

# Bericht 2014

(hier könnte Ihr Logo stehen:)



**Nachhaltigkeits- und Fortschrittsbericht nach UN-Global Compact (CoP) Level Active**

**Erstellt von Miriam Musterfrau im Dezember 2015**

# Profil

---

- Strategie und Analyse
- Unternehmensangaben
- Nachhaltigkeit
- Unternehmensführung

# Strategie und Analyse

---

## Erklärung der Geschäftsführung

Corporate Social Responsibility (CSR) ist zu einer festen Größe im Business Jargon geworden. Mit manchem Gesprächsteilnehmer muss man zwar auch heute noch die Diskussion führen, was CSR eigentlich bedeutet und warum es wichtig ist, die Meisten wissen aber um den Wert. Das führt durchaus zu Übertreibungen: Erst kürzlich hat sich Robert Engelman treffend über den inflationären Gebrauch des Begriffes Nachhaltigkeit beklagt und spricht hier vom 'Sustainababble'. Auch der renommierte Harvard-Professor Michael Porter kritisiert, dass der Begriff CSR indifferent genutzt wird, weil jeder etwas anderes darunter versteht. Sowohl Engelman als auch Porter haben Recht: Wir erleben eine inflationäre Benutzung von Wörtern wie Nachhaltigkeit oder CSR in unterschiedlichsten und zuweilen auch unsinnigsten Zusammenhängen. Aber ist das eigentlich eine Schwäche?

In der Anfangsphase der „CSR-Bewegung“ – wenn man diesen Begriff einmal so salopp nutzen darf – war diese fehlende Präzision vielleicht sogar die größte Stärke: Die Erwartungshaltungen reichten dabei von kritischen Stakeholdern, die darin einen Hebel zur Durchsetzung quasi-gesetzlicher Auflagen sahen, bis hin zu Firmen, die einfach nur ihr philanthropisches Engagement umbenannten, ohne auch nur im Entferntesten an den damit verbundenen Management-Ansatz zu denken. CSR wird damit zu einer flexiblen Projektionsfläche je nach Interessenlage. Das kann in der Tat zur Beliebigkeit führen, also zum erwähnten Sustainababble, es kann aber genauso ein Ansatz sein, sich positiv mit dem Thema zu beschäftigen.

Als Verlagshaus, das tagtäglich über „CSR“ und „Sustainability“ in Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft schreibt und publiziert ist es uns daher wichtig und selbstverständlich, diese Fragen auch uns selbst zu stellen. Der UN Global Compact hilft uns dabei als Ordnungsrahmen und Kompass für eine eigene nachhaltige Ausrichtung. Über den Stand des Themas bei uns im Haus gibt der hier nun vorliegende Fortschrittsbericht 2014 Auskunft. Bei der Erstellung des Fortschrittsberichtes haben wir erstmals das Software-Tool CSRmanager eingesetzt.

Mit freundlichen Grüßen

Miriam Musterfrau

Geschäftsführerin Muster GmbH

# Unternehmensangaben

## Organisationsprofil

### Angaben zur Organisation

Name der Organisation	Muster GmbH
Straße, Hausnummer	Musterstr. 1
PLZ, Ort	12345 Musterstadt
Land	Deutschland
Telefon (Zentrale)	01234 56 78 90
Homepage	www.ecosia.de
Website Nachhaltigkeit	www.ecosia.de

### Weitere Standorte:

### Rechtsform unserer Organisation

<input checked="" type="checkbox"/>	Kapitalgesellschaft	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
<input type="checkbox"/>	Personengesellschaft	-----
<input type="checkbox"/>	Ein-Personen-Gründung	-----
<input type="checkbox"/>	Eingetragene Genossenschaft	-----
<input type="checkbox"/>	Gemeinnützige Organisation	-----
<input type="checkbox"/>	andere:	-----

### Eigentumsverhältnisse

- im Privatbesitz
- in öffentlicher Hand
- gemeinnützig
- Sonstige:

### Die drei größten Eigentümer\_innen unserer Organisation sind

	Eigentümer_in	Anteil in %
1	Miriam Musterfrau	100
2		
3		

### Angaben zu Geschäftsführung und Gesellschafter\_innen

Geschäftsführung/Vorstand:	Miriam Musterfrau
Aufsichtsrat/Gesellschafter_in/Inhaber_in:	Miriam Musterfrau

