

wesentliche ökologische, soziale und ökonomische aspekte zur beurteilung von nachhaltigkeitsberichten

positionspapier

Im Auftrag des Lebensministeriums



lebensministerium.at

A - 1020 Wien
Hollandstr. 10/46
Tel. +43 1 315 63 93-0
Fax +43 1 315 63 93-22
E-Mail: office@oegut.at
www.oegut.at

Impressum:

Für den Inhalt verantwortlich: Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik, ÖGUT, Hollandstrasse 10/46, A – 1020 Wien, Tel.: +43.1.315 63 93 – 0, Fax +43.1.315 63 93 – 22, eMail: office@oegut.at, www.oegut.at,
vertreten durch: Herbert Greisberger, ÖGUT

Projektleitung: Henriette Gupfinger, ÖGUT

Weitere MitarbeiterInnen:

- Herbert Greisberger, ÖGUT
- Susanne Hasenhüttl, ÖGUT
- Martin Schweighofer, ÖGUT

TeilnehmerInnen der moderierten Diskussionsrunden bzw. des Round Tables:

- **Wilhelm Autischer**, Berater für Nachhaltigkeit und CSR
- **Gisela Bosch**, ÖIN - Österreichisches Institut für Nachhaltige Entwicklung
- **Brigitte Frey**, Wirtschaftsprüferin Ernst & Young
- **Reinhard Friesenbichler**, Unternehmensberater
- **Stefan Gara**, Geschäftsführer ETA Umweltmanagement
- **Friedrich Hinterberger**, Sustainable Europe Research Institute (SERI)
- **Erich R. Hoffmann**, HOFFMANN & PARTNER Sozialkapital- und Investmentberatung GmbH
- **Christine Jasch**, Leiterin des Wiener Instituts für Ökologische Wirtschaftsforschung, Wirtschaftstreuhandlerin
- **Monika Langthaler**, Geschäftsführende Gesellschafterin brainbows
- **Roman Mesicek**, Geschäftsführer respACT Austria
- **Christian Öhler**, Abteilung für betrieblichen Umweltschutz und Technologie, Lebensministerium
- **Aloisia Predota**, Denkstatt Umweltberatung und Management GmbH
- **Karl Resel**, Wallner & Schauer Beratung und Forschung für nachhaltige Entwicklung GmbH
- **Alfred W. Strigl**, Geschäftsführer ÖIN - Österreichisches Institut für Nachhaltige Entwicklung
- **Andreas Tschulik**, Leiter der Abteilung für betrieblichen Umweltschutz und Technologie, Lebensministerium
- **Martin Weishäupl**, brainbows

Wesentliche ökologische, soziale und ökonomische Aspekte zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten

Hintergrund und Ziel des Positionspapiers

In der Umweltberichterstattung ist mit dem EMAS System ein Standard geschaffen worden (Erhebung von Umweltaspekten und Anleitung für die Signifikanzbewertung - Anhang VI EMAS-VO), der eine strukturierte und ausgewogene Darstellung der umweltrelevanten Aspekte verlangt. Dieses Qualitätsniveau soll auch im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung aufrechterhalten werden, wenngleich soziale und wirtschaftliche Aspekte im Zuge der Nachhaltigkeitsdebatte in der Wirtschaft zunehmend an Bedeutung gewinnen. Allerdings gibt es für Sozialaspekte bzw. wirtschaftliche Aspekte, die in Nachhaltigkeitsberichten dargestellt werden sollen, derzeit keinen expliziten Standard in vergleichbarer Qualität. Insbesondere die Darstellung ökonomischer Indikatoren beschränkt sich oft auf Auszüge aus dem Geschäftsbericht des Unternehmens und ist daher aus einer nachhaltigen Perspektive derzeit zumeist noch unzureichend abgebildet.

