact Netzwerk (2012):** Drei Initiativen für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Global Compact. ISO 26000. OECD-Leitsätze. Online verfügbar unter www.globalcompact.de/sites/default/files/jahr/publikation/drei-initiativen_gc-iso-oecd_120818_d.pdf, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Eckl-Dorna, Wilfried (2014):** Erst China, jetzt Indien – Preiswächter strafen Autohersteller ab. Online verfügbar unter www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/indien-bestaft-14-autohersteller-wegen-ersatzteil-marktbeschraenkung-a-988141.html, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Ernest & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (2015):** Die größten Automobilhersteller weltweit: Eine Analyse wichtiger Finanz- und Absatzkennzahlen Januar – Dezember 2014), zur Verfügung gestellt von E&Y per Email am 07.07.2015.
- Ford Motor Company (2007):** Code of Conduct Handbook. Corporate Policies and Directives. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/doc/sr13-corporate-conduct-standards-2007.pdf>, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Ford Motor Company (2012):** Policy Letter No. 24: Code of Human Rights, Basic Working Conditions, and Corporate Responsibility. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2014-15/doc/sr14-code-of-basic-working-conditions-2012.pdf>, zuletzt aktualisiert am 29.03.2012, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Ford Motor Company (2014a):** Annual Report 2014. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/content/dam/corporate/en/investors/reports-and-filings/Annual%20Reports/2014-ford-annual-report.pdf>, zuletzt aktualisiert am 24.03.2015, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Ford Motor Company (2014b):** Sustainability Report 2013/14. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2013-14/doc/sr13.pdf>, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Ford Motor Company (2014c):** Workplace Health and Safety. Ford Motor Company Vision for Health and Safety. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2013-14/people-data-workplace.html>, zuletzt aktualisiert am 02.12.2014, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Ford Motor Company (2014d):** Workplace Safety. Online verfügbar unter corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2013-14/people-workplace-health.html, zuletzt aktualisiert am 02.12.2014, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Ford Motor Company (2015a):** ABF Supplier Code of Conduct Alignment. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2014-15/supply-conditions-further.html#trafficking>, zuletzt aktualisiert am 10.07.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Ford Motor Company (2015b):** Human Rights and Working Conditions in Our Supply Chain. Risk Profile and Analysis. Online verfügbar unter <http://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2014-15/supply-conditions-profile.html>, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Gabler Wirtschaftslexikon (2010):** 17., komplett aktualisierte und erweiterte Auflage, Wiesbaden: Gabler (Welt-Edition).
- Gabriel, Klaus (2007):** Nachhaltigkeit am Finanzmarkt: Mit ökologisch und sozial verantwortlichen Geldanlagen die Wirtschaft gestalten, München: oekom verlag.

