

oekom
Impact Studie 2017



Einfluss des nachhaltigen Investments
auf Unternehmen – eine empirische Analyse

Sponsoren

METZLER
Asset Management

 Evangelische
Bank

Inhaltsverzeichnis

Grußwort	
Fiona Reynolds, Managing Director, Principles for Responsible Investment (PRI)	5
Grußwort	
Dr. Axel Hesse, Abteilungsdirektor/ESG-Integration, Metzler Asset Management GmbH .	6
Grußwort	
Joachim Fröhlich, Vorstandsmitglied Evangelische Bank eG	6
Vorwort	
Robert Haßler, CEO oekom research AG	7
Zusammenfassung der Umfrageergebnisse	8
1. Hintergrund und Zielsetzung der Studie	11
2. Impact – eine Begriffsabgrenzung	12
3. Status quo des nachhaltigen Investments	15
4. Status quo der Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen	18
5. Einfluss nachhaltiger Kapitalanlagen auf die Unternehmen – eine empirische Analyse	21
5.1. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für Unternehmen	22
5.2. Die Treiber für Nachhaltigkeitsaktivitäten in den Unternehmen	23
5.3. Die Transparenz des Nachhaltigkeitsratings	24
5.4. Relevanz von Nachhaltigkeit in der Finanzmarktkommunikation	25
5.5. Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Strategie	26
5.6. Der Nutzen von Nachhaltigkeitsratings für Unternehmen	28
5.7. Der Stellenwert der UN SDGs	29
6. Fazit: Der Kreislauf der Verbesserung	31
Über oekom research	32
Disclaimer	32
Impressum	33
Sponsoren und Unterstützer	35

Grußwort Fiona Reynolds, PRI

Die Ergebnisse dieser neuen Impact Studie von oekom research belegen es: Immer mehr Unternehmen beschäftigen sich mit dem Thema der Nachhaltigkeit. Mehr als die Hälfte der international tätigen Unternehmen sieht laut der Studie Nachhaltigkeit sogar als wichtigen Schlüssel für die eigene zukünftige Entwicklung an. Dabei kommt der Großteil des Anreizes dafür, dass sich Unternehmen mit Nachhaltigkeit beschäftigen, durch die Arbeit von Nachhaltigkeitsratingagenturen und ihre Kunden.

Auch von Aktionären ausgehende Initiativen motivieren Unternehmen dazu, Nachhaltigkeitsaspekte noch stärker als bislang zu berücksichtigen und sich nach ihren Anforderungen auszurichten. Hier reicht es schon, sich die jüngsten erfolgreichen Klimaresolutionen von Exxon oder Occidental zu vergegenwärtigen, um die Effektivität solcher Shareholderinitiativen sichtbar zu machen. Und die Beispiele haben Schule gemacht: Investoren auf der ganzen Welt werden immer lauter und setzen ganz bewusst ihre finanziellen Muskeln ein, um einen echten Wandel auf Unternehmensebene zu bewirken.

Im inzwischen zehnjährigen Bestehen der PRI konnten wir einen enormen Zuwachs bei der Anzahl von Investoren und deren Engagement mit den Unternehmen innerhalb ihrer Portfolios in Bezug auf ökologische, soziale und Governance-Aspekte beobachten. Wir sind daher weiterhin der festen Überzeugung, dass Investoren beim Voranbringen von ESG, als Voraussetzung für eine allgemeine nachhaltige Entwicklung, eine zentrale Rolle spielen.

Weitere interessante Studienergebnisse sind darüber hinaus, dass Themen wie Klimawandel oder Wasserverbrauch bei den Nachhaltigkeitsüberlegungen der Unternehmen eine – wenn auch unterschiedlich gewichtete – Rolle spielen. Unter den über 1.700 Unterzeichnern der PRI zählt Klimawandel zu den weitaus wichtigsten Problemfeldern, wenn es um materielle Risiken für Investoren geht. Im Mai 2017 unterzeichneten daher über 300 Investoren, die insgesamt mehr als 19 Billionen US-Dollar vertreten, eine Petition an die Regierungschefs der G7- und G20-Länder mit der Aufforderung, ihre Unterstützung des Pariser Klimaabkommens aufrecht zu erhalten.

Mit der Veröffentlichung des Abschlussberichts der Financial Stability Board Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) haben wir schließ-

lich ein Rahmenwerk, mit dem Unternehmen ihre klimarelevanten Ziele in Richtung einer 2-Grad-Zukunft veröffentlichen können. Investoren können dieses Rahmenwerk zudem dazu nutzen, auf mehr Transparenz zu Klimaaspekten zu drängen. Allerdings dürfen sie nicht vergessen, die TCFD-Richtlinien auch bei sich selbst anzuwenden.

Zu guter Letzt macht die Studie auch deutlich, dass Unternehmen noch erheblich mehr Orientierung dafür benötigen, wie sie die UN Sustainable Development Goals (SDGs) für sich verstehen und umsetzen können. Alle Beteiligten im Finanzmarkt – seien es Banken, Pensionsfonds, Fondsmanager und andere – sollten daher daran arbeiten, die Umsetzung der SDGs als eine Methode zur Stärkung der Finanzmärkte und zur Sicherung ihrer zukünftigen Stabilität zu unterstützen.



Fiona Reynolds

Managing Director, Principles for Responsible Investment (PRI)

Grußwort Metzler Asset Management

Die Metzler Asset Management GmbH integriert in alle Aktien- und Unternehmensanleihen-Fonds systematisch Environment-, Social- und Governance (ESG)-Faktoren, um damit die Performance unserer Investoren weiter zu steigern. Hierbei berücksichtigen wir insbesondere branchenspezifische Standards für wesentliche Key-Performance-Indikatoren (KPIs). Gemäß der Bewertung von kooperierenden Nachhaltigkeitsagenturen schließen wir aus unserem Investmentuniversum außerdem Unternehmen aus, für die schwerste Verstöße gegen eine von 120 internationalen Normen und Konventionen registriert wurden. Wir beobachten, dass die wesentlichen KPIs und die schwersten Verstöße für die Geschäftstätigkeit und Finanzperformance der Unternehmen eine sehr hohe Bedeutung haben können. Auch in unseren Dialogen mit Unternehmen stellen wir fest, dass die führenden Wettbewerber bereits wesentliche Nachhaltigkeitsindikatoren in ihren Ziel- und Vergütungssystemen verankert haben.

Im Zuge der jüngsten Umsetzungen der CSR-Richtlinie der Europäischen Union in die Gesetze der Mitgliedsstaaten bieten wir unseren Kunden auch ein umfassendes ESG-Reporting an. Es umfasst neben den Daten der kooperierenden Nachhaltigkeitsagenturen auch eine Bewertung der Unternehmensportfolios hinsichtlich KPIs, ESG-Scores, Carbon Footprint, Kontroversen sowie Dialog- und Voting-Ergebnissen. Wir hoffen, damit einen Beitrag dazu leisten zu können, Unternehmen zur anhaltenden Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsleistung zu motivieren.



Dr. Axel Hesse
Abteilungsleiter/
ESG-Integration
Metzler Asset Management GmbH

Grußwort Evangelische Bank

Als führende deutsche Kirchenbank gehört die Evangelische Bank zu den Pionieren der nachhaltigen Geldanlage. Institutionelle wie private Anleger aus Kirche und Diakonie vertrauen unserer Expertise im Nachhaltigkeitssegment aus gutem Grund. Denn das Potenzial nachhaltiger Finanzprodukte ist langfristig ungebrochen attraktiv. Zugleich wandelt sich in Zeiten von Digitalisierung und Niedrigzinsen das Anlageverhalten, Sachwerte wie Aktien, Immobilien und Investments in erneuerbare Energien gewinnen an Bedeutung. Bei der Vermögensverwaltung institutioneller Investoren sind ein vernünftiges Risikomanagement, eine ausgewogene Portfoliostruktur sowie die Einhaltung von ESG-Kriterien elementar.

Für das Ziel einer nachhaltigeren, faireren Weltwirtschaft, die sich an den Principles for Responsible Investment (PRI) sowie an den Sustainable Development Goals (SDGs) orientiert, liefert diese Studie aufschlussreiche Impulse. Deutlich wird, dass Stakeholder erheblichen Einfluss auf nachhaltige Entwicklung und verantwortungsvolle Unternehmensführung besitzen, sofern sie diese Macht aktiv einsetzen. Strenge ESG-Kriterien sind vielfach erfolgreich in Investmentprozesse integriert. Aber Veränderungsprozesse gehen weiter, Nachjustierung ist nötig, der Druck institutioneller Anleger wächst: Ertrag ist wichtig, der sinnvolle Einsatz des Kapitals allerdings auch. Dass die Finanzmarktakteure dabei einen zentralen Hebel selbst in der Hand haben, machen die Ergebnisse dieser Studie deutlich. Die Evangelische Bank wird diesen Wandel weiterhin aktiv begleiten und vorantreiben.



Joachim Fröhlich
Vorstandsmitglied
Evangelische Bank eG

Vorwort oekom research

Bereits vor vier Jahren untersuchten wir, welchen Einfluss die Anforderungen des nachhaltigen Kapitalmarktes auf das Nachhaltigkeitsmanagement von Unternehmen haben. Hintergrund dieser Fragestellung war damals und ist auch heute die Erwartung, durch die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien seitens der Investoren bei den Unternehmen diesbezüglich Impulse zu verstärkten Anstrengungen auszulösen, also einen nachhaltigen Impact im wahrsten Sinne des Wortes zu erzeugen.

Unsere Annahme hatte sich damals eindrucksvoll bestätigt: Der nachhaltige Kapitalmarkt stimuliert Unternehmen maßgeblich in ihren CSR-Aktivitäten. Inzwischen hat sich jedoch einiges getan. So ist der nachhaltige Kapitalmarkt seit dem Jahr 2013 weltweit massiv gewachsen. Immer mehr Investoren erkennen, dass sich die Integration von Nachhaltigkeitskriterien in die Anlageentscheidungen positiv auf das Rendite-Risiko-Verhältnis auswirken kann. Auch die politischen Rahmenbedingungen verändern sich: Mit den Pariser Klimabeschlüssen und den UN Sustainable Development Goals ist das Thema Nachhaltigkeit ganz oben auf der politischen Agenda angekommen. Innerhalb der Europäischen Union gibt es mittlerweile einige nationale und EU-weite Transparenzvorschriften, um die Integration von Nachhaltigkeit sowohl auf Investoren- als auch auf Unternehmensebene voranzutreiben.

Was bedeutet das für das Wirkungsgeflecht zwischen dem Investor und seinem Investitionsobjekt? Welche Botschaften sendet der nachhaltige Kapitalmarkt an die Unternehmen aus? Wie verarbeiten die Unternehmen die Anfragen nachhaltig orientierter Investoren? Nun, ich will Sie nicht zu sehr auf die Folter spannen, aber natürlich auch nicht zu viel vorwegnehmen: Ja, auch die oekom Impact Studie 2017 belegt klar, dass der nachhaltige Kapitalmarkt wirkt und Unternehmen auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit eindrucksvoll unterstützt.

Die wichtigsten Treiber sind dabei – und ich gehe davon aus, dass Sie meinen Stolz an dieser Stelle teilen – die Nachhaltigkeitsratingagenturen, die mit über 60 Prozent den größten Anteil haben, vor den Kunden und den regulatorischen Anforderungen. Und ein weiteres beeindruckendes Ergebnis ist, dass bereits mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen angegeben hat, dass die Anfragen von Nachhaltigkeits-

analysten einen Einfluss auf die allgemeine Unternehmensstrategie haben.

Insofern lade ich Sie ein, hinter die Kulissen zu blicken und sich mit den detaillierten Ergebnissen unserer Studie vertraut zu machen.

Wir danken unseren Partnern – den UN Principles for Responsible Investment – sowie den Sponsoren – der Metzler Asset Management GmbH, der Evangelischen Bank, der Missionszentrale der Franziskaner e. V., der Sparkasse Oberösterreich, dem Bankhaus Schelhammer & Schattera AG sowie der Weberbank – sehr herzlich für die Unterstützung der Studie.

Ich wünsche Ihnen eine spannende und informative Lektüre.



Robert Haßler
CEO oekom research AG

Zusammenfassung der Umfrageergebnisse

Ziel der aktuellen Studie ist es, im Rahmen einer direkten Befragung zu analysieren, welchen Einfluss der nachhaltige Kapitalmarkt auf den Umgang der Unternehmen mit den sozialen und umweltbezogenen Herausforderungen der Nachhaltigkeit hat. Für die der Studie zugrunde liegende Online-Befragung wurden weltweit insgesamt 3.660 Unternehmen aus dem oekom Rating Universum angeschrieben, die regelmäßig im Rahmen des oekom Corporate Ratings bewertet werden. Insgesamt 475 Unternehmen haben sich an der Umfrage beteiligt.

Bedeutung von Nachhaltigkeit für Unternehmen

- 50,5 Prozent der befragten Unternehmen messen dem Thema nachhaltige Entwicklung eine „sehr hohe“ Bedeutung bei, während 41,3 Prozent den Stellenwert als „eher hoch“ einschätzen.

Treiber für Nachhaltigkeit in den Unternehmen

- Nachhaltigkeitsratingagenturen sind inzwischen zum stärksten Treiber für das Thema Nachhaltigkeit bei Unternehmen geworden. 61,3 Prozent der Befragten geben an, durch sie zur Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit motiviert worden zu sein. Fast ebenso einflussreich sind mit 60,3 Prozent die Kunden mit ihren Anforderungen und Erwartungen. Bei der ersten Impact-Studie 2013 war die Verteilung der beiden Spitzenplätze noch umgekehrt. Auf Platz 3 folgen regulatorische Anforderungen mit 56,3 Prozent, die in 2013 mit 37 Prozent deutlich weniger Bedeutung hatten.
- Beim Blick in die Zukunft stellt sich das Bild der Hauptantriebskräfte für Nachhaltigkeit bei Unternehmen etwas anders dar: So werden mit 66,8 Prozent die Anforderungen der Kunden mit Abstand als wichtigste Motivation genannt, gefolgt von der Regulierung mit 54,1 Prozent, Initiativen von Aktionären mit 46,6 Prozent sowie Aktivitäten konventioneller Finanzdienstleister mit 45,6 Prozent. Für 41,4 Prozent der Befragten sind weiterhin Nachhaltigkeitsratingagenturen die wichtigsten Treiber.

