



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



PRAXISTAGE FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

Lieferketten verantwortlich gestalten
Über Nachhaltigkeit berichten

7. März 2018, Aurubis, Hamburg

Veranstaltungspartner



Workshop D

Offenlegung nicht-finanzieller Informationen und Berichterstattung über soziale und ökologische Auswirkungen entlang der Lieferkette

Nienke Berger

Aurubis AG

Bernd Hentschel

Wankendorfer Baugenossenschaft
für Schleswig-Holstein eG

Jan Hendrik Pietsch

Hamburger Hafen und Logistik
Aktiengesellschaft (HHLA)

Moderation: Moritz Blanke, UPJ

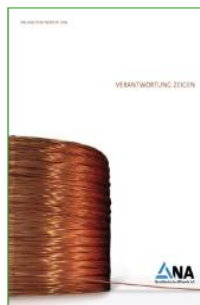
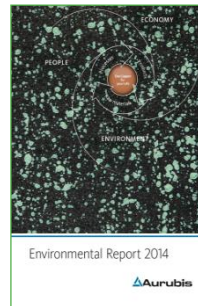
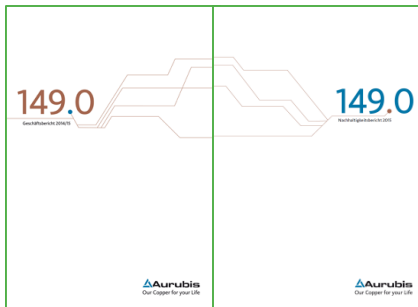
A decorative pattern of overlapping triangles in various colors (blue, brown, grey, gold) is located on the left side of the slide, extending from the top to the bottom.

Nachhaltigkeitsberichterstattung der Aurubis AG

*Nienke Berger, Referentin Nachhaltigkeitsmanagement,
Aurubis AG*

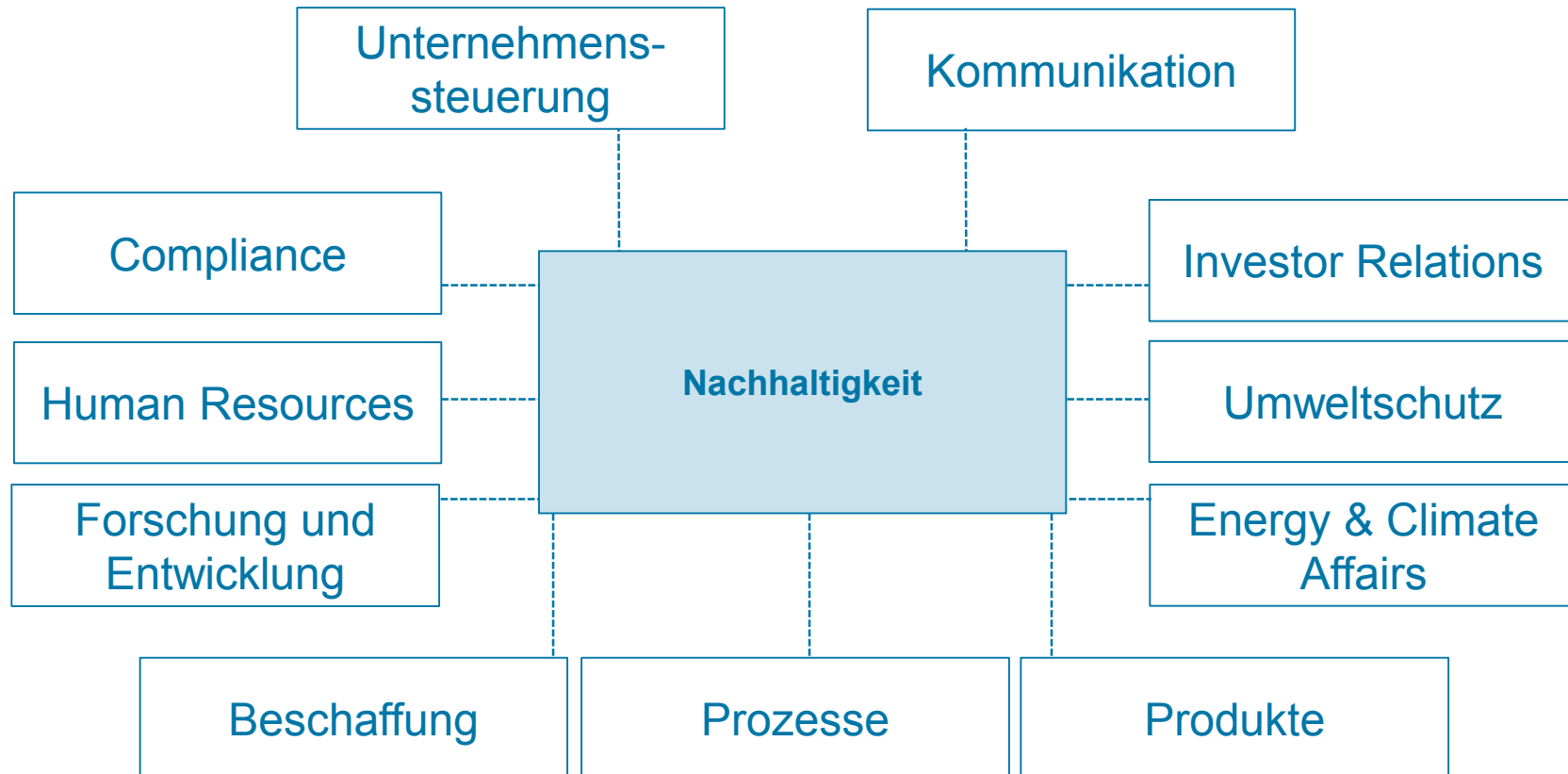
*Praxistag Lieferketten verantwortlich gestalten – Über
Nachhaltigkeit berichten*