- Global Challenges Index (2013):** Global Challenges Index: konsequent nachhaltig investieren. Online verfügbar unter http://gcindex.boersenag.de/de/pdf/GCX_Factsheet_DE.pdf, zuletzt aktualisiert am 23.09.2015, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Global Reporting Initiative (2011):** GRI Application Level. Online verfügbar unter www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Application-Levels.pdf, zuletzt aktualisiert am 12.04.2011, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Global Reporting Initiative (2013a):** G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Berichterstattungsgrundsätze und Standardangaben. Online verfügbar unter www.globalreporting.org/resource/library/German-G4-Part-One.pdf, zuletzt aktualisiert am 11.02.2014, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Global Reporting Initiative (2013b):** G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Umsetzungsanleitung. Online verfügbar unter www.globalreporting.org/resource/library/German-G4-Part-Two.pdf, zuletzt aktualisiert am 11.02.2014, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Global Reporting Initiative (2015):** GRI's History. Online verfügbar unter www.globalreporting.org/information/about-gri/gri-history/Pages/GRI%27s%20history.aspx, zuletzt geprüft am 13.07.2015.
- Grunwald, Armin; Kopfmüller, Jürgen (2012):** Nachhaltigkeit, 2., aktualisierte Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH.
- Hahn, Tobias; Liesen, Andrea; Figge, Frank; Barkemeyer, Ralf (2007):** Nachhaltig erfolgreich Wirtschaften: Eine Untersuchung der Nachhaltigkeitsleistung deutscher Unternehmen mit dem Sustainable-Value-Ansatz. Online verfügbar unter www.nachhaltigkeit.info/media/1180615696phpGEka5H.pdf, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Hauff, Volker (Hrsg.) (1987):** Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, Grevén: Eggenkamp.
- Hardtke, Arnd (2010):** Das CSR-Universum, in: Hardtke, Arnd; Kleinfeld, Anette (Hrsg.): Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen: Von der Idee der Corporate Social Responsibility zur erfolgreichen Umsetzung, Wiesbaden: Gabler, S. 13–70.
- Häßler, Rolf D. (Hrsg.) (2013):** Globale Geschäfte – globale Verantwortung. Wie die Global Player die großen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung meistern, München: oekom Gesellschaft für ökologische Kommunikation mbH.
- Henle, Benjamin (2008):** Nachhaltigkeit messen: Soziale Indikatoren für Finanzdienstleister, München: oekom verlag.
- Herzig, Christian; Pianowski, Mathias (2013):** Betriebliche Nachhaltigkeitsberichterstattung, in: Baumast, Anett; Pape, Jens (Hrsg.): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart (Hohenheim): Eugen Ulmer KG, S. 335-359.
- Hoffmann, Tim (2011):** Unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung: Eine Analyse des GRI G3.I-Berichtsrahmens, Lohmar: Eul-Verlag.
- Handelsblatt (2014):** Zu hohe Kosten: Toyota stellt Autoproduktion in Australien ein. Online verfügbar unter www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/zu-hohe-kosten-toyota-stellt-autoproduktion-in-australien-ein/9457404.html, zuletzt aktualisiert am 10.02.2014, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Internationales Arbeitsamt (2006):** Dreigliedrige Grundsatzerklärung. Über multinationale Unternehmen und Sozialpolitik, 4. Auflage, Genf: IAA. Online verfügbar unter www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_179118.pdf, zuletzt aktualisiert am 26.04.2012, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Internationale Arbeitsorganisation (1998):** Erklärung der ILO über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit und ihre Folgemaßnahmen. Online verfügbar unter www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-berlin/documents/normativeinstrument/wcms_193727.pdf, zuletzt aktualisiert am 11.04.2002, zuletzt geprüft am 17.07.2015.

