

Ranking deutscher Umweltberichte und Umwelterklärungen

Umweltberichterstattung: Eine Zukunftsaufgabe für Unternehmen

Rund 200 deutsche Unternehmen haben mittlerweile einen Umweltbericht oder eine Umwelterklärung verfaßt. Ein umfassender Vergleich zeigte, daß wesentliche Umweltfragen noch zu wenig deutlich herausgearbeitet werden, Rohstoff- und Produktfragen zu wenig berücksichtigt werden und die Umweltziele des Unternehmens oft nicht überprüfbar sind.

Won Klaus Fichter und Jens Clausen
 Was leisten sich Unternehmen in puncto Umweltverbrauch und was leisten sie an Umweltschutz? Während bis 1990 weltweit noch nicht einmal zehn Unternehmen einen umfassenden Bericht über ihre Aktivitäten und Ergebnisse im Umweltschutz vorgelegt hatten, ist die Zahl von Umweltberichten und Umwelterklärungen deutscher Unternehmen mittlerweile auf rund 200 angestiegen. Deutschland gehört damit neben USA, Kanada und Großbritannien zu den Ländern mit den berichterstattungsfreudigsten Unternehmen. Die Gesamtzahl von Unternehmen, die Umweltberichte veröffentlichten, dürfte zum gegenwärtigen Zeitpunkt weltweit die 1000er-Grenze noch nicht überschritten haben – gemessen an der Gesamtzahl von Unternehmen eine nach wie vor verschwindend kleine Zahl. Umwelterklärung ist noch keine gängige Praxis und eine dialog- und problemorientierte Kommunikation über Umweltfragen schon gar nicht.

Mehr Transparenz über die von Unternehmen und ihren Produkten ausgehenden Umweltbelastungen und der zu ihrer Vermeidung und Verminderung ergriffenen Maßnahmen fordern nicht nur Umweltverbände und -wissenschaftler. Auch die eigenen Mitarbeiter, Kunden/Lieferanten, die Nachbarn oder auch Banken und Versicherungen verlangen zunehmend mehr Umweltinformationen von Unternehmen und zwar nicht nur „die guten“, sondern auch „die schlechten“. Die aktive Kommunikation über Umweltfragen stellt sowohl eine Notwendigkeit wie auch eine Chance für Unternehmen dar.

► Der Boom kam mit dem Öko-Audit

Dabei ist Umwelterklärung von Unternehmen nicht nur gesellschaftlich und moralisch, sondern auch betriebswirtschaftlich

geboten. Mit den steigenden Anforderungen von Endverbrauchern, Industriekunden, Behörden, Banken und Versicherungen an die Umweltschutzleistung eines Unternehmens gewinnt die Umwelterklärung und -kommunikation an Bedeutung für die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit.

Nachdem die Zahl von Umweltberichten deutscher Unternehmen seit Ende der 80er Jahre stetig aber langsam angestiegen ist, ist seit Sommer 1995 ein rasanter Anstieg zu beobachten. Dies ist auf die EG-Öko-Audit-Verordnung zurückzuführen. Seit September 1995 können sich gewerbliche Unternehmen freiwillig einer Umweltprüfung unterziehen. Die teilnehmenden Unternehmen verpflichten sich dabei, die Öffentlichkeit regelmäßig über den Stand der Umweltschutzarbeit zu informieren. Dies erfolgt durch die sogenannte „Umwelterklärung“, die mindestens alle drei Jahre zu veröffentlichen ist. Bei der Umwelterklärung handelt es sich um einen Standort-Umweltbericht, da sich die Umweltbetriebsprüfung und die Zertifizierung nach der EG-Öko-Audit-Verordnung zumindest vorläufig immer auf Standorte beziehen. Bis April 1996 waren in Deutschland bereits rund 150 Standorte zertifiziert und registriert.