Vor diesem Hintergrund initiierte das Lebensministerium einen ExpertInnendialog in Form von moderierten Diskussionsrunden mit ExpertInnen¹ aus unterschiedlichen Stakeholdergruppen (BeraterInnen, WirtschaftstreuhandlerInnen, WissenschaftlerInnen, Mitarbeitern des Lebensministeriums,...). Im Rahmen dieser Gespräche wurden die zentralen sozialen und wirtschaftlichen Aspekte der Nachhaltigkeitsberichterstattung aus Sicht der ExpertInnen identifiziert und diskutiert. Basierend auf dem oben genannten Hintergrund des Papiers lag der Fokus der Gespräche auf sozialen und wirtschaftlichen Aspekten, während die ökologischen Aspekte aus dem Anhang VI der EMAS VO übernommen wurden.

Ziel des Positionspapiers ist es, wesentliche Aspekte zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten darzustellen. Das vorliegende Positionspapier erhebt nicht den Anspruch in allen Teilaspekten vollständig zu sein, sondern versteht sich als Unterstützung für unterschiedliche Akteure der Nachhaltigkeitsberichterstattung (z.B. Unternehmen, BeraterInnen, LeserInnen). Weiters ist das Positionspapier als Ergänzung zu bereits bestehenden erarbeiteten Leitfäden und Empfehlungen zu sehen².

Das Wort „Aspekte“ wurde im ExpertInnendialog ganz bewusst in Anlehnung an den Anhang VI der EMAS VO gewählt. Themen und Fragestellungen werden dadurch für die Beurteilung der Nachhaltigkeitsberichte operationalisierbar gemacht. Kriterien und Indikatoren werden nicht explizit dargestellt, da das vorliegende Papier nicht darauf abzielt, einen neuen Leitfaden zum Verfassen von Nachhaltigkeitsberichten zu erarbeiten.

¹ Die AutorInnen danken den TeilnehmerInnen des Stakeholderdialogs (siehe Seite 3) für ihre Inputs und kritischen Kommentare.

² Beispielhaft werden hierfür der **Leitfaden „Fair Reporting – Empfehlungen für eine faire und ausgewogene Nachhaltigkeitsberichterstattung“** (Ökobüro, ETA Umweltmanagement, ÖGUT 2006: Darstellung von den 10 TopThemen, die Qualitätssteigerung und zur „Objektivierung“ von Nachhaltigkeitsberichten zu liefern) und der **Leitfaden "Reporting about Sustainability - In 7 Schritten zum Nachhaltigkeitsbericht"** (ÖIN 2004: Strukturierter Überblick, wie ein Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen und publizieren kann) genannt.

Das Positionspapier

Das Positionspapier beginnt mit der Darstellung von allgemeinen Grundsätzen der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die ökologischen Aspekte werden gemäß der EMAS-Verordnung Anhang IV dargestellt. In den folgenden Kapiteln werden die wesentlichen sozialen, ökonomischen und übergreifenden Aspekte zur Beurteilung von Nachhaltigkeitsberichten abgebildet, die von den ExpertInnen genannt wurden.

Die Aspekte sollen insbesondere auch Unternehmen anregen, in den Diskussionen kritische Fragen zu stellen, um den unternehmensinternen Dialog über Nachhaltigkeit zu unterstützen.

ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE DER NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

◇ Transparenz, Überprüfbarkeit

- Nachhaltigkeitsberichte, die den Kriterien der Transparenz und Objektivität entsprechen und betroffene Stakeholder und unabhängige Dritte einbeziehen, fördern die Glaubwürdigkeit von Unternehmen. Gemeinsam mit den Anforderungen an Vollständigkeit, Aktualität, Relevanz und Vergleichbarkeit zählen „Transparenz“ und „Überprüfbarkeit“ zu den Grundsätzen ordnungsgemäßer Berichterstattung.

◇ Bericht über Konfliktfälle und Problemfelder

- Der Nachhaltigkeitsbericht sollte im Sinne einer ausgewogenen Darstellung auch aufgetretene Konfliktfälle und Problemfelder enthalten und den Umgang mit den Konflikten transparent und ohne Beschönigung darstellen.

◇ Darstellung der Nachhaltigkeitsstrategie und wie sich das Unternehmen dem Thema nähert

- Die Unternehmensstrategie setzt das Leitbild um: Ein genauer und langfristiger Plan, um die definierten Ziele (Unternehmensziele) zu erreichen.