Hamburg, 7. März 2018



- 2018 Nichtfinanzielle Erklärung (jährlich)
- 2017/18 Weiterentwicklung Nachhaltigkeitsstrategie
- 2017 CSR-Richtlinie in Kraft (EU Direktive 2014/95/EU)
- 2017 Communication on Progress für den UN Global Compact
- 2016 5. Nachhaltigkeitsbericht, Leitidee Geschäftsbericht
- 2015 4. Umweltreport Konzern
- 2014 Bekenntnis zum UN Global Compact**
- 2014 4. Nachhaltigkeitsbericht
- 2013 Nachhaltigkeitsstrategie**
- Seit 2010 Umweltreport Konzern (zweijährlich)
- Seit 2009 Nachhaltigkeitsbericht Konzern (zweijährlich)
- 2008 Erster Nachhaltigkeitsbericht Aurubis AG
- Seit 2002 Jährliche Umweltberichte Aurubis AG

Gesetzlich	Stakeholdererwartungen			
<ul style="list-style-type: none"> CSR-Berichtspflicht ab GJ 17/18 	<p>Allgemein</p>  <p>WE SUPPORT</p>  <p>+ Berichte für Branchenverbände (z.B. ICA)</p>	<p>Kunden u. Investoren</p>     <p>rated by </p> <p>+ Kundenspezifische Fragebögen</p> <p>+ Weitere Ratings (MSCI, Sustainalytics, DJSI, etc.)</p>	<p>Zertifizierungen</p> <ul style="list-style-type: none"> Z.B. EMAS Umwelterklärung, ISO 14001, ISO 50001 	<p>Medien, NGO, Unis</p> <ul style="list-style-type: none"> Interviews/ Statements Spezifische Anfragen Studien

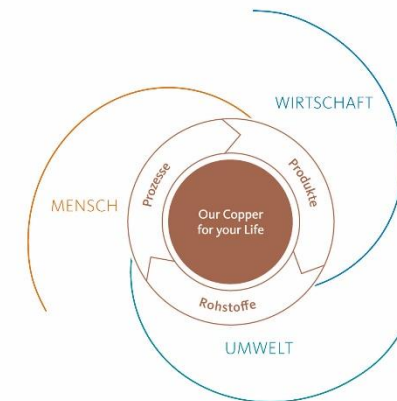


Bestimmung der wesentlichen Themen



Materialitätsanalyse 2015:

- » Durchführung von qualitativen Interviews
 - » Intern: 15 Führungskräfte
 - » Extern: 14 Experten aus 8 verschiedenen Stakeholdergruppen



A decorative pattern of overlapping triangles in various colors (blue, brown, gold, grey) on the left side of the slide.