Die Erfahrungen der Pionierunternehmen im Bereich Umwelterklärung haben gezeigt, daß Umweltberichte und Umwelterklärungen einen vielfältigen Nutzen entfalten, vorausgesetzt, sie werden als Chance und als Teil eines offenen und umfassenden Dialoges mit den Anspruchsgruppen eines Unternehmens verstanden.

► Qualität deutscher Berichte und Erklärungen

Eine von future e.V. und dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW) durchgeführte Analyse und Bewertung von 97

Umweltschutz als Chance

Praxishilfen für Manager

Reihe: Ökologische Unternehmensführung

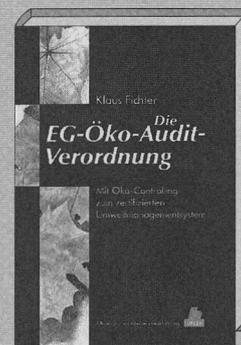
Herausgegeben von

Prof. Dr. Siegmund Bornemann
 Umweltakademie Fresenius, Dortmund

Prof. Dr. Reinhard Pfriem
 Universität Oldenburg

Prof. Dr. Volker Stahlmann
 Fachhochschule Nürnberg

Prof. Dr. Bernd Wagner
 Universität Augsburg



Klaus Fichter (Hrsg.)

Die EG-Öko-Audit-Verordnung

Mit Öko-Controlling zum zertifizierten Umweltmanagementsystem. 381 Seiten, 68 Bilder. 1995. Gebunden DM 68,-. ISBN 3-446-18248-9



Jens Clausen/Klaus Fichter

Umweltbericht - Umwelterklärung

Praxis glaubwürdiger Kommunikation von Unternehmen. 245 Seiten, 52 Bilder. 1996. Gebunden DM 58,-. ISBN 3-446-18247-0

Carl Hanser Verlag

Postfach 86 04 20, 81631 München
 Tel. (0 89) 9 98 30-0, Fax (0 89) 98 12 64



Tabelle 1: Die zwölf besten deutschen Umweltberichte und Umwelterklärungen, die bei dem vergleichenden Ranking durch das IÖW ermittelt wurden. Die im Ranking maximal zu erreichende Punktzahl beträgt 50.

Rang	Unternehmen	Bericht	Branche	Erreichte Punktzahl	Zertifizierte Umwelterklärung
1	Neumarkter Lammsbräu	Öko-Controlling-Bericht 1994	Ernährung	425	nein
2	Kunert	Ökobericht 1994/95	Textil	414	nein
3	Sedus Stoll	Umwelterklärung Waldshut	Möbel	382	ja
4	Neckermann	Umwelterklärung 1995	Handel	379	nein
5	Siegsdorfer Petrusquelle	Umweltbericht 93/94	Ernährung	374	nein
6	Mineralbrunnen Bad Brückenau	Umweltbericht 1993/94	Ernährung	370	nein
7	Märkisches Landbrot	Umwelterklärung	Ernährung	356	ja
8	Baufritz Vollwerthaus	Umweltbericht mit Ökobilanz 94/95	Bau	352	nein
9	Kraft Jacobs Suchard	Umweltbericht 1991 - 1995	Ernährung	343	nein
10	Augsburger Kammgarn-Spinnerei	Umweltbericht 1994	Textil	342	nein
11	Hipp	Umweltbericht und Umwelterklärung	Ernährung	340	ja
12	Bosch-Siemens Hausgeräte	Umweltbericht 1994/95	Hausgeräte	336	nein

Quelle: Clausen, J.; Fichter, K. (1996): Die Qualität von Umweltberichten: Ranking 19, Berlin.

Umweltberichten und Umwelterklärungen deutscher Unternehmen, die 1995 veröffentlicht wurden, zeigt, daß die Berichte in den vergangenen Jahren in ihrem Aufbau systematischer und generell vollständiger geworden sind. Die Berichte spiegeln wider, daß sich das betriebliche Umweltmanagement und die Datenlage verbessert haben.