◇ Darstellung von Zielen – Maßnahmen – Verantwortlichen (sog. Nachhaltigkeitsprogramme)

- Es existiert ein terminisiertes Umsetzungsprogramm mit (quantifizierten) Zielen, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten und Budgets.

◇ Bericht über nachhaltigkeitsbezogene Aktivitäten, die das Kerngeschäft betreffen

- Integration der nachhaltigen Entwicklung in das „Kerngeschäft“ (Produkt, Dienstleistung)

◇ Prozessdarstellung

- Beschreibung des Prozesses der Integration von Nachhaltigkeit ins Unternehmen (Commitment im Management, Beteiligung des Betriebsrates, direkte Partizipation der MitarbeiterInnen, Einbindung der Gewerkschaften, zukünftige Ausrichtung der Produkte und Dienstleistungen,...)
- Institutionalisierung des Prozesses der Integration von Nachhaltigkeit ins Unternehmen

◇ Stakeholder Beteiligung

- Im Nachhaltigkeitsbericht ist eine Auflistung der wichtigsten Anspruchsgruppen und deren Anliegen dargestellt. Weiters sind Art und Umfang des Stakeholder-Dialogs und gegebenenfalls daraus resultierende Auswirkungen auf Unternehmensstrategien bzw. -entscheidungen zu beschreiben.

ÖKOLOGISCHE ASPEKTE

Im Anhang VI der EMAS VO sind die wesentlichen Umweltaspekte von Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen der Unternehmen/Organisationen dargestellt. Ökologische Aspekte können in direkte und indirekte ökologische Aspekte unterteilt werden.

Direkte Umweltaspekte sind verbunden mit Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen der Organisation selbst, die deren direkter betrieblicher Kontrolle unterliegen:

- Emissionen in die Atmosphäre,
- Einleitungen und Ableitungen in Gewässer,
- Vermeidung, Verwertung, Wiederverwendung, Verbringung und Entsorgung von festen und anderen Abfällen, insbesondere gefährlichen Abfällen,
- Nutzung und Verunreinigung von Böden,
- Nutzung von natürlichen Ressourcen und Rohstoffen (einschließlich Energie),
- Lokale Phänomene (Lärm, Erschütterungen, Gerüche, Staub, usw.)
- Verkehr (sowohl im Hinblick auf Waren und Dienstleistungen als auch auf die Arbeitnehmer)
- Gefahren von Umweltunfällen und von Umweltauswirkungen, die sich aus Vorfällen, Unfällen und potenziellen Notfallsituationen ergeben oder ergeben können,
- Auswirkungen der Biodiversität

Direkte Umweltaspekte können durch interne Managemententscheidungen kontrolliert werden. Demgegenüber muss eine Organisation bei indirekten Umweltaspekten Einfluss auf AuftragnehmerInnen LieferantInnen, KundInnen und NutzerInnen ihrer Produkte und Dienstleistungen ausüben, um eine Verbesserung des Umweltschutzes zu erreichen. Nach Anhang VI Abschnitt 6.3 a-g der EMAS VO kann sich die Kontrolle indirekter Umweltaspekte unter anderem auf Folgendes erstrecken:

- Produktbezogene Auswirkungen (Design, Entwicklung, Verpackung, Transport, Verwendung und Wiederverwertung/Entsorgung von Abfall)
- Kapitalinvestitionen, Kreditvergabe und Versicherungsdienstleistungen
- Neue Märkte (neue Umweltaspekte durch Einführung vorhandener Produkte auf neuen Märkten)
- Auswahl und Zusammensetzung von Dienstleistungen (z.B. Verkehr oder Gaststättengewerbe)
- Verwaltungs- und Planungsentscheidungen
- Zusammensetzung des Produktangebots
- Umweltschutz und –verhalten von Auftragnehmern, Unterauftragnehmern und Lieferanten

SOZIALE ASPEKTE

Folgende Aspekte wurden **als wesentliche SOZIALE ASPEKTE für die Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten** im Rahmen der ExpertInnen-Diskussion eingestuft:

◆ **Aspekt der Menschenrechte**

Menschenrechtliche Verantwortung kommt auch in Österreich bzw. in Europa tätigen Unternehmen zu. Während grundlegende Normen in Folge staatlicher Kontrolle in unseren Breiten lückenloser eingehalten werden, ist dieser Aspekt für international tätige Unternehmen von besonderer Bedeutung.

