



# Chance Umweltbericht

Am 15. April 2014 hat das EU-Parlament dem Erstellen einer Richtlinie für die Offenlegung nicht-finanzieller Informationen zugestimmt. Daraus ergibt sich eine Verpflichtung zur Corporate-Social-Responsibility-Berichterstattung ab dem Jahr 2016. Ein zentraler Bestandteil davon ist der Umweltbericht. Davon betroffen sind voraussichtlich rund 6000 Unternehmen und Organisationen innerhalb der EU.



**FRANK PRATH,**  
Leiter Marketing  
Papyrus Deutschland.

**R**echtlich bindend wird die Regelung für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern. Auch wenn die Richtlinie für den Großteil der kleinen und mittleren Unternehmen nicht direkt gilt, werden sich viele von ihnen aufgrund steigender ökologischer Anforderungen in der Liefer-

kette mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen müssen. Das Erstellen eines Umweltberichts bietet wirtschaftliche Vorteile und verbessert das Bild von Unternehmen in der Öffentlichkeit.

### Was bedeutet CSR ?

Unter Corporate Social Responsibility (CSR) versteht man ein freiwilliges Engagement für mehr Nachhaltigkeit. Durch CSR zeigen Unternehmen, dass und wie sie über den Rahmen rechtlicher Pflichten hinaus Verantwortung für Mensch und Umwelt übernehmen. Nach Definition der Europäischen Union bezeichnet CSR ein System, das für Unternehmen die Grundlage bildet, auf der sie selbstständig soziale Belange und Umweltaspekte in ihre Geschäftstätigkeit einbinden. Corporate Social Responsibility bietet die Chance, der Öffentlichkeit die Bedeutung von Unternehmen als vitalen Bestandteil gesellschaftlichen Lebens vor Augen zu führen. Umweltberichte stellen dabei ein wirkungsvol-

## Viele gute Gründe sprechen für einen Umweltbericht

1. Mehr Vertrauen von Lieferanten, Kunden und Mitarbeitern in Leistungen und Produkte
2. Verbessertes Image von Unternehmen in der Öffentlichkeit und im Markt
3. Optimierung von Geschäfts- und Produktionsprozessen
4. Positive Differenzierung vom Wettbewerb
5. Aufdecken neuer Potenziale zur Kostenreduktion
6. Optimierte Kontrolle von Unternehmenskennzahlen
7. Steigerung der Mitarbeitermotivation
8. Verbesserte Möglichkeiten der Finanzierung
9. Ausbau und Stärkung der Position in der Lieferkette
10. Effizientes Ausschöpfen vorhandener Ressourcen
11. Erschließen neuer Zielgruppen
12. Minimierung ökologischer Risiken

## EMAS: ECO-Management and Audit Scheme

1. Titel/Deckblatt
2. Inhaltsverzeichnis
3. Vorwort der Unternehmensleitung
4. Beschreibung des Unternehmens mit seinen Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen
5. Darstellung der Umweltpolitik und ggf. des Umweltmanagementsystems
6. Übersicht aller Umweltaspekte und Umweltleistungen, die das Unternehmen betreffen
7. Beschreibung der Umweltziele des Unternehmens
8. Möglichkeit zum Dialog: Angabe von Ansprechpartnern
9. Gültigkeitserklärung: nur notwendig, falls ein offizielles Umweltgutachten vorliegt
10. Abkürzungsverzeichnis, Glossar



les Instrument dar, um Einblicke in das Engagement für mehr Nachhaltigkeit zu gewähren.

### Der Umweltbericht

Immer mehr Unternehmen ergreifen die Chance, im Rahmen eines Umweltberichts freiwillig über die

nachhaltigen Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit zu berichten. Ein Umweltbericht bietet die Möglichkeit, in Form von hochwertigen mehrseitigen Broschüren, die positiven ökologischen Leistungen für die Öffentlichkeit transparent zu gestalten und leicht zugänglich zu machen. Viele Unternehmen berichten

meist einmal im Jahr auf diese Weise über ihre ökologischen Fortschritte. Damit bildet der Umweltbericht über den Geschäftsbericht hinaus ein öffentlichkeitswirksames Werkzeug der Informationspolitik. Was die Aufwendungen für einen Umweltbericht betrifft, so rechnet die EU mit Kosten von durchschnitt-

## Zusatzinformationen zur Darstellung des CO<sub>2</sub>-Themas

CO<sub>2</sub> ist im wahrsten Sinn des Wortes in vieler Munde. Doch die wenigsten können sich ein genaues Bild von Kohlendioxid machen. Wie viel ist eigentlich eine Tonne CO<sub>2</sub>? Wie kann man sie sich räumlich vorstellen? Und wie groß ist der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von einem Auto, von verschiedenen Nahrungsmitteln und Papier? Einige Beispiele führen die Dimensionen vor Augen.

### 1 t CO<sub>2</sub>

Das Raumvolumen einer Tonne CO<sub>2</sub> entspricht einem Würfel mit einer Kantenlänge von 8,22 Metern.

### CO<sub>2</sub> und Pkw

Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck eines Autos über 200 000 gefahrene Kilometer ist zwischen 40 und 70 Tonnen groß.