### Verpflichtungen

## Unsere Organisation ist folgenden Initiativen beigetreten oder unterstützt folgende Chartas oder Prinzipien

<b>Name der Initiative/Charta/Prinzipien:</b>	UN Global Compact
<b>Beitritts-/Unterzeichnungsdatum:</b>	21. Oktober 2013
<b>Geltungsraum:</b>	weltweit
<b>Bestimmte Abläufe, in denen die Grundsätze angewendet werden:</b>	Einhaltung der 10 Prinzipien, jährliche Berichtspflicht
<b>Beteiligte Partner/Anspruchsgruppen:</b>	
<b>Art der Initiative:</b>	freiwillig
<b>Website der Initiative:</b>	<a href="http://www.globalcompact.de">www.globalcompact.de</a>

## Mitgliedschaften

In folgenden Verbänden (wie z.B. Industrieverbänden) und nationalen oder internationalen Interessenverbänden ist unsere Organisation relevantes Mitglied

<b>Name des Verbandes:</b>	DNWE - Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik
<b>Beitrittsdatum:</b>	01.07.2012
<b>Geltungsraum:</b>	Deutschland
<b>Beschreibung Tätigkeit:</b>	Mitglied, Partner
<b>Webseite der Initiative:</b>	<a href="http://www.dnwe.de">www.dnwe.de</a>

# Marktpräsenz

## Marken & Märkte

### Unsere wichtigsten Marken, Produkte und Dienstleistungen

#### 1. Beispielmarke 1

Unsere Marke XYZ bietet verlässlichen und objektiven Journalismus. Klar, verständlich, kompakt und überparteilich berichten wir über aktuelle Themen und Trends rund um Corporate Social Responsibility (CSR). XYZ baut damit seit 2003 eine mediale Brücke zwischen verantwortungsbewussten Unternehmen und Stakeholdern aus Politik, Zivilgesellschaft und Forschung im deutschsprachigen Raum. Mit heute über 200.000 Seitenaufrufen pro Monat ist XYZ einer der führenden CSR-Nachrichtenanbieter. XYZ funktioniert nach den Prinzipien eines klassischen Online-Nachrichtendienstes, in welchem Nachrichten und Meldungen nachhaltig engagierter Stakeholder veröffentlicht werden. Zudem produziert das Redaktionsteam von UmweltDialog eigene Berichte, Reportagen und Interviews als Rahmengeschichten. [www.Musterwebseite.de](http://www.Musterwebseite.de)

#### 2. Mustermarke A

Das Ziel des ABCD ist es, einen globalen Überblick über Leistungen und Erfolge von Dienst 123 zu geben. Das Buch bietet detaillierte Informationen über aktuelle und zukünftigen Kernthemen für alle Anspruchsgruppen. Es ermöglicht so den globalen Austausch von Informationen aus dem Bereich Corporate Social Responsibility und steht damit in der Tradition des „shared learning-Ansatzes“ des Dienstes. Die Publikation fördert die Transparenz zwischen den Mitgliedern des Dienst 123-Netzwerkes und bietet regionalen und globalen Akteuren der Initiative eine starke Stimme. Teilnehmende Unternehmen erhalten im Buch die Möglichkeit, herausragende Beispiele und Erfolg versprechende Ansätze bei der Umsetzung der zehn Prinzipien einem interessierten Fachpublikum zu kommunizieren. Ergänzt wird der „Good-Practice-Teil“ um redaktionelle Beiträge, die ihm einen thematischen Rahmen geben. Weitere Informationen auf [www.Dienstbeispiel.com](http://www.Dienstbeispiel.com).

### Die wichtigsten von uns belieferten Märkte sind nach Region

	Region	Erläuterung (optional)
1	Deutschland	Hauptzielgruppe und -Absatzmarkt
2	Frankreich	
3		

Anzahl der Länder, in denen unsere Organisation operiert 2

## Mitarbeiter

### Gesamtzahl der Arbeitnehmer\_innen nach Art des Arbeitsvertrags und Geschlecht

	Frauen	Männer	gesamt
Unbefristete Arbeitsverträge	2	3	5
Befristete Arbeitsverträge	5	6	11
Gesamtbeschäftigtenzahl	7	9	16

### Gesamtzahl der fest angestellten Mitarbeiter\_innen nach Beschäftigungsart und Geschlecht

	Frauen	Männer	gesamt
Vollzeit	2	2	4
Teilzeit	0	1	1

### Anzahl der Angestellten und des weisungsgebundenen Personals nach Geschlecht

	Frauen	Männer	gesamt
Führungskräfte	1	0	1
Angestellte	3	2	4
Gewerbliche Mitarbeiter_innen			
Auszubildende/Praktikant_innen/Werksstudent_innen	1	1	2
Selbstständige Unternehmer_innen, die für das Unternehmen arbeiten/Leiharbeiter_innen	3	6	9

