

KLIMAWIN-LEITSATZDOSSIER

Leitsatz 11: Transparenz



Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Einführung, Hintergrund und Ziele des Leitsatzes | 4 |
| 2. Formulierungshilfen für Ziele im Rahmen der KLIMAWIN | 5 |
| 3. Geeignete Maßnahmen und Instrumente | 6 |
| 4. Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung | 13 |
| 5. Bezug zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) | 14 |
| 6. Die KLIMAWIN | 15 |
| 7. Impressum | 17 |
| 8. Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“ | 18 |

LEITSATZ 11 – TRANSPARENZ:



„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern
Korruption und berichten transparent über Finanz-
entscheidungen.“

Einführung, Hintergrund und Ziele des Leitsatzes

Ein transparentes Unternehmen ist ein vertrauenswürdiges Unternehmen und schafft sich Akzeptanz bei all seinen Anspruchsgruppen, insbesondere bei Kundschaft, Zulieferunternehmen und den eigenen Mitarbeitenden. Kommunizieren Sie aktiv Ihr Vorgehen gegen Korruption und berichten Sie nach innen und außen über Finanzentscheidungen.

Korruption ist ein hartes Vergehen und wird in Deutschland streng sanktioniert. Weil dies nicht in allen Ländern so ist, ist es insbesondere bei internationalen Geschäftsbeziehungen erforderlich, Geschäftspartnerschaften zu prüfen und die Auftragsvergabe nach anerkannten Anti-Korruptions-Richtlinien zu gestalten. Darüber hinaus ist eine aktive Auseinandersetzung mit dem Thema Korruption generell wichtig, um Mitarbeitende und Geschäftspartnerinnen und -partner zu sensibilisieren. Denn

Korruptionsfälle müssen nicht immer deutlich ersichtlich sein und können teilweise durch Unwissenheit entstehen. Präventionsmaßnahmen und entsprechende Kommunikation schaffen Vertrauen in Ihr Unternehmen.

Auch die aktive und öffentliche Berichterstattung über Unternehmensprozesse und Finanzentscheidungen unterstützt die Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens bei Ihren Anspruchsgruppen. Ihre Mitarbeitenden wissen, wie es um Ihr Unternehmen bestellt ist und identifizieren sich mehr mit ihm. Ihre Kundschaft hat Kenntnis über Ihre Unternehmensabläufe und vertraut Ihnen bei Qualitäts- sowie Nachhaltigkeitsangaben und auch Ihre Zulieferunternehmen haben ein Interesse an vertrauensvollen Beziehungen, die Sie durch Transparenz untermauern. Von einer vertrauensvollen Zusammenarbeit profitieren langfristig alle Seiten.

Ziele des Leitsatzes 11 – Transparenz

Intern Präventionsmaßnahmen gegen Korruption etablieren

Über Finanzentscheidungen informieren und Mitarbeitende einbeziehen

Langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften aufbauen

Bericht erstatten und Glaubwürdigkeit schaffen

Formulierungshilfen für Ziele im Rahmen der KLIMAWIN

Einer Ihrer ersten Schritte als neues KLIMAWIN-Unternehmen ist das Ausfüllen des Zielkonzepts. Mit dem Zielkonzept formulieren Sie Entwicklungsschritte in Ihrem Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement. Die folgenden Beispiele für selbstgesteckte Ziele können Ihnen als Inspiration für Ihr Zielkonzept dienen. Bitte setzen Sie sich quantifizierte Ziele, wenn es Ihnen möglich ist:

INTERN PRÄVENTIONSMASSNAHMEN GEGEN

KORRUPTION ETABLIEREN

- Wir erstellen einen Verhaltenskodex und setzen ihn aktiv durch.
- Wir analysieren regelmäßig das Korruptionsrisiko unserer Firma, leiten daraus Verbesserungsbedarfe ab und setzen Optimierungsmaßnahmen um.
- Unser Ziel ist es, Schulungen im Bereich Anti-Korruption auszuweiten und nach Risikobereichen zu vertiefen.
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden jährlich über mindestens ein Online-Seminar im Bereich Anti-Korruption, IT-Sicherheit, Geldwäsche und Vermeidung von Betrug regelmäßig geschult und informiert.
- Wir haben ein Hinweisgebersystem (Whistleblowing) eingeführt. Von der Stabsstelle werden Compliance-Anfragen und -Vorfälle bearbeitet und Maßnahmen abgeleitet.