Transparenz des Nachhaltigkeitsratings

- Die Transparenz des Ratingprozesses und der -ergebnisse ist entscheidend für den potenziellen Impact des Nachhaltigkeitsratings. Nur wenn die Unternehmen nachvollziehen können, warum sie wie bewertet werden, können sie entsprechende Schritte zur Verbesserung der Qualität ihres Nachhaltigkeitsmanagements einleiten. Das Bild, das Unternehmen von der Bewertung durch Nachhaltigkeitsratingagenturen haben, hat sich seit der ersten Befragung in 2013 leicht verbessert. Zwar schätzt der Großteil der Unternehmen die Bewertungsprozesse nach wie vor als nur bedingt transparent ein (42,1 Prozent gegenüber 44,4 Prozent in 2013), jedoch bewerten über 35 Prozent die Ratingprozesse inzwischen als transparent bis vollkommen transparent – ein leichter Anstieg gegenüber 2013 (32 Prozent).

Relevanz von Nachhaltigkeit in der Finanzmarkt-kommunikation

- 62,2 Prozent der Unternehmen integrieren bereits jetzt Informationen über das Nachhaltigkeitsmanagement in die allgemeine Finanzmarkt-kommunikation. Fast alle Unternehmen (93,1 Prozent) gehen davon aus, dass die Kommunikation und der Kontakt mit nachhaltig orientierten Finanzmarktakteuren in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden.
- Insgesamt geben knapp 90 Prozent an, dass sie ein gutes Nachhaltigkeitsrating als wichtig erachten. Für 78 Prozent der Unternehmen ist es wichtig, in Nachhaltigkeitsfonds und -indizes gelistet zu sein.

Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Strategie

- Bereits etwas mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen (36,5 Prozent) gibt an, dass die Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten einen Einfluss auf die allgemeine Unternehmensstrategie haben.

- Insgesamt bestätigen mehr als 61 Prozent – und damit der fast identische Anteil der Befragten wie vor vier Jahren –, dass Anfragen vom Finanzmarkt einen starken bis sehr starken Einfluss auf die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens haben. Von einem ähnlich großen Teil der Befragten (knapp 60 Prozent) werden die Anfragen darüber hinaus dazu verwendet, bestimmte Maßnahmen innerhalb des jeweiligen Nachhaltigkeitsmanagements zu optimieren.
- Bei 10,7 Prozent der Unternehmen wirkt sich die Bewertung des Unternehmens in Nachhaltigkeitsratings auf die Vergütungsstruktur des gesamten Managements aus. Bei 22,8 Prozent ist dies bei immerhin einigen bestimmten Managementpositionen der Fall. Dies ist eine leichte Verbesserung gegenüber den in der Impact Studie 2013 erfassten Werten, die Zustimmungsraten von 8,5 bzw. 21,6 Prozent belegten.
- Nachhaltigkeitsratings dienen für viele Unternehmen zudem als Kontrolle und Messlatte, um den Erfolg der eigenen Maßnahmen überprüfen und einordnen zu können. Unter den mehr als 62 Prozent der Unternehmen, die diese Nutzungsweise bestätigen, sind sogar 20,2 Prozent, die diese Wirkungsweise sehr stark bejahen.
- Mehr als 70 Prozent der befragten Unternehmen nutzen regelmäßig Nachhaltigkeitsratings, um sich mit den Mitbewerbern im Sinne eines Benchmarkings zu vergleichen.

Stellenwert der UN SDGs

Nutzen von Nachhaltigkeitsratings für Unternehmen

- Für den Großteil der Unternehmen spielen die UN SDGs noch keine große Rolle. Immerhin nutzen bereits 36,2 Prozent der Befragten die SDGs neben anderen Initiativen als grobe Orientierung für ihre Nachhaltigkeitsstrategie.
- Nur 17,4 der Unternehmen richten bereits aktiv ihre Nachhaltigkeitsmanagementsysteme an den UN SDGs aus. Für weitere 15 Prozent bilden die SDGs immerhin eine Hilfestellung für die eigene Nachhaltigkeitsberichterstattung, während 8,4 Prozent in ihnen durchaus ein Mittel sehen, um die eigene Relevanz auf dem nachhaltigen Investmentmarkt zu steigern.
- Allerdings würde sich eine knappe Mehrheit der Unternehmen (58 Prozent) zu besseren Nachhaltigkeitsleistungen und einem höheren Engagement bei der Umsetzung der SDGs motivieren lassen, wenn es ein SDG-Label gäbe, an dem sich Investoren bei ihren Entscheidungen orientieren könnten.
- Für 91 Prozent der Unternehmen stellen die Anforderungen von Nachhaltigkeitsratingagenturen ein Frühwarnsystem dar, mit dem sie relevante soziale und umweltbezogene Nachhaltigkeitstrends frühzeitig erkennen können.
- Auch die Erwartungen von Nachhaltigkeitsanalysten während des Ratingprozesses und im Dialog mit den Unternehmen helfen diesen, entsprechende Systeme zum Nachhaltigkeitsmanagement zu entwerfen. Mehr als 61 Prozent der Unternehmen stimmen daher dieser Aussage zu.
- Ebenfalls eine Mehrheit der Unternehmen (über 77 Prozent) nutzt Informationen aus den Nachhaltigkeitsratings zur Stärken-/Schwächen-Analyse des eigenen Nachhaltigkeitsmanagementsystems.

1. Hintergrund und Zielsetzung der Studie

Im Jahr 2013 untersuchte oekom research erstmals, welchen Einfluss die Anforderungen des nachhaltigen Kapitalmarktes auf das Nachhaltigkeitsmanagement der Unternehmen haben. Die Ergebnisse der damals ersten empirischen Analyse dieser Art stießen auf breites internationales Interesse: Für knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen waren die Anforderungen von Nachhaltigkeitsratingagenturen ein ausschlaggebender Faktor, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Bei jedem dritten befragten Unternehmen beeinflussten die Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten die Gesamtstrategie, bei zwei von drei Unternehmen die Nachhaltigkeitsstrategie. 30 Prozent der befragten Unternehmen gaben zudem an, dass das Abschneiden im Nachhaltigkeitsrating Einfluss auf die Vergütung der Führungskräfte habe.

Die Entwicklung ist hier allerdings nicht stehen geblieben. Nachhaltigkeitsthemen spielen im Kapitalmarkt mittlerweile eine wesentlich größere Rolle: Investoren möchten deutlich stärker als noch vor ein paar Jahren ökologische, ethische und soziale Werte bei der Kapitalanlage umgesetzt haben. Es gibt eine beeindruckende, wachsende empirische Erkenntnis, dass Nachhaltigkeitskriterien helfen können, bestimmte Risiken beim Investment zu vermeiden sowie Chancen zu nutzen. Und schließlich ist zu beobachten, dass es immer mehr regulatorische Anreize für Investoren gibt, Nachhaltigkeitskriterien im Investmentprozess zu berücksichtigen, wie zum Beispiel die Richtlinien zur betrieblichen Altersvorsorge (IORPS) sowie die Shareholder Rights Directive (SRD II) auf EU-Ebene¹ oder der Artikel 173 im Gesetz über die Energiewende für grünes Wachstum in Frankreich. All dies hat in-

nerhalb von wenigen Jahren aus der einstigen Nische des nachhaltigen Investments einen deutlich größeren Markt gemacht. Viele sprechen in diesem Zusammenhang auch von ESG Mainstreaming.

Darüber hinaus ist aber auch bei den Unternehmen die Bedeutung von Nachhaltigkeit gestiegen. So sind mittlerweile in der weltweit wichtigsten Datenbank für Nachhaltigkeitsreporting – der Global Reporting Initiative – mehr als 42.500 Nachhaltigkeitsberichte von knapp 11.000 Organisationen erfasst. Auch hier ist zu erkennen, dass die politischen Rahmenbedingungen sich verändern und Unternehmen zu mehr Nachhaltigkeitsaktivitäten auffordern. Exemplarisch sollen an dieser Stelle die UN SDGs sowie die EU-weite Transparenzpflicht für das Reporting zur Corporate Social Responsibility (CSR) genannt sein.

Ziel der aktuellen Studie ist es – genauso wie vor vier Jahren, aber auf der Basis veränderter Rahmenbedingungen – zu analysieren, welchen Einfluss der nachhaltige Kapitalmarkt auf den Umgang der Unternehmen mit sozialen und umweltbezogenen Herausforderungen hat. Dabei soll auch im direkten Vergleich zu 2013 sichtbar werden, wer die Impact-Treiber sind und welche Aspekte an Bedeutung gewonnen bzw. verloren haben. Ein gesonderter Fragekomplex widmet sich den UN SDGs, um herauszufinden, welche Rolle ihnen die Unternehmen in ihrem Nachhaltigkeitsmanagement derzeit zuweisen.

Quelle:

¹ Vgl. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595899/EPRS_BRI\(2017\)595899_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595899/EPRS_BRI(2017)595899_EN.pdf) und <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/PE-2-2017-INIT/en/pdf>

2. Impact – eine Begriffsabgrenzung

Mit dem eigenen Handeln einen Impact zu erzeugen – also eine Wirkung zu hinterlassen und damit den eigenen Wertekanon umzusetzen – gehört zur Urmotivation des nachhaltigen Investments. Unternehmen sollen die Signale des nachhaltigen Geldmarktes aufnehmen und diesbezüglich ihr Management und ihre Geschäftstätigkeit so ausrichten, dass diese die Zielsetzungen einer nachhaltigen Entwicklung unterstützen. Aus diesem Verständnis heraus dienen die Aktivitäten der verschiedenen Akteure des nachhaltigen Kapitalmarktes demnach dem übergeordneten Ziel, Veränderungen der Realwirtschaft hin zu einer nachhaltigen Entwicklung im ökologischen und sozialen Sinn zu bewirken.

Eines der ersten und eindrucksvollsten Beispiele dafür, welchen Impact der nachhaltige Finanzmarkt ausüben kann, sind die Divestment-Kampagnen amerikanischer Investoren gegen das damalige Apartheid-Regime in Südafrika zwischen den 1960er und 1980er Jahren, die schließlich zum Ende der Apartheid im September 1993 beitrugen. Das Festhalten von Investoren an grundlegenden Werten wie den Menschenrechten führte hier dazu, dass Investments aus südafrikanischen Unternehmen abgezogen wurden, die diesen Vorstellungen nicht gerecht wurden. Der Erfolg dieser Kampagne war letztlich der Initialpunkt für die SRI-Bewegung (Social Responsible Investing) und machte vielen deutlich, dass das nachhaltige Investment einen kräftigen Hebel besitzt, der umso stärker ist, je mehr Kapital im Spiel ist. Dieses Verständnis des Begriffes Impact liegt dieser Studie zu Grunde: Wir möchten herausfinden, inwiefern CSR-Aktivitäten von Unternehmen auf die Impulse des nachhaltigen Kapitalmarktes zurückzuführen sind.

Anders als dieses über alle Assetklassen greifende Impact-Verständnis bezieht sich die als „Impact-Investment“ bezeichnete Anlagestrategie vorwiegend auf den Bereich Private Equity. Im Sinne eines Per-

formance-Monitorings liegt hierbei ein besonderes Augenmerk darauf, die Wirkung von Impact Investment sichtbar zu machen. So sieht es das Global Impact Investors Network (GIIN) als zentrale Aufgabe nachhaltiger Investoren an, sich zur Messung und Berichterstattung über die soziale und umweltbezogene Performance ihrer Investments zu verpflichten und hierüber Transparenz zu zeigen². Ferner hat sich die Frage nach einer konkreten quantitativen Messbarkeit im Zuge der Entwicklung von Green Bonds³ zusätzlich verstärkt. Auch die Aufstellung von Nachhaltigkeitslabeln wie dem des FNG⁴ in Deutschland oder dem des französischen Staates⁵ mit seinen zahlreichen quantitativen Indikatoren haben diesbezüglich zusätzlichen Einfluss ausgeübt.

Ein interessantes Beispiel für die Messung und das Sichtbarmachen des Impacts von Investitionen ist das Rahmenwerk der ILG (Investment Leaders Group) auf Basis der UN SDGs⁶. Mit ihm sollen Investoren Klarheit darüber erhalten, über welchen sozialen und ökologischen Impact ihrer Investments Berichterstattung erfolgen sollte. Es konzentriert sich dabei auf die Fragestellung, wie mittels Investitionen umweltbezogene und soziale Verbesserungen über die unterschiedlichen Assetklassen und Investmentstrategien hinweg erzielt werden können.

Auch wenn Initiativen wie die des ILG bereits sehr weit gehen, gibt es bislang kein einheitliches Set von Indikatoren oder Kriterien zur Messung eines Impacts. Allerdings bieten Nachhaltigkeitsresearchhäuser wie oekom research Daten zur Messung des quantitativen Impacts von Investitionen an. Diese erlauben es, portfolio- oder fondsbezogene Informationen zu deren Impact zu veröffentlichen. Der Investor kann sich aus solchen Sets diejenigen Indikatoren aussuchen, die für seinen Ansatz und seine Strategie am geeignetsten sind.