Die bei der vergleichenden Bewertung (Ranking 1995) ermittelten zwölf besten deutschen Umweltberichte und Umwelterklärungen sind in Tabelle 1 dargestellt. Das Ranking 1995 hat gezeigt, daß es noch eine Reihe typischer Schwachpunkte gibt, die von denjenigen, die Umweltberichte und Umwelterklärungen verfassen und gestalten, unbedingt berücksichtigt werden sollten.

► Wesentliche Umweltfragen deutlich machen

Die mangelnde Analyse und Bewertung von Daten führt dazu, daß es die wenigsten Umweltberichte leisten, die für das Unternehmen wichtigsten Umweltfragen herauszuarbeiten und im Überblick darzustellen. Oft werden wesentliche Umweltfragen, z.B. produktbezogene Aspekte des Umweltschutzes vergessen und alle Umweltaspekte in gleicher Tiefe oder Breite dargestellt. Angesichts der Menge und Vielfalt an Umweltinformationen ist dies nicht wünschenswert! Zur Herausarbeitung wesentlicher Umweltfragen bedarf es der Anstrengung auf betrieblicher wie auf Branchenebene.

Im Mittelpunkt der meisten Umweltberichte, insbesondere der Chemieindustrie, dominieren nach wie vor standortbezogene Umweltaspekte, und hier in erster Linie Emissionsfragen (Luft-, Wasseremissionen, Abfälle). Produkte bzw. Dienstleistungen als eigentlicher Gegenstand der betrieblichen Leistungserstellung und insbesondere die vor- und nachgelagerten Phasen des ökologischen Produktlebensweges sind noch weitgehend unterbelichtet. Gerade die chemische Industrie hat hier noch erheblichen Verbesserungsbedarf. Sieht man von der Umwelterklärung 1995 der Ciba Additive GmbH einmal ab, geht kein Umweltbericht der Chemieindustrie in nennenswerter Weise auf den Verbrauch von Rohstoffen ein.

Das Ranking 1995 zeigt, in deutschen Unternehmen wird noch zu wenig Wert auf klare und überprüfbare Zielsetzungen im Umweltmanagement gelegt. Wenngleich sich hier eine Verbesserung beobachten läßt, zeigt sich, daß bei deutschen Unternehmen nach wie vor ein eher datenorientiertes Umweltmanagement betrieben wird. Noch fehlen Mut und Erfahrung zum Setzen anspruchsvoller und überprüfbarer Umweltziele.

Zwar werden in den Umwelterklärungen Fristen genannt, allerdings bleiben die Ziele allgemein und kaum bzw. nicht überprüfbar. Auch werden Umweltziele bislang ohne Blick für kommunale, nationale und internationale Zielsetzungen im Umweltschutz formuliert.

► Teil eines Dialoges

Insbesondere die Umweltberichte mittelständischer Unternehmen und die Standortberichte von Konzernen werden noch zu wenig als Teil eines Kommunikationsprozesses begriffen. Das direkte Ansprechen der Zielgruppen fehlt in der Regel. Umwelterklärungen werden zu wenig als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit und zu wenig als Chance für Dialog und Kooperationen genutzt. Vorbildlich ist hier die Umwelterklärung des Berliner Backwarenherstellers Märkisches Landbrot. Dort werden die Umweltaktivitäten mit Verbrauchern, Einzelhandel und Lieferanten anschaulich beschrieben. Auch mehrere Mitarbeiter/innen kommen in der Umwelterklärung zu Wort.

Die Schwächen bei der Darstellung bisheriger und zukünftiger Aktivitäten mit Zielgruppen korrespondiert mit der insgesamt mangelhaften sprachlichen und optischen Gestaltung der Berichte. In puncto kommunikative Qualität besteht also ein erheblicher Verbesserungsbedarf. Das Niveau von Geschäftsberichten wird diesbezüglich noch bei weitem nicht erreicht.

Die Referenten

Klaus Fichter ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung in Berlin, Jens Clausen ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am IÖW in Hannover

Kontakt: Tel. (030) 884 594-20, Fax 882 54 39

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.