LANGFRISTIGE UND VERTRAUENSVOLLE PARTNERSCHAFTEN AUFBAUEN

- Wir legen unsere Partnerschaften offen.
- Wir streben langfristige Partnerschaften mit unserer Kundschaft, Zulieferunternehmen, Mitarbeitenden und weiteren Anspruchsgruppen an.

- Wir setzen auch bei liefernden Unternehmen Anti-Korruptions-Maßnahmen durch. Alle festen Lieferunternehmen werden aufgefordert, sich durch Compliance-Erklärungen zur Einhaltung von Gesetzen, Menschen- und Arbeitnehmendenrechten zu verpflichten.

ÜBER FINANZENTSCHEIDUNGEN INFORMIEREN UND MITARBEITENDE EINBEZIEHEN

- Größere Investitionsentscheidungen werden vorab durch die Geschäftsleitung vorgestellt. Dem Feedback der Mitarbeitenden wird hierbei eine hohe Gewichtung beigemessen.
- Alle Investitionen beinhalten eine ausreichende Schulung der Mitarbeitenden. Mindestens einmal im Jahr werden die Geschäftsentwicklungen des vergangenen Jahres durch die Geschäftsleitung den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern transparent dargestellt.
- Wir geben uns transparente Regeln für Finanzentscheidungen, die wir schriftlich festhalten, und setzen sie um.

BERICHT ERSTATTEN UND GLAUBWÜRDIGKEIT SCHAFFEN

- Wir führen regelmäßig einen Stresstest und eine Risikotragfähigkeitsanalyse durch, die die solide Finanzierungsstruktur unseres Unternehmens bestätigt.
- Wir erstellen jährlich einen Compliance-Bericht zur Überprüfung der Wirksamkeit unserer getroffenen Maßnahmen und zur weiteren Verbesserung unseres Compliance-Systems.

Geeignete Maßnahmen und Instrumente

Dieses Leitsatzdossier legt einen großen Fokus auf das Thema Anti-Korruption. Zudem bietet es Ihnen wertvolle Ratschläge zur Förderung von Transparenz in Ihrer externen Kommunikation, insbesondere hinsichtlich Ihrer Finanzentscheidungen und Offenlegung von Nachhaltig-

keitsbemühungen, die einen erheblichen Einfluss auf Investoren und Ihre Kundschaft haben können. Des Weiteren bekommen Sie Hinweise auf Kommunikationsmöglichkeiten im Rahmen Ihres Unternehmens.

3.1 Anti-Korruption

5 mögliche Handlungsfelder der Korruptionsbekämpfung:

- Richtlinien zur Auftragsvergabe
- Informationsbereitstellung
- Hinweisgebersystem
- Datenerfassung
- Maßnahmen zur Regelkonformität

Viele der Handlungsempfehlungen überschneiden sich und bauen aufeinander auf. Obwohl es für die meisten Unternehmen selbstverständlich ist, Korruption nicht zuzulassen, lässt sich mit einem aktiven Vorgehen noch mehr erreichen. Dieses Dossier soll eine Inspiration für die Vielfältigkeit der Möglichkeiten bei der Korruptionsbekämpfung sein. Darüber hinaus finden Sie kurz und knapp Tipps zu transparenten Finanzentscheidungen.

3.1.1 HANDLUNGSFELD 1: RICHTLINIEN ZUR AUFTRAGS-VERGABE

Ein klares Zeichen gegen Korruption setzen Sie, indem Sie eine Zusammenarbeit mit Unternehmen, für die Anti-Korruptions-Maßnahmen einen geringeren Stellenwert haben als für Sie, von vornherein ausschließen.

Unternehmenspartnerschaften nach Anti-Korruptions-Richtlinien auswählen/prüfen

Setzen Sie in Ihrem Unternehmen Anti-Korruptions-Richtlinien fest, anhand derer Sie Ihre Aufträge vergeben. Prüfen Sie Ihre Partnerschaften und insbesondere potenzielle Geschäftsbeziehungen mittels dieser Richtlinien und fällen Sie Ihre Entscheidung dementsprechend. Das schafft Vertrauen in Ihre Nicht-Korruptierbarkeit auch bei anderen Unternehmen, Partnerschaften und Stakeholdern.