Wenn nachhaltige Wirkung sichtbar wird: Der Global Challenges Index

Was der Hebel im nachhaltigen Investment konkret bewirken kann, wird am Beispiel des Global Challenges Index (GCX) deutlich, der von der Börse Hannover in Zusammenarbeit mit oekom research entwickelt und am 3. September 2007 lanciert wurde⁷. Er umfasst 50 Unternehmen, die substanzielle und richtungsweisende Beiträge zur Bewältigung der großen globalen Herausforderungen leisten: die Bekämpfung der Ursachen und Folgen des Klimawandels, die Sicherstellung einer ausreichenden Versorgung mit Trinkwasser, ein nachhaltiger Umgang mit Wäldern, der Erhalt der Artenvielfalt, der Umgang mit der Bevölkerungsentwicklung, die Bekämpfung der Armut sowie die Etablierung von Governance-Strukturen. Um in den Index aufgenommen zu werden, müssen die Unternehmen im Rahmen des oekom Corporate Ratings den oekom Prime Status erlangen und dürfen darüber hinaus nicht gegen einen umfangreichen

Katalog an Ausschlusskriterien verstoßen. Zu diesen gehören kontroverse Geschäftsfelder wie Atomenergie, Grüne Gentechnik und Rüstung sowie kontroverse Geschäftspraktiken wie schwere Fälle von Menschenrechts- und Arbeitsrechtsverletzungen, Korruption und Umweltzerstörung.

Beim Vergleich der 50 GCX-Unternehmen mit dem iShares MSCI World UCITS ETF in Hinblick auf Aspekte wie Risikoexposition bei fossilen Brennstoffen, Wasserverbrauch, Beschäftigungsverhältnisse oder der Integration von ESG-Themen in die Vergütungssysteme des Vorstands wird eine deutlich bessere Performance in fast allen Vergleichspunkten sichtbar (siehe Abb. 1). Diese Performance ist als positiver Beitrag zu verstehen, den die GCX-Unternehmen durch ihre Geschäftstätigkeit für eine nachhaltige Entwicklung leisten.

	GCX	Benchmark	Under-/Outperformance des GCX
Gesamtexposition im Bereich fossiler Brennstoffe (in EUR) pro investierten 1 mEUR	0,00	70.740	-70.740
Frischwasserverbrauch (in 1000 m³) pro investierten 1 mEUR	0,25	9,37	-9,12
Frauenanteil im mittleren Management im Vergleich zum Frauenanteil in der Gesamtbelegschaft	11,02 %	-31,56 %	+42,58 %
Anteil von Frauen im Vorstand	14,77 %	15,84 %	-1,07 %
Dauerhafte Beschäftigungsverhältnisse	94,73 %	90,74 %	+3,99 %
Unfallrate (Gesamtzahl meldepflichtiger Vorfälle pro 200.000 Arbeitsstunden)	0,87	0,96	-0,09
Integration von ESG-Themen in Vergütungssysteme des Vorstands	48,15 %	19,75 %	+26,88 %
Personelle Trennung von Vorstands- und Aufsichtsratsvorsitz	55,37 %	35,78 %	+17,85 %
Unterzeichner des UN Global Compact	68,09 %	36,16 %	+30,08 %

Abb. 1: ESG Impact Assessment des Global Challenges Index (GCX) im Vergleich zu einem äquivalenten Investment in den iShares MSCI World UCITS ETF. Status Mai 2017; Quelle: oekom research (2017)

Die Unternehmen des GCX zeigen demnach im Vergleich zu den Unternehmen des MSCI World in Bezug auf ausgewählte Umwelt- und Sozialkennzahlen eine deutlich bessere Leistung. Das Investment in ihre Titel unterstützt somit aus Nachhaltigkeitssicht posi-

tive Entwicklungen in den einzelnen Themenbereichen. Und wie sieht die finanzielle Bilanz aus? Seit seiner Auflage vor zehn Jahren zeigt der GCX im Vergleich zum MSCI World eine nahezu doppelt so gute finanzielle Entwicklung (siehe Abb. 2).



Abb. 2: Entwicklung Global Challenges Index vs. MSCI World zwischen 03.09.2007 und 30.03.2017; Stand: 30.03.2017; Quelle: oekom research (2017)

Dies belegt, dass die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien nicht automatisch zu einer geringeren Rendite oder einem höheren Risiko führt. Im Gegenteil: Investoren können bei Berücksichtigung entsprechender Kriterien im Sinne einer doppelten Dividende eine mindestens marktgerechte – hier sogar höhere – Rendite erwirtschaften und gleichzeitig soziale, umweltbezogene oder ethische Ziele erreichen.

Quellen:

- 2 vgl. <https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/>
- 3 vgl. <https://www.environmental-finance.com/content/analysis/under-scrutiny-green-bond-impact-reporting.html>
- 4 vgl. <http://www.forum-ng.org/en/>
- 5 vgl. <http://www.novethic.com/responsible-investment-news/sri-the-french-government-creates-official-labels-for-financial-products.html>
- 6 vgl. <http://www.cisl.cam.ac.uk/business-action/sustainable-finance/investment-leaders-group/reporting-investment-impact>
- 7 vgl. <http://gcindex.boersenag.de/de/>

3. Status quo des nachhaltigen Investments

Wie bereits dargestellt, ist für die Wirksamkeit des nachhaltigen Investments entscheidend, wie stark der entsprechende Hebel ist – also wie viel Kapital in Richtung einer nachhaltigen Wirtschaftsweise bewegt

wird. Die Tendenz zeigt hier klar nach oben: Das Gesamtvolumen des nachhaltigen Investments nimmt weltweit konstant zu und stärkt damit die Wirkungsweise des Hebels.

Welt

Der von der Global Sustainable Investment Alliance (GSIA) veröffentlichte aktuelle Marktbericht zum Stand des weltweiten nachhaltigen Investments bezifferte für das Jahr 2016 das globale Volumen der nach nachhaltigen Gesichtspunkten investierten Assets auf 22,89 Billionen US-Dollar, was einem Zuwachs von 25 Prozent gegenüber 2014 entspricht⁸. Der Bericht fasst die Ergebnisse der Marktberichte der Sustainable Investment Foren aus Europa, den Vereinigten Staaten, Kanada, Australien und Neuseeland sowie Japan und Asien zusammen. In fast jedem der genannten Märkte wuchs das nachhaltige Investment sowohl absolut als auch relativ betrachtet im Vergleich zu 2014. Europa alleine vereint insgesamt knapp 53 Prozent der weltweit nachhaltig angelegten Assets, auf die USA entfallen 38,1 Prozent. Die weltweit am häufigsten eingesetzten Strategien sind Ausschlüsse (15,02 Billionen US-Dollar), gefolgt von ESG-Integration (10,37 Billionen US-Dollar) und Engagement (8,37 Billionen US-Dollar).

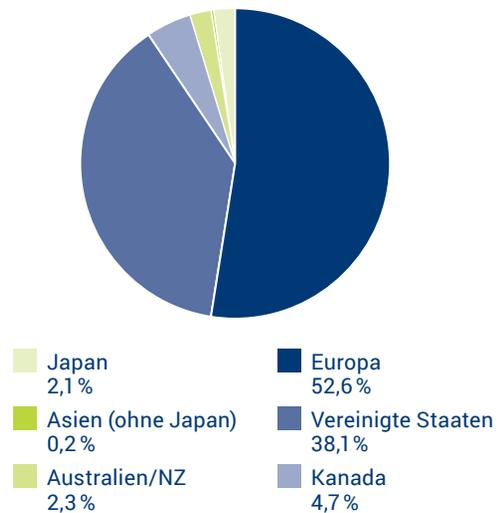


Abb. 3: Weltweite Verteilung nachhaltig angelegter Assets nach Region; Quelle: GSIA, Global Sustainable Investment Review 2016

Europa

In Europa wuchsen die an ESG-Strategien ausgerichteten Assets insgesamt um 12 Prozent auf nun knapp über 11 Billionen Euro an. Dies entspricht einem Anteil von 53 Prozent aller professionell gemanagten Assets in den 13 europäischen Staaten, deren Daten im Rahmen der Eurosif-Studie⁹ ausgewertet wurden. Die vorherrschende Investmentstrategie bleibt das Ausschluss-Screening mit einem Volumen

von ca. 10 Billionen Euro und einer Zuwachsrate von 48 Prozent über die letzten beiden Jahre. Normbasiertes Screening stellt den zweithäufigsten SRI-Ansatz mit über 5 Billionen Euro und einer Wachstumsrate von 40 Prozent gegenüber 2014 dar. Engagement und Voting folgen knapp dahinter mit 4,3 Billionen Euro und einer Zuwachsrate von 30 Prozent.

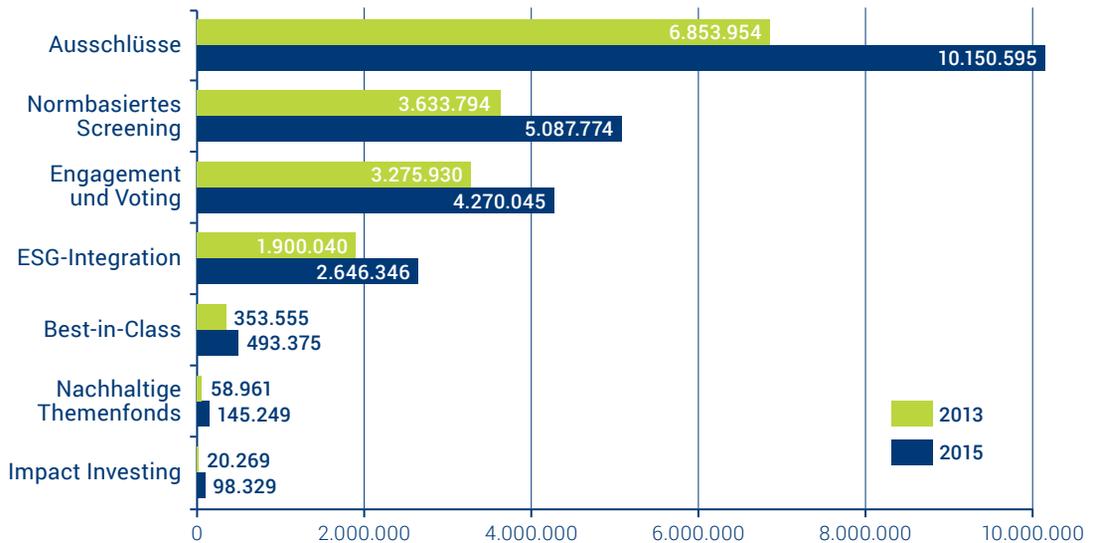


Abb.4: Volumina der an ESG-Strategien ausgerichteten Assets in Europa; Daten jeweils Ende 2013 bzw. 2015, in Millionen Euro, Quelle: Eurosif, European SRI Study 2016

Deutschland, Österreich und Schweiz

Laut dem Marktbericht 2017 des Forums Nachhaltige Geldanlagen (FNG) umfasste der Gesamtmarkt der nach ökologischen und sozialen Kriterien angelegten Investitionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zum 31.12.2016 insgesamt 419,5 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum um 29 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Den größten Anteil daran stellen mit 152,3 Milliarden Euro bzw. 36 Prozent die Mandate. An zweiter Stelle folgt das durch

Asset Owner verwaltete Vermögen mit 97,3 Milliarden Euro, welches zu 23 Prozent zu der Summe nachhaltiger Geldanlagen beiträgt. An dritter Stelle folgen mit 89,9 Milliarden Euro die Investmentfonds, die knapp 22 Prozent betragen, und an vierter Stelle die Kundeneinlagen der Spezialbanken mit Nachhaltigkeitsfokus sowie die nachhaltig verwalteten Eigenanlagen mit 80,0 Milliarden Euro beziehungsweise 19 Prozent.

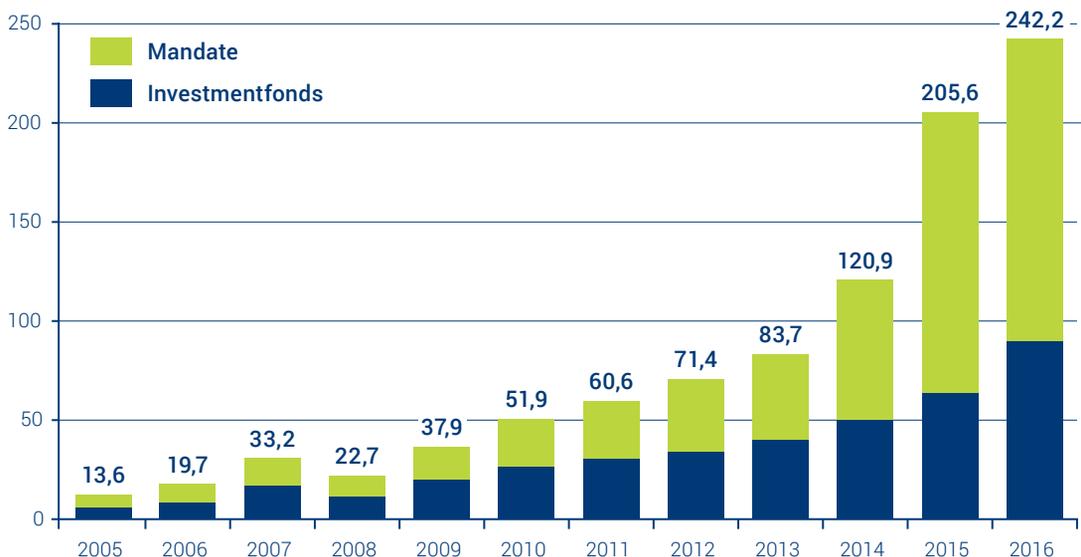


Abb. 5: Nachhaltige Investmentfonds und Mandate in Deutschland, Österreich und der Schweiz, in Milliarden Euro, Quelle: Forum Nachhaltige Geldanlagen, Marktbericht 2017

USA

In den USA legte das nachhaltige Investment ebenfalls zu. Laut USSIF¹⁰ wurden im letzten Jahr 8,10 Billionen US-Dollar von 477 institutionellen Investoren, 300 Vermögensverwaltern und 1.043 kommunalen Investoren verwaltet, die bei ihren Investmentanalysen und der Portfolioauswahl verschiedenste Umwelt-, Sozial- und Governance-bezogene Kriterien anwenden. Ferner lagen Assets in Höhe von insgesamt 2,56 Billionen US-Dollar in den Händen von 225 institutionellen Investoren oder Vermögensverwaltern, die zwischen 2014 und der ersten Jahreshälfte

2016 Aktionärsanträge zu ESG-relevanten Themen gestellt oder mitinitiiert hatten.

Diese beiden Asset-Segmente summieren sich nach Abzug doppelter Zählungen von Assets, bei denen entweder beide Strategien angewendet wurden oder die von Vermögensverwaltern im Auftrag institutioneller Investoren verwaltet wurden, auf 8,72 Billionen US-Dollar. Dies entspricht einem Zuwachs um 33 Prozent gegenüber den 6,57 Billionen US-Dollar, die laut USSIF 2014 investiert waren.

