

ESG-Ratings

Selbst- und Fremdbild des Nachhaltigkeitsmanagements auf dem Prüfstand



Von **Oliver Oehri**
Managing Partner
Center for Social and
Sustainable Products AG

Durch die steigende Bereitschaft, zusätzliche Aspekte in die Investitionsentscheidung einfließen zu lassen, haben «Nachhaltige Geldanlagen» oder «Socially Responsible Investments» (SRI) in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Das Konzept von SRI berücksichtigt dabei neben Ertrag, Handelbarkeit und Sicherheit zusätzliche Kriterien aus den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Governance (ESG-Kriterien). So konnten Nachhaltige Geldanlagen seit mehreren Jahren ein überdurchschnittliches Wachstum verzeichnen. Gemäss dem FNG, dem deutschsprachigen Verband für Nachhaltige Geldanlagen, hat sich das Anlagevolumen von 2005 bis 2011 mehr als vervierfacht. Mit rund 16% Zuwachs hat sich dieser Wachstumstrend auch 2012 ungebrochen fortgesetzt.

Nachhaltige Geldanlagen setzen dabei oft Negativ- und Positiv-Screening-Verfahren ein. So werden mittels Ausschlusskriterien Unternehmen, deren Geschäfte missbilligt werden, aus dem Anlageuniversum verbannt oder

Unternehmen entsprechend ihrer Leistungen im Nachhaltigkeitsmanagement ausgewählt. Hierbei spielen spezialisierte Rating-Agenturen eine zentrale Rolle, die die Nachhaltigkeitsinformationen bewerten und bereitstellen.

Welchen Stellenwert besitzt nun das Nachhaltigkeitsmanagement innerhalb der Unternehmen, wie schneiden die Unternehmen bei den Nachhaltigkeitsratings ab und welche Entwicklungen werden künftig erwartet? Eine aktuelle *oekom research* Studie ermöglicht mit der Befragung von 199 Grossunternehmen aus knapp 30 Ländern und 34 Branchen hierzu einen Einblick.

Nachhaltigkeitsmanagement – Selbstbild der Unternehmen

An Bekenntnissen zur unternehmerischen Verantwortung fehlt es nicht. So gelangt die Befragung der 199 Unternehmen unter anderem zum Ergebnis, dass

- bei rund 60% der befragten Unternehmen dem Thema nachhaltige Entwicklung eine sehr hohe Bedeutung für die zukünftige Unternehmensentwicklung beigemessen wird;
- sich rund zwei Drittel der Unternehmen aufgrund der Anforderungen seitens Kunden und Investoren mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen;
- mehr als zwei Drittel der Unternehmen überzeugt sind, dass gute Nachhaltigkeitsratings ihnen im Wettbewerb um hoch qualifizierte Mitarbeiter helfen;
- bei jedem dritten Unternehmen das Abschneiden im Nachhaltigkeitsrating Einfluss auf die Bezahlung der Führungskräfte hat.

Nachhaltigkeitsrating – Fremdbild der Unternehmen

In der besagten Studie wird die Selbsteinschätzung der Unternehmen jedoch stark relativiert. So führt *oekom research* aus, dass knapp ein Drittel der

von ihnen bewerteten Unternehmen befriedigende Ansätze im Nachhaltigkeitsmanagement zeigen, mehr als die Hälfte der Unternehmen bisher kaum oder gar nicht aktiv ist und ein Rating im A-Bereich von *oekom research* an ein internationales Grossunternehmen noch nie vergeben wurde. *Oekom research* analysiert und bewertet derzeit rund 3'000 Unternehmen. Ganz im Zeichen der Interessenkonfliktvermeidung gilt für die Branche, dass nicht das bewertete Unternehmen für das ESG-Rating bezahlt.

Status quo und Trends des Nachhaltigkeitsratings

Realisierung von Kostenreduktionspotenzialen, Anforderungen seitens Kunden, Risikoverhalten von Investoren oder Reputationsüberlegungen – die Gründe für eine systematische Verankerung des Nachhaltigkeitsmanagements für ein Unternehmen sind zahlreich. Umso erstaunlicher, dass sich das Selbst- und Fremdbild im Nachhaltigkeitsmanagement von Unternehmen oft widersprüchlich darstellt. Die Befragung der 199 Unternehmen zeigt hierzu einen deutlichen Handlungsbedarf bei der Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Bewertungsprozesse und Ratingergebnisse auf. Darüber hinaus gilt es, das Aufwand/Nutzen-Verhältnis des Bewertungsprozesses weiter zu optimieren.

Der SRI-Markt ist seit Anbeginn von einer hohen Innovationskraft geprägt. So sind die spezialisierten Rating-Agenturen bedacht, stetig die Erfordernisse nach Transparenz und Nachvollziehbarkeit umzusetzen, um das Selbst- und Fremdbild der Unternehmen letztendlich vermehrt in Einklang zu bringen. Insbesondere spezialisierte SRI-Datenbanken ermöglichen künftig einen vereinfachten Zugang, individuelle Vergleichbarkeit und adäquate Preissetzung der ESG-Ratings.

www.cssp-ag.com
o.oehri@cssp-ag.com