Ein spezifischer Werte-Kodex kann dabei einen Rahmen für die Zusammenarbeit mit Kundinnen und Kunden, Lieferfirmen und anderen Partnerschaften vorgeben. Darin können Sie beispielsweise Aspekte der Geschäftsmoral, die Sie in Geschäftsbeziehungen wünschen, festsetzen.

Vergleichsangebote einholen

Zudem erwecken Sie Vertrauen, wenn Sie sich Vergleichsangebote einholen und sich damit aktiv über verschiedene Optionen auf dem Markt informieren. Durch vorab festgelegte Anforderungen und durch eine neutrale Bewertung der Angebote in Bezug auf diese Anforderungen können Sie Ihre Auswahl immer sachlich begründen.

3.1.2 HANDLUNGSFELD 2: INFORMATIONSBEREITSTELLUNG

Korruption ist nicht immer sofort erkennbar, daher sollten Sie und Ihre Beschäftigten gut über mögliche kritische Situationen informiert sein, damit Sie immer gemäß den Anti-Korruptions-Richtlinien handeln können.

Mitarbeitende zum Thema Korruption informieren

Erstellen Sie Informationsblätter für Ihre Mitarbeitenden über Situationen, in welchen sie mit Korruption konfrontiert sein könnten. Formulieren Sie Handlungsempfehlungen für solche Situationen. Wenn Sie einen Werte-Kodex erstellen, stellen Sie sicher, dass dieser Ihrer Belegschaft geläufig ist. Sie können zusätzlich regelmäßige Informationsveranstaltungen, sowohl in Ihrem Unternehmen als auch außerhalb, über Korruption und deren Auswirkungen veranstalten. Innerhalb Ihres Unternehmens können Sie beispielsweise über den Umgang mit Werbegeschenken informieren. Bei externen Veranstaltungen können Sie die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen der Korruption verdeutlichen und andere Teilnehmende dadurch sensibilisieren.

Schulungen für Mitarbeitende zum Thema Korruption

Sinnvoll sind auch Schulungen für Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Insbesondere, wenn Sie sich in Ihrem Unternehmen für ein Compliance-Management-System oder ein Risk-Management-System entscheiden, sollten Ihre Mitarbeitenden darüber informiert und darin geschult sein. Ihre Geschäftspolitik ist nur wirksam, wenn sie im gesamten Unternehmen gelebt wird. Außerdem kann eine Prüfung der Einhaltung der gesetzten Richtlinien nur dann erfolgreich sein, wenn Ihre Mitarbeitenden wissen, was dabei gemessen wird.

Informationsaustausch mit Unternehmenspartnerschaften

Nicht zu vernachlässigen ist der Informationsaustausch mit Unternehmenspartnerinnen und -partnern. Dieser

führt zur Sensibilisierung für das Thema Korruption und verschafft Ihnen zusätzliche Inspiration über mögliche weitere Anti-Korruptions-Maßnahmen, die bei Ihnen bis jetzt noch nicht umgesetzt wurden.

3.1.3 HANDLUNGSFELD 3: HINWEISGEBERSYSTEM

Vertrauliche Anlaufstelle für alle Unternehmensbeteiligten

Aufbauend auf die Informationsbereitstellung zum Thema Korruption in Ihrem Unternehmen sollten sich Ihre Mitarbeitenden frei fühlen, mögliche Verstöße zu melden. Dabei sollten nicht nur Vergehen innerhalb Ihres Unternehmens, sondern auch mögliche Handlungen Ihrer Lieferfirmen oder Kundschaft gemeldet werden können. Aber auch Ihre Geschäftspartnerinnen und -partner sollten die Möglichkeit haben, Sie über potenzielle Vergehen Ihrer Mitarbeitenden zu informieren. Diese Hinweisgeberstellen müssen zum Schutz aller Beteiligten sehr vertraulich sein. Sorgen Sie für solche Stellen, die auch anonyme Hinweise entgegennehmen können, und informieren Sie darüber Ihre Mitarbeitenden, Geschäftspartner und -partnerinnen sowie Ihre Kundschaft.

