
Vorwort des Reihenherausgebers: Finanzratings – AAA in Sachen Verantwortung?

Das Thema der gesellschaftlichen Verantwortung – Corporate Social Responsibility (CSR) – hat nicht nur in den Unternehmen Einzug gehalten. Auch die Finanzbranche beschäftigt sich mit dem Thema Nachhaltige Investments und dem Rating von Unternehmen auf Basis ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Kriterien. Welches Know how benötigen Entscheider, um mehr Transparenz, Nachhaltigkeit und Glaubwürdigkeit in Kredit- und Investitionsentscheidungen zu erlangen? Eine große Herausforderung dabei ist sicher das Wechselspiel zwischen dem realen Handeln und der Kommunikation zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten von Unternehmen. 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 für nachhaltige Investments der einzelnen Ratingagenturen oft stark voneinander unterscheiden und sich zudem laufend weiterentwickeln. Für die Unternehmen und Investoren entsteht so ein sehr unübersichtliches Bild in Sachen Nachhaltigkeitsratings.

Daher bilden sich mittlerweile einschlägige CSR-Standards, welche auch in den Finanzratings Berücksichtigung finden (werden). Die Finanzbranche steht dabei vor der großen Herausforderung, diese auch für die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Unternehmen gewünschte Transparenz in Finanzanlagen weltweit zu fördern, ohne dabei neue bürokratische Hürden für erfolgreich handelnde Unternehmen – insbesondere im Mittelstand – aufzubauen. Zudem gilt es Nachhaltigkeit und Profitabilität nicht als Gegensatz zu sehen, sondern als wechselseitig notwendig und befördernd zu begreifen. Es stellt sich damit auch die Frage ist ein AAA ohne Nachhaltigkeit bzw. CSR überhaupt denkbar?

In vielfältigen Bereichen hat sich mittlerweile gezeigt, dass CSR-Maßnahmen die Rentabilität von Unternehmen erhöhen. Indem zum Beispiel die Mitarbeitermotivation, die Kundenzufriedenheit oder aber auch die Qualität der Zulieferbeziehungen steigt. Neben der reinen Effizienzfrage, rückt dabei auch die Frage nach der Effektivität in den Fokus. Ist das Geschäftsmodell des Unternehmens als Ganzes überhaupt nachhaltig? Muss das Unternehmen um die langfristige Rentabilität zu erhalten, ökologische und soziale Fragen stärker als bisher in die Kalkulationen miteinbeziehen? Ist die Externalisierung von Kosten, zum Beispiel die Verschmutzung der Umwelt überhaupt tragbar oder wird hier die Politik, die Stakeholder oder die Märkte das Unternehmen in Zukunft abstrafen und damit die Rentabilität des Geschäftsmodells gefährden?

Alles Fragen, die bei der Bewertung von Unternehmen durch Investoren miteinfließen müssen. Verstärkt wird die Dringlichkeit von fundierten Nachhaltigkeitsratings dadurch, dass es weltweit mittlerweile mehrere Billionen von Dollars und Euros gibt, die auf der Suche nach explizit nachhaltigen Investments sind. Zum einen, weil es Investoren so wollen, zum anderen, weil bereits gesetzliche Auflagen zur nachhaltigen Geldanlage zum Beispiel bei Pensionsfonds bestehen. Es scheint daher verwunderlich, dass Nachhaltigkeitskriterien in der klassischen Betriebswirtschaftslehre im Themenfeld Investitions- und Kreditentscheidung oft nahezu komplett ausgeblendet werden. Daher sind viele wichtige Fragen auch heute noch nicht akademisch ausreichend reflektiert. Wie kann ein integratives Nachhaltigkeitsrating aussehen, welches allen Stakeholdern und Managern nützliche Informationen liefert, ohne dabei zu viel Aufwand und Kosten zu erzeugen? Wie kann eine professionelle Investitionsentscheidung basierend auf Nachhaltigkeitskriterien sowohl die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens fördern als auch die Anlagerenditen der Investoren erhöhen?