- Betrachtung derjenigen Menschenrechtsthemen, die für das jeweilige Unternehmen relevant sind (Betrachtung der gesamten Wertschöpfungskette, LieferantInnen)
- Unternehmensinterne Menschenrechtsstandards insb. die Arbeitsbedingungen betreffend
- Monitoringsystem für diese internen Standards

◆ **Health & Safety – Gesundheit / Sicherheit am Arbeitsplatz**

Sicherheit am Arbeitsplatz und Erhaltung bzw. Förderung der Gesundheit der MitarbeiterInnen zählt zu den wesentlichen Aspekten einer sozialen Verantwortung der Unternehmen gegenüber seinen MitarbeiterInnen.

- Arbeitsbedingungen am Arbeitsplatz, Arbeitsplatzgestaltung (Ergonomie, Beleuchtung am Arbeitsplatz, etc.)
- Aktive Gesundheitsförderung
- Einhaltung von Mindeststandards bei Internationalisierung

◆ **Allgemeine Personalpolitik**

Soziale Nachhaltigkeit, vor allem bei Unternehmen, die hauptsächlich in entwickelten Ländern tätig sind, zeigt sich in der Personalpolitik und umfasst unter anderem die folgenden Teilaspekte:

- Eingliederung von sozial benachteiligten Gruppen ((Langzeit)Arbeitslosen, Behinderten, etc.)
- Einstellung von/Umgang mit älteren MitarbeiterInnen
- Umgang mit Abbau von MitarbeiterInnen, Restrukturierung

◆ **MitarbeiterInnenpolitik**

Soziale Verantwortung manifestiert sich in der Gestaltung der Beziehung zu den MitarbeiterInnen und der Gestaltung des Arbeitsumfeldes.

- Vereinbarkeit von Beruf und Lebenswelt (work life balance)
- Chancengleichheit und Antidiskriminierung von benachteiligten Gruppen
- Chancengleichheit für Frau und Mann
- MitarbeiterInnen-Partizipation (Vorschlagwesen, MitarbeiterInnengespräch, Mitgestaltung)
- Arbeitszeitmodelle (Aktivitäten zur Familienfreundlichkeit, Auszeit z.B. für gemeinnützige Aktivitäten, Kinderbetreuung)
- Mitarbeitervorsorge (Pensionsvorsorge, Sozialleistungen)
- Entlohnungspraxis und gehaltsbezogene Anreizsysteme
- Weiterbildungsangebote
- Struktur der ArbeitnehmerInnen-Interessenvertretung

ÖKONOMISCHE ASPEKTE

Folgende Aspekte wurden **als wesentliche ÖKONOMISCHE ASPEKTE für die Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten** im Rahmen der ExpertInnen-Diskussion eingestuft:

◆ **Wertschöpfung**

Die Unternehmenstätigkeit schafft Werte für die EigentümerInnen, für die MitarbeiterInnen, für Finanzinstitute, für die Gesellschaft bzw. für das Sozialprodukt der jeweiligen Länder. Mit der Wertschöpfungsrechnung erklärt das Unternehmen die Entstehung (Gesamtleistung abzüglich Vorleistungen einschließlich Import/Export) und die Verwendung (Verteilungsrechnung) der wirtschaftlichen Leistung in einem Geschäftsjahr:

- Art und Umfang sowie Ort (Land) der bezahlten Steuern und erhaltenen Subventionen der jeweiligen Körperschaften
- Einkommensverteilung im Unternehmen (Personalkosten)
- Gewinnverteilung
- Anteil für Fremdkapitalgeber (Zinsaufwand)

◆ **Vermögens-, Finanz- und Ertragslage**

Mit der Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage auf Basis des Jahresabschlusses, jedoch in verdichteter und betriebswirtschaftlicher Gliederung, wird ein strukturierter Überblick zu ökonomischen Eckdaten gegeben (Kennzahlen wie Eigenkapital, Anlagenintensität, Ergebnisbeitrag, etc.).