### Belegschaft an den drei wichtigsten Standorten

Standort	Frauen	Männer	gesamt
Musterstadt	7	9	16

### Ein wesentlicher Teil der Organisationstätigkeit wird von gesetzlich als selbstständig anerkannten festen Mitarbeiter\_innen durchgeführt

- ja
- nein, sondern von:

### Es gibt bedeutende Schwankungen bezüglich der Zahl der Arbeitnehmer\_innen

- nein
- ja, weil:



# Beschaffung

## Branchenspezifische Eigenschaften der Lieferkette

Als Medienunternehmen sind unsere wichtigsten Lieferanten IT Provider sowie Druckereien.

## Gesamtanzahl der von unserer Organisation beauftragten Zulieferer (Tier 1)

20

## Wichtigste Standorte der Zulieferer nach Land oder Region

	Standort	Erläuterung (optional)
1	Deutschland	
2		
3		

# Nachhaltigkeit

---

## Stakeholder

### Einbindung von Stakeholdern

#### Folgende Stakeholder werden von unserer Organisation eingebunden

- Zivilgesellschaft
- Kunden
- lokale Gemeinschaften
- Politik/Staatliche Behörden
- Führungskräfte
- Angestellte, Arbeiter\_innen sowie deren Gewerkschaften
- externe Mitarbeiter\_innen, Geschäftspartner\_innen
- Anteilseigner\_innen und Kapitalgeber\_innen
- Zulieferer
- sonstige:

#### Häufigkeit der Einbindung von Stakeholdern

Einbindung der Mitarbeiter durch Personalgespräche 2x p.a. Einbindung der Eigentümer laufend. Einbindung Politik und NGOs: Durch kontinuierliche Einbeziehung im Rahmen des "Editorial Board" Mandates. Hierbei sind Vertreter dieser Anspruchsgruppen in die inhaltliche Ausrichtung unserer Verlagsprodukte und damit indirekt unserer Geschäftsprozesse eingebunden.

# Berichtsprofil

## Berichtsstandard

- DNK
- GRI Core
- GRI Comprehensive
- CoP Learner
- CoP Active
- CoP Advanced
- Bericht nach Corporate-Citizenship-Kriterien oder Sonstige

## Berichtszeitraum

### Berichtszeitraum für die bereitgestellten Informationen

---

von	01-01.2014	bis	31.01.2014
-----	------------	-----	------------

---

Kalenderjahr

### Datum des jüngsten vorangegangenen Berichts

- Es liegen bisher keine weiteren Berichte vor.
- Berichtszeitraum:

### Berichtszyklus

- einjährig
- zweijährig
- Andere:

**Ansprechpartner\_in**

**Bei inhaltlichen Fragen zum Bericht steht folgende Person zur Verfügung**

Frau	Miriam Musterfrau
<b>Funktion:</b>	Geschäftsführerin
<b>Abteilung:</b>	
<b>Straße, Hausnr.:</b>	Musterstr. 1
<b>Adresszusatz:</b>	
<b>PLZ, Ort:</b>	12345 Musterstadt
<b>Email:</b>	muster@macondo.de
<b>Telefon:</b>	01234 56 78 90
<b>Fax:</b>	

**Der Nachhaltigkeitsbericht wird durch einen externen Prüfer validiert**

- ja
- nein
- teilweise

# Nachhaltigkeitsmanagement

## Personelle und organisatorische Struktur unseres Nachhaltigkeitsmanagements

### Zuständig für Nachhaltigkeitsthemen ist jemand mit

- einer Position auf Geschäftsführungs- bzw. Vorstandsebene
- (einer) anderen Position(en)

Miriam Musterfrau

### Der/Die Nachhaltigkeitsbeauftragte erstattet direkt der Geschäftsführung resp. den Kontrollgremien Bericht

- ja
- nein, sondern:

### Rolle der Geschäftsführung resp. der Kontrollgremien und der wichtigsten Führungskräfte bei der Entwicklung von Nachhaltigkeitszielen

Das Nachhaltigkeitsmanagement ist direkt bei der Geschäftsführung angesiedelt.