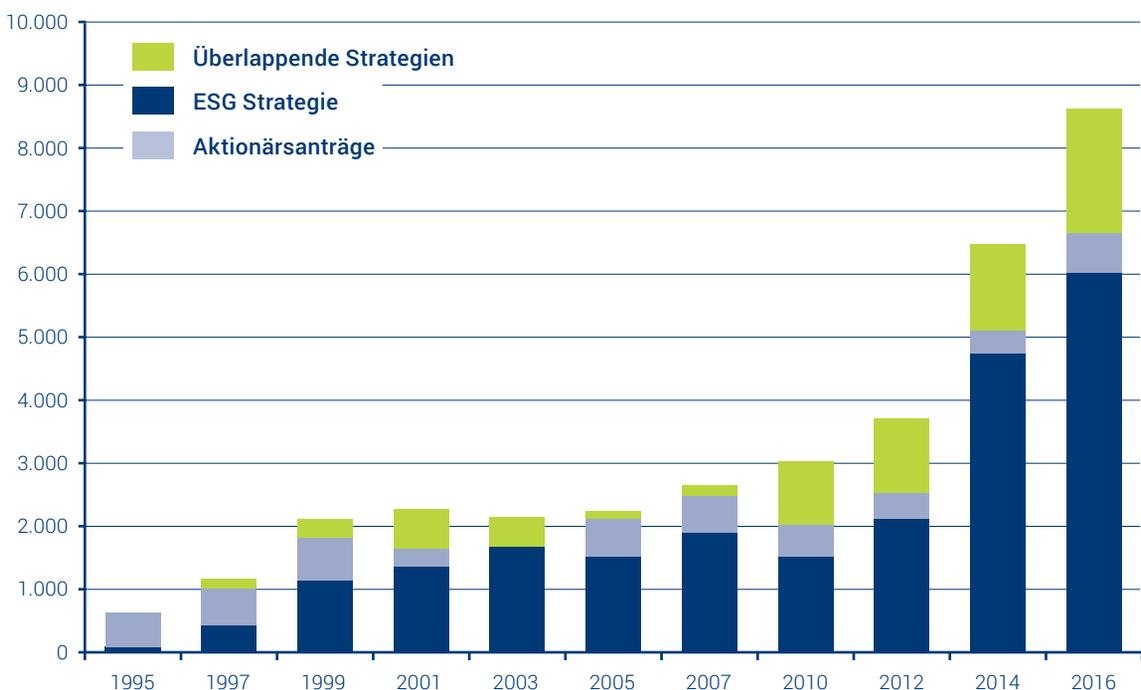


Abb. 6: Nachhaltige und verantwortliche Investments in den USA von 1995 bis 2016, in Milliarden US-Dollar;
Quelle: USSIF Report on US Sustainable, Responsible and Impact Investing Trends 2016

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Volumina nachhaltiger Geldanlagen kontinuierlich wachsen, hier jedoch je nach Region deutliche Unterschiede in Bezug auf Kundengruppen, Anlageklassen und Anlagestrategien bestehen. Die Marktstatistiken der Verbände geben bislang noch keine Auskunft über die Wirkung bzw. den Impact des nachhaltig angelegten Geldes. Die in Kapitel 5 folgende Auswertung der Unternehmensbefragung wird hierzu entsprechende Antworten liefern.

Quellen:

8 vgl. http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR_Review2016.F.pdf

9 <http://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2016/11/SRI-study-2016-HR.pdf>

10 <http://www.ussif.org/trends>

4. Status quo der Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen

Nach der Betrachtung der Entwicklung des nachhaltigen Investments soll im Folgenden kurz der aktuelle Stand der Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen beleuchtet werden. Dies erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse des oekom Corporate Ratings*.

Und auch hier ist eine positive Entwicklung zu erkennen: So hat sich der Anteil der mit dem oekom Prime Status ausgezeichneten Unternehmen (Einstufung als „sehr gut“ bzw. „gut“) geringfügig von 16,29 (2015) auf knapp 16,5 Prozent (2016) erhöht. Vor allem das Mittelfeld wird erkennbar breiter: Der Anteil der Unternehmen mit grundlegendem Nachhaltigkeitsmanagement ist von 35,86 im Jahr 2015 auf inzwischen 40,15 Prozent gestiegen.

Leicht zugenommen hat in dieser Gruppe auch die Anzahl der Unternehmen, die den Prime-Status nur knapp verfehlen, sodass perspektivisch auch die Prime-Gruppe moderat wachsen könnte. Zwar muss nach wie vor 43,31 Prozent der Unternehmen ein unzureichendes Engagement im Bereich Nachhaltigkeit bescheinigt werden – und diese Kategorie stellt immer noch die größte Gruppe dar –, jedoch sind dies knapp zehn Prozentpunkte weniger als noch vor vier Jahren.

Eine ähnlich positive Tendenz lässt sich bei jenen Unternehmen feststellen, deren Sitz in den Emerging-Markets-Ländern liegt. Auf einem insgesamt niedrigeren Niveau als bei den GLCU-Unternehmen ist hier ebenfalls ein stetiger leichter Aufwärtstrend hin zu einer besseren Nachhaltigkeitsperformance zu erkennen.

* Die folgenden Auswertungen des oekom Corporate Responsibility Review 2017 beziehen sich auf die Gesamtheit der international tätigen Großunternehmen, die ihren Sitz in den Industrieländern haben. Insgesamt sind dies rund 1.600 Unternehmen, sie werden im Folgenden als Global Large Cap Universe (GLCU) bezeichnet.



Abb. 7: Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von international tätigen Großunternehmen mit Sitz in den Industrieländern (GLCU); in Prozent; Stand jeweils 31. 12. des Jahres; Quelle: oekom research (2017)



Abb. 8: Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von international tätigen Großunternehmen mit Sitz in den Emerging-Markets-Ländern (EM); in Prozent; Stand jeweils 31. 12. des Jahres; Quelle: oekom research (2017)

Auch die Durchschnittsbewertung aller Unternehmen in der Grundgesamtheit (sowohl GLCU als auch der EM-Unternehmen) lässt im mittelfristigen Vergleich einen konstanten Aufwärtstrend erkennen: Lag der

Mittelwert im Jahr 2012 noch bei 26,3 (GLCU) bzw. 13,31 (EM), überschritt er Ende 2016 zum ersten Mal die Marke von 30 bzw. 20 Punkten.



Abb. 9: Durchschnittliche Bewertung aller GLCU und EM-Unternehmen auf einer Skala von 0 bis 100 (Bestnote); Stand jeweils 31. 12. des Jahres; Quelle: oekom research (2017)

Wie sich die Werte zukünftig entwickeln werden, ist schwer zu prognostizieren, da gegenläufige Trends zu erwarten sind: Eine positive Entwicklung befördern werden die zunehmende Transparenz der Unternehmen sowie verstärkter Druck durch Gesetzgeber, Kunden und Investoren. Da manche Geschäftsmodelle langfristig aber kaum mit den eingeläuteten globalen Transformationsprozessen in Einklang zu bringen sein werden, zeichnet sich ab, dass es innerhalb und zwischen den Branchen zu Verschiebungen in den Bewertungen kommen wird.

In Bezug auf die geografische Verteilung dominieren nach wie vor europäische Konzerne (obwohl sie nur gut ein Viertel der Grundgesamtheit ausmachen): Gut 80 Prozent der Top-3-Unternehmen haben ihren Sitz in Europa. Die meisten stammen aus Frankreich, gefolgt von Deutschland und Großbritannien. Dahinter kommen die USA und Schweden vor den Niederlanden und Japan.

Zusammenfassend bleibt festzuhalten: Sowohl der nachhaltige Finanzmarkt als auch die Nachhaltigkeitsperformance der Unternehmen haben sich in den letzten Jahren positiv entwickelt. Der Frage der Wechselwirkungen und wie groß der Einfluss nachhaltiger Investments auf die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen einzuschätzen ist, widmet sich das folgende Kapitel.

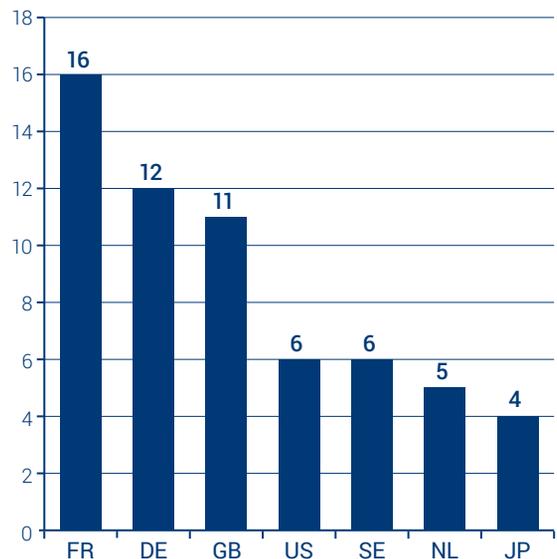


Abb. 10: Anzahl der Top-3-platzierten Unternehmen nach Herkunftsland; Basis: GLCU; Stand: 31. 12. 2016; Quelle: oekom research (2017)

Hintergrund: Das Nachhaltigkeitsrating von oekom research

Das oekom Universum umfasst derzeit 6.200 Emittenten, davon sind 5.500 Unternehmen und 700 Staaten bzw. Gebietskörperschaften. Die hierin enthaltenen Unternehmen sind in den wichtigen internationalen sowie in zahlreichen nationalen Aktienindizes gelistet und gliedern sich in drei Gruppen:

1. börsennotierte Großunternehmen aus konventionellen Branchen;
2. börsennotierte, häufig kleine und mittelständische Unternehmen aus Branchen mit einem hohen Bezug zum Thema Nachhaltigkeit, z. B. aus den Bereichen erneuerbare Energien und Energieeffizienz, Recyclingtechnologien, Wasseraufbereitung oder Bildung;
3. nicht börsennotierte Emittenten von Anleihen, z. B. Landesbanken, supranationale Organisationen wie die Weltbank oder Eisenbahngesellschaften.

Alle Unternehmen werden nach einem einheitlichen Verfahren und auf Basis ausführlicher und regelmäßig aktualisierter Kriterienkataloge analysiert. Ziel des oekom Corporate Ratings ist es, die Nachhaltigkeitsleistungen und die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen umfassend zu bewerten und innerhalb der einzelnen Branchen diejenigen Unternehmen zu identifizieren, die diesbezüglich die besten und erfolgreichsten Strategien zeigen. Die hierbei verwendeten Kriterien beziehen sich auf alle Bereiche der unternehmerischen Verantwortung. Sie umfassen jeweils rund 100 Einzelkriterien, von denen ein großer Teil branchenspezifisch ist. Hierzu zählen unter anderem der Umgang der Unternehmen mit Mitarbeitern und Zulieferern, Corporate-Governance-Aspekte sowie die umweltgerechte Gestaltung von Produkten und Produktionsprozessen. Alle Kriterien werden einzeln gewichtet, bewertet und schließlich zu einer Gesamtbewertung (Rating) aggregiert, wobei die vier bis fünf branchenspezifischen Kernthemen (Key Issues)

insgesamt mindestens 50 Prozent des Gesamtgewichts ausmachen. Die Kriterien werden regelmäßig weiterentwickelt, um neuen wissenschaftlichen, technischen, gesellschaftlichen oder auch rechtlichen Entwicklungen Rechnung zu tragen. So wurde beispielsweise im vergangenen Jahr in allen Branchen das Element der Produktportfoliobewertung eingeführt, mit Hilfe dessen quantifiziert wird, welchen positiven oder negativen Beitrag die Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen zur Erreichung globaler Nachhaltigkeitsziele in Anlehnung an die UN SDGs leisten, und welche Strategie ein Unternehmen hat, sein Produktportfolio zukünftig in diesem Sinne zukunftsfähiger zu gestalten.

Um ein umfassendes und ausgewogenes Bild von den zu bewertenden Unternehmen zu erhalten, ziehen unsere Analysten für ihre Bewertungen relevante Informationen sowohl von den Unternehmen selbst als auch von unabhängigen Quellen heran. Im Rahmen des Ratingprozesses treten die Analysten dabei auch aktiv in den Dialog mit den Unternehmen, die dadurch die Möglichkeit erhalten, die Ergebnisse zu kommentieren und zu ergänzen. Ein externes Rating-Komitee unterstützt die Analysten von oekom research bei der inhaltlichen Ausgestaltung der zur Bewertung herangezogenen branchenspezifischen Kriterien und führt Plausibilitätschecks der Ratingergebnisse durch.

oekom research führt für alle Unternehmen zusätzlich Analysen im Hinblick auf das Vorliegen von Kontroversen in insgesamt über 20 Themenbereichen durch. Unterschieden werden dabei kontroverse Geschäftsfelder, z. B. Atomenergie, fossile Brennstoffe oder Rüstungsgüter, und kontroverses Geschäftsverhalten, beispielweise Arbeits- und Menschenrechtskontroversen. Für Letztere wurde 2016 eine neue Systematik zur differenzierten Darstellung der Schweregrade von Sachverhalten eingeführt, sodass z. B. Investoren, die Ausschlusskriterien anwenden, diese noch besser nach ihren individuellen Bedürfnissen justieren können.

5. Einfluss nachhaltiger Kapitalanlagen auf die Unternehmen – eine empirische Analyse

Für die der Studie zugrunde liegende Online-Befragung, die vom 1. bis zum 25. Juni 2017 stattfand, wurden weltweit insgesamt 3.660 Unternehmen angeschrieben, die regelmäßig im Rahmen des oekom Corporate Ratings bewertet werden. Insgesamt haben sich 475 Unternehmen an der Umfrage beteiligt, was einer Rücklaufquote von knapp 13 Prozent entspricht. Vereinzelt wurden Fragebereiche bei der Beantwortung ausgelassen, die entsprechende Grundgesamtheit ist bei den jeweiligen Auswertungen angegeben. Zudem wurden einige Themenbereiche erstmals abgefragt, entsprechend liegen zu diesen keine Vergleichswerte aus 2013 vor.