Aus der Praxis kommen jedoch vermehrt Beispiele, die aufzeigen, dass das Thema gesellschaftliche Verantwortung (CSR) zutiefst mit Finanz- und Investitionsentscheidungen zusammenhängt. Die finanzielle Dimension von Nachhaltigkeit erweist sich damit als entscheidend für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen und ganzen Branchen. Zudem zeigt sich bei den bereits etablierten Nachhaltigkeitsratings, dass insbesondere die Identifikation der richtigen Kennzahlen und ein modernes – dem Stand der aktuellen Diskussion entsprechendes – CSR-Verständnis maßgeblich für die Akzeptanz von Nachhaltigkeitsratings bei den Investoren und den Unternehmen ist. So ist bei vielen Investoren mittlerweile unbestritten, dass vielfältige ökologische und soziale Fragestellungen direkt oder indirekt den unternehmerischen Erfolg jedes Unternehmens mitbestimmen. Zahlen und Fakten in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales zu erheben und für die Investitionsentscheidung zu nutzen, kann daher nicht verkehrt sein. Jedoch beeinflusst auch hier das richtige Verständnis von CSR sowie die Anwendung einer fundierten Methode den Aussagegehalt und damit den Erfolg des Ratings.

In der Management Reihe Corporate Social Responsibility schließt die nun vorliegende Publikation mit dem Titel „CSR und Finanzratings“ die Lücke zwischen betriebswirtschaftlicher Theorie und unternehmerischer Praxis im Bereich des Nachhaltigkeitsratings von Unternehmen. Interdisziplinär und in einer neutralen Sichtweise behandelt sie die Rolle des Finanzratings für die aktuelle Corporate Social Responsibility Diskussion. Darauf aufbauend stellt das Buch konkrete Instrumente für das erfolgreiche Abschneiden bei Nachhaltigkeitsratings von Unternehmen dar. Es zeigt dabei auch auf, wie ein positives Nachhaltigkeitsrating die CSR-Strategie und damit auch den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens 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 bei der Herausgeberin Dr. Heidrun Kopp für ihr großes Engagement, bei Michael Bursik und

Janina Tschech 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.

Prof. Dr. René Schmidpeter

Vorwort von Marlehn Thieme

Vorsitzende des Rates für Nachhaltige Entwicklung

Was macht ein gutes Rating aus? Mit Sicherheit die Fähigkeit, unternehmerische Chancen und Risiken umfassend zu betrachten und zu bewerten. Ratings, die lediglich auf Finanzkennzahlen fokussieren, blenden wichtige Aspekte der Unternehmensrealität aus, die die unternehmerische Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit ausmachen. Selbst Analysten schätzen, dass lediglich 20 % der unternehmerischen Leistungsfähigkeit in den Finanzkennzahlen repräsentiert sind; der Rest ist in sogenannten intangible assets zu finden, die sich auch dem Blick der meisten gängigen Ratingsysteme entziehen. Diese nichtfinanziellen Leistungen sind es, die letztlich die wirtschaftlichen Erfolgsaussichten stärken – für die Unternehmen selbst und für die investierenden Kapitalgeber. Ein Unternehmen ist dann wirklich gut, wenn es rundum gute Produkte und Dienstleistungen anbietet, die fit für Zukunftsmärkte sind. Ein Unternehmen ist dann wirklich gut, wenn es anständig mit Mitarbeitern und Geschäftspartnern umgeht, die Umwelt immer weniger belastet und mit dem Geschäftszweck einen konkreten gesellschaftlichen Nutzen bringt.

Doch wie bewertet man das? Wie können Risikomanagementsysteme im Finanzmarkt funktionieren, die diese weniger harten Faktoren integrieren? Das ist die zukunftsentscheidende Frage für eine zukunftsfähige Wirtschaft mit einem entsprechend ertüchtigten Finanzmarkt.

In der digitalen Gesellschaft und der globalisierten Wirtschaft kommt es mehr denn je darauf an, eine Meinungsbildung auf Basis verlässlicher Informationsquellen zu ermöglichen – und das zu vernünftigen Kosten. Leitfragen, die helfen, die Zukunftsfähigkeit und Integrität eines Unternehmens unter die Lupe zu nehmen, bietet der Deutsche Nachhaltigkeitskodex. Er bietet einen Referenzrahmen für Nachhaltigkeit, der für alle Unternehmungen gleichermaßen gültig ist – seien es privatwirtschaftliche oder öffentliche, seien es produzierende oder dienstleistende Unternehmen, seien es Wissenschafts- oder zivilgesellschaftliche Organisationen. Alle agieren auch wirtschaftlich und haben wichtige Stakeholder: Sie sind Arbeitgeber, Nachfrager und Anbieter von Produkten und Dienstleistungen, ob wirtschaftlicher, wissenschaftlicher oder politischer Natur.

