
Inhaltsverzeichnis

1	Nachhaltigkeit in der Finanzbranche	1
1.1	Status Quo in der Finanzbranche	1
1.1.1	Analyse der BSD Consulting	1
1.1.2	Studie „Nachhaltigkeit in der Assekuranz“ von AMC und BetterRelation	3
1.1.3	Branchendarstellung von RobecoSAM	5
1.1.3.1	Banks	5
1.1.3.2	Diversified financial services and capital markets	6
1.1.3.3	Insurance	7
1.1.4	Imug-Expertenmonitor „Banken und Nachhaltigkeit“	7
1.1.5	AMC-Studie zur CSR-Kommunikation der Versicherer	8
1.1.6	Corporate Responsibility Review von oekom research	9
1.1.7	Zusammenfassung	11
1.2	Die Finanzbranche als Dienstleister mit spezifischen Herausforderungen	12
1.3	Nachhaltigkeit als bedeutsamer gemeinsamer Kern einer heterogenen Branche	13
1.4	Dimensionen der Nachhaltigkeit im Finanzsektor	15
1.4.1	Ökonomie	17
1.4.2	Ökologie	18
1.4.3	Gesellschaftliche Verantwortung	19

1.5	Nationale und internationale Nachhaltigkeitsinitiativen	20
1.5.1	Nachhaltigkeitsinitiative „Sustainable Finance“ der Deutschen Börse AG	21
1.5.2	FSB Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD).	22
1.5.3	High-Level Expert Group on Sustainable Finance	22
1.5.4	Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank („Safeguard“)	23
	Literatur.	23
2	Nachhaltigkeitsmanagement	25
2.1	Was ist Nachhaltigkeit?	25
2.2	Erst handeln, dann berichten	27
2.3	Das Fundament für Nachhaltigkeitsreporting	28
2.4	Nachhaltigkeit im Unternehmen	29
2.4.1	Unternehmen und Verantwortung	30
2.4.2	Nachhaltigkeit für die Praxis – Konzeptionierung.	31
2.5	Prozesse und Strukturen eines Nachhaltigkeitsmanagements	34
2.6	Wertebasiertes Handeln	35
2.7	Corporate Governance	37
2.8	Dialog mit den Interessengruppen	38
2.9	Nachhaltige Gestaltung der Personalpolitik.	39
2.10	Corporate Citizenship	41
2.11	Betriebsökologie	41
2.12	Messung und Bewertung von Nachhaltigkeit	43
2.12.1	Internes Controlling	43
2.12.2	Externe Ratings	44
2.12.3	Unternehmensbeispiel: Allianz Lebensversicherung-AG	45
2.13	Erfolgsfaktoren für das Nachhaltigkeitsmanagement	46
2.13.1	Individuelle Definition von Nachhaltigkeit	47
2.13.2	Verankerung der Nachhaltigkeit im Unternehmen	47
2.13.3	Analyse verschiedener Nachhaltigkeitstreiber.	48
2.13.4	Offensive marktorientierte Nachhaltigkeitsstrategie.	49
2.13.5	Die Beachtung der relevanten und potenziellen Themen	50
2.13.6	Vollständige Integration in das Kerngeschäft	51

2.13.7	Integrative Methoden sind erforderlich	51
2.13.8	Alle Unternehmensbereiche sind einzubeziehen	52
2.13.9	Wesentliche Stakeholder als Partner einbeziehen	53
2.13.10	Identifikation der relevanten Treiber ist essenziell.	54
2.13.11	Ursachen und Wirkungen messen und steuern	54
	Literatur.	55
3	Nachhaltigkeitsberichterstattung	57
3.1	Grundlagen.	57
3.1.1	Nachhaltigkeit als Übersetzungsleistung	57
3.1.1.1	Koordinaten für wirksame Nachhaltigkeitskommunikation	58
3.1.1.2	Nachhaltigkeitsberichterstattung und Nachhaltigkeitskommunikation	62
3.1.1.3	Anlass und Zweck von Nachhaltigkeitsberichterstattung.	70
3.1.1.4	Eine Frage der Perspektive: Worüber wird berichtet?.	72
3.1.1.5	Grundsätze der Berichterstattung	78
3.1.2	CSR-Berichtspflicht der EU.	89
3.1.2.1	Eine Pflicht – drei Wege, sie zu erfüllen.	90
3.1.2.2	Berichtspflichten international	92
3.2	Rahmenwerke zum Nachhaltigkeitsreporting	94
3.2.1	Transparenzrahmenwerke	95
3.2.1.1	Standards der Global Reporting Initiative (GRI)	96
3.2.1.2	Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK)	97
3.2.1.3	Integrated Reporting (IIRC)	99
3.2.1.4	UN Global Compact	103
3.2.2	Managementrahmenwerke.	104
3.2.2.1	Norm ISO 26000.	105
3.2.2.2	EMAS	106
3.2.2.3	OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.	107
3.2.3	Branchenstandards und -initiativen	108
3.2.3.1	Berichterstattungsstandards in der Finanzbranche.	108

	3.2.3.2	Prinzipien für nachhaltige Finanzdienstleistungen und -produkte	113
	3.2.3.3	Initiativen auf Verbandsebene	124
	3.2.3.4	Nachhaltigkeitsratings und -indizes	126
	3.2.3.5	SDG – Globale Nachhaltigkeitsziele	126
3.3		Umsetzung	129
	3.3.1	Der Berichterstattungszyklus	130
	3.3.2	Ziele der Berichterstattung.	131
	3.3.3	Prozesse und Strukturen.	133
	3.3.4	Format(e)	134
	3.3.4.1	Braucht es ein eigenes Berichtsformat?	135
	3.3.4.2	Online oder Print?	135
	3.3.4.3	Konzertierung der Formate	138
	3.3.5	Aufbau	139
	3.3.5.1	Struktur	139
	3.3.5.2	Gliederung.	140
	3.3.5.3	Gewichtung	141
	3.3.6	Layout	141
	3.3.7	Inhalte	142
	3.3.7.1	Bestimmung der Berichtsinhalte	143
	3.3.7.2	Wesentliche Themen für Finanzdienstleister	146
	3.3.7.3	Aufbereitung der Inhalte	147
	3.3.8	Einbindung der Mitarbeiter	155
	3.3.9	Datenerfassung.	157
	3.3.10	Textierung und Abstimmung	158
	3.3.11	Externe Prüfung	159
	3.3.12	Kommunikation	161
	3.3.13	Aufwand.	162
	3.3.14	Bewertung von Nachhaltigkeitsberichterstattung	163
	3.3.15	Der erste Nachhaltigkeitsbericht	168
3.4		Entwicklungen	169
	3.4.1	Zukunftstrends – Form.	171
	3.4.2	Zukunftstrends – Inhalt	175
	3.4.2.1	Berichterstattung zur Achtung der Menschenrechte	178
	3.4.2.2	Berichterstattung zu Klimaschutz.	179
		Literatur.	183



<http://www.springer.com/978-3-658-17216-9>

Nachhaltigkeitsreporting für Finanzdienstleister

Frese, M.; Colman, B.

2018, XII, 186 S. 16 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17216-9