In Bezug auf die Herkunft der teilnehmenden Unternehmen zeigt sich eine deutliche Verschiebung bei den Spitzenplätzen im Ländervergleich gegenüber der erstmaligen Befragung 2013: Stammten damals die meisten der teilnehmenden Unternehmen aus Deutschland und Frankreich (13,1 bzw. 8,1 Prozent), so werden diese nun von den gleichauf liegenden Ländern USA und Japan (jeweils 11,3 Prozent) auf die Ränge verwiesen. Bemerkenswert ist die schwache Teilnahme britischer Unternehmen, die sogar von den Unternehmen aus Südafrika überholt wurden.

Wie bereits in der Befragung vor vier Jahren, so ist auch diesmal der Bankensektor mit Abstand am stärksten unter den antwortenden Unternehmen vertreten. Hierzu zählen unter anderem Geschäfts- und Entwicklungsbanken, Regionalbanken und Immobilienfinanzierer, die insgesamt auch die stärkste Gruppe im oekom Universum darstellen. An zweiter Stelle unter den antwortenden Unternehmen – wenn auch mit deutlichem Abstand – folgt der Immobiliensektor vor den Unternehmen aus den Bereichen Pharmazie und Gesundheitswesen.

Vergleicht man diese Teilnahmequoten mit der durchschnittlichen Performancebewertung der Branchen, offenbart dies durchaus Überraschendes: So erreicht der Real-Estate-Sektor auf einer Performance-Skala von 0 bis 100 mit 21,6 Punkten den schlechtesten Wert unter allen Branchen und wurde im Vergleich sogar von der Branche Oil, Gas & Consumable Fuels überholt.

Mehr als die Hälfte der antwortenden Unternehmen hat sich zur Berücksichtigung der Prinzipien des UN Global Compact verpflichtet, der weltweit größten Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensfüh-

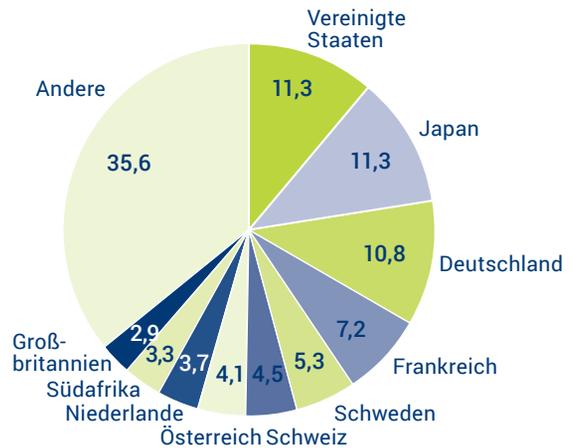


Abb. 11: Verteilung der Herkunftsländer der teilnehmenden Unternehmen (n = 267), in Prozent; Quelle: oekom research (2017)

Branche	Anteil an der Befragung in Prozent	Anteil am Gesamtuniversum
Banken	17,0	16,6
Immobilien	4,5	7,2
Pharmazie & Gesundheitswesen	4,1	10,4
Versorger	3,7	5,2
Einzelhandel	3,0	4,3
Telekommunikation	2,6	3,6
Versicherungen	2,6	3,8
Metalle & Bergbau	2,6	3,3
Öl & Gas	2,6	5,7
Energie	2,6	4,3
Chemie	1,8	3,2
Automobil	1,5	1,1
Nahrungsmittel	1,5	5,3
Andere	49,9	26,0

Abb. 12: Zusammensetzung der Teilnehmer an der Befragung nach Branche (n = 267); Quelle: oekom research (2017)

rung. Zur Einhaltung der Principles for Responsible Investment, die das verantwortliche, sich an ESG-Kriterien orientierende Investieren zum Gegenstand haben, hat sich etwas mehr als ein Fünftel der teilnehmenden Unternehmen verpflichtet. Dies ist gegenüber 2013 ein deutlicher Zuwachs – damals waren nur 14,2 Prozent Unterzeichner der PRI.

- Unterzeichner des UN Global Compact (UNGC): 58,1 Prozent
- Unterzeichner der Principles for Responsible Investment (PRI): 21 Prozent

Unter den teilnehmenden Unternehmen erreichen lediglich 35,2 Prozent den oekom Prime Status. Der mit 64,8 Prozent überwiegende Großteil erfüllt demnach nicht die branchenspezifischen Mindestanforderungen, die von oekom research an die Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen angelegt werden. Dies ist eine deutliche Umkehrung der Verhältnisse der erstmaligen Umfrage 2013, bei der mehr als die Hälfte der teilnehmenden Unternehmen (54,8 Prozent) den oekom Prime Status innehatte. Musste

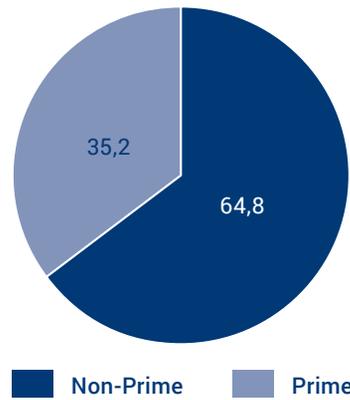


Abb. 13: Anteil der teilnehmenden Unternehmen mit oekom Prime Status, in Prozent; Quelle: oekom research (2017)

damals davon auszugehen sein, dass vorrangig Unternehmen geantwortet hatten, die ohnehin einen engeren Bezug zu Nachhaltigkeit haben, so sind diesmal die Verhältnisse deutlich näher an der Struktur der Grundgesamtheit mit Prime-Quoten von 16,5 Prozent für Industrie- und 5,2 Prozent für Schwellenländer (vgl. Kapitel 4).

5.1. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für Unternehmen

Fast niemand streitet mehr die generelle Bedeutung einer nachhaltigen Entwicklung ab. Die Notwendigkeit einer ressourcenschonenden Wirtschaftsweise, einer intakten Natur und einer sozial gerechten Gesellschaft sind unbestritten und werden insgesamt auch als Grundlage für eine generell erfolgreiche Unternehmensentwicklung verstanden. Dementsprechend ist es kaum überraschend, dass mit knapp über 50 Prozent etwas mehr als die Hälfte aller befragten Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit für die eigene Entwicklung eine sehr hohe Bedeutung beimisst und

41,2 Prozent dessen Stellenwert noch als „eher hoch“ einschätzen. Im Vergleich zur ersten Impact Studie 2013 liegen diese Werte – auch bedingt durch die geänderte Grundgesamtheit dieser Studie – insgesamt zwar etwas niedriger (damals: 58,1 Prozent „sehr hohe Bedeutung“, 38,9 Prozent „eher hohe Bedeutung“). Dennoch ist festzustellen, dass aktuell mit insgesamt über 91 Prozent die deutliche Mehrheit der Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit als wichtiges Element in der weiteren Unternehmensentwicklung einschätzt.

Welche Bedeutung misst Ihr Unternehmen dem Thema „Nachhaltigkeit“ für die zukünftige Unternehmensentwicklung bei?

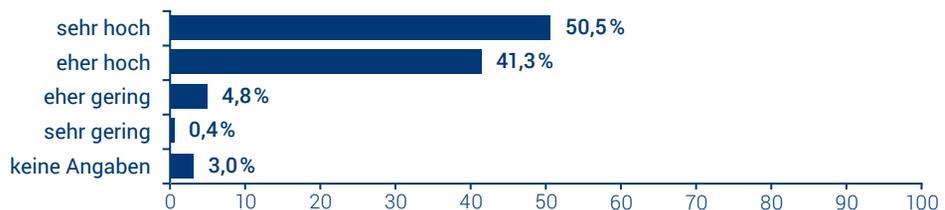


Abb. 14: Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit für die zukünftige Unternehmensentwicklung (n = 463); Quelle: oekom research (2017)

5.2. Die Treiber für Nachhaltigkeitsaktivitäten in den Unternehmen

Als derzeit stärkster Treiber für das Thema Nachhaltigkeit bei Unternehmen sind die Nachhaltigkeitsratingagenturen zu sehen. 61,3 Prozent der Befragten geben demnach an, durch sie zur Beschäftigung mit dem Thema motiviert worden zu sein. Vor dem Hintergrund zunehmender regulatorischer Anforderungen an die Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen dienen Nachhaltigkeitsratings als wertvolle Orientierung zur Selbstverortung und bilden darüber hinaus eine wichtige Informationsgrundlage beim Benchmarking gegenüber dem Wettbewerb (vgl. Kapitel 5.6). Fast ebenso einflussreich sind mit 60,3 Prozent die Kunden mit ihren Anforderungen und Erwartungen.

Auch bei der Impact Studie 2013 waren die Nachhaltigkeitsratingagenturen und die Kunden die Haupt-

treiber, damals allerdings mit vertauschten Spitzenplätzen. Weitaus deutlicher werden dagegen heute im Vergleich zu 2013 regulatorische Anforderungen als Anlass für Unternehmen gesehen, ihr Nachhaltigkeitsmanagement und -engagement zu verstärken. Waren es damals noch knapp 37 Prozent, so sind es nun bereits 56,3 Prozent. Aktivitäten der Wettbewerber kommen mit 39,4 Prozent auf Platz vier und Anforderungen konventioneller Finanzdienstleister rangieren mit 37 Prozent an fünfter Stelle. Die UN SDGs spielen bei der Nachhaltigkeitsmotivation der Unternehmen bislang noch eine relativ geringe Rolle. Mit 26,7 Prozent sieht sich nur etwas mehr als ein Viertel durch sie dazu veranlasst, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen.

Welche Faktoren haben Ihr Unternehmen veranlasst, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu befassen?

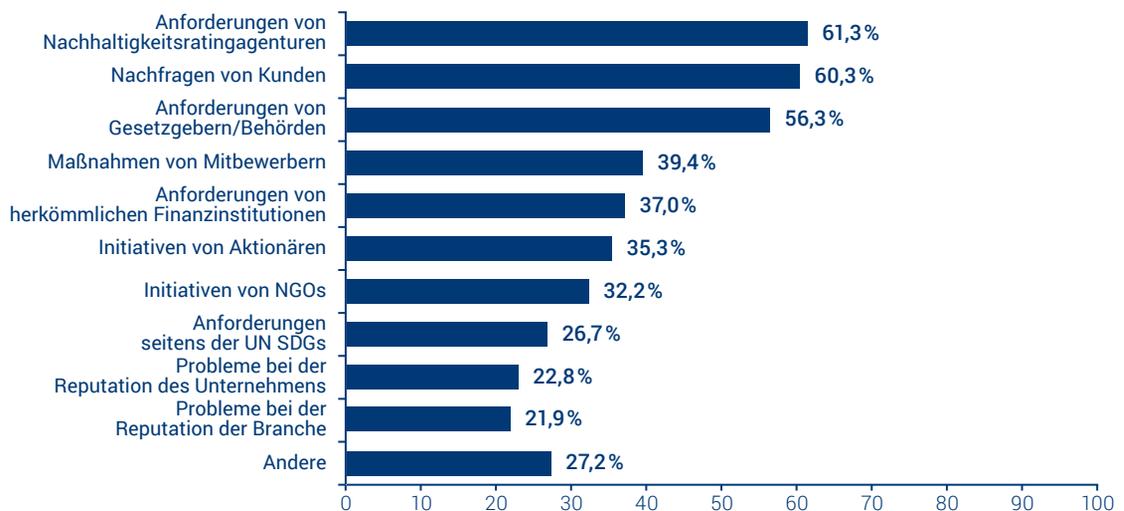


Abb. 15: Nachhaltigkeitstreiber bei Unternehmen (n = 416); Quelle: oekom research (2017)

Beim Blick in die Zukunft stellt sich das Bild der Hauptantriebskräfte für Nachhaltigkeit bei Unternehmen anders dar. Zahlreiche Einflussfaktoren werden in ihrer zukünftigen Bedeutung deutlich anders wahrgenommen als bislang, sodass sich neben Nachhaltigkeitsratingagenturen weitere Akteure etablieren. Warum ihre Arbeit dennoch nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert hat, wird im nächsten Kapitel beschrieben.

Mit 66,8 Prozent werden die Anforderungen der Kunden mit Abstand als in Zukunft wichtigste Motivation

genannt, gefolgt von denen der Gesetzgeber und Behörden mit 54,1 Prozent. Deutlich einflussreicher als bislang werden zukünftig Aktionäre (46,6 Prozent) sowie Banken und Investoren (45,6 Prozent) mit ihren jeweiligen Nachhaltigkeitsanforderungen gesehen. Für 41,4 Prozent der Befragten sind weiterhin Nachhaltigkeitsratingagenturen die wichtigsten Treiber, während die Rolle der UN SDGs bei der Beschäftigung der Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit mit 26,4 Prozent nahezu unverändert gering bleibt.

Wer sind Ihrer Einschätzung nach die wichtigsten Treiber für die zukünftige Entwicklung des Themas Nachhaltige Entwicklung in Ihrem Unternehmen?