Vielen Dank!

*Nienke Berger, Referentin Nachhaltigkeitsmanagement,
Aurubis AG*

Hamburg, 7. März 2018

Praxistage für mittelständische Unternehmen

7. März 2018

Aurubis, Hamburg



Offenlegung nicht-finanzieller Informationen und Berichterstattung über soziale und ökologische Auswirkungen

Wankendorfer

Baugenossenschaft für Schleswig-Holstein eG

Mittwoch, 7. März 2018





Bernd Hentschel
Mitglied des Vorstands

Agenda

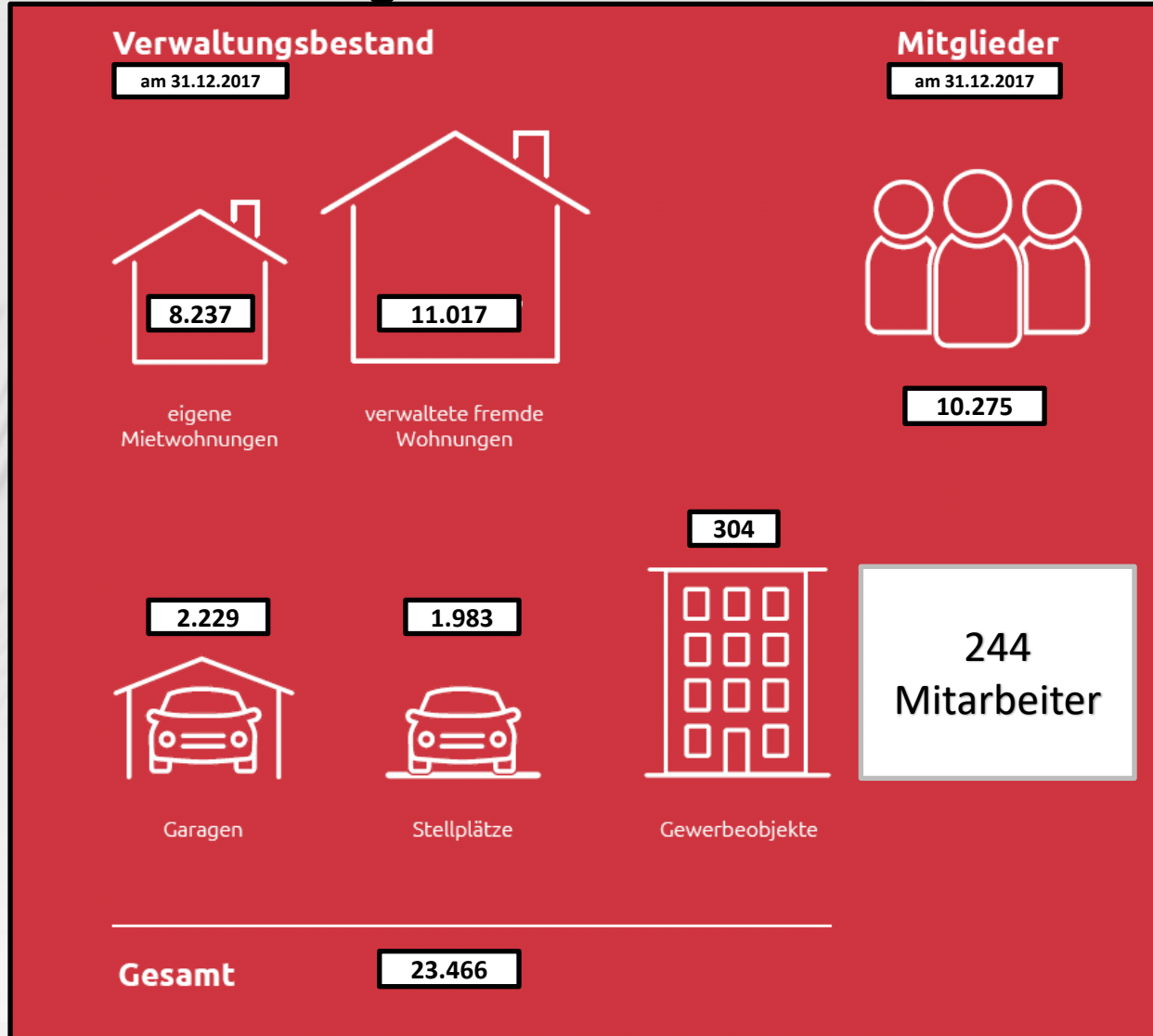
1. Kurzvorstellung der wankendorfer
2. Auslöser Nachhaltigkeitsberichterstattung
3. Verantwortung / Koordination / Einbindung
4. Orientierung an Berichterstattungsstandards
5. Nutzen / Erfolgsfaktoren / Herausforderungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung
6. Wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Verantwortung
7. Schutz der Umwelt
8. Soziale Nachhaltigkeit
9. Gute Unternehmensführung und faire Geschäftsbeziehungen
10. Ökonomisch / Sozial - Beispiele

