

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	3
Die Co-Herausgeber	5
Autorenverzeichnis	6
Deloitte: Corporate Sustainability im Spannungsfeld von Kapitalmarkterwartungen, Nachfragebedürfnissen und Regulatorik	13
I. Begriffsabgrenzung	13
II. Strategische Chancen und Risiken aus ESG-Aspekten	14
III. Wesentliche Treiber für ESG-Initiativen.	16
IV. Berichterstattung über ESG-Aspekte	18
V. Seitens der Unternehmen umzusetzende Bedingungen für die ESG- und integrierte Berichterstattung und Auswirkungen auf die Finanzfunktion und das Risikomanagement	23
Hengeler Mueller: Nachhaltige Corporate Governance	26
I. Einleitung	26
II. Nachhaltige Corporate Governance	27
III. Schlussbemerkungen	41
Mercedes-Benz: Das Mercedes-Benz Human-Rights-Respect-System	43
I. Einleitung	43
II. Die Nachhaltige Geschäftsstrategie von Mercedes-Benz	44
III. Wahrung und Achtung der Menschenrechte als Pflicht und Selbstanspruch – Orientierung an externen Referenzrahmen und Übersetzung in interne Dokumente und Leitsätze	49
IV. Mercedes-Benz Human-Rights-Respect-System	51
V. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und Partnerschaften	60
VI. Fazit und Ausblick	63
SAP: Globale Herausforderungen nachhaltig meistern	64
I. Relevanz von Nachhaltigkeit als Management-Aufgabe	64
II. Doppelrolle von SAP: Vorbild und Wegbereiter	68
III. Entwicklung einer durchgängig nachhaltigen Geschäftsstrategie	76

EnBW: Nachhaltiger Einkauf als Beitrag zur Risikominimierung und zur Positionierung von verantwortungsvoll handelnden Unternehmen . . .	78
I. Vollständige Integration von Nachhaltigkeit in Einkaufsprozesse als logischer nächster Schritt	79
II. Nachhaltiger Einkauf als integraler Bestandteil einer nachhaltigen Unternehmensstrategie	81
III. Prozess zur Umsetzung bei der EnBW	83
IV. Erfolge, Herausforderungen und Lessons Learned	92
V. Ausblick	94
ZF: Klimaneutralität im Rahmen ganzheitlicher Nachhaltigkeit – Strategie und Umsetzungserfahrungen eines globalen Automobilzulieferers	95
I. Automobilzulieferer im Spannungsfeld von Klimazielen und ESG-Anforderungen	95
II. Kernmerkmale der Nachhaltigkeitsstrategie von ZF	97
III. Erfolgsfaktoren und praktische Umsetzungserfahrungen	98
IV. Zusammenfassung und Ausblick	106
Evonik: Transparenz und Messbarkeit als Basis für die strategische Verankerung von Nachhaltigkeit im Konzern	108
I. Integration von Nachhaltigkeit in unsere Konzernstrategie	108
II. Unsere Analysen zur Messbarkeit von Nachhaltigkeit	108
III. Wertbeiträge für die Gesellschaft im Fokus	116
Schaeffler: Vom Pionier im Umweltschutz zum ganzheitlichen Nachhaltigkeitsmanagement	118
I. Einleitung	118
II. Globale EMAS-Abdeckung als Grundlage unseres Umweltmanagements	120
III. Messbare Ziele zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance	121
IV. Nachhaltigkeit in der Praxis – Unsere Initiativen	123
V. Operationalisierung der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsziele mit Life Cycle Assessments (LCAs)	126
VI. Produktbilanzierung als Baustein auf dem Weg zur Circular Economy	128
VII. Fazit und Ausblick	129

E.ON: Die Erstellung und Implementierung eines ESG-bezogenen Kennzahlen- und Steuerungssystems – ein Praxisbericht	131
I. Einleitung	131
II. Ausgangslage und Zielsetzung bei E.ON.	132
III. Abgrenzung des unternehmensindividuellen ESG-Rahmenwerks: „Focus on what matters“	133
IV. Entwicklung eines Steuerungsansatzes für CO ₂ -Emissionen: „Decarbonization is key“	134
V. Organisatorische und prozessuale Integration nicht-finanzieller Informationen in das kaufmännische Berichtswesen und Risikomanagement: „Foster integration“	136
VI. Zusammenfassung und Fazit	138
Bayer: Wertschöpfung durch Nachhaltigkeit: Wie Bayer sein Potenzial nutzt.	139
I. Die transformative Rolle von Nachhaltigkeit im Konzern.	139
II. Nachhaltigkeit in Corporate Governance	141
III. Messbarkeit und Auditierbarkeit als Teil des Nachhaltigkeitsmanagements	141
IV. Anwendungsbeispiele zur Messbarkeit und Auditierbarkeit von Nachhaltigkeitszielen	144
V. Nachhaltigkeit als Teil des Vergütungssystems.	149
VI. Ausblick	151
Continental: Von der Feel-Good-Nische ins Zentrum der Geschäftsstrategie	152
I. Umfangreiche Transformation der Weltwirtschaft	152
II. Relevanz für Unternehmensführung und -strategie – am Beispiel von Continental	156
III. Aus der Feel-Good-Nische ins Zentrum der Geschäftsstrategie	159
Henkel: Anders nachhaltig – nachhaltig anders	161
I. Verantwortung als Veranlagung	161
II. Henkel als Vorreiter beim Umweltschutz.	162
III. Vom Umweltschutz zur Nachhaltigkeit	164
IV. Gemeinsam für kommende Generationen	166
V. Innovation als Weg in die Zukunft	169

KKR: Impact Investing – Förderung von Nachhaltigkeit durch zielgerichtete Private-Equity-Investitionen am Beispiel des

KKR Global Impact Funds	171
I. KKRs Investmentansatz in Bezug auf Nachhaltigkeit.	171
II. KKR Global Impact Investment-Prozess und Portfolio-Management-Prozess in der Praxis am Beispiel von CMC	176
III. Abschluss und Ausblick	181

Deka: Sustainability – Umsetzungspraxis führender deutscher

Unternehmen	182
I. Einleitung: Betrachtung des Marktes für nachhaltige Anlagen	182
II. Differenzierung zwischen verantwortlichem und nachhaltigem Investieren	183
III. Regulierung: Starker Treiber von Nachhaltigkeit am Kapitalmarkt	184
IV. Zusätzlicher Druck durch Sustainable Corporate Governance	184
V. Emittenten müssen ihre nachhaltigen Leistungskennzahlen strategisch entwickeln und offenlegen	185
VI. Zusammenführung von Unternehmensberichterstattung und Offenlegungsanforderungen des Kapitalmarkts als Katalysator der Nachhaltigkeit	186
VII. Aktive Einflussnahme der Investoren wird den Druck auf Emittenten erhöhen.	187
VIII. Non-Financial-Risk im Investmentprozess	189
IX. Die Nachhaltigkeit aus Sicht der EU findet in der Taxonomie ihren Niederschlag	189
X. Fazit: Nachhaltigkeit zahlt sich aus	190