Sanktionen gegen Korruption

Potenzielle Verstöße gegen Ihre Anti-Korruptions-Richtlinien sollten streng sanktioniert werden, sowohl innerhalb als auch außerhalb Ihres Unternehmens.

Mehr-Augen-Prinzip bei wichtigen Entscheidungen

Ein Mehr-Augen-Prinzip bei wichtigen Entscheidungen kann dazu dienen, schwierige Situationen von Anfang an zu vermeiden. Sie erhöhen dadurch die Wahrscheinlichkeit, dass potenzielle Vergehen rechtzeitig entdeckt werden, verteilen aber auch die Verantwortung auf mehrere Personen. Ein Mehr-Augen-Prinzip verschafft zusätzliche Transparenz über Ihre Entscheidungsfindung.

3.1.4 HANDLUNGSFELD 4: DATENERFASSUNG

Fest definierte Finanzbefugnisse aller Beschäftigten

Setzen Sie feste Grenzen bei Finanzbefugnissen Ihrer Mitarbeitenden für Zuwendungen an Ihre Kundschaft und Geschäftspartnerinnen und -partner. Das kann beispielsweise in Form einer Obergrenze für Spesenausgaben bei Geschäftsessen sein. Diese Grenze hilft Ihren Mitarbeitenden festzustellen, in welchem Rahmen sie sich befinden und schützt sie vor möglichen späteren Vorwürfen.

Zentrales Vertrags- und Datenmanagement

Ein zentrales Datenmanagement sorgt für Nachvollziehbarkeit von Handlungen und sichert Sie zusätzlich ab. Hier können Sie alle relevanten Dokumente, Bescheide und öffentlich-rechtlichen Verträge erfassen. Frei zugängliche Projekt- und Planungsdaten zeugen von Ehrlichkeit. Zudem erleichtert ein zentrales Datenmanagement die Umsetzung des Mehr-Augen-Prinzips.

Sie können auch Geschenke und sonstige Zuwendungen zentral erfassen. Das hilft Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, fest definierte Finanzbefugnisse einzuhalten. Beispielsweise können Sie auch eine Grenze bei Geschenkkannahmen von Dritten setzen.

3.1.5 HANDLUNGSFELD 5: MASSNAHMEN ZUR REGELKONFORMITÄT

Implementierung eines Compliance-Management-Systems (CMS)

Ein CMS ist ein umfassendes System, um Regelverstöße gegen interne Maßnahmen und Prozesse zu vermeiden. Es gibt 7 Grundelemente von Compliance:

1. Compliance-Kultur
2. Compliance-Ziele
3. Compliance-Risiken
4. Compliance-Programm

5. Compliance-Organisation
6. Compliance-Kommunikation und -Information
7. Compliance-Überwachung und -Verbesserung

Eine Implementierung vom CMS in Ihrem Unternehmen bedeutet nicht automatisch, dass Sie alle Regelverstöße eliminieren werden, aber es bietet ein möglichst umfassendes System, um Verstöße zeitnah zu erkennen und zu beseitigen.

Verhaltenskodex (Code of Conduct)

Ähnlich wie beim Werte-Kodex können Sie sich selbst einen Verhaltenskodex setzen oder den Leitlinien eines anerkannten nationalen oder internationalen Verhaltenskodexes folgen. Wie auch bei einem Compliance-Management-System ist es dabei wichtig, dass die Leitlinien eines Verhaltenskodexes von allen Unternehmensbeteiligten gelebt und umgesetzt werden. Wenn Sie selbständig einen Verhaltenskodex festlegen, können Sie Ihre Schwerpunkte frei wählen. Unabhängig davon, ob Sie den Kodex selbst verfasst haben oder sich zu einem anderen verpflichtet haben, gilt es die Einhaltung regelmäßig zu überprüfen.

Ein Verhaltenskodex hilft Ihnen, sich am Markt zu positionieren und für andere mit Ihren Anti-Korruptionsmaßnahmen sichtbar zu werden.