1. Kurzvorstellung der wankendorfer – unser Geschäftsgebiet



1.

Kurzvorstellung der wankendorfer



1.

Nachhaltigkeitsbericht 2014



wan!
Für

Nachhaltigkeitsbericht 2016

wankendorfer
Für die Menschen im Land

Die Kunst der Nachhaltigkeit



wan!
Für die Menschen im Land



2. Auslöser Nachhaltigkeitsberichterstattung

- Intensive Befassung mit der unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung (CSR) der wankendorfer seit sehr vielen Jahren
- 2013: Veröffentlichung der GdW-Arbeitshilfe „Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Wohnungswirtschaft“ für standardisierte Berichte
- 2013: Unterzeichnung einer gemeinsamen Absichtserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex durch den GdW und den Rat für nachhaltige Entwicklung

2. Auslöser Nachhaltigkeitsberichterstattung

- 2014: Abschluss einer wohnungswirtschaftlichen branchenspezifischen Ergänzung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (als erste Wirtschaftsbranche)
- Wohnungsunternehmen können nun leichter eine DNK-Entsprechenserklärung abgeben und sich zur nachhaltigen Wirtschaftsweise mit sozialer, ökologischer und ökonomischer Dimension bekennen.

Intention:

Stärkere Bündelung der Nachhaltigkeitskriterien
für eine bessere Transparenz, Vergleichbarkeit und Reputation

3. Verantwortung / Koordination / Einbindung

- Vorstand
- CSR-Managerin
 - keine Stabsstelle! / organisatorisch verantwortlich
- Führungskräfte
 - Vorbilder / Förderer / Fordernde
- alle Mitarbeiter/innen

4. Orientierung an Berichterstattungsstandards - Wobei helfen DNK und Nachhaltigkeitsbericht?

- Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK / 20 Kriterien) und seine beinhaltenden Leistungsindikatoren (GRI / 28 Kriterien) setzen Maßstäbe für Transparenz.
- Der DNK bietet einen Rahmen für die Berichterstattung zu nichtfinanziellen Leistungen, der von Organisationen und Unternehmen jeder Größe und Rechtsform genutzt werden kann. Der DNK kann weltweit genutzt werden, der Unternehmenssitz ist nicht relevant für die Anwendung des DNK.
- Mit seinen Kriterien für nachhaltiges Wirtschaften, die 2011 im Dialog mit Stakeholdern erstellt und 2014 überarbeitet wurden, hilft der DNK den Unternehmen klarzusehen, was mit dem Begriff Nachhaltigkeit gemeint ist, den Fokus auf das Wesentliche zu bewahren und zugleich ihre Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft wirksamer und ehrgeiziger wahrzunehmen.

