

Durchblick bis in den letzten Winkel: Mittelständische Pionierunternehmen legen Nachhaltigkeitsberichte vor

2011-03-05 20:03:03 CSR MAGAZIN

In kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU) dient ein Nachhaltigkeitsbericht in erster Linie dem Management des eigenen Betriebs. Der Nutzen ist groß, der Aufwand lässt sich mit cleveren Maßnahmen begrenzen.

Von Stefan Kyora

Im vergangenen Herbst meldeten sich gleich mehrere Kunden und Geschäftspartner bei Manfred Ergott, zuständig für Marketing und Nachhaltigkeit bei der österreichischen Druckerei Janetschek. „Jetzt wissen wir, warum wir mit euch zusammenarbeiten“, habe etwa ein Produktionspartner gesagt. Auslöser für die Reaktionen war die Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichtes der Druckerei mit rund 45 Mitarbeitern.

Der Bericht setzt eine Tradition in Sachen Nachhaltigkeit fort. Bereits 2009 erhielt das Familienunternehmen für sein langjähriges Engagement den Unternehmerpreis Trigos. „Noch sind es häufig Pionierfirmen unter den KMU, die Nachhaltigkeitsberichte vorlegen“, kommentiert Udo Westermann, Geschäftsführer des deutschen Wirtschaftsverbandes Future.

Der Verband richtet zusammen mit dem Berliner Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) einen Wettbewerb für Nachhaltigkeitsberichte aus. Bei der diesjährigen Ausgabe rechnet Westermann mit einer dreistelligen Zahl von Bewerbungen aus KMU. Damit werden der Jury mehr Berichte von Mittelständler vorliegen als von Konzernen. „Das Interesse der KMU nimmt deutlich zu“, konstatiert der Experte.

Bei kleineren und mittelgroßen Firmen sind es nicht in erster Linie externe Stakeholder, die eine Berichterstattung anmahnen. „In den Unternehmen selbst besteht der Wunsch, die Stärken zu zeigen“, erläutert Westermann.

Keine schönfärberische Prosa

Ein gutes Beispiel dafür liefert die Berner Traditionsbäckerei Glatz mit rund hundert Mitarbeitern und fünf Geschäften in und um Bern. Chef ist seit 1991 Thomas Glatz. Bereits seit mehreren Jahren veröffentlicht Glatz kurze Berichte mit den wichtigsten Kennzahlen, Maßnahmen und Zielen vor allem im ökologischen Bereich. Das aktuelle Dokument umfasst sieben einfach gestaltete Seiten. „Auf schönfärberische Prosa kann ich verzichten“, sagt Glatz.

Ein Report wie derjenige der Berner Bäckerei zeigt, dass der Einstieg in die Berichterstattung mit relativ wenig Aufwand gelingen kann. Für KMU eine gute Nachricht. „Zwar interessieren sich viele Unternehmen für Nachhaltigkeitsberichte, doch oft befürchten sie einen zu hohen Aufwand“, sagt Irène Perrin von der BSD Consulting, die in [Deutschland](#) und der [Schweiz](#) einschlägige Seminare und Beratung anbietet. Man müsse aber sicher keine Stabsstelle schaffen, um einen Bericht zu verfassen, meint Perrin. Wichtig sei vor allem, dass sich eine Person für die Erstellung des Dokuments verantwortlich fühlt.

Öko-Kompetenzteam opfert Freizeit

Wie ein KMU die Belastung selbst durch einen ambitionierten Nachhaltigkeitsbericht meistern kann, zeigt exemplarisch die Druckerei Janetschek. Bereits 2008 bildete sich im Unternehmen mit 45 Mitarbeitern ein achtköpfiges Öko-Kompetenz-Team. Dies erlaubte die Verteilung der Arbeit auf verschiedene Schultern. Je nach Belastung der Teammitglieder im Tagesgeschäft wurde die Verteilung laufend angepasst. Zudem waren die engagierten Mitarbeiter bereit, pro Jahr zwei Wochenenden ihrer Freizeit zu opfern.

Die zweite wichtige Erleichterung brachte eine Software namens EcoControl. Sie erfasst den gesamten Prozess, der im Nachhaltigkeitsbericht dargestellt wird. Dies unterstützte nicht nur die Verfasser des Nachhaltigkeitsberichts. „EcoControl erfasst die notwendigen Daten mit wenigen Formularen und verhindert so einen großen bürokratischen Aufwand für sämtliche Mitarbeiter“, sagt Manfred Ergott, der

das Öko-Kompetenz-Team leitet.

Das Resultat der Bemühungen bei Janetschek ist ein Bericht auf der höchsten Anforderungsstufe der Global Reporting Initiative (GRI). Das Dokument deckt das Thema CSR dementsprechend umfassend ab. Doch auch Thomas Glatz strebt nun einen Bericht nach GRI-Richtlinien an. Für Expertin Irène Perrin ein gute Idee. Denn sie ist überzeugt, dass sich GRI bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung durchsetzen wird.

Optimierte Betriebsabläufe

Die umfassende Berichterstattung vergrößert den Nutzen des Reports als Managementtool. „KMU profitieren nicht vom Marketingeffekt am stärksten, sondern von der Aufdeckung von Verbesserungspotenzial im Verlauf der Erstellung eines Berichts“, erklärt Perrin.

Die Fortschritte, welche die Bäckerei Glatz und die Druckerei Janetschek nicht zuletzt durch die systematische Erfassung von Daten zur ökologischen und sozialen Leistung ihrer Unternehmen gemacht haben, sind zum Teil verblüffend. „Wir haben beim Umsatz in den vergangenen zwei Jahren um eine Million Franken zugelegt, aber die Energiekosten konstant gehalten“, schildert Thomas Glatz. Die Dynamik der ständigen Verbesserung hat die Mitarbeiter mitgerissen. Mehrere hundert Verbesserungsvorschläge kommen pro Jahr von ihnen.

Dieselbe Erfahrung schildert Manfred Ergott: „Ein wesentlicher Erfolg ist eine deutliche Reduktion beim Energieinput, die größtenteils auf Mitarbeiterschulung und -sensibilisierung und die daraus folgenden Bemühungen jedes einzelnen zurückzuführen ist.“

Die Entwicklung wird bei Janetschek weitergehen. Dabei spielen zukünftige Nachhaltigkeitsberichte eine wichtige Rolle, meint Ergott: „Wir sind quasi dazu gezwungen, immer wieder neue Ideen zu haben.“