Mitglied einer Anti-Korruptions-Organisation (zum Beispiel Transparency International)

Informieren Sie sich über Anti-Korruptions-Organisationen und werden Sie Mitglied. Eine Mitgliedschaft in einer Anti-Korruptions-Organisation verschafft Ihnen immer die neuesten Informationen über Richtlinien, Entwicklungen und potenzielle Risiken im Kampf gegen Korruption. Wenn Sie sich dort aktiv engagieren, zeigen Sie Verantwortung und den Stellenwert, den Anti-Korruptions-Maßnahmen für Sie haben.

Audits (für Einhaltung von Compliance)

Wenn Sie sich Regeln in Bezug auf Korruption setzen – in welcher Form auch immer – müssen diese auch überprüft werden. Sie können ein Controlling dafür einführen und sich selbst prüfen oder Außenstehende mit der

Prüfung beauftragen. Die Veröffentlichung der Ergebnisse einer solchen Prüfung kann im positiven Fall das Vertrauen Ihrer Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner und Ihrer Kundschaft in Ihr Unternehmen stärken.

3.2 Wichtige Aspekte der Transparenz für ein Unternehmen nach außen

Transparenz ist in der heutigen Zeit ein wichtiger Faktor für den Erfolg eines Unternehmens. Sie schafft Vertrauen bei Ihren Kundinnen und Kunden, bei Geschäftspartnerschaften sowie Investorinnen und Investoren. Sie verbessert die Reputation und steigert den Wert Ihres Unternehmens.

3.2.1 NACHHALTIGKEITSKRITERIEN BEI INVESTITIONEN UND ANLAGEGESCHÄFTEN

Neben erwartbaren wirtschaftlichen und finanziellen Erlösen sollten Nachhaltigkeitskriterien systematisch in Investitionsentscheidungen miteinbezogen werden. Zur Systematisierung eignet sich der ESG-Begriff. ESG steht für „Environment, Social, Governance“, also für Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Hier eine kurze Liste der möglichen Aspekte in den 3 Bereichen:

- **Ökologische Themen:** Biodiversität, Klimawandel, Treibhausgasemissionen, erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen, umweltschädliche Chemikalien, Abfallmanagement, Frischwasserverbrauch und Abwassermanagement, Landnutzungskonflikte, Bodenversauerung
- **Soziale Themen:** Aktivitäten in Konfliktregionen, Fair-Trade-Produkte, Menschenrechte, Gesundheitsschutz, Zugänglichkeit zu lebenswichtigen Dienstleistungen und -produkten, Sicherheit am Arbeitsplatz, HIV/Aids, Arbeitsbedingungen in der Lieferkette,

Kinderarbeit, Beziehungen mit lokalen Gemeinden, Personalmanagement, Interessenvertretung der Mitarbeitenden, Diversität, Versammlungsfreiheit, Beiträge zur lokalen ökonomischen Entwicklung

- **Governance / gute Unternehmensführung:** Vorstandsvergütung, Bestechung und Korruption, Vertretung von Anlegerinteressen, Entscheidungsstrukturen im Vorstand und Aufsichtsrat, Risikomanagement, Whistleblowing, Auseinandersetzung mit Interessengruppen, Lobbying, Transparenz

Durch die systematische Durchführung eines Negativ-Screenings können umstrittene Investitionen und Anlagen, wie etwa Rüstungsgeschäfte, Lebensmittelspekulationen oder Projekte mit besonders negativen Umweltauswirkungen, ausgeschlossen werden. Informationen zu den verschiedenen ESG-Aspekten liefern beispielsweise Branchenverbände, zivilgesellschaftliche Organisationen, Medien, Behörden und spezielle Nachhaltigkeits-Ratingagenturen.

Es ist außerdem möglich, ein Geschäftskonto bei einer Bank, die nach Nachhaltigkeitsaspekten investiert, zu nutzen. Eine wachsende Zahl alternativer und kirchlicher Banken richtet ihre Bankgeschäfte nach ethischen und ökologischen Kriterien aus und bietet damit eine Alternative zu konventionellen Kreditinstituten.