5. Herausforderungen / Nutzen / Erfolgsfaktoren der Nachhaltigkeitsberichterstattung

- Kapazitätsengpässe infolge Berichterstellung
- fehlende Unterstützung / fehlende Aufbereitung von Daten und Fakten
- interne Widerstände wegen vermuteter „Unwirtschaftlichkeit“ / Komplexität / Zielkonflikte
- Erwartungshaltung der Stakeholder erfüllen

aber:

- Nachhaltigkeitsimage
 - a) erhöht die Loyalität der Kunden,
 - b) hilft beim Vertrieb (bessere Reputation),
 - c) sorgt für Stolz der Mitarbeiter auf ihren Arbeitgeber

5. Herausforderungen / Nutzen / Erfolgsfaktoren der Nachhaltigkeitsberichterstattung

- wankendorfer gewinnt als Arbeitgeber an Attraktivität für Nachwuchskräfte und Fachkräfte
- Wissensaufbau = höhere Kompetenz
- neue Kontakte / erweitertes Netzwerk
- Einsparungen durch ökologisches Wirtschaften
- zusätzliche Impulse
 - Veränderung der Strategie
- Wer Nachhaltigkeit voran treibt, ist am Ende nicht der Getriebene!

6. Wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Verantwortung

- Modernisierung im Eigenbestand (4.167 WE / 188 Mio. €)
 - reduzierter Energieverbrauch (Einsparung 14 Mio. kWh / p.a.)
 - verminderte Emissionen (Einsparung 3.200 Tonnen CO₂ / p.a.)
- Bezahlbarkeit der Warmmiete verbessern und den Wohnkomfort steigern
- langfristige Investitionen in bezahlbare Wohnungen
 - wirken negativen Effekten der Immobilienspekulation entgegen
- verantwortungsvolle Vergabepraktiken
- Förderung von lokalem Wirtschaftswachstum und lokaler Beschäftigung

7. Schutz der Umwelt

- wankendorfer macht sich auf dem Weg zum klimaneutralen Gebäudebestand
 - u. a. Joint Venture GETEC & wankendorfer
- nachhaltige Energie für Schleswig-Holstein
- Neubau und Sanierung gemäß bestmöglicher Standards
 - zur Erreichung von Kosteneffizienz und Umweltschutz
- Nutzung von regenerativen Ressourcen und Vermeidung von Umweltverschmutzung
 - Minimierung von Düngern und Herbiziden
 - Winterdienst - Alternativen zum Einsatz von Streusalz
 - verbrauchsorientiertes Abfallmanagement

7. Schutz der Umwelt

- Energie- / CO₂-Einsparungen durch energetische Modernisierung
- Schaffung von ökologisch nachhaltigen Wohnquartieren
 - Anlage grüner Infrastrukturen
- Umrüstung der Beleuchtung auf LED-Technik
- Ökostrom
- Energieverbrauch in Zusammenarbeit mit den Mietern senken
- E-Fahrzeuge / Carsharing / E-Bike / neue Nutzfahrzeuge

8. Soziale Nachhaltigkeit

- Mieterschutz auf Grundlage von fairen Mietverträgen und fairer Behandlung
- Hilfestellung für bedürftige Bewohner/innen
- soziale Durchmischung gewährleisten
 - keine „Ghettos“
- aktive Förderung des sozialen Zusammenhalts in den Nachbarschaften
 - Verantwortung für Neubürger, Asylbewerber und Migranten
- Zusammenarbeit mit örtlichen Verwaltungen und Behörden

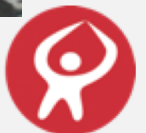
9. Gute Unternehmensführung und faire Geschäftsbeziehungen

- verantwortungsbewusste Personalwirtschaft
 - Chancengleichheit
 - Sicherheit am Arbeitsplatz
 - Förderung der beruflichen Entwicklung
 - faire Arbeitsbedingungen
- Transparenz
- umfassende Kommunikation
- faire Stakeholderbeziehungen