Der Nachhaltigkeitskodex ist zunächst ein Transparenzstandard, der vom Rat für Nachhaltige Entwicklung über einen drei Jahre währenden Entwicklungsprozess gemeinsam mit Unternehmen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Vertretern der Finanzwirtschaft erarbeitet wurde. In Deutschland empfehlen wir ihn zur freiwilligen Anwendung.

Das Ziel ist, Akzeptanz für die Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen zu schaffen, indem wir Unternehmen einen praktikablen Einstieg anbieten. Der Nachhaltigkeitskodex leistet das mit 20 Kriterien und ausgewählten Leistungsindikatoren.

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex nutzt insbesondere Unternehmen, die Nachhaltigkeit bereits strategisch oder aus einer historisch gewachsenen Unternehmenskultur heraus im Kerngeschäft verankern. Das können deutsche und europäische Unternehmen sein, die qua Firmensitz dichtere Regulierung etwa in der Umwelt- und Sozialgesetzgebung und damit höhere Produktionskosten haben und dies in einen Wettbewerbsvorteil verwandeln möchten. Und das können Unternehmen mit globalen Wertschöpfungsketten sein, die freiwillige Maßnahmen ergreifen, um negative Folgen ihrer Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft zu reduzieren und die positiven zu maximieren. Einfach, weil sie es für richtig halten. Es ist legitim, zu erwarten, dafür am Markt honoriert zu werden. Momentan sind diejenigen die Gewinner am Markt, die es schaffen, unliebsame Effekte zu externalisieren. Doch die Gesellschaft ändert sich, und die Wirtschaft wird sich auch ändern müssen. Und sie wird sich ändern, da der entsprechende Handlungsdruck im globalen Wettbewerb wächst. Die Preise für Lebensmittel und endliche Rohstoffe steigen, das Gefälle zwischen Arm und Reich spaltet die Gesellschaft, die multipolare Welt mit ihren unterschiedlichen Rechtsräumen steht im Wertekonflikt.

Die unternehmerische Verantwortung ist so vielfältig wie die Unternehmenswelt selbst. Manche haben Nachhaltigkeit im Kerngeschäft schon länger als Wettbewerbsvorteil erkannt und entwickelt, andere befassen sich noch gar nicht damit. Daher ist der Nachhaltigkeitskodex auch ein Instrument, um das Thema strategisch zu entwickeln und die Chancen zu ergreifen, die in der vorausschauenden Befassung mit Nachhaltigkeitsthemen liegen. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex bietet ein Maximum an Gestaltungsspielraum für Transparenz innerhalb eines standardisierten Rahmens, der Vergleichbarkeit schafft. Mit dem *Comply-or-Explain*-Ansatz und dem Wesentlichkeitsprinzip kann jedes Unternehmen für sich entscheiden und nach außen erklären, was wichtig ist und worin der Konsolidierungskreis besteht, für den ein Unternehmen seine Verantwortung definieren kann.

Entsprechenserklärungen zum DNK mit seinen 20 Kriterien und der stützenden Auswahl quantifizierbarer Leistungsindikatoren liefern eine nüchterne, zukunftsorientierte und damit modellierbare Informationsbasis. Als Kernzielgruppe hat der Nachhaltigkeitsrat vor allem Kapitalmarktakteure im Sinn. Das Ziel ist, Kapitalströme in nachhaltige Geschäftsmodelle zu lenken. Wir ergänzen mit einer Datenbank mit Entsprechenserklärungen zum Nachhaltigkeitskodex den etablierten Markt anspruchsvoller ESG-Ratings und sozialetischer Investments, der auf einen Marktanteil von 1,4 % beziffert wird. Der Markt, den wir motivieren und bewegen wollen, sind die übrigen 98,6 %. Dafür brauchen wir einen langen Atem – und die Unterstützung durch berichtende Unternehmen ebenso wie durch nachfragende Investoren.

Ich bin davon überzeugt, dass der Nachhaltigkeitskodex an der richtigen Stelle ansetzt, denn in der Vergangenheit haben wir gesehen, dass die bisher praktizierte Nachhaltigkeitsberichterstattung das Informationsbedürfnis insbesondere des Kapitalmarktes nicht befriedigen kann. Investoren brauchen standardisierte Informationen, die leicht auffindbar sind und aus denen sich Kennzahlen und Produkte gestalten lassen. Sie brauchen neben

dem Bericht auch zukunftsbezogene Aussagen über Nachhaltigkeitsziele, um den unternehmerischen Erfolg bewerten zu können.