3.2.2 EU-TAXONOMIE-VERORDNUNG DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION

Mit dem Green Deal und dem Aktionsplan für ein nachhaltiges Finanzwesen der Europäischen Kommission trat am 12.07.2020 die EU-Taxonomie in Kraft. Ab dem 01.01.2022 ist die Verordnung für ein ökologisch nachhaltiges Wirtschaften anzuwenden. Die Taxonomie rückt die Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit in den Fokus finanzwirtschaftlichen Handelns. Das einheitliche Klassifikationssystem (Taxonomie) enthält die Kriterien zur Bestimmung, ob eine Wirtschaftstätigkeit als ökologisch nachhaltig einzustufen ist, um damit den Grad der ökologischen Nachhaltigkeit einer Investition ermitteln zu können. Somit soll die Verordnung Anreize schaffen, Kapitalflüsse in der EU nachhaltiger zu gestalten. Die Verordnung richtet sich an den Finanzsektor, da diesem eine wichtige Schlüsselrolle in Bezug auf eine nachhaltige Transformation der Gesamtwirtschaft zugeschrieben wird. Hierunter fallen Banken, Versicherungen und Asset Manager, aber auch Emittenten von Unternehmensanleihen, Kreditnehmende, große Unternehmen von öffentlichem Interesse sowie Regulatoren und Gesetzgeber.

Welche Aktivitäten gelten als "Green Finance" gemäß der EU-Taxonomie?

1. Alle Aktivitäten, die einen substanziellen Beitrag zu einem von 6 Umweltzielen (siehe Methodik) leisten; und
2. keinen signifikanten Schaden für die anderen 5 Umweltziele verursachen, sofern relevant; und
3. ein Mindestmaß an Schutzmaßnahmen erfüllen (zum Beispiel die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte).

3.2.3 OFFENLEGUNG VON GESCHÄFTSZAHLEN

Die Offenlegung von Geschäftszahlen ist nicht nur für börsennotierte Unternehmen und Kreditinstitute von essenzieller Bedeutung, sondern stellt auch für nicht-börsennotierte Unternehmen einen strategischen Vorteil dar. Die transparente Präsentation finanzieller Kennzahlen spielt eine zentrale Rolle bei der Vertrauensbildung von Investorinnen und Investoren, Kundschaft und weiteren Stakeholdern. Durch die klare und offene Kommunikation finanzieller Daten wird nicht nur die Transparenz Ihres Unternehmens gestärkt, sondern es entsteht auch eine verbesserte Grundlage für eine umfassende Bewertung der finanziellen Stabilität und Leistungsfähigkeit.

3.2.4 NACHHALTIGKEITS- UND UMWELTSIEGEL

Nachhaltigkeitssiegel spielen eine entscheidende Rolle bei der Orientierung von Verbraucherinnen und Verbrauchern hin zu umweltfreundlichen und nachhaltigen Produkten. Diese Siegel, die von unabhängigen Organisationen vergeben werden, signalisieren, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung bestimmte Umwelt- und Sozialstandards erfüllt. Solche Siegel können eine Vielzahl von Kriterien abdecken, darunter ökologische Produktionspraktiken, faire Arbeitsbedingungen oder den Einsatz erneuerbarer Energien. Zu den wichtigsten Siegeln zählen unter anderem:

- EU-Energielabel (Elektrogeräte)
- Bio-Siegel (Lebensmittel)
- EU Ecolabel (verschiedene Alltagsprodukte)
- Blauer Engel (verschiedene Alltagsprodukte)
- Grüner Knopf (Bekleidung)

3.3 Transparenz innerhalb des Unternehmens

Transparente Kommunikation innerhalb Ihres Unternehmens ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg des Unternehmens. Sie schafft Vertrauen zwischen den Mitarbeitenden und der Management-Ebene, fördert die Zusammenarbeit und trägt zu einer besseren Entscheidungsfindung bei.

3.3.1 ENTSCHEIDUNGSREGELN

Systematische Regeln für Investitionsentscheidungen tragen zur Transparenz der Prozesse bei und sichern eine objektive Entscheidungsfindung ab. Viele KLIMAWIN-Unterzeichner und -Unterzeichnerinnen haben zum Beispiel mit dem 4-Augen-Prinzip und der gemeinsamen Entscheidung im Geschäftsführungs- oder Mitarbeitendenkreis oder durch das standardmäßige Einholen von Vergleichsangeboten klare Regeln für eigene Investitionsentscheidungen definiert.