10. Ökonomisch / Sozial - Beispiel „Kieler Modell“



wankendorfer
Für die Menschen im Land



10. Ökonomisch / Sozial - Beispiele

- Neubau mit Gemeinschaftsraum (113 m²)



- Neubau für Menschen mit Behinderung



10. Ökonomisch / Sozial – Quartiersentwicklung

- Abriss eines fremden Hochhauses in Truppenkamp
 - Kostenübernahme 50 T€
- Kauf von 45 Wohnungen zum Abriss in Truppenkamp



10. Ökonomisch / Sozial – Quartiersentwicklung

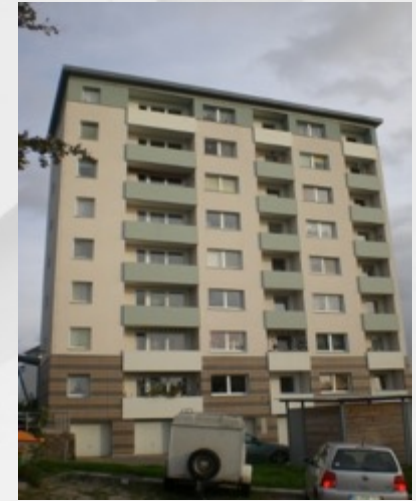
- Kauf von Obdachlosenunterkünften (24 Wohneinheiten in 3 Gebäuden) zum Abriss in Wahlstedt
- Kauf von 90 Wohnungen zum Abriss in Wahlstedt



10. Ökonomisch / Sozial – Quartiersentwicklung

Erwerb einer städtischen Wohnungsbaugesellschaft

- 438 Wohneinheiten
- Modernisierungsverpflichtung in Höhe von 10 Mio. €



Erwerb von rund 600 städtischen Wohnungen in 5 Kommunen

- Auflösung Gemeinschaftsbäder
- umfassende Modernisierungen

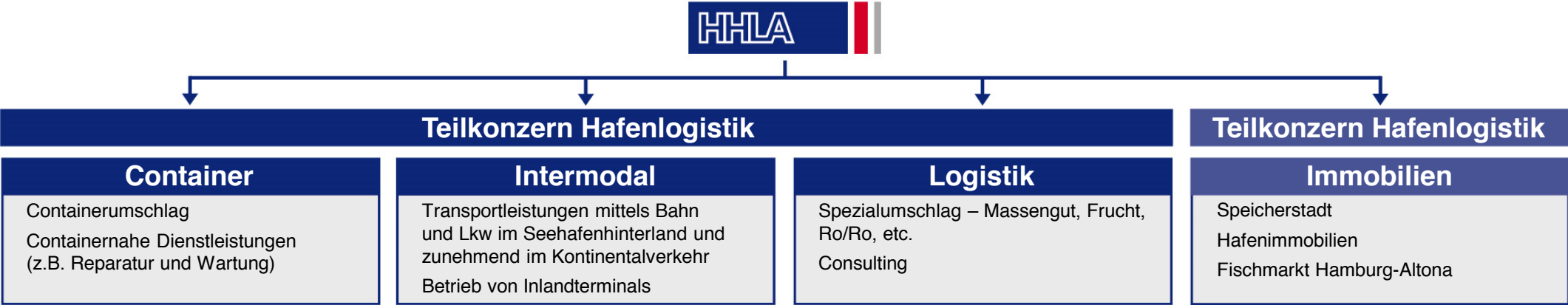


Offenlegung nicht-finanzieller Informationen und Berichterstattung über soziale und ökologische Auswirkungen entlang der Lieferkette