### Die wichtigsten Punkte unserer aktuellen Nachhaltigkeitsstrategie und der Fahrplan zur Umsetzung

#### 1. Thema:

Thema	Materiality
Unsere Ziele	Weiterentwicklung der Materialitätsanalyse
Leistungskennzahlen	KPI
Zielgröße	k.A.
Termin	2018
Maßnahmen	jährliche Verbesserung der Datenlage
Aktueller Status	in Arbeit

### Nachhaltigkeitsberichterstattung

### Unsere kontinuierliche Datenerhebung und Nachhaltigkeitsberichterstattung wird formell kontrolliert und bewilligt und es wird sichergestellt, dass alle wesentlichen Aspekte berücksichtigt werden

- nein
- ja, das höchste dafür zuständige Komitee/die höchste dafür zuständige Position:

### Die Beurteilung erfolgt unabhängig

- ja
- nein; Beurteilung beruht auf eigener Einschätzung:

# Wesentlichkeit

Aspekte, die bei der Festlegung der Berichtsinhalte als wesentlich erkannt wurden

Wesentlichkeit aus der Innensicht (anhand der wichtigsten drei Organisationseinheiten)

Aspekt	wesentlich für Organisationsbereich	Erläuterung
Papierverbrauch	Druck	
Wasserverbrauch	alle Bereiche	
Energie / Heizkosten	alle Bereiche	

Veränderungen im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen

Verringerung des Wasserverbrauchs durch Anschaffung wassersparender Spülmaschine, Sanierung des Heizungssystems: Dadurch Senkung des Energieverbrauchs.

## Berichtsumfang

Folgende Unternehmen sind in den Bericht einbezogen

Unternehmen	Klassifizierung	Standort(e)
IT Firma abc	andere	Deutschland
	N.N.	
	N.N.	
	N.N.	

# Unternehmensführung

---

## Ethik und Integrität

Unsere Organisation steht für folgende Werte, Grundsätze, Standards und Normen ein

Gesamtverantwortlicher für die Informationen über Verhaltens- und Ethikkodizes und deren Einhaltung

Angaben zur Umsetzung der Verhaltens- und Ethikkodizes: Unsere Organisation bietet regelmäßig Schulungen für

- neue Mitglieder des Kontrollorgans
- Beschäftigte
- Partnergeschäfte/-organisationen
- Andere:

Verfügbarkeit der Informationen in anderen Sprachen

- ja
- nein

# Indikatoren

---

- Umwelt
- Engagement



# Umwelt

## Energie

### Energieverbrauch unserer Organisation

#### Unsere Motivation

Im Zuge der Reduzierung aller klimaschädigenden Faktoren möchten wir unseren Energieverbrauch soweit wie möglich reduzieren. Dies stellt einen selbstverständlichen Beitrag aller Haushalte und Unternehmen dar, um den Klimawandel zu verlangsamen. Um einen zusätzlichen Beitrag zu leisten, haben wir den konventionellen Stromanbieter zugunsten eines Ökostromanbieters gewechselt.

#### Bewertung von Chancen, Risiken und Auswirkungen

Chancen liegen für unser Unternehmen wirtschaftlich in einer Reduzierung der Kosten bei geringerem Verbrauch, Risiken und Auswirkungen liegen im Bereich äußerer Faktoren. Die Energiekosten pro Kilowattstunde sind nun etwas höher als zuvor, dennoch erwarten wir langfristig eine Senkung der Kosten insgesamt durch eine neue Verbrauchshöhe.

#### Kraftstoffverbrauch

Kraftstoff	Verbrauchte Menge	davon aus erneuerbaren Quellen	Berechnungsgrundlage
Diesel			
Benzin	80.000	4.000	Fahrtenbücher
	2456800.00 MJ	122840.00 MJ	Fahrtenbücher
Erdgas	2456800.00 MJ	122840.00 MJ	Fahrtenbücher
Braunkohle			
Wasserstoff			
Bioethanol			
Summe	2456800.00 MJ	122840.00 MJ	
	2456800.00	122840.00	

## Energieverbrauch (inkl. Erzeugung)

Energieart	Verbrauchte Menge	davon aus erneuerbaren Quellen	Berechnungsgrundlage
Strom			
Heizenergie	30000		
	108000.00 MJ		
	108000.00 MJ		
Kühlenergie			
Dampfenergie			
Summe	108000.00 MJ	MJ	
	108000.00		

## Verkaufte Energie

Energieart	Verkaufte Menge	davon aus erneuerbaren Quellen	Berechnungsgrundlage
Strom			
Heizenergie	6000		Abrechnung der Mieter
	21600.00 MJ		Abrechnung der Mieter innerhalb unseres Gebäudes
	21600.00 MJ		Abrechnung der
Kühlenergie			
Dampfenergie			
Summe	21600.00		
	2543200.00 MJ	122840.00 MJ	
Energiebilanz in Megajoule (MJ)	2543200.00	122840.00	

# SCOPE 2 Emissionen

## Unsere Motivation

Wie im Kapitel Energie bereits dargelegt, haben wir die Motivation, unseren Energieverbrauch zu senken und den Verbrauch von nicht-erneuerbaren Ressourcen zu minimieren. Dazu sind wir auf Ökostromerzeuger umgestiegen. Das Ziel für das kommende Jahr ist eine Verringerung der CO2-Bilanz um 5%.