3.3.2 KOMMUNIKATION MIT DEN MITARBEITENDEN

Selbst wenn die Bedeutung der Transparenz innerhalb eines Unternehmens betont wird, ist es wichtig, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, um eine transparente Kommunikation zu fördern. Hier sind einige Möglichkeiten, wie Transparenz innerhalb des Unternehmens verbessert werden kann:

Offene und ehrliche Kommunikation:

Das Management sollte offen und ehrlich mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommunizieren. Dies bedeutet, dass relevante Informationen klar und unverfälscht an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weitergegeben werden. Die Transparenz in der Kommunikation schafft Vertrauen und ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich aktiv in die Unternehmensprozesse einzubringen.

Regelmäßige Informationen:

Die Belegschaft sollte regelmäßig über wichtige Entscheidungen und Entwicklungen im Unternehmen informiert werden. Dies trägt nicht nur dazu bei, Unsicherheiten zu minimieren, sondern fördert auch das Verständnis für die Unternehmensrichtung. Die Implementierung eines effektiven Kommunikationskanals, wie beispielsweise regelmäßige Newsletter, ermöglicht es, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeitnah auf dem Laufenden zu halten. Darüber hinaus können interaktive Plattformen, virtuelle Meetings oder Intranet-Portale genutzt werden, um eine transparente Informationsvermittlung zu gewährleisten.

Feedback-Kultur:

Die Etablierung einer Feedback-Kultur ist von entscheidender Bedeutung für eine konstruktive interne Kommunikation. Mitarbeitende sollten ermutigt werden, ihre Meinungen, Vorschläge und Bedenken frei zu äußern. Das Management sollte proaktiv Feedback einholen und auf konstruktive Weise darauf reagieren. Dies kann beispielsweise im Rahmen einer jährlichen Evaluation erfolgen. Darüber hinaus sollten auch informelle Kanäle gefördert werden. Regelmäßige Mitarbeitendengespräche, Feedback-Boxen oder digitale Plattformen können dazu beitragen, eine kontinuierliche und spontane Rückmeldung zu ermöglichen. Die Integration von vielfältigen Feedback-Quellen ermöglicht es dem Management, ein umfassendes Bild der Mitarbeitendenzufriedenheit und -motivation zu erhalten und darauf aufbauend Prozesse kontinuierlich zu verbessern.

WEITERE INFORMATIONEN

Hier finden Sie weitere Informationen zu Anti-Korruptions-Maßnahmen:

- [Initiativkreis Korruptionsprävention Bundesverwaltung/Wirtschaft – Gemeinsam gegen Korruption](#)
- [Compliance-Systeme einrichten – Ein Leitfaden für die Wirtschaft](#)
- [Transparency International](#)
- [EU-Taxonomie](#)

Möglichkeiten der quantitativen Berichterstattung

Um das Erreichen Ihrer Ziele später überprüfen zu können, sollten Sie neben der qualitativen Beschreibung ergriffener Maßnahmen und Erfolge auch quantitative Indikatoren verwenden. Vorschläge für quantitative Indikatoren zur Messung des Leitsatzes sind:

- Anzahl der durchgeführten Anti-Korruptions-Schulungen für Ihre Mitarbeitenden
- Anzahl der teilnehmenden Mitarbeitenden bei Anti-Korruptions-Schulungen
- Anzahl der beseitigten Korruptionsrisiken in der Lieferkette
- Anzahl und Art von Nachhaltigkeits- und Umweltsiegeln
- Beteiligungsrate an Evaluationen und Feedback-Mechanismen
- Auflistung von Geschäftspartnerinnen und -partnern

Bezug zur Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)

Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) formuliert seit 2023 die Regeln zur nicht-finanziellen Berichterstattung von Unternehmen. Als Teil der CSRD legen die 12 European Sustainability Reporting Standards (ESRS) die wesentlichen Themenfelder der unternehmerischen Nachhaltigkeitsberichterstattung fest. Insbesondere der **ESRS G1 Unternehmenspolitik** befasst sich mit Anti-Korruption und der Beziehung zu Zulieferunternehmen.