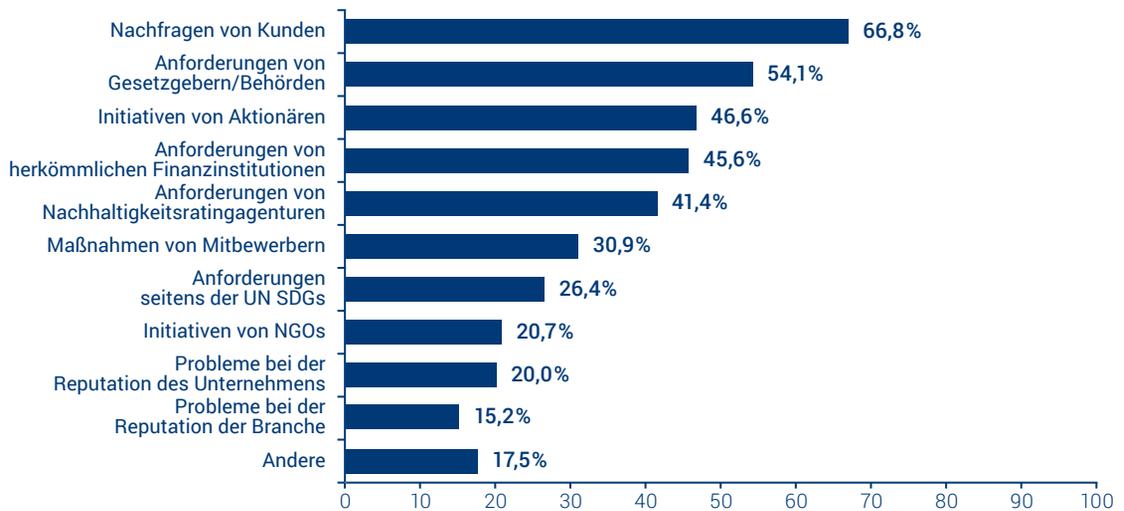


Abb. 16: Die wichtigsten Treiber für die zukünftige Entwicklung des Themas Nachhaltige Entwicklung im Unternehmen; Mehrfachantworten möglich; (n = 401); Quelle: oekom research (2017)

5.3. Die Transparenz des Nachhaltigkeitsratings

Wie stark der Druck von außerhalb wächst, sich mit Nachhaltigkeitsthemen auseinanderzusetzen und wie sehr auch die Bereitschaft dafür zunimmt, zeigt der steigende Anteil an Unternehmen, die entsprechende Anfragen von Ratingagenturen und anderen Akteuren beantworten. Waren es in 2013 noch 66,3 Prozent der

Unternehmen, die jährlich bis zu zehn Anfragen von Nachhaltigkeitsratingagenturen bearbeitet hatten, so sind es jetzt bereits 70,1 Prozent der Befragten. Noch höher ist der Anteil von Unternehmen, die diesbezüglich seitens der Finanzhäuser kontaktiert werden. 75,9 Prozent der Unternehmen bekamen jährlich bis

Exkurs: Qualitätsstandards für Nachhaltigkeitsratings

Mit dem ARISTA Responsible Investment Research Standard gibt es für unabhängige Nachhaltigkeitsratingagenturen einen sehr umfassenden Qualitätsstandard. Dieser freiwillige internationale Standard wurde auf Initiative der Europäischen Kommission vom Verband der unabhängigen Nachhaltigkeitsratingagenturen ARISE (Association for Responsible Investment Services) entwickelt. Er fordert von den Nachhaltigkeitsratingagenturen unter anderem fortlaufende Qualitätsverbesserungen und Qualitätskontrollsysteme, einen Verhaltenskodex, um Unabhängigkeit, Integrität, Aufrichtigkeit, Transparenz und Verantwortlichkeit in jeder Abteilung sowie im Rechercheprozess zu gewährleisten, sowie Transparenz gegenüber Kunden und anderen Akteuren über die Umsetzung der Anforderungen des Standards. Die Einhaltung dieser und weiterer Anforderungen wird regelmäßig durch unabhängige Prüfer

im Rahmen von Audits überwacht. oekom research gehörte zu den ersten Agenturen, die sich nach diesem Standard zertifizieren ließen.

Aufgrund des steigenden Bedürfnisses internationaler Investoren, die Unterschiede zwischen den verschiedenen Research-Anbietern in Hinblick auf ihre Methodik und die Qualität der Ratingprozesse und -ergebnisse zu erkennen, um den passenden Partner für ihren jeweiligen Anspruch und Investmentansatz auszuwählen, entstanden in letzter Zeit zusätzliche internationale Transparenz- und Qualitätsinitiativen im Markt wie die Global Initiative for Sustainability Ratings (GISR) und der Deep Data Delivery Standard. oekom research war bei beiden Initiativen in die Konzeptionierung involviert und erlangte den Deep Data Delivery Gold Standard im September 2016.

zu zehn Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten von Banken und 81,4 Prozent der Unternehmen erhielten Anfragen von konventionellen Banken.

Sobald der Dialog der jeweiligen Finanzmarktakteure mit den Unternehmen intensiviert wird, zeigt sich das Bild etwas anders. In der Kategorie von 11 bis 20 Anfragen pro Jahr führen die Nachhaltigkeitsratingagenturen deutlich mit 21,1 Prozent, während nur 13,7 Prozent der Unternehmen entsprechend häufig Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten von Banken und nur 6,4 Prozent der Unternehmen entsprechende Anfragen von konventionellen Banken erhalten.

Die Transparenz des Ratingprozesses und der -ergebnisse ist eine der Kernfragen des Nachhaltigkeits-

ratings. Nur wenn die Unternehmen nachvollziehen können, warum sie wie bewertet werden, können sie entsprechende Schritte zur Verbesserung ihres Nachhaltigkeitsmanagements einleiten. Das Bild, das Unternehmen von der Bewertung durch Nachhaltigkeitsratingagenturen haben, hat sich entsprechend seit 2013 leicht verbessert. Zwar schätzt der Großteil der Unternehmen die Bewertungsprozesse nach wie vor als nur bedingt transparent ein (42,1 Prozent gegenüber 44,4 Prozent in 2013), jedoch bewerten über 35 Prozent die Ratingprozesse inzwischen als transparent bis vollkommen transparent – ein leichter Anstieg gegenüber 2013 (32 Prozent).

Wie transparent sind Ihnen die Bewertungsprozesse von Nachhaltigkeitsratingagenturen in Bezug auf Ihr Unternehmen?

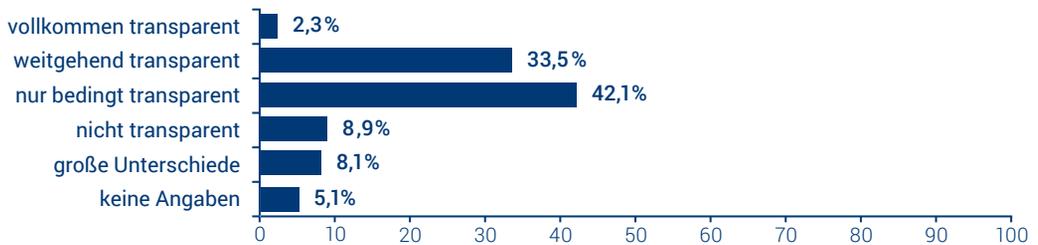


Abb. 17: Wahrgenommene Transparenz der Bewertungsprozesse von Nachhaltigkeitsratingagenturen (n = 394); Quelle: oekom research (2017)

5.4. Relevanz von Nachhaltigkeit in der Finanzmarktkommunikation

Zwar gehen fast alle Unternehmen (93,1 Prozent) davon aus, dass die Kommunikation und der Kontakt mit nachhaltig orientierten Finanzmarktakteuren in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden. Mit 62,2 Prozent ist derzeit zudem die Veröffentlichung von Informationen über das Nachhaltigkeitsmanagement ein fester Bestandteil der jeweiligen allgemeinen Finanzmarktkommunikation. Auch erachtet mit 80,5 Prozent der deutliche Großteil der Unternehmen die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der eigenen Unternehmensführung zukünftig als zunehmend relevant für konventionelle Banken und Investoren.

Über die generelle positive Botschaft und Wirkung eines guten Nachhaltigkeitsratings sind sich fast alle befragten Unternehmen einig. Insgesamt fast 90 Prozent geben daher an, dass sie ein entsprechendes Rating als wichtig erachten. Dass sich diese Sichtweise vor dem Hintergrund eines dynamischen Marktumfeldes mit vielen zusätzlichen Kennzahlen und Bewertungssystemen gegenüber den Ergebnissen von 2013 so gut wie nicht verändert hat, zeigt den hohen Stellenwert, der dem unabhängigen Nachhaltigkeitsrating nach wie vor beigemessen wird.

Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen ein positives Nachhaltigkeitsrating?

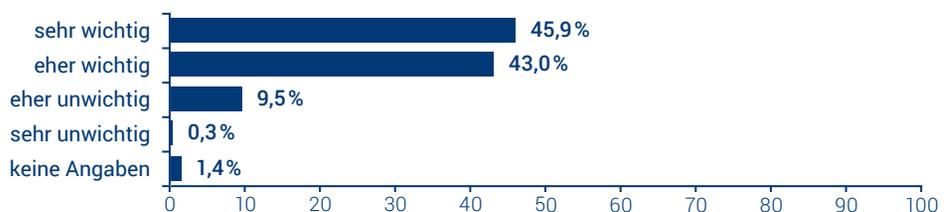


Abb. 18: Bedeutung eines positiven Nachhaltigkeitsratings für Unternehmen (n = 370); Quelle: oekom research (2017)

Ähnlich wie bei der vorhergehenden Frage ist auch eine klare Zustimmung seitens der Unternehmen zur Bedeutung von Nachhaltigkeitsfonds und -indizes zu registrieren. Insgesamt mehr als 78 Prozent erachten es als wichtig, hier gelistet zu werden. Sie schätzen es, wenn sie von ethisch motivierten und nach-

haltig agierenden Finanzdienstleistern, Ethikbanken und institutionellen Investoren bei deren Auswahl von Wertpapieren für Publikumsfonds, Spezialfonds und Vermögensverwaltungsmandate berücksichtigt werden. Knapp 17 Prozent der Befragten sehen darin aber auch wenig bis keine Bedeutung.

Wie wichtig ist es Ihrem Unternehmen, in Nachhaltigkeitsfonds oder -indizes aufgenommen zu werden?

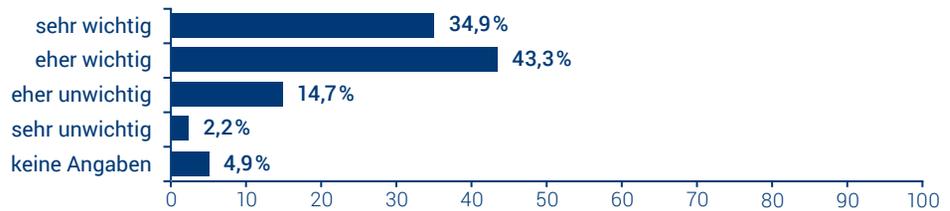


Abb. 19: Bedeutung der Auflistung des Unternehmens in Nachhaltigkeitsfonds oder -indizes (n = 367);
Quelle: oekom research (2017)

5.5. Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Strategie

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit wird in Unternehmen zunehmend erkannt. Sie verstehen zudem, dass sie durch Nachhaltigkeitsratings und damit mögliches Benchmarking gegenüber der Branche wertvolle Orientierung und Information darüber bekommen, inwieweit die eigenen nachhaltigkeitsbezogenen Prozesse, Strategien und Zielsetzungen den Anforderungen einer echten nachhaltigen Entwicklung gerecht werden. Dieses Verständnis bezieht sich aber nicht

nur auf Nachhaltigkeitsaspekte im Unternehmen, sondern umfasst sogar so zentrale und grundsätzliche Bereiche wie die generelle Unternehmensstrategie. Insofern ist es nur folgerichtig, dass bei bereits etwas mehr als einem Drittel der befragten Unternehmen (insgesamt 36,5 Prozent) die Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten einen Einfluss auf die allgemeine Unternehmensstrategie haben. 2013 waren dies noch insgesamt 32,6 Prozent.

Welchen Einfluss haben Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten auf die ...

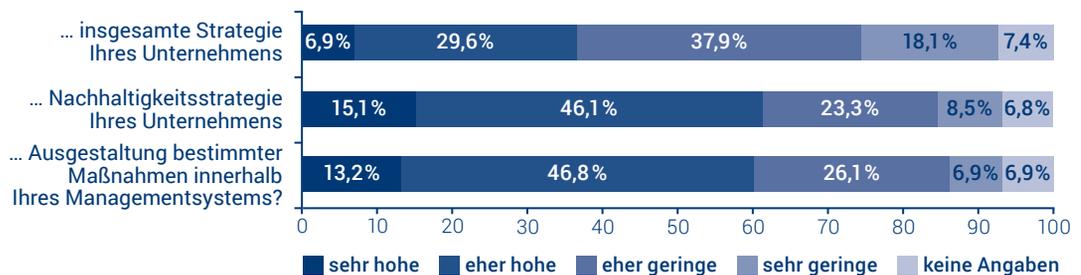


Abb. 20: Einfluss der Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten auf die Unternehmen (n = 364);
Quelle: oekom research (2017)

Darüber hinaus bestätigt mit insgesamt mehr als 61 Prozent die fast identische Menge der Befragten wie bereits vor vier Jahren, dass entsprechende Anfragen einen hohen bis sehr hohen Einfluss auf die Nachhaltigkeitsstrategie ihres Unternehmens haben. Bei knapp 60 Prozent führen Anfragen von Nachhaltigkeitsanalysten dazu, bestimmte Maßnahmen innerhalb des jeweiligen Nachhaltigkeitsmanagements zu optimieren. Hier ist der einzige nennenswerte

Rückgang zu verzeichnen: 2013 waren es hier noch 68,9 Prozent. Ein Grund hierfür ist unter anderem auch darin zu sehen, dass Nachhaltigkeit inzwischen vermehrt „Mainstream“ geworden ist und nicht mehr nur auf die Nachhaltigkeitsabteilung der Unternehmen beschränkt ist. Dementsprechend wären die Maßnahmen auch nicht ausschließlich dort umzusetzen, sondern würden auch in anderen Unternehmensbereichen stattfinden.

Wasserverbrauch und Wassernutzung sind derzeit nur für knapp 30 Prozent der befragten Unternehmen relevante Themen. Mehr als 33 Prozent sehen darin gar keinen Zusammenhang mit ihrer eigenen Nachhaltigkeitsleistung. Ganz anders jedoch verhält es sich mit der Klimaperformance. Diese betrachten ins-

gesamt fast 60 Prozent als einflussreich bis sehr einflussreich in Bezug auf das jeweilige Nachhaltigkeitsmanagement. Die diesbezüglichen Anfragen seitens des nachhaltigen Finanzmarktes werden daher entsprechend umgesetzt.