◆ **Corporate Governance**

Corporate Governance, die verantwortungsvolle Unternehmensführung geht über die Einhaltung der rechtlichen Vorschriften für Unternehmen hinaus und umfasst jene Regeln der verantwortungsvollen Unternehmensführung und –kontrolle, die auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtet sind und Transparenz sichern, damit Vertrauen bei den Stakeholdern geschaffen wird.

- Prinzip der freiwilligen Selbstverpflichtung
- Unterzeichnung des Österreichischen Corporate Governance Kodex oder Orientierung an unternehmensinternen Richtlinien zur Corporate Governance
- Internes Monitoringsystem zur Überprüfung der Einhaltung des Corporate Governance Kodex / zur Überprüfung der unternehmensinternen Richtlinien
- Controlling- bzw. Evaluierungsinstanzen bzgl. Bilanzpolitik und Rechnungslegungsvorschriften

◆ **Produktmarketing**

Nicht nur die Produkte und Dienstleistungen an sich, die nach nachhaltigen Kriterien gestaltet sind, sondern auch ihr Marketing bzw. die dadurch vermittelte Information an die KundInnen, trägt wesentlich zur nachhaltigen Entwicklung bei.

- Transparente Information für KundInnen über die Produkte und Dienstleistungen
- Vermeidung von widersprüchlichen Aussagen hinsichtlich Nachhaltigkeit in der Kommunikationspolitik des Unternehmens (z.B. Abstimmung der Aussagen über das Produkt/ die Dienstleistung im Nachhaltigkeitsbericht mit den Werbebotschaften des Produktes/der Dienstleistung)

◆ **Regionalität**

Die Regionalität als zentraler Aspekt der ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung und umfasst insbesondere folgende Teilaspekte:

- (Aktives) Personalrecruiting aus der Region des Unternehmens (soweit möglich und sinnvoll)
- Beschaffung aus der Region (Vorleistungen für die Produktion, Lebensmittel für die Kantine, etc.)

ÜBERGREIFENDE ASPEKTE

Folgende Aspekte wurden **als wesentliche ÜBERGREIFENDE ASPEKTE für die Bewertung von Nachhaltigkeitsberichten** im Rahmen der ExpertInnen-Diskussion eingestuft:

◆ **Beschaffung und Nutzung: *Ökologisch, sozial und ökonomisch relevant***

Die Beschaffung in Unternehmen ist ein wichtiges Instrument zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung. Die Kaufentscheidung für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen trägt wesentlich zur Umweltentlastung bei. Weiters wird durch erhöhte Nachfrage der Markt dieser Produkte gestärkt. Umweltschutz in der Beschaffung heißt jedoch nicht nur die Berücksichtigung von ökologischen Kriterien beim Einkauf, sondern zeigt sich auch bei der Nutzung von Produkten.

- Ökologisch und sozial orientierte Beschaffungsvorgänge (z.B. Einkauf der Vorleistungen nach ökologischen und sozialen Kriterien)
- Anwendung von neuen Vermarktungs- und Finanzierungskonzepten (z.B. Leasing oder Contracting)
- Anwendung von neuen Technologien und Konzepten zur Vermeidung großer Umweltbelastungen bei der Nutzung der Produkte, insb. der langlebigen Produkte (z.B. zeit- bzw. bewegungsgesteuerte Beleuchtungskörper, Eco-driving – ein Fahrstil zur Verringerung des Treibstoffverbrauchs und des Fahrzeugverschleißes)

◆ **Produktinnovation: *Ökologisch und sozial relevant***

Produktinnovationen unter Einbeziehung ökologischer und sozialer Kriterien stellen die zentrale Basis für die Entwicklung der Unternehmen in Richtung Nachhaltigkeit dar.