Hamburg, 07.03.2018

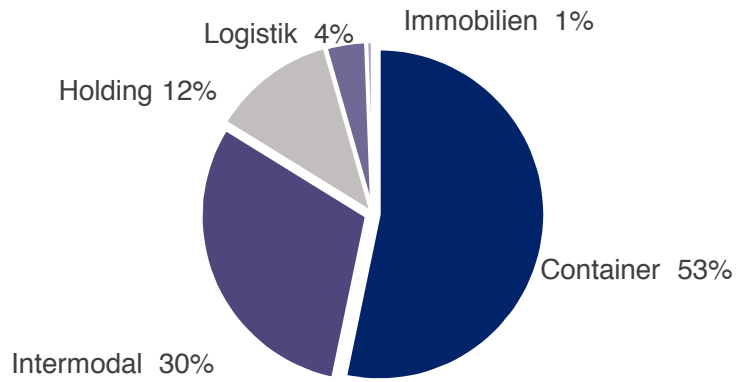
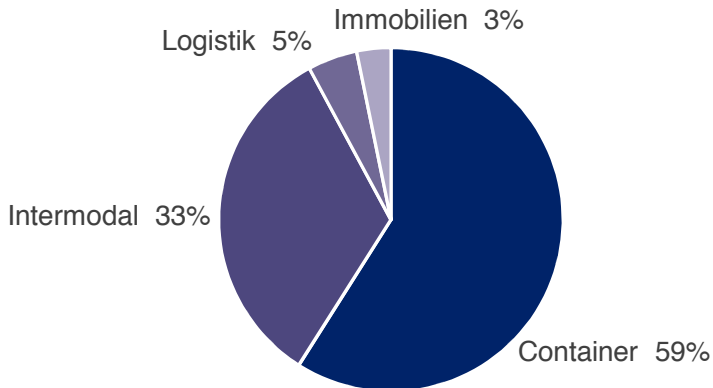


Kurzvorstellung HHLA



Umsatz nach Segmenten: 1,178 Mrd. €

5.528 Mitarbeiter nach Segmenten



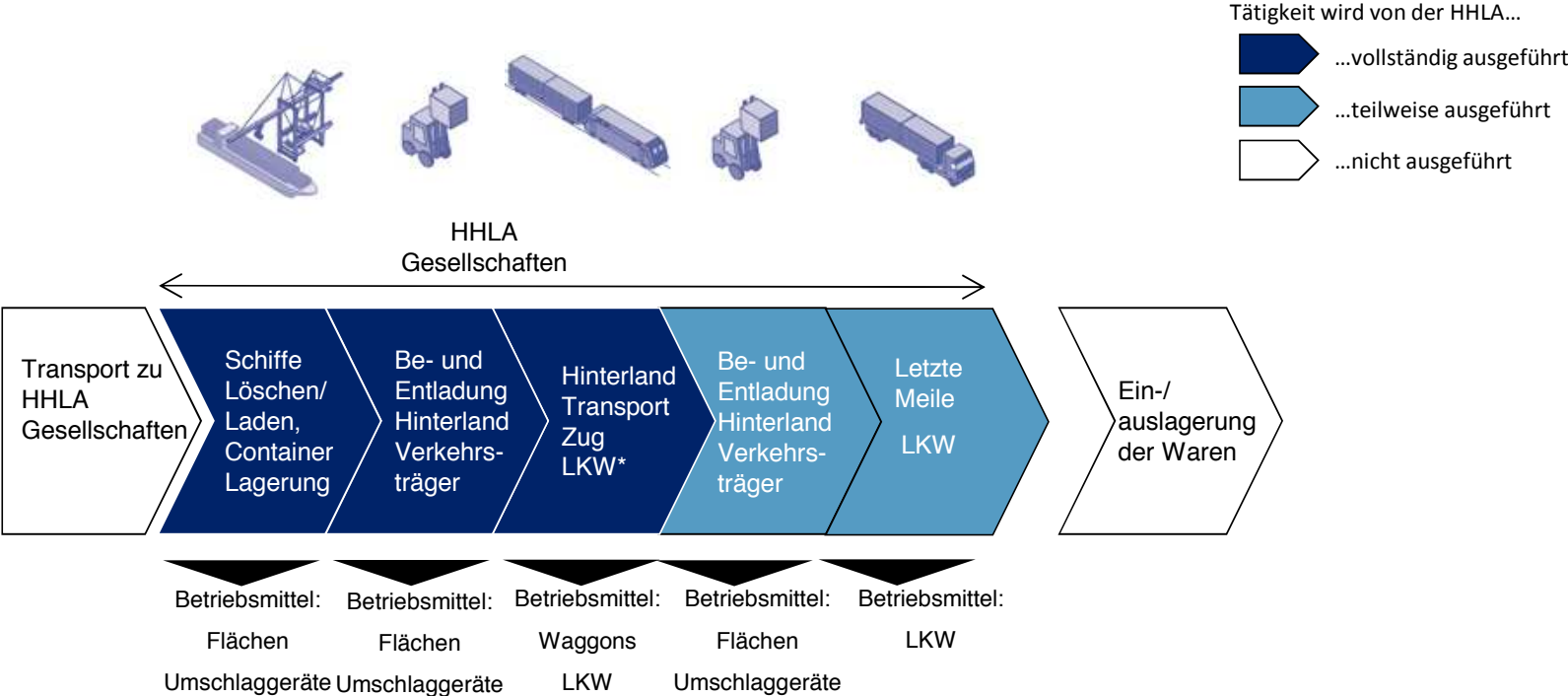
Organisatorische Einordnung Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit seit Gründung des Unternehmens vor 132 Jahren im Geschäftsmodell
- Verantwortung gegenüber Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Umwelt, wirtschaftlicher Erfolg
- Stabsstelle, direkte Berichtslinie zur Vorstandsvorsitzenden
- Nachhaltigkeitsrat unter Vorsitz der Vorstandsvorsitzenden mit externer Unterstützung durch Prof. Schaltegger
- Sehr viele Schnittstellen zu anderen Bereichen
- Schwerpunkt der Stabsstelle: Projektinitiierung, Projektdurchführung, Berichterstattung, Zertifizierungen
- Seit 2011 eigener Nachhaltigkeitsbericht