- Internationale Arbeitsorganisation (2015a):** ILO – Arbeits- und Sozialstandards. Online verfügbar unter www.ilo.org/berlin/arbeits-und-standards/lang--de/index.htm, zuletzt aktualisiert am 01.07.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Internationale Arbeitsorganisation (2015b):** Wir über uns. Online verfügbar unter www.ilo.org/berlin/wir-uber-uns/lang--de/index.htm, zuletzt aktualisiert am 01.07.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- International Labour Organization (2015a):** Normlex. Information System on International Labour Standards. Recommendations list by Number. Online verfügbar unter www.ilo.org/dyn/normlex/de/f?p=1000:12010:1628907141733183:::P12010_INSTRUMENT_SORT:4, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- International Labour Organization (2015b):** Normlex. Information System on International Labour Standards. Recommendations list by Status. Online verfügbar unter www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:12010:3243310156375754:::P12010_INSTRUMENT_SORT:3, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (2015):** The world's vehicles production. Online verfügbar unter www.oica.net/wp-content/uploads/OICA-press-release-2015-03-04.pdf, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Japan Markt Online (2013):** Frauenquote fürs Wachstum. Online verfügbar unter www.japanmarkt.de/2013/04/20/trends/gesellschaft/frauenquote-furs-wachstum/, aktualisiert am 21.04.2013, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Kanning, Helga (2013):** Nachhaltige Entwicklung – Die gesellschaftliche Herausforderung für das 21. Jahrhundert, in: Baumast, Anett; Pape, Jens (Hrsg.): Betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement, Stuttgart (Hohenheim): Eugen Ulmer KG, S. 21-43.
- KPMG (2013):** KPMG-Studie: Nachhaltigkeitsberichterstattung hat sich weltweit durchgesetzt. Online verfügbar unter www.kpmg.com/de/de/bibliothek/presse/seiten/nachhaltigkeitsberichterstattung-hat-sich-weltweit-durchgesetzt.aspx, zuletzt aktualisiert am 09.12.2013, zuletzt geprüft am 15.06.2015.
- Langer, Gunner (2011):** Unternehmen und Nachhaltigkeit. Analyse und Weiterentwicklung aus der Perspektive der wissensbasierten Theorie der Unternehmung, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Lindenmayer, Philipp; Schäfer, Henry (2004):** Sozia kriterien im Nachhaltigkeitsrating. Online verfügbar unter www.boeckler.de/pdf/p_edition_hbs_104.pdf, zuletzt aktualisiert am 29.04.2010, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Müller, Edda (2003):** Der Stellenwert sozialer Themen in der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie, in: Hauff, Vo ker; Bachmann, Günther (Hrsg.): Nachhaltigkeit und Gesellschaft. Vorträge aus dem Rat für Nachhaltige Entwicklung von April 2001 bis Juni 2003, Berlin: Rat für Nachhaltige Entwicklung, S. 107-114. Online verfügbar unter www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Broschuere_Nachhaltigkeit_und_Gesellschaft_02.pdf, zuletzt aktualisiert am 22.07.2008, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- OECD (2011):** OECD Leitsätze für multinationale Unternehmen, OECD Publishing. Online verfügbar unter www.oecd.org/corporate/mne/48808708.pdf, zuletzt aktualisiert am 21.09.2011, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- oekom research (2011):** oekom Position Paper: Arbeitsbedingungen in der Lieferkette. Online verfügbar unter www.hs-pforzheim.de/De-de/Wirtschaft-und-Recht/Fakultaet/PRME/Documents/oekom_PositionPaper_Arbeitsrechte.pdf, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- oekom research (2013):** oekom Industry Focus Automobile. Online verfügbar unter http://oekom-research.de/homepage/german/oekom_Industry_Focus_Automobile_2013.pdf, zuletzt aktualisiert am 01.03.2013, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- oekom research (2014a):** oekom Corporate Rating: Bayerische Motoren Werke AG. Zur Verfügung gestellt von der oekom research AG, zuletzt aktualisiert am 04.12.2014.