Welche Auswirkung haben die Anfragen von nachhaltig orientierten Investoren und Ratingagenturen in Bezug auf folgende Themen: Wasserverbrauch, Klimaperformance?

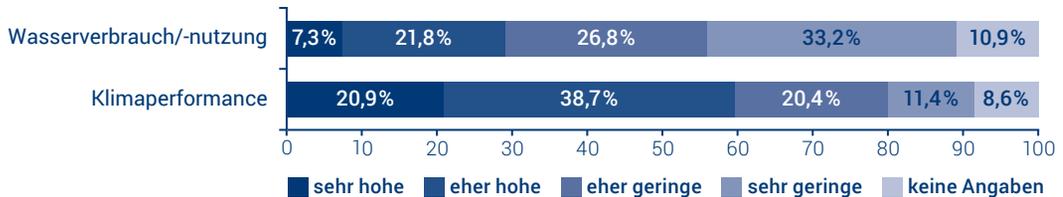


Abb. 21: Einfluss nachhaltig orientierter Investoren und Ratingagenturen auf Wasserverbrauch und Klimaperformance in den Unternehmen (n = 361); Quelle: oekom research (2017)

Mehr als 38 Prozent der Befragten geben an, dass sich einzelne konkrete Maßnahmen ihres Unternehmens auf Anfragen von Nachhaltigkeitsratingagenturen zurückführen lassen. Diese rangieren von Policies im Bereich Diversity & Gender Equality, generellen Transparenzrichtlinien zur Dokumentation und Berichterstattung bis hin zur Definition von Grenzwerten für Scope 1-, 2- und 3-Emissionen gemäß den Anforderungen des CDP oder einer menschenrechtsbezogenen Sorgfaltspflicht etwa im Umgang mit in-

dividuen Bevölkerungsgruppen. Des Weiteren wurden Anfragen von Nachhaltigkeitsratingagenturen zu Parteispenden, Steuersparstrategien, Lieferkettenmanagement oder einem detaillierten Treibhausgasreporting beispielhaft als konkrete Gründe dafür genannt, dass sich Unternehmen – und hier nicht nur die Nachhaltigkeitsabteilungen – verstärkt mit Nachhaltigkeitsaspekten auseinandersetzen.

Bei 10,7 Prozent der befragten Unternehmen wirkt sich die Bewertung des Unternehmens in Nachhaltig-

Beispiele

Immer öfter verwenden Unternehmen die Anfragen von Nachhaltigkeitsratingagenturen als Orientierung für die Erstellung ihres Nachhaltigkeitsberichts und zur Verbesserung des eigenen Nachhaltigkeitsmanagements:

„Unser jährlicher Nachhaltigkeitsbericht wird gemäß der Anforderungen der GRI-Standards (Global Reporting Initiative) erstellt und beinhaltet Informationen zu den Bereichen, die auch von Nachhaltigkeitsratingagenturen abgefragt werden. Die Ratingreports nutzen wir zudem systematisch dazu, Verbesserungspunkte zu erkennen und die zur deren Lösung notwendigen Prozesse von oben nach unten auf Corporate Governance-Level anzustoßen.“

„Die Anfragen von Nachhaltigkeitsratingagenturen haben bei uns gleich mehrere Maßnahmen ausgelöst. Einerseits als Reaktion auf den verstärkten Fokus auf die Menschenrechtsanforderungen einiger Indizes: Wir erweiterten unsere bisherige Stellungnahme zu Menschenrechtsaspekten hin zu einer umfassenden Menschenrechts-Policy, um der geänderten Größenordnung der Thematik besser Rechnung zu tragen und den Stellenwert von Menschenrechtsaspekten im Unternehmen zu unterstreichen. Zum anderen waren die größere Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Lieferkette innerhalb mancher Indizes Auslöser für die Erstellung eines Supply Code of Conduct, der zusätzlich zu den bereits existierenden Green Procurement Guidelines und einer EHS Richtlinie verbindliche Regelungen für Geschäftspartner und Zulieferer enthält und den Ratingagenturen zur Verfügung gestellt wird.“

keitsratings auf die Vergütungsstruktur des gesamten Managements aus. Bei 22,8 Prozent ist dies bei einigen bestimmten Managementpositionen der Fall. Die meisten Unternehmen (53,8 Prozent) geben je-

doch an, derzeit noch keine Systeme zur Abhängigkeit der Vergütung von der Nachhaltigkeitsleistung installiert zu haben.

Wirkt sich die Bewertung Ihres Unternehmens in Nachhaltigkeitsratings auf die Managementvergütung aus?

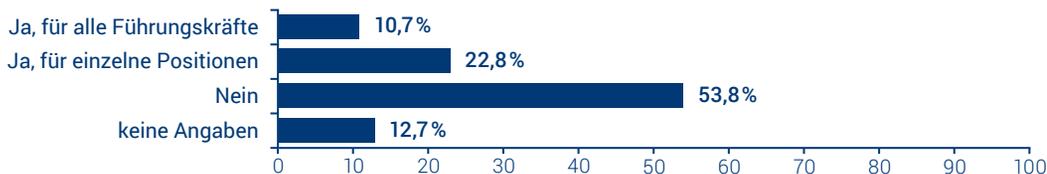


Abb. 22: Auswirkung des Nachhaltigkeitsratings auf die Managementvergütung (n = 355); Quelle: oekom research (2017)

Diese Ergebnisse bestätigen die Ergebnisse der Impact Studie aus dem Jahr 2013: Damals lagen die Zustimmungsraten bei 8,5 Prozent (flächendeckend)

bzw. bei 21,6 Prozent (bestimmte Managementpositionen).

5.6. Der Nutzen von Nachhaltigkeitsratings für Unternehmen

Für 91 Prozent der Unternehmen stellen die Anforderungen von Nachhaltigkeitsratingagenturen ein Frühwarnsystem dar, welches ihnen hilft, relevante soziale und umweltbezogene Nachhaltigkeitstrends frühzeitig zu erkennen. Mit nur etwas über 5 Prozent ist dementsprechend der Anteil der Unternehmen, die darin keine Relevanz sehen, sehr gering.

Aber nicht nur die allgemeinen Anforderungen des Nachhaltigkeitsratings, sondern auch die geäußerten Erwartungen von Nachhaltigkeitsanalysten während des Ratingprozesses sowie der Unternehmensdialog helfen diesen, entsprechende Systeme zum Nachhaltigkeitsmanagement zu entwerfen. Mehr als 71 Prozent der Unternehmen stimmen daher dieser Aussage zu.

Die Erwartungen von Nachhaltigkeitsanalysten beeinflussen die Entwicklung von Nachhaltigkeitsmanagementsystemen bei Unternehmen.

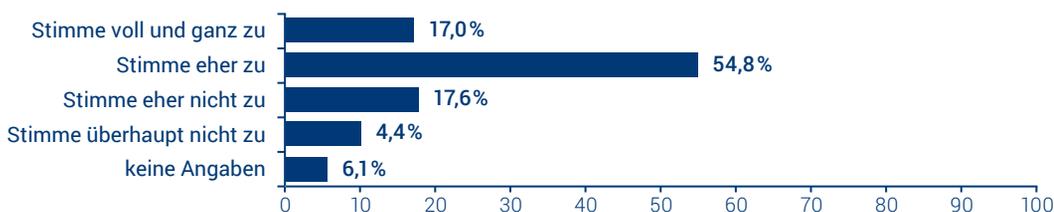


Abb. 23: Einfluss von Nachhaltigkeitsanalysten auf die Entwicklung von Nachhaltigkeitsmanagementsystemen bei Unternehmen (n = 342), Quelle: oekom research (2017)

Ebenfalls eine Mehrheit der Unternehmen (über 77 Prozent) nutzt den Abgleich der jeweiligen Nachhaltigkeitsperformance mit den allgemeinen Ratinganforderungen zur Stärken/Schwächen-Analyse des eigenen Nachhaltigkeitsmanagementsystems. Der deutliche Rückgang gegenüber 2013 (damals 84 Prozent) lässt sich unter anderem damit erklären, dass sich die Palette der Kontrollinstrumente für Unternehmen vergrößert hat und Rückmeldungen zum Nachhaltigkeitsmanagement – auch im Sinne eines zu be-

obachtenden Mainstreamings – auch von anderen Seiten kommen.

Nachhaltigkeitsratings funktionieren für viele Unternehmen zudem als Kontrolle und Messlatte, um den Erfolg der eigenen Maßnahmen überprüfen und einordnen zu können. Unter den mehr als 62 Prozent der Unternehmen, die diese Nutzungsweise bestätigen, sind sogar 20,3 Prozent, die diese Wirkungsweise sehr stark bejahen. Gegenüber 2013 hat sich dieser Wert nur leicht verändert (65 Prozent).

Wir verwenden Nachhaltigkeitsratings dazu, den Erfolg der eigenen Maßnahmen überprüfen und einordnen zu können.

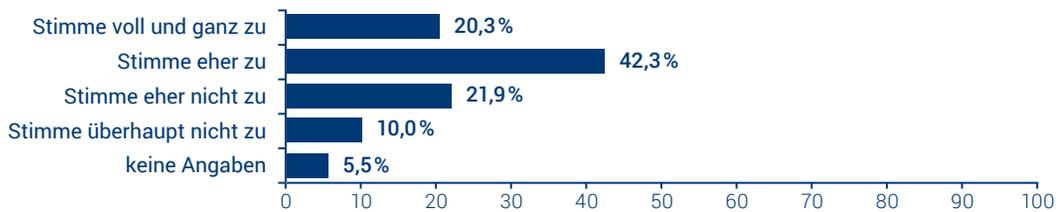


Abb. 24: Verwendung von Nachhaltigkeitsratings zum Monitoring der Nachhaltigkeitsmaßnahmen (n = 342);
Quelle: oekom research (2017)

Die systematische und transparente Bewertung und Einordnung eines Unternehmens innerhalb seiner Branche liefert diesem nicht nur Erkenntnisse über sich selbst, sondern hilft auch, den jeweiligen Stand gegenüber den Mitbewerbern einzuschätzen. Erstmals wurden daher im Rahmen dieser Studie Informationen zum Benchmarking abgefragt: Mehr als 70 Prozent der befragten Unternehmen nutzen regelmäßig

Nachhaltigkeitsratings, um sich mit den Mitbewerbern im Sinne eines Benchmarkings vergleichen zu können. Vor allem diese Informationen liefern Unternehmen wichtige Hinweise darauf, wo sie mit ihrer jeweiligen Nachhaltigkeitsleistung stehen. Dementsprechend ist es nicht verwunderlich, dass mit über 90 Prozent eine sehr deutliche Mehrheit mehr branchenspezifische Vergleichswerte in den Ratingreports begrüßt.

5.7. Der Stellenwert der UN SDGs

Initiativen wie die UN SDGs oder das Pariser Klimaabkommen verstärken Transformationsprozesse, die zunehmend auch die Wirtschaft verändern werden. Dies stellt Unternehmen vor große Herausforderungen und wird zudem für Investoren als Bestandteil einer Risikoanalyse immer wichtiger.

Bereits 2015 gaben 41 Prozent von knapp 1.000 weltweit durch PwC befragten Unternehmen an, die SDGs innerhalb der nächsten fünf Jahre aktiv in ihre Geschäftsstrategien integrieren zu wollen¹¹. Es bleibt aber abzuwarten, wie die teilweise noch unkonkreten Absichtserklärungen in den kommenden Jahren in nachprüfbar Handlungen übersetzt werden.

In Bezug auf die Bedeutung der SDGs zeigt sich ak-

tuell ein gemischtes Bild: Bereits 36,2 Prozent der Befragten nutzen die SDGs zusammen mit anderen Initiativen als grobe Orientierung für ihre Nachhaltigkeitsstrategie. Mit 17,4 Prozent ist es aber noch eine klare Minderheit, die bereits aktiv ihre Nachhaltigkeitsmanagementsysteme an ihren Zielsetzungen ausrichtet. Für weitere 15 Prozent der Unternehmen bilden die SDGs immerhin eine Hilfestellung für die eigene Nachhaltigkeitsberichterstattung, während 8,4 Prozent in ihnen bereits ein Mittel sehen, um die eigene Relevanz auf dem nachhaltigen Investmentmarkt zu steigern. Trotz dieser vereinzelt Bestätigungen sind es noch immer knapp 15 Prozent, die in den SDGs für sich noch keinerlei Relevanz sehen.

Welche Rolle spielen die UN SDGs innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Unternehmens?

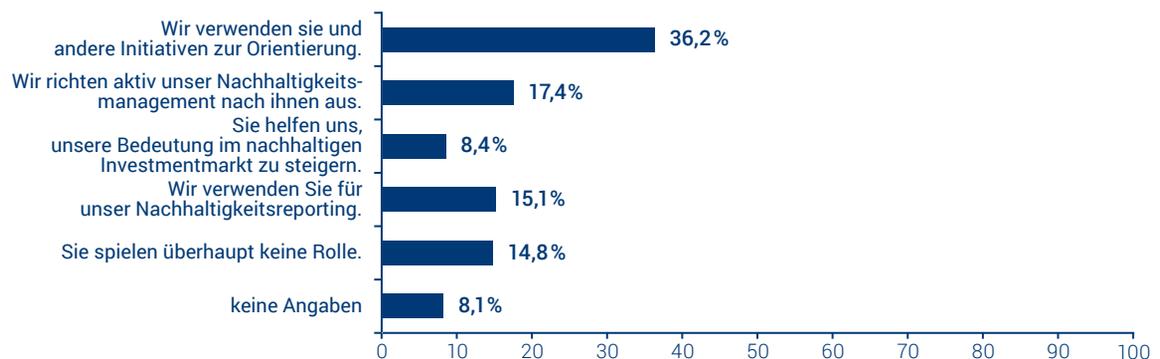


Abb. 25: Die Rolle der UN SDGs innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie der Unternehmen (n = 345);
Quelle: oekom research (2017)

Entsprechend der oben genannten Antworten verwundert es kaum, dass sich fast die Hälfte aller Unternehmen mehr Unterstützung und Hilfestellung bei

der Umsetzung und Anwendung der UN-Zielformulierungen wünscht.