Entwicklung Nachhaltigkeitsreporting bei der HHLA

Image- teil	Ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen werden im Imageteil dargestellt	„Verantwortung“ Ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen werden im Imageteil dargestellt	„Zukunft im Blick“ Ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen werden im Imageteil dargestellt	„Bewegen, Vernetzen, Entwickeln“ Nachhaltigkeitsthemen im Imageteil	Unterschiedliche Nachhaltigkeitsthemen im Imageteil	„Unterschiedliche Nachhaltigkeitsthemen im Imagete	Kein Imageteil mehr im Geschäftsbericht	Kein Imageteil mehr im Geschäftsbericht
Lage- bericht		Erstmalige Erwähnung von „Nachhaltigkeit“ im Lagebericht	Im Lagebericht Differenzierung in Umwelt, Soziales, Wirtschaft	Im Lagebericht Differenzierung in Umwelt, Soziales, Wirtschaft	Strukturiertes Nachhaltigkeitsreporting nach GRI 3.1.	Strukturiertes Nachhaltigkeitsreporting nach GRI 4	Strukturiertes Nachhaltigkeitsreporting nach GRI 4	Strukturiertes Nachhaltigkeitsreporting nach GRI 4
GRI- Tabelle				Parameter für GRI finden sich im gesamten GB, aber keine Tabelle	Kriterien der GRI sind mit Inhaltsangabe im GB oder Internet aufgeführt	Kriterien der GRI sind mit Inhaltsangabe ausschließlich im Internet aufgeführt	Kriterien der GRI sind mit Inhaltsangabe ausschließlich im Internet aufgeführt	Kriterien der GRI sind mit Inhaltsangabe ausschließlich im Internet aufgeführt
CSR- RUG								Umsetzung der CSRRUG Anforderungen durch Nicht-finanziellen Bericht im GB. NfB als Bestandteil des NHB.
	2007	2008	2009 - 2010	2011	2012- 2014	2015	2016	2017 möglich

Beispielhafte Wertschöpfungskette bei der HHLA



* Durch Vertragspartner mit HHLA Branding