- oekom research (2014b):** oekom Corporate Rating: Toyota Motor Corporation. Zur Verfügung gestellt von der oekom research AG, zuletzt aktualisiert am 06.12.2015.
- oekom research (2015a):** Kriterien. Online verfügbar www.oekom-research.com/index.php?content=kriterien, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- oekom research (2015b):** Methodik. Online verfügbar www.oekom-research.com/index.php?content=methodik, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- oekom research (2015c):** oekom Corporate Rating: Ford Motor Company. Zur Verfügung gestellt von der oekom research AG, zuletzt aktualisiert am 14.04.2015.
- oekom research (2015d):** Ratingablauf. Online verfügbar www.oekom-research.com/index.php?content=ratingablauf, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- oekom research (2015e):** Über uns. Online verfügbar unter www.oekom-research.com/index.php?content=about-us, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- oekom research (2015f):** Universum. Online verfügbar www.oekom-research.com/index.php?content=oekom-universe, zuletzt geprüft am 18.07.2015.
- Otto GmbH & Co.KG; Voigt, Thomas (2011):** Otto Group Trendstudie 2011: 3. Studie zum ethischen Konsum. Verbraucher-
vertrauen. Online verfügbar unter www.ottogroup.com/media/docs/de/trendstudie/2_Otto-Group-Trendstudie-2011-Verbrauchervertrauen.pdf, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Pufé, Iris (2014):** Was ist Nachhaltigkeit? Dimensionen und Chancen, in: Aus Politik und Zeitgeschichte. Nachhaltigkeit, Jg. 64, Nr. 31-32/2014, S. 15–21. Online verfügbar unter www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2014-31-32_online.pdf, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Piper, Nikolaus (2013):** Klage gegen BMW in den USA: Unverhältnismäßig viele Afroamerikaner ausgesondert. Online verfügbar unter www.sueddeutsche.de/karriere/klage-gegen-bmw-in-den-usa-unverhaeltnismaessig-viele-afroamer-kaner-ausgesondert-1.1695238, zuletzt aktualisiert am 13.06.2013, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (2014):** Aus dem Rat für nachhaltige Entwicklung: Bertelsmann Stiftung und Nachhaltigkeitsrat erarbeiten gemeinsam einen DNK-Leitfaden für den Mittelstand. Online verfügbar unter www.nachhaltigkeitsrat.de/news-nachhaltigkeit/2014/2014-03-27/bertelsmann-stiftung-und-nachhaltigkeitsrat-erarbeiten-gemeinsam-einen-dnk-leitfaden-fuer-den-mittelstand/?size=2, zuletzt aktualisiert am 27.03.2014, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015a):** Der deutsche Nachhaltigkeitskodex. Maßstab für nachhaltiges Wirtschaften. Online verfügbar unter www.nachhaltigkeitsrat.de/dokumente/bestellservice/bestelldokumente/texte-nr-47-jan-2015, zuletzt aktualisiert am 20.01.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (2015b):** Kurz und bündig: Der Rat für Nachhaltige Entwicklung. Online verfügbar unter www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/RNE-Fact-Sheet.pdf, zuletzt aktualisiert am 07.07.2015, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Spiegel Online (2012):** Sparprogramm: Ford schließt belgischen Standort Genk. Online verfügbar unter www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/ford-schliesst-standort-genk-in-belgien-a-863116.html, zuletzt aktualisiert am 24.10.2012, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Süddeutsche Zeitung (2010):** Automobilbranche: BMW streicht Tausende Stellen – und droht mit mehr. Online verfügbar unter www.sueddeutsche.de/wirtschaft/automobilbranche-bmw-streicht-tausende-stellen-und-droht-mit-mehr-1.114034, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Süddeutsche Zeitung (2012):** Streit um Leiharbeit beigelegt: BMW schafft 3000 neue Stellen. Online verfügbar unter www.sueddeutsche.de/wirtschaft/weniger-zeitarbeit-mehr-vollzeitstellen-bmw-legt-streit-um-leiharbeit-bei-1.1480136, zuletzt geprüft am 17.07.2015.

- Suchanek, Andreas; Lin-Hi Nick (2007):** Unternehmerische Verantwortung, in: Baumgartner, Rupert J.; Biedermann, Hubert; Ebner, Daniela (Hrsg.): Unternehmenspraxis und Nachhaltigkeit: Herausforderungen, Konzepte und Erfahrungen, München: Rainer Hampp Verlag, S. 67–78.
- Toyota Motor Corporation (2006):** Toyota Code of Conduct. Online verfügbar unter www.toyota-global.com/company/vision_philosophy/pdf/code_of_conduct.pdf, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Toyota Motor Corporation (2012):** Supplier CSR Guidelines. Online verfügbar unter www.toyota-global.com/sustainability/society/partners/supplier_csr_en.pdf, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Toyota Motor Corporation (2014a):** Annual Report 2014. Online verfügbar unter www.toyota-global.com/investors/ir_library/annual/pdf/2014/ar14_e.pdf, zuletzt aktualisiert 17.09.2014, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Toyota Motor Corporation (2014b):** Sustainability Report 2014. Online verfügbar unter www.toyota-global.com/sustainability/report/sr/pdf/sustainability_report14_fe.pdf, zuletzt aktualisiert am 15.10.2014, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Toyota Motor Corporation (2015):** CSR Policy/Organization and Structure. Online verfügbar unter www.toyota-global.com/sustainability/csr/csr/#about, zuletzt aktualisiert 23.10.2014, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- United Nations Global Compact (2011):** Companies Expelled for Failure to Submit a Communication on Progress. Online verfügbar unter www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.1_news_archives/2011_01_20/Expelled_List_2011_01_20.pdf, zuletzt aktualisiert am 20.01.2011, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- United Nations Global Compact (2015):** What is UN Global Compact? Our Participants. Online verfügbar unter [www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search\[keywords\]=&search\[per_page\]=10&search\[sort_field\]=&search\[sort_direction\]=asc](http://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/search?utf8=%E2%9C%93&search[keywords]=&search[per_page]=10&search[sort_field]=&search[sort_direction]=asc), zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Utz, Britta (2011):** Update oder Upgrade? Eine Bilanz zur Revision der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung. Online verfügbar unter library.fes.de/pdf-files/iez/08232.pdf, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- Warta, Christina (2010):** Lange Weihnachtspause: Zwangsurlaub bei BMW. Online verfügbar unter www.sueddeutsche.de/muenchen/lange-weihnachtspause-zwangsurlaub-bei-bmw-1.372229, zuletzt geprüft am 17.07.2015.
- World Economic Forum (2014):** The Global Gender Gap Report. Online verfügbar unter www3.weforum.org/docs/GGGR14/GGGR_CompleteReport_2014.pdf, zuletzt aktualisiert am 26.04.2014, zuletzt geprüft am 17.07.2015.

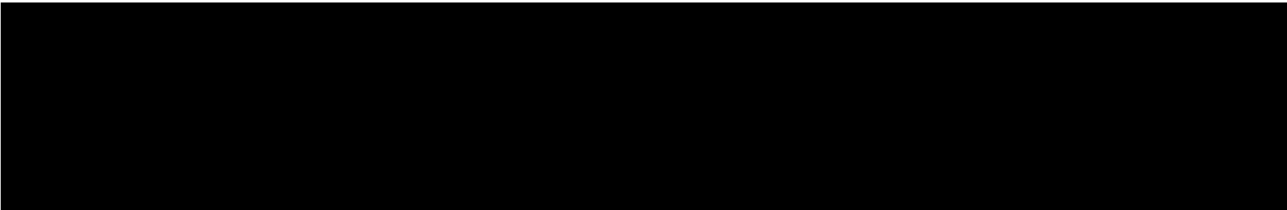
Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die hier vorgelegte schriftliche Ausarbeitung selbständig verfasst und einschließlich beigefügter Abbildungen und Skizzen keine anderen als die im Literaturverzeichnis angegebenen Quellen, Darstellungen und Hilfsmittel benutzt habe. Dies gilt in gleicher Weise für gedruckte Quellen wie für Quellen aus dem Internet.

Ich habe alle Passagen und Sätze der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinne nach anderen Werken entnommen sind, in jedem einzelnen Fall unter genauer Angabe der Stelle ihrer Herkunft (Quelle, Seitenangabe bzw. entsprechende Spezifizierung) deutlich als Entlehnung gekennzeichnet.

Ich erkläre, dass die vorgelegte Arbeit zuvor weder von mir noch soweit mir bekannt ist von einer anderen Person an dieser oder einer anderen Hochschule eingereicht wurde.

Mir ist bekannt, dass Zuwiderhandlungen gegen diese Erklärung eine Benotung der Arbeit mit der Note „nicht ausreichend“ zur Folge haben.



(Datum)

(Unterschrift)