Benötigen Sie mehr Unterstützung und Hilfestellung bei der Umsetzung der UN SDGs?

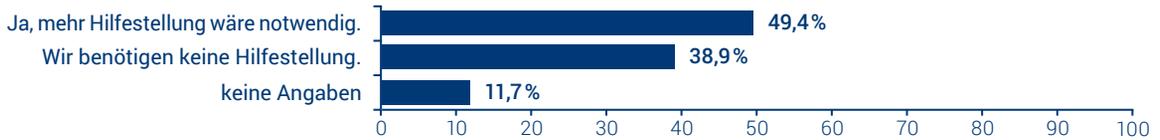


Abb. 26: Unterstützung und Hilfestellung bei der Umsetzung der UN SDGs (n = 342); Quelle: oekom research (2017)

Etwas mehr als 37 Prozent der Unternehmen sehen eine Verbindung zwischen Anfragen von nachhaltig orientierten Investoren und Unternehmensbeiträgen zur Umsetzung der UN SDGs. Mehr als die Hälfte der Unternehmen leitet dagegen noch keine entsprechen-

den Handlungskonsequenzen aus den Anfragen der Analysten und Investoren ab. Mit 20,8 Prozent bewertet etwas mehr als ein Fünftel der befragten Unternehmen die SDGs sogar als nur geringfügig relevant.

Welche Auswirkung haben die Anfragen von nachhaltig orientierten Investoren und Ratingagenturen in Bezug auf folgende Themen?

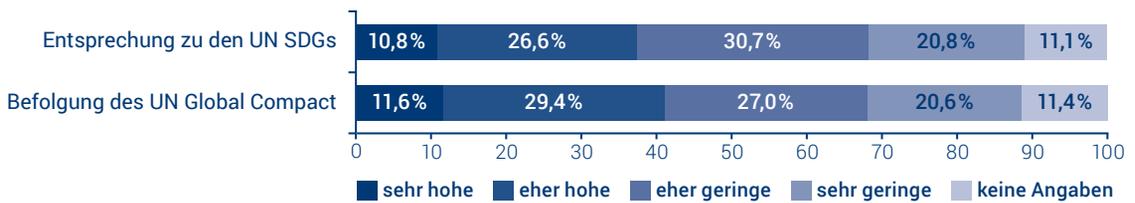


Abb. 27: Auswirkungen von Anfragen nachhaltig orientierter Investoren und Ratingagenturen in Bezug auf die UN SDGs und den UNGC (n = 361); Quelle: oekom research (2017)

Ähnlich verhält es sich bei der Frage nach der Unterstützung des UN Global Compact. Investorensseitige Anfragen nach der Orientierung der Unternehmen an den Richtlinien des UN GC sind nur für etwas mehr als 41 Prozent der Unternehmen von hoher bis sehr hoher Bedeutung, während 47 Prozent diesen nur wenig Bedeutung zumessen.

einem höheren Engagement bei der Umsetzung der UN-Zielsetzungen motivieren lassen, wenn es ein SDG-Label geben würde, an dem sich Investoren orientierten. Insgesamt knapp über 58 Prozent würden hierdurch verstärkte Anstrengungen in ihrem Nachhaltigkeitsmanagement unternehmen und den Zielsetzungen noch besser entsprechen wollen.

Eine knappe Mehrheit der Unternehmen würde sich durchaus zu besseren Nachhaltigkeitsleistungen und

Wenn Investoren ihre Investitionen anhand eines SDG-Labels vergeben würden, würde dies Ihr Unternehmen dazu motivieren, noch besser den Sustainable Development Goals zu entsprechen?

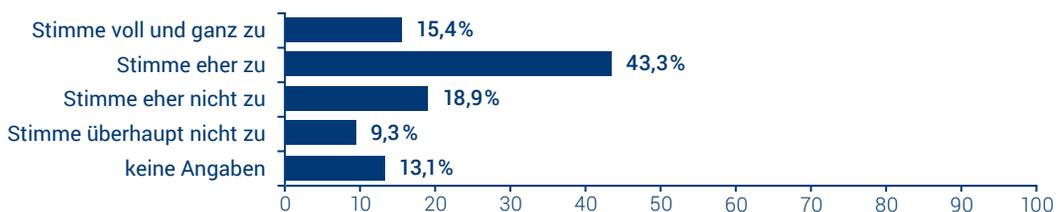


Abb. 28: Wie schätzen Unternehmen die Wirkung eines SDG-Labels ein (n = 344), Quelle: oekom research (2017)

Quelle:

11 vgl. http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR_Review2016.F.pdf

6. Fazit: Der Kreislauf der Verbesserung

Nachhaltige Entwicklung erfordert einen ständigen Prozess der Verbesserung. Entsprechend gilt das einmal Erreichte als Ausgangspunkt für das nächste, höher gesetzte Ziel. Dieser Kreislauf zeigt sich auch in den Ergebnissen dieser Studie: Sie bestätigen nicht nur die Grundannahme von der tatsächlichen Wirkung des nachhaltigen Investments, sondern zeigen zudem, dass dieser Impact auch bei stetig steigenden Anforderungen funktioniert. Die in dieser Studie abgefragten Einschätzungen der Unternehmen sowie ihre sich kontinuierlich verbessernden Nachhaltigkeitsleistungen unterstützen diese Annahme.

Die Grundrichtung ist somit klar: Der Impact nachhaltiger Investments hinterlässt seine positiven Spuren im Management und den Geschäftstätigkeiten der Unternehmen. In gleichem Maße, wie sich dies weiter etabliert, nimmt auch die Anzahl der Faktoren zu, die hierfür Auslöser und Antreiber sind. Waren es bislang an erster Stelle die Nachhaltigkeitsratingagenturen, die als wichtigste Motivatoren galten, so hat sich das Feld deutlich erweitert und schließt immer stärker auch andere Akteure des nachhaltigen Finanzmarktes sowie Kunden, Gesetzgeber und Behörden ein.

Ein wichtiger Aspekt, sowohl für Investoren als auch für die Unternehmen, wird die Messbarkeit sein. Je besser sich Anforderungen zu Nachhaltigkeitsaspekten in konkrete, messbare Kriterien überführen lassen, desto höher ist die Akzeptanz dafür bei Unternehmen. Entsprechend wichtiger werden hier vereinheitlichte Reportings – sowohl als Entscheidungsraaster für Investoren als auch als Vergleichsmaßstab oder Benchmarkinginstrument für Unternehmen. Verschiedenste Reportinginitiativen arbeiten daran, Standards zu etablieren und Vergleichbarkeit zu schaffen. Neben Initiativen wie dem Integrated Reporting des IIRC (International Integrated Reporting Council), das eine stärkere Einbettung von wesentlichen sozialen und ökologischen Themen in den wirtschaftlichen Kontext vorantreibt, den Aktivitäten der GRI (Global Reporting Initiative) oder des CDP (Carbon Disclosure Project) in

diesem Bereich sowie jüngst der TCFD (Task Force on Climate Related Financial Disclosures) mit ihren Empfehlungen für die Einbeziehung von klimarelevanten Informationen in das herkömmliche Finanzreporting, gibt es auch erste regulatorische Vorgaben auf nationaler und europäischer Ebene (Article 173 in Frankreich, EU-Richtlinie zu nicht finanzieller Berichterstattung). Es wird darauf ankommen, inwieweit sich aus dieser Vielzahl an Reportinganforderungen Synergien ableiten lassen, damit Unternehmen einen handhabbaren Rahmen für Messungen und Verbesserungen erhalten.

Die SDGs als auf höchster politischer Ebene getroffener Konsens nachhaltiger Entwicklung könnten der nächste Hebel des Verbesserungskreislaufs sein. So sieht auch die High Level Expert Group (HLEG) der EU in ihrem Interimsreport vom Juli 2017¹² die SDGs als Fundament der zukünftigen EU-Maßnahmen in Bezug auf einen nachhaltigen Finanzmarkt an. Ebenso orientieren sich erste Green Bonds in ihrer Impact-Abschätzung an den SDGs¹³. Sie beginnen somit, handlungsleitend für emittierende Unternehmen zu werden. Allerdings müssen ihre Wirkung und Funktionsweise für Unternehmen noch weiter übersetzt und ihre Zielvorgaben anwendbar gemacht werden, sodass diese konkrete Handlungen und Ziele daraus ableiten können. Es bleibt daher abzuwarten, wie Unternehmen die nächsten Stufen des Verbesserungskreislaufs meistern und welche Rolle darin der nachhaltige Investmentmarkt mit seinen sich ebenfalls verändernden Anforderungen einnehmen wird. Es wird nun hauptsächlich darum gehen, den vorhandenen Werkzeugkasten im Sinne des nachhaltigen Impact anzuwenden.

Quellen:

12 https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance_en

13 <http://treasury.worldbank.org/cmd/htm/World-Bank-Launches-Financial-Instrument-to-Expand-Funding-for-Sustainable-Development.html>

Über oekom research

oekom research zählt zu den weltweit führenden Ratingagenturen im Bereich des nachhaltigen Investments. Die Agentur analysiert Unternehmen und Länder hinsichtlich ihrer ökologischen und sozialen Performance. Als erfahrener Partner von institutionellen Investoren und Finanzdienstleistern identifiziert oekom research diejenigen Emittenten von Aktien und Rentenpapieren, die sich durch ein verantwortungsvolles Wirtschaften gegenüber Gesellschaft und Umwelt auszeichnen. Mehr als 160 Asset Manager und Asset Owner aus 13 Ländern beziehen das Research der Ratingagentur regelmäßig in ihre Anlageentscheidungen ein. Die Analysen von oekom research beeinflussen dadurch aktuell rund 1,5 Billionen Euro Assets under Management.

Unser interdisziplinäres Team umfasst zur Zeit über 110 Personen, davon 70 Analysten, die nahezu alle am Hauptstandort München angesiedelt sind. Daneben hat oekom research Büros in Paris, London und New York sowie weitere Repräsentanzen wie z. B. in den Niederlanden.

Entscheidend für den Erfolg von oekom research ist die Glaubwürdigkeit unserer Analysen. Um diese zu gewährleisten, sind aus unserer Sicht vor allem zwei Aspekte von zentraler Bedeutung: Unabhängigkeit

und Kompetenz. Die Unabhängigkeit wird auf der Ebene der Agentur vor allem durch den Business Case und die Aktionärsstruktur und auf der Ebene der Analysten durch einen strengen Code of Conduct gewährleistet. Die Kompetenz hinter unseren Ratings basiert auf einem hohen wissenschaftlichen Anspruch unserer Ratingmethodik und einer umfassenden Qualifikation unserer Analysten durch eine umfangreiche Aus- und eine kontinuierliche Weiterbildung.

In Bezug auf die Qualität unserer Ratingprozesse bescheinigt uns der Markt seit Jahren eine führende Position im Vergleich zu unseren Wettbewerbern. Als weltweit einzige Nachhaltigkeitsratingagentur ist oekom research seit vielen Jahren nach dem ARISTA Standard zertifiziert und hat in 2016 den Gold Standard des Deep Data Delivery Standard erhalten.



Disclaimer

Die oekom research AG analysiert und bewertet die ökologische und soziale Performance von Unternehmen und Ländern auf der Basis eines wissenschaftlich fundierten Rating-Konzepts. Dabei orientieren wir uns an den höchsten Qualitätsstandards, die im Bereich des Nachhaltigkeitsresearchs weltweit üblich sind.

Dennoch weist die oekom research AG darauf hin, dass sämtliche in diesem Research Report dargestellten Informationen keinen Anspruch auf Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität erheben, von Seiten der oekom research AG wird dafür keine Gewähr übernommen. Insbesondere kann es bei der Bewertung vorgegebener Portfolios zu Ungenauigkeiten bei der Zuordnung einzelner Wertpapiere zu dem entsprechenden Emittenten-Research kommen. Jegliche Haftung im Zusammenhang mit der Nutzung dieses Research Reports, der dort angebotenen Informationen und ihrer Nutzung ist ausgeschlossen.

Sämtliche von uns abgegebenen Beurteilungen und Werturteile stellen grundsätzlich keine Kauf- oder Anlageempfehlungen dar.

Wir weisen darauf hin, dass dieser Research Report, insbesondere die darin befindlichen Bilder, Texte, Grafiken, das Layout und das Logo der oekom research AG dem Urheber- und Markenrecht unterliegen. Jegliche Nutzung bedarf der ausdrücklichen vorherigen schriftlichen Zustimmung der oekom research AG. Unter Nutzung wird insbesondere verstanden, das Kopieren oder Vervielfältigen des Research Reports im Ganzen oder in Teilen, der entgeltliche oder unentgeltliche Vertrieb des Research Reports oder seine Verwertung in jeder anderen denkbaren Weise.

Impressum

oekom research AG
info@oekom-research.com
www.oekom-research.com

München

Goethestraße 28
80336 München
Deutschland
Fon: +49 89 5441 8490

Paris

153 Rue Saint Martin
75003 Paris
France
+33 1 53 09 99 70

London

1 Fore Street
London EC2Y 9DT
Great Britain
+ 44 7404 508 102

New York

600 Third Avenue, 2nd fl
New York, N.Y. 10016
USA
+1 917 374 1777

Vorstand:

Robert Haßler
Matthias Bönning

Redaktion:



Dieter
Niewierra



Lisa Kim
Breitenbruch



Theres
Scherzinger

Layout und Satz:

Reihs Satzstudio, Lohmar

München, im September 2017

Gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Bildnachweis:

Titelbild: ©ykordik – stock.adobe.com

Sponsoren und Unterstützer

Wir bedanken uns herzlich bei allen Sponsoren und Unterstützern für die finanzielle und ideelle Förderung der Studie.

Sponsoren

METZLER
Asset Management

 **Evangelische
Bank**

Unterstützer

 **missionszentrale
der franziskaner**

 **BANKHAUS
Schelhammer & Schattera**

SPARKASSE 
Oberösterreich
Kapitalanlagegesellschaft

Weberbank