Hier treffen sich die Interessen des Finanzmarktes mit denen der Unternehmen, die sich mit einer Vielzahl von Berichtsanforderungen konfrontiert sehen. Sie beklagen immer wieder die Flut an Fragebögen, einer Black Box von Ratings und Rankings, die ihre Bewertungskriterien selbst den bewerteten Unternehmen nicht offenlegen. Daher braucht es einen Mechanismus, der das Lernen in Unternehmen ermöglicht. Auch hier kann der Nachhaltigkeitskodex unterstützen. Würden Ratings und Rankings ihre spezifischen Fragebögen auf den Kernanforderungen nachhaltigkeitsbezogener Transparenz, wie sie der Nachhaltigkeitskodex formuliert, aufbauen, dann sanken die Transaktionskosten für die Unternehmen, und es wäre möglich, zumindest ein Schlaglicht auf die Bewertungsmaßstäbe der Ratingagenturen zu werfen.

Wir brauchen mehr Mut zur Auseinandersetzung mit den eigenen Nachhaltigkeitsleistungen, mit Zielkonflikten und mit gesellschaftlichen Herausforderungen der Zukunft – auch in der Finanzwirtschaft. Deshalb ist es wichtig zu erkennen, ob Kompetenzen für die Bewertung von Nachhaltigkeitsleistungen bereits in ausreichendem Maße vorhanden sind, oder ob es Nachholbedarf gibt. Die EU-Berichtspflicht zu nichtfinanziellen Informationen und Diversity, die 2014 verabschiedet wurde, spricht die Finanzindustrie und Versicherungswirtschaft als Schlüsselbranchen an. Ich halte diesen Schritt für wichtig, haben diese Branchen doch eine potenzielle Hebelwirkung und können nachhaltige Entwicklung maßgeblich befördern oder verhindern.

Keine unternehmerische Praxis wird erfolgreich sein ohne die artikulierte oder schweigende Zustimmung von uns allen. Wir können sie daher ändern. Wir können als Investoren und Bürger, als Politiker und Unternehmen auch die Praxis der Finanzwirtschaft ändern. Dafür brauchen wir in Deutschland und Europa, und dann sicher auch globaler, eine Verständigung und einen Vergleichsrahmen für wirtschaftliche Nachhaltigkeit, die Governance-Fragen ebenso berücksichtigen wie gesellschaftliche und ökologische Tragfähigkeiten. Erst wenn klar ist, was unsere gemeinsamen Visionen und Ziele nachhaltigen Wirtschaftens sind, kann eine Dynamik entstehen, welche die Mechanismen der Märkte verändert. Zum Wohl für uns alle und für die uns nachfolgenden Generationen.

Marlehn Thieme



Photocredit: Rat für
Nachhaltige Entwicklung

Marlehn Thieme ist Vorsitzende des Rates für Nachhaltige Entwicklung. Sie studierte Rechts- und Sozialwissenschaften. Von 1986 bis Ende 2013 arbeitete sie bei der Deutschen Bank AG. Nach einer Trainee-Ausbildung in Remscheid, Wuppertal und Mailand war sie in der zentralen Personalabteilung in Frankfurt tätig. 1995 wurde sie Geschäftsführerin der Stiftung Alfred Herrhausen „Hilfe zur Selbsthilfe“. Ab 2001 war Marlehn Thieme im Privatkundengeschäft tätig, von 2005 bis 2013 zeichnete sie als Direktorin für den Bereich Corporate Social Responsibility (CSR)/Corporate Citizenship verantwortlich. Von 2008 bis 2013 war sie Mitarbeitervertreterin im Aufsichtsrat der Deutsche Bank AG, seit 2015 ist sie Aufsichtsratsvorsitzende der Bank für Kirche und Diakonie (KD-Bank). Marlehn Thieme ist Mitglied des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) und des Fernsehrates des ZDF. Seit 2004 ist sie Mitglied des Rates für Nachhaltige Entwicklung.

Von Juli 2010 bis Februar 2012 war sie dessen Stellvertretende Vorsitzende, am 29. Februar 2012 wurde sie zur Vorsitzenden des Rates gewählt.

CSR und Finanzratings

Nachhaltige Finanzwirtschaft: Rating statt Raten!

Kopp, H. (Hrsg.)

2016, XVII, 340 S. 99 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-662-47460-0