Der **ESRS G1 Unternehmenspolitik** bezieht sich auf die Strategie und den Ansatz, die Prozesse und Verfahren des Unternehmens sowie seine Leistung in Bezug auf die Unternehmenspolitik. Das meint insbesondere:

- die Unternehmensethik und Unternehmenskultur, einschließlich der Bekämpfung von Korruption und Bestechung, des Schutzes von Hinweisgebern und des Tierwohls
- das Management der Beziehungen zu Lieferfirmen, einschließlich Zahlungspraktiken, insbesondere im

Hinblick auf Zahlungsverzug an kleine und mittlere Unternehmen

- die Tätigkeiten und Verpflichtungen des Unternehmens im Zusammenhang mit der Ausübung seines politischen Einflusses, einschließlich seiner Lobbytätigkeiten

Maßnahmen von den Unternehmen sind unter anderem Angaben zu Strategien zur Bekämpfung von Korruption oder Bestechung, zu einem Hinweisgeberschutzsystem sowie zu der Ausgestaltung von Beschaffungsverfahren, einschließlich eines fairen Verhaltens gegenüber den Zulieferunternehmen.

Darüber hinaus erfordert der **ESRS G1 Unternehmenspolitik** auch Auskünfte über die politische Einflussnahme und die Lobbytätigkeiten eines Unternehmens. Berichtet werden müssen die wichtigsten Themen, die Gegenstand der Lobbytätigkeiten sind, sowie die getätigten finanziellen Zuwendungen und Sachleistungen nach Art der Empfängerin / des Empfängers beziehungsweise der / des Begünstigten.

Die KLIMAWIN

Mit dem Unterzeichnen der KLIMAWIN bekennen sich Unternehmen zu ihrer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren sie sich mit der Region, in der sie wirtschaften. Die folgenden 12 Leitsätze, die sich inhaltlich ergänzen und klimaschützendes sowie nachhaltiges Wirtschaften in

allen Facetten abbilden, beschreiben das Nachhaltigkeitsverständnis der KLIMAWIN und ihrer Mitgliedsunternehmen. Ausführliche Informationen und weitere Unterzeichnende der KLIMAWIN finden Sie auf: nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin.

KLIMA UND UMWELT



Leitsatz 01 – Klimaschutz:

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“



Leitsatz 02 – Klimaanpassung:

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“



Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft:

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“



Leitsatz 04 – Biodiversität:

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“



Leitsatz 05 – Produktverantwortung:

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

SOZIALE VERANTWORTUNG



Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette:

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“



Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden:

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“



Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen:

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

ÖKONOMISCHER ERFOLG UND GOVERNANCE



Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze:

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“



Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert:

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“



Leitsatz 11 – Transparenz:

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“



Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation:

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

KONTAKT

Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich gerne an das Team der Klimaschutzstrategie

„Unternehmen machen Klimaschutz“:

Telefon: +49 711 126 266 1 | E-Mail: klimawin@nachhaltigkeitsstrategie.de

Impressum

HERAUSGEBER

Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg
Kernerplatz 9 | 70182 Stuttgart

KONTAKT

Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“

Telefon: +49 711 126 266 1

E-Mail: klimawin@nachhaltigkeitsstrategie.de

REDAKTION

Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg

TEXT UND GESTALTUNG

Prognos AG | [prognos.com](https://www.prognos.com)

ÖkoMedia GmbH | [oekomedia.com](https://www.oekomedia.com)

BILDNACHWEIS

Grafiken und Illustrationen: © ÖkoMedia GmbH

COPYRIGHT

© 05/2024, Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg

MEHR INFORMATIONEN

nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig



Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“



Beim Klimaschutz kommt der Wirtschaft eine besondere Rolle und Verantwortung zu. Die Klimaschutzstrategie „Unternehmen machen Klimaschutz“ will möglichst viele baden-württembergische Unternehmen dabei unterstützen, systematisch und strukturiert unternehmerischen Klimaschutz umzusetzen und signifikant Treibhausgase zu reduzieren.

Alle Unternehmenszielgruppen – Einsteiger, engagierte Unternehmen und Vorreiter – können spezifische Unterstützungs-, Kommunikations- und Vernetzungsangebote nutzen. So soll nachhaltiges und klimabewusstes Wirtschaftswachstum unterstützt und gleichzeitig Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit gesichert werden.

MEHR INFORMATIONEN

nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig