

---

## Vorwort des Reihenherausgebers: CSR-Reporting – Sein oder Schein?

Das Thema der gesellschaftlichen Verantwortung – Corporate Social Responsibility (CSR) – hat nicht nur in den Unternehmen Einzug gehalten. Auch die Politik in Europa beschäftigt sich vermehrt damit, welche Rahmenbedingungen es braucht, um mehr Transparenz und Glaubwürdigkeit im unternehmerischen Handeln zu fördern. Das Ziel, alle Stakeholder in das unternehmerische Handeln miteinzubeziehen, kann nur erreicht werden, wenn für alle Stakeholder-Gruppen geeignete Informationen, Zahlen und Fakten vorliegen. So haben die Kunden ein Interesse daran zu wissen, wie die Produkte, die sie kaufen, hergestellt wurden. Die Mitarbeiter sind daran interessiert, welche Maßnahmen das Unternehmen durchführt, um den langfristigen Erfolg zu sichern. Die breite Öffentlichkeit möchte glaubhaft erkennen, dass das unternehmerische Handeln im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft steht, d.h., dass Unternehmen aktiv zur Lösung unserer ökologischen und sozialen Herausforderungen beitragen. Es geht wie sooft im Leben darum, „Sein“ von „Schein“ unterscheiden zu können.

Das Wechselspiel zwischen Handeln und darüber Sprechen ist dabei für Unternehmen und Stakeholder gleichermaßen eine große Herausforderung. Insbesondere dann, wenn es um die Vergleichbarkeit der dargebotenen Informationen verschiedener Unternehmen – womöglich aus ganz unterschiedlichen Branchen – geht. So ist es nicht verwunderlich, dass sich die Kriterien einer guten Unternehmensberichterstattung laufend verändern und sich mittlerweile einschlägige Standards in der Nachhaltigkeitsberichterstattung gebildet haben. Die Politik steht nun vor der großen Herausforderung, diese auch für die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen gewünschte Transparenz weltweit zu fördern, ohne neue bürokratische Hürden für erfolgreich handelnde Unternehmen – insbesondere im Mittelstand – aufzubauen.

Nachhaltigkeitskriterien im Reporting wurden zulange aus der Betriebswirtschaftslehre ausgeblendet, so dass nun in kurzer Zeit viele unternehmerische und politische Entscheidungen fallen werden, die in vielen Bereichen noch nicht ausreichend reflektiert sind. Zum Beispiel die Frage: Nützt oder schadet es der Wirtschaft, wenn eine Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtend wird? Wie kann ein integratives Reporting-System aussehen, welches allen Stakeholdern und Managern nützliche Informationen liefert, ohne dabei zu viel Aufwand und Kosten zu erzeugen. Wie kann ein professionelles CSR-Reporting die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens erhöhen und neue Innovationsimpulse generieren?

Es zeigt sich bei erfolgreichem CSR- und Nachhaltigkeits-Reporting in der Praxis, dass insbesondere die Identifikation der richtigen Kennzahlen und Fragen maßgeblich für die Akzeptanz bei den Stakeholdern und den Nutzen für das Unternehmen ist. Denn tatsächlich bestimmen vielfältige ökologische und soziale Fragestellungen direkt oder indirekt den unternehmerischen Erfolg jedes Unternehmens. Zahlen und Fakten in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales zu erheben und für die Steuerung zu nutzen, kann daher nicht verkehrt sein. Jedoch bestimmt auch hier das richtige Maß den Erfolg der Mittel.

In der Management Reihe Corporate Social Responsibility schließt die nun vorliegende Publikation mit dem Titel „CSR und Reporting“ die Lücke zwischen betriebswirtschaftlicher Theorie und unternehmerischer Praxis im Bereich der Nachhaltigkeits-Berichterstattung. Interdisziplinär und in einer neutralen Sichtweise behandelt sie die Rolle des Reportings für die Corporate Social Responsibility von Unternehmen. Darauf aufbauend stellt das Buch konkrete Instrumente für das erfolgreiche CSR-Reporting dar. Es macht so deutlich, dass die Frage nach der richtigen Ausgestaltung von Berichtssystemen sehr differenziert zu beantworten ist. Es zeigt gleichzeitig auf, wie ein professionelles CSR-Reporting auch den ökonomischen Erfolg der jeweiligen Unternehmen nachhaltig positiv beeinflussen kann. Alle LeserInnen sind damit herzlich eingeladen, die in der Reihe dargelegten Gedanken aufzugreifen und für die eigenen beruflichen Herausforderungen zu nutzen sowie mit den Herausgebern, Autoren und Unterstützern dieser Reihe intensiv zu diskutieren. Ich möchte mich last but not least sehr herzlich beim Herausgeber Prof. Dr. Matthias Fifka für sein großes Engagement, bei Michael Bursik vom Springer Gabler Verlag für die gute Zusammenarbeit sowie bei allen Unterstützern der Reihe aufrichtig bedanken und wünsche Ihnen, werte Leserinnen und werter Leser, nun eine interessante Lektüre.

Dr. René Schmidpeter

---

## Vorwort

Nachhaltigkeitsberichterstattung ist seit einigen Jahren ein fester Bestandteil der politischen, wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Diskussion. Besonders im Hinblick auf die mögliche Einführung einer Berichtspflicht für Großunternehmen durch die Europäische Union hat das Thema zusätzlich an Aufmerksamkeit und in gewisser Weise auch an Brisanz gewonnen. Umfang und Sinnhaftigkeit einer solchen Pflicht werden äußerst kontrovers diskutiert, wobei nicht selten eine vermeintliche Mehrbelastung oder gar Überforderung der betroffenen Unternehmen ins Feld geführt wird.

Dieser Band soll diese Thematik und Problematik adressieren. Er verfolgt die Zielsetzung, die Nachhaltigkeitsberichterstattung ausgewogen aus unternehmerischer und gesellschaftlicher Perspektive zu betrachten und zu diskutieren. Eine solch umfassende Auseinandersetzung hat viele Facetten. Dazu gehört auf der einen Seite der gesellschaftliche Mehrwert der Berichterstattung in Form einer gesteigerten Transparenz, die es Stakeholdern erlaubt, die sozialen, ökologischen und ökonomischen Folgen des Handelns von Unternehmen besser beurteilen und Unternehmen dafür verantwortlich machen zu können. Auf der anderen Seite gilt es zu erörtern, welche Vorteile Unternehmen für sich durch Nachhaltigkeitsberichterstattung erzielen können und wie ein erfolgreiches Reporting implementiert werden kann. Der unternehmerische Mehrwert beschränkt sich dabei keineswegs auf eine bloße Verbesserung von Reputation und Image, sondern kann auch in der Förderung der Kommunikation mit Stakeholdern und der Organisationsentwicklung liegen. Weiterhin werden eine bessere Evaluation und Optimierung unternehmensinterner Strukturen und Prozesse möglich. Im Zuge einer ausgewogenen Darstellungen müssen jedoch auch die vielfältigen Schwierigkeiten und Herausforderungen, die mit Nachhaltigkeitsberichterstattung verbunden sind, erläutert werden, etwa die organisationale Verankerung, die mediale Form des Reporting, der finanzielle und personelle Aufwand sowie die Integration der Stakeholder in den Berichtsprozess.

Zu einer ausgewogenen Darstellung gehört auch die Beteiligung von Wissenschaft und Praxis, die ein weiteres zentrales Anliegen dieses Bandes war. An dieser Stelle sei deshalb den einzelnen Autorinnen und Autoren herzlich gedankt, die sich die Zeit genommen haben, ihre wertvolle Expertise in Form von Erfahrungen, Konzepten und Ideen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erläutern und zu diskutieren, um so einen vielfältigen Erkenntnisgewinn für die Leserinnen und Leser zu schaffen.

Bevor ein solcher Band jedoch mit Beiträgen aus Wissenschaft und Praxis gefüllt werden kann, bedarf es zunächst einmal der Bereitschaft eines Verlags, ein solches Projekt auf den Weg zu bringen und es in dessen Verlauf zu unterstützen. Hier gilt Herrn Michael Burzik und Frau Janina Sobolewski vom Springer-Gabler Verlag und Herrn Dr. René Schmidpeter als Reihenherausgeber ein besonderer Dank für ihr Vertrauen und die äußerst angenehme Zusammenarbeit.

Nicht vergessen werden darf schließlich die Arbeit im „Hintergrund“, die für die Fertigstellung eines Buchprojekts unerlässlich ist. Frau Nancy Troll in Erlangen und Herr Yascha Roshani in Köln haben in ungezählten Stunden und mit viel Geduld und Umsicht Beiträge korrigiert und formatiert. Ihnen gilt mein herzlicher Dank verbunden mit der Bitte um Nachsicht für die extensive Konfrontation mit Literaturverweisen und -verzeichnissen.

Erlangen im November 2013

Matthias S. Fifka

CSR und Reporting

Nachhaltigkeits- und CSR-Berichterstattung verstehen  
und erfolgreich umsetzen

Fifka, M.S. (Hrsg.)

2014, XVIII, 252 S. 20 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-642-53892-6