- Ausgaben für Forschung und Entwicklung (absolut und relativ)
- Erhöhung der Ressourceneffizienz (Verringerung der Material- und Energieintensität absolut und relativ)
- Einsatz erneuerbarer Rohstoffe
- Erhöhung der Langlebigkeit der Produkte
- Verbesserung der Reparaturfreundlichkeit der Produkte
- Verbesserung der NutzerInnenfreundlichkeit der Produkte und Dienstleistungen
- Schaffung von Angeboten von Produkt-Dienstleistungssystemen (Paradigmenwechsel: vom Verkauf von Produkten zur Bereitstellung von Lösungen zur Befriedigung menschlicher Bedürfnisse z.B. Leasing bzw. Contracting Modelle)

◆ **Lebenslanges Lernen: *Ökonomisch und sozial relevant***

Lebenslanges Lernen wie Bildung für Nachhaltige Entwicklung erfordert offene und partizipative Vermittlungs- und Lernmethoden, die zentrale Schlüsselkompetenzen wie etwa Dialogfähigkeit und Teamfähigkeit fördern.

- Organisationsinterne Entwicklungs- bzw. Karrieremöglichkeiten, Personalentwicklung (Ausbildungssysteme, Lehrlingsbetreuung, interne Schulungen, Weiterbildung)
- Flexible Arbeitszeitmodelle mit der Möglichkeit Auszeiten zu nehmen (Bildungskarenz, Gemeinnützige Arbeiten, etc.)
- Partizipative Unternehmensführung: Lernen durch Einbeziehung der MitarbeiterInnen in die Führung

◆ **Auswirkungen der Produkte & Dienstleistungen eines Unternehmens: *Ökologisch und sozial relevant***

Stetige Verbesserungen von Produkten/Dienstleistungen hinsichtlich ihrer direkten und indirekten Wirkungen auf Mensch und Umwelt entlang des gesamten Produktlebenszyklus sind das Ziel einer nachhaltig orientierten Produktpolitik eines Unternehmens.

- Beachtung des Vorsorgeprinzips in der Produktentwicklung
- Integration nachhaltiger Kriterien entlang des gesamten Produktlebenszyklus (F&E, Beschaffung, Produktion, Distribution, Marketing, Verkauf, Service, Entsorgung)

◆ **Aktives Engagement für Veränderungen in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung: *Ökologisch, sozial und ökonomisch relevant***

Gelebte und glaubwürdige Nachhaltigkeit eines Unternehmens drückt sich auch im aktiven Engagement für Veränderungen in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft aus.

- Positionierung zu Zukunftsfragen nachhaltiger Entwicklung
- Aufzeigen von nicht-nachhaltigen Entwicklungen (auch innerhalb der eigenen Branche und innerhalb der eigenen Interessensvertretung)
- Positionierung als VorreiterIn bzw. Vorbild der nachhaltigen Entwicklung
- Integration der Anliegen von Interessensgruppen in Bezug auf Nachhaltigkeit in Unternehmensentscheidungen

◆ **Corporate Citizenship: Sozial und ökonomisch relevant**

Corporate Citizenship bezeichnet das bürgerschaftliche Engagement in und von Unternehmen, die eine mittel- und langfristige unternehmerische Strategie auf der Basis verantwortungsvollen Handelns verfolgen und sich über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinaus als „guter Bürger/als gute Bürgerin“ aktiv für die Zivilgesellschaft oder für ökologische oder kulturelle Belange engagieren.

- Förderung gemeinnütziger sozialer, kultureller, sportlicher und wissenschaftlicher Aktivitäten (z.B. in Form von finanziellen Zuwendungen – Sponsoring)
- „Gemeinnütziges ArbeitnehmerInnenengagement“: gesellschaftliches Engagement von Unternehmen durch die Investition der Zeit, des Know-hows und Wissens ihrer MitarbeiterInnen
- Lobbying für soziale Anliegen: Einsatz von Kontakten und Einfluss des Unternehmens für die Ziele gemeinnütziger Organisationen oder für Anliegen spezieller Gruppen im Gemeinwesen

Links:

<http://www.accountability.org.uk>

<http://www.corporateRegister.com>

<http://www.enviroreporting.com>

<http://www.globalreporting.org>

<http://www.nachhaltigkeit.at>

<http://www.nachhaltigkeitsberichte.at>

<http://www.nachhaltigkeitsberichte.net>

<http://www.nachhaltigkeitsberichterstattung.de>

<http://www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de>

<http://www.respect.at>

<http://www.sa-intl.org>

<http://www.unglobalcompact.org>