### CO<sub>2</sub> und Nahrungsmittel

Der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von  
 1 kg Rindfleisch = 13 300 g CO<sub>2</sub>  
 1 kg Schweinefleisch = 3 250 g CO<sub>2</sub>  
 1 kg Eier = 1 950 g CO<sub>2</sub>  
 1 kg Brötchen = 650 g CO<sub>2</sub>  
 1 kg Äpfel = 550 g CO<sub>2</sub>

### CO<sub>2</sub> und IT

Laut Angaben der BBC erzeugen 1000 Suchmaschinen-Anfragen 200 g CO<sub>2</sub>. Dies entspricht den Emissionen eines Mittelklasse-Pkw.

lich weniger als 5000 Euro pro Jahr und Unternehmen. Die positiven Effekte dürften dies um ein Vielfaches übertreffen.

### Die Vorteile eines Umweltberichts

Nach Angaben der Europäischen Union profitieren Unternehmen dauerhaft von der regelmäßigen Veröffentlichung eines Umweltberichts. Die Vorteile liegen demnach in einer höheren unternehmerischen Leistungsfähigkeit, niedrigeren Finanzierungskosten und einer geringeren Anzahl von Betriebsstörungen. Hinzu kommen verbesserte Beziehungen zu Kunden und Anteilseignern sowie Investoren und Geldgebern. Von einem optimierten Umweltmanagement profitiert auch die Gesellschaft.

### Wie kann ein Umweltbericht aufgebaut sein?

Da es sich bei einem Umweltbericht meist um ein freiwilliges, nicht zer-

tifiziertes Dokument handelt, bestehen keine verbindlichen Vorgaben für dessen Aufbau. Viele Unternehmen und Organisationen orientieren sich jedoch an der Struktur der EMAS-Umwelterklärung.

### Fazit

Unternehmen verbessern mithilfe von Umweltberichten ihre Umweltleistungen und präsentieren sie öffentlichkeitswirksam. Geschäfts- und Betriebsprozesse werden optimiert, CO<sub>2</sub>-Emissionen durch einen effizienten Energieeinsatz reduziert. Viele Unternehmen haben Umweltberichte als Chance bereits erkannt und veröffentlichen regelmäßig und freiwillig Informationen zu ihren Umweltaktivitäten, ihrer Umweltphilosophie sowie den selbst gesteckten Umweltzielen. Wer sich frühzeitig mit dem Thema Umweltbericht beschäftigt, kann sich im Wettbewerb Vorteile sichern.

von Frank Prath

## Die Papyrus Umweltberichtswochen

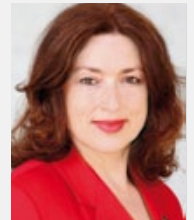
Papyrus veranstaltet von April bis Juli 2015 die ersten Umweltberichtswochen. Vor dem Hintergrund der 2016 eintretenden CSR-Berichtspflicht informiert der führende Papiergroßhändler umfassend über das Thema „Umweltbericht“. In regelmäßigen Medienpublikationen werden wichtige Aspekte aufgezeigt und damit verbundene Vorteile und Vorgehensweisen dargelegt. Papyrus hat hierzu eigens einen 20-seitigen Steckbrief Umweltbericht erstellt, der online als Blätterkatalog oder als Print-Broschüre kostenlos zur Verfügung steht.

Zu den Inhalten gehören unter anderem Informationen zum Thema Corporate Social Responsibility, das Erstellen eines Umweltberichts, die Erläuterung zentraler Umweltnormen sowie wertvolle weiterführende Informationsquellen. Mehr Informationen und Bestellmöglichkeiten unter [www.papyrus.com/de/umweltberichtswochen](http://www.papyrus.com/de/umweltberichtswochen).

## „Wir legen großen Wert auf Leserfreundlichkeit“

„AIDA Cruises veröffentlicht bereits seit 2007 jährlich seinen Nachhaltigkeitsbericht ‚AIDA cares‘, der sich am international anerkannten Standard der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert. Der Bericht ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskommunikation und öffentlich zugänglich für Mitarbeiter, Gäste und Gesellschafter. Wir legen großen Wert auf Leserfreundlichkeit. Statt eines typischen Berichts in Fachjargon und trockenen Zahlen bietet AIDA cares Informationen, die ansprechend bebildert und erläutert sind.“

Dr. Monika Griefahn,  
Direktorin für Umwelt  
und Gesellschaft,  
AIDA Cruises, Rostock



## „Ich bin überzeugt, dass kein anderes Medium diese Transparenz schafft“

„Neben der Pflicht zur Erstellung eines jährlichen Geschäftsberichts, bei der es fast ausschließlich um Geschäftszahlen geht, wollten wir auch transparent bei nicht-finanziellen Leistungsindikatoren sein. Aus diesem Grund haben wir uns für die Nachhaltigkeitsberichterstattung entschieden. Der Nachhaltigkeitsbericht gibt einen guten Überblick der wichtigsten Jahresthemen zu Ökonomie, Soziales und Ökologie. Ich bin überzeugt, dass kein anderes Medium diese Transparenz schafft.“

Stephan Bongwald,  
Nachhaltigkeitsbeauftragter,  
Barmenia, Wuppertal