## Bewertung von Chancen, Risiken und Auswirkungen

Da wir gleichzeitig unser Angebot vergrößern, muss das Ergebnis proportional betrachtet werden. Wir können daher momentan nicht genau sagen, wie weit die Reduzierung erfolgreich sein wird.

## Verbrauchte Energie

### Heizung (ohne Fernwärme)

Bruttoverbrauch in Kilogramm von CO2-Äquivalenten (unabhängig von Einkäufen, Handel, Transfers, Kompensationszahlungen etc.)

#### Quelle der Daten:

<http://bit.ly/1xvDrU4>

<http://bit.ly/1yBYYtn>

Energieart	Emissionsfaktor	Menge in kWh	CO2-Äquivalent in kg
<b>Strom</b>	0,631	30000	18.930
Energieart	Emissionsfaktor	Menge in kWh	CO2-Äquivalent in kg
<b>Fernwärme</b>	0,294		
Energieart	Emissionsfaktor	Menge in kWh	CO2-Äquivalent in kg
<b>Fernkälte</b>	0,2106		

## Berechnungsgrundlage des Verbrauchs

Messung

Stadtwerke Rechnung - Strommix Deutschland

## Einbezogene Treibhausgase

Treibhausgase	Treibhauspotential	Abweichende verwendete Werte
<input checked="" type="checkbox"/> Kohlendioxid (CO <sub>2</sub> )	1	
<input type="checkbox"/> Methan (CH <sub>4</sub> )	25	
<input type="checkbox"/> Distickstoffmonoxid (=Lachgas) (N <sub>2</sub> O)	298	
<input type="checkbox"/> Flourkohlenwasserstoffe (FKWs)	bis zu 14.800	
<input type="checkbox"/> Perflourcarbone (PFCs)	bis zu 9.200	
<input type="checkbox"/> Schwefelhexafluorid (SF <sub>6</sub> )	22.800	

## Gewählter Konsolidierungsansatz für Emissionen

- Kapitalanteil
- finanzielle Kontrolle
- operationelle Kontrolle

# SCOPE 3 Emissionen

## Aufsteigende SCOPE3-Emissionen

Kennzahl	CO2-Emission
Erworbene Waren und Produkte	
Kapitalgüter (z. B. neue Maschinen)	
Energieverbrauch jenseits von SCOPE 1+2	
Transport & Vertrieb (Anlieferung)	
Produzierter Abfall	
Geschäftsreisen	
Berufspendlerverkehr	2,7 t
Geleaste Güter	
Kauf/Anrechnung von Emissionszertifikaten (Wert wird abgezogen)	--
Summe aufsteigende SCOPE3-Emissionen	2,7 t

# Engagement

---

## Bildungsengagement

### Unsere Motivation

Förderung und Weitergabe unseres Wissens liegen uns am Herzen, um unsere Motivation als Multiplikator zu nutzen. Daher gehen wir Bildungskooperationen mit Schulen und Vereinen ein.

### Unsere wichtigsten Projekte und Partnerschaften im Bereich Bildung

<b>EduClimate</b>	
<b>Ziel des Projekts</b>	Erziehung zu CO2-Minimierung an Schulen
<b>Begünstigte</b>	Schülerinnen der 5. Klassen
<b>Förderzeitraum</b>	jeweils 1 Halbjahr
<b>Art der Unterstützung</b>	Personaleinsatz
<b>Fördersumme insgesamt in € im Berichtszeitraum</b>	n. N.
<b>Davon entfallen aus Mitarbeiterspenden</b>	
<b>Anzahl der beteiligten Mitarbeiter_innen</b>	
<b>Anzahl der eingebrachten Stunden insgesamt</b>	32
<b>Davon entfallen auf freigestellte Stunden</b>	0
<b>Beteiligte Partner</b>	Schule Musterstadt
<b>Potentielle Partner</b>	Berufskolleg Musterstadt
<b>Weiterführendes Informationsmaterial/Webseite</b>	<a href="http://www.EduclimateMuster.de">www.EduclimateMuster.de</a>

### Beschreibung des Projekts

Durchführung von Projekttagen und einem CO2-Fußabdruck-Wettbewerb für den Tag der offenen Tür.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite.