



# **Nachhaltigkeitsreporting am Beispiel der AMAG Austria Metall AG**

Diplomarbeit  
von  
Roman Schlichtherle

**Technische Universität Graz**

Fakultät für Maschinenbau und Wirtschaftswissenschaften

Institut für Betriebswirtschaftslehre und Betriebssoziologie

O.Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Ulrich Bauer

Graz, im Oktober 2013

In Kooperation mit:

AMAG Austria Metall AG

**AMAG.**  
AUSTRIA METALL

---

## EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen/Hilfsmittel nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Graz, am .....

.....

(Unterschrift)

## STATUTORY DECLARATION

I declare that I have authored this thesis independently, that I have not used other than the declared sources / resources, and that I have explicitly marked all material which has been quoted either literally or by content from the used sources.

.....

date

.....

(signature)

---

## Kurzfassung

Seit der Börsennotierung der AMAG Austria Metall AG (AMAG) 2011 wächst der Druck seitens externer Stakeholder stetig, das Berichtswesen bezüglich ökologischer und sozialer Themengebiete neu aufzustellen und auszubauen. Heutzutage reicht es für Unternehmungen nicht mehr aus nur Finanzkennzahlen offen zu legen.

Dies soll heißen, dass Großkonzerne und börsennotierte Unternehmen auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren angemessen darstellen müssen. Anhand eines Nachhaltigkeitsberichts soll diesen Forderungen Rechnung getragen werden. Jedoch ist ein solcher Nachhaltigkeitsbericht bei der AMAG bis dato nicht existent. Aus diesen Gründen will die AMAG einen solchen Bericht aufbauen und auf diese Weise ihre Unternehmenspolitik und Außendarstellung bezüglich „Sustainability“ schärfen und verbessern. Die vorliegende Diplomarbeit widmet sich daher dieser Aufgabenstellung und zeigt auf wie die praktische Umsetzung und Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts in einer Unternehmung am Beispiel der Austria Metall AG aussehen kann. Ein nach der Global Reporting Initiative (GRI) erstellter Nachhaltigkeitsbericht war das erstrebte Ziel zu dessen Erreichung diese Diplomarbeit beitragen soll. Die GRI ist das mit Abstand am weitesten verbreitete Instrumentarium zum Verfassen von Nachhaltigkeitsberichten und gilt als weltweit anerkannter Standard. Auch die AMAG hat sich dazu entschlossen, ihren Nachhaltigkeitsbericht nach dieser Leitlinie zu erstellen. In folgender Diplomarbeit werden alle erforderlichen Kriterien (Berichtsprofil, Managementansatz, Leistungsindikatoren), welche für einen GRI-Bericht benötigt werden, theoretisch beschrieben und deren praktische Erhebung in der Unternehmung erläutert sowie die Ausarbeitungsergebnisse dargestellt.

## **Abstract**

Since 2011 the AMAG Austria Metal AG (AMAG) is stock exchange market listed in the Austrian Traded Index (ATX). From there on the pressure of external stakeholders is continuously increasing to improve the AMAG reporting in relation to environmental and social issues. To lay open only financial ratios is not sufficient any more. Nowadays organizations are also committed to disclose their non-financial indicators. In order to meet this demand, a sustainability report should be generated. However such a report does not exist. For this reason a sustainability report should be generated. According this plan the AMAG information policy shall be improved. This report should be based on the global reporting initiative (GRI) which is the most common guide to create a sustainability report. As well as the most companies also the AMAG decided to produce their report in accordance to these standards. All required criteria which are defined by the GRI will be elaborated. This includes the reporting profile, performance indicators and management approaches. All development results and collection methods will be specified in detail.

## Vorwort

Die vorliegende Diplomarbeit wurde im Zuge des Wirtschaftsingenieurwesen-Maschinenbau Studiums an der Technischen Universität Graz im Jahre 2013 verfasst. In Zusammenarbeit mit dem Institut für Betriebswirtschaftslehre und Betriebssoziologie sowie der AMAG Austria Metall AG wurde es mir ermöglicht, mich in Form dieser Abschlussarbeit in praxisnahem Rahmen zu beweisen. Dieses Vorwort möchte ich dazu nutzen all jenen herzlich zu danken, die am Erstellen dieser Arbeit unterstützend mitgewirkt haben.

Für das Zustandekommen dieser Arbeit möchte ich umfänglich danken:

- dem Leiter der Abteilung Strategie, Kommunikation und Marketing der AMAG Austria Metall AG **Herrn Dipl.-Ing. Leopold Pöcksteiner** für die engagierte Betreuung und motivierende Unterstützung in allen Phasen dieser Diplomarbeit
- seiner Assistentin **Frau Christina Zoidl** für die reibungslose organisatorische und terminliche Koordination
- sowie **Frau Mag. Ines Denk** welche als Ansprechpartnerin in der Unternehmung eine große Stütze darstellte und in einer stets hilfsbereiten Art und Weise die Umsetzung der Aufgabenstellungen ermöglichte.

Ein besonderer Dank gilt auch jenen zahlreichen entgegenkommenden Mitarbeiter/innen der AMAG Austria Metall AG die im Laufe dieser Diplomarbeit in ihren Fachbereichen als Ansprechpartner fungierten und ohne deren Mithilfe ein positiver Abschluss nicht möglich gewesen wäre.

Seitens der Universität danke ich recht herzlich:

- dem Vorstand des Instituts für Betriebswirtschaftslehre und Betriebssoziologie **Herrn O.Univ.-Prof.Dipl.-Ing.Dr.techn. Ulrich Bauer** für die Möglichkeit, mich mit dieser Materie beschäftigen zu dürfen
- den Universitätsassistenten und Betreuern dieser Diplomarbeit **Frau Dipl.-Ing Julia Soos** und **Herrn Dipl.-Ing Jochen Kerschenbauer** für ein stets fachliches Feedback und eine professionelle Unterstützung dieser wissenschaftlichen Arbeit.

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Ausgangssituation .....	1
1.2	Ziele .....	5
1.3	Aufgabenstellung.....	6
1.4	Untersuchungsbereich .....	8
1.5	Vorgehensweise.....	8
1.6	Carbon Disclosure Project (CDP) .....	9
<b>2</b>	<b>Theoretische Grundlagen der Arbeit</b> .....	<b>12</b>
2.1	Definitionen und allgemeine Begrifflichkeiten .....	12
2.1.1	Definition Nachhaltigkeit, Nachhaltige Entwicklung.....	12
2.1.2	3 Säulen Modell der Nachhaltigkeit .....	13
2.1.3	Corporate Responsibility und Corporate Social Responsibility .....	16
2.1.4	Corporate Citizenship und Corporate Accountability.....	17
2.1.5	Carbon Accounting - Carbon und Water Footprint.....	18
2.2	Organisationen und Richtlinien.....	20
2.2.1	Global Compact .....	20
2.2.2	ISO 26000.....	20
2.2.3	OECD-Leitsätze .....	20
2.2.4	World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).....	21
2.2.5	World Resources Institute (WRI) .....	21
2.2.6	Greenhouse Gas Protocol (GHG).....	21
2.3	Nachhaltigkeitsmanagementsysteme: Normen und Zertifizierungen.....	23
2.3.1	Umweltstandard ISO 14001 .....	23
2.3.2	Energiestandard ISO 50001 .....	24
2.3.3	Qualitätsstandard ISO 9000 .....	24
2.3.4	Sozialstandard SA 8000.....	24
2.3.5	Arbeitssicherheitsstandard OHSAS 18001 .....	24
2.3.6	Zertifizierungen der AMAG Austria Metall AG.....	25
2.3.7	Nachhaltigkeitscontrolling.....	26
2.4	Der Nachhaltigkeitsbericht.....	28
2.5	Nachhaltigkeits-Ratings und Indizes.....	29
2.5.1	Ratingagenturen.....	29

---

2.5.2	Indizes.....	31
2.6	Inhalt und Anwendungsebenen eines Nachhaltigkeitsberichts.....	32
2.6.1	Global Reporting Initiative (GRI).....	32
2.6.2	Anwendungsebenen laut GRI.....	33
2.6.3	Prinzipien der GRI-Berichterstattung.....	34
2.6.4	Angaben zum Berichtsprofil.....	35
2.6.5	Offenlegung des Managementansatzes.....	37
2.6.6	G3 –Leistungsindikatoren.....	37
2.7	Resümee der Literaturrecherche.....	40
<b>3</b>	<b>Praktische Problemlösung.....</b>	<b>42</b>
3.1	Wettbewerbsanalyse.....	43
3.1.1	Vorgehensweise.....	44
3.1.2	Ergebnisse und Übersicht.....	46
3.2	Festlegung des AMAG Berichtsprofils.....	49
3.2.1	Strategie und Analyse.....	49
3.2.2	Organisationsprofil.....	49
3.2.3	Berichtsparameter.....	50
3.3	Erhebung der Leistungsindikatoren/Kennzahlen.....	56
3.3.1	Indikatorbereich Ökonomie.....	57
3.3.2	Indikatorbereich Umweltschutz.....	60
3.3.3	Indikatorbereich Mitarbeiter.....	81
3.3.4	Indikatorbereich Menschenrechte.....	84
3.3.5	Indikatorbereich Gesellschaft.....	84
3.3.6	Indikatorbereich Produktverantwortung.....	86
3.3.7	GRI Index-Leistungsindikatoren.....	86
3.4	Aufbau der AMAG Reportingstruktur.....	92
3.4.1	Herangehensweise und Bearbeitung.....	92
3.4.2	Gliederung der Themengebiete – Inhaltsverzeichnis.....	92
3.4.3	Beschreibung der Ausarbeitung.....	94
3.5	AMAG Informationspolitik.....	96
3.5.1	Interne Kommunikation.....	96
3.5.2	Externe Kommunikation.....	99



---

<b>4</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>102</b>
4.1	Aufgabenstellung und Arbeitsweise.....	102
4.2	Kurzzusammenfassung der Ergebnisse .....	103
4.2.1	Theoretische Ergebnisse.....	103
4.2.2	Praxisrelevante Ergebnisse.....	104
4.3	Ausblick und weitere Tätigkeiten .....	104
4.3.1	Beitritt zu respACT .....	105
4.3.2	Workshops PLENUM GmbH .....	105
4.3.3	Erstellung des ersten Nachhaltigkeitsberichts .....	105
4.3.4	GRI G4 Richtlinie .....	105
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>106</b>
	<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>112</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>113</b>

# 1 Einleitung

Mit der Erstellung meiner Diplomarbeit möchte ich allen interessierten Neueinsteigern in das Fachgebiet „Nachhaltigkeit“ einen Überblick geben. Weiters möchte ich zeigen, wie man an die Ausarbeitung eines Nachhaltigkeitsberichts heran und unternehmensintern vorgehen kann um alle Daten und Informationen zu erheben, um inhaltlich einen zeitgemäßen Sustainability Report veröffentlichen zu können. Mein Theorieteil soll dazu dienen, alle wichtigen Begrifflichkeiten zu erklären, die benötigt werden, um den Hauptteil dieser Diplomarbeit verstehen zu können und generell Grundlagen zu Nachhaltigkeitsberichten übermittelt zu bekommen. Im folgenden Kapitel wird die Bedeutung dieses Themas für die AMAG Austria Metall AG beschrieben, ebenso die Ausgangssituation, die ich in der Unternehmung vorgefunden habe. Daraus resultierend, wurden Aufgabenstellungen und Ziele formuliert, welche in diesem Kapitel näher erläutert werden. Zusätzlich berichte ich über die Vorgehensweise wie dieses Thema in der Unternehmung angegangen wurde und gehe auf jenen Investorenfragebogen ein, welcher den Stein „Nachhaltigkeitsreporting am Beispiel der AMAG Austria Metall AG“ ins Rollen gebracht hat.

## 1.1 Ausgangssituation

Die AMAG Austria Metall AG (AMAG) mit Sitz im oberösterreichischen Ranshofen ist Österreichs führender Hersteller von Aluminium Halbzeug und Gießereiprodukten für die weiterverarbeitende Industrie. Der global agierende Konzern beliefert Industrien wie Flugzeug-, Automobil-, Sportartikel-, Beleuchtungs-, Maschinenbau-, Bau- und Verpackungsindustrie. Der derzeitige Mitarbeiterstand beläuft sich auf 1490 MA. Die AMAG Austria Metall AG ist 20 % Anteilseigner an der Aluminerie-Alouette Elektrolyse Anlage in Sept-Iles (Kanada) welche Primäraluminium in Form von Low-Profile Sows und Masseln herstellt. Sie ist die größte Elektrolyse Nordamerikas und gehört zu den Top 10 der Welt. Die Aluminerie-Alouette zählt zu den weltweit effizientesten Elektrolysen mit einem jährlichen Produktionsvolumen von 600.000 t Primäraluminium und einer vorbildlichen Umweltbilanz aufgrund von Strom aus Wasserkraft.<sup>1</sup>

Die AMAG-Gruppe gliedert sich in 4 Segmente:

- **Segment AMAG Walzen:** Weltweit tätiger Hersteller hochwertiger Aluminiumwalzprodukte. Spezialisiert auf Premiumprodukte ausgewählter Marktnischen. Im Jahr 2012 wurde ein Absatzvolumen von 151.300 t erreicht. Verarbeitet alle Aluminium- Legierungsfamilien an einem Standort und ist damit weltweit einzigartig.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Vgl. AMAG Austria Metall AG. (2012), S.8.

<sup>2</sup> Vgl. AMAG Austria Metall AG. (2012), S.9.

- **Segment AMAG Gießen:** Einer der größten Aluminium-Recycler Europas an einem Standort. Lieferant von hochwertigen Gusslegierungen auf Basis von recyklierten Schrotten. Diese Gusslegierungen werden in Form von Sows, Masseln und Flüssigmetall weiter verarbeitet. Produktionsvolumen 2012 rund 78.400 t<sup>3</sup>
- **Segment AMAG Metall:** Wickelt als Metallhandelsgesellschaft den Materialfluss der AMAG Gruppe ab und stellt die Schnittstelle des Konzerns zum Rohstoffmarkt dar. Steuert das Management der Anteile der Aluminerie Alouette und sichert damit die jährliche Primärmetallbasis. Zuständig auch für die Absicherung gegen das Aluminiumpreisrisiko und das damit verbundene Währungsrisiko.<sup>4</sup>
- **Segment AMAG Service:** Zentral organisierte Dienstleistungen für die operativen Bereiche. Umfasst das Gebäude-, und Flächenmanagement, die Energieversorgung, die Entsorgung von Abfallstoffen und allgemeine Werksdienste.<sup>5</sup>

Seit April 2011 notiert die AMAG an der Wiener Börse.

Abbildung 1 zeigt die aktuelle Eigentümerstruktur der AMAG Austria Metall AG vor Veröffentlichung des Ergebnisses des Übernahmeangebotes durch die B&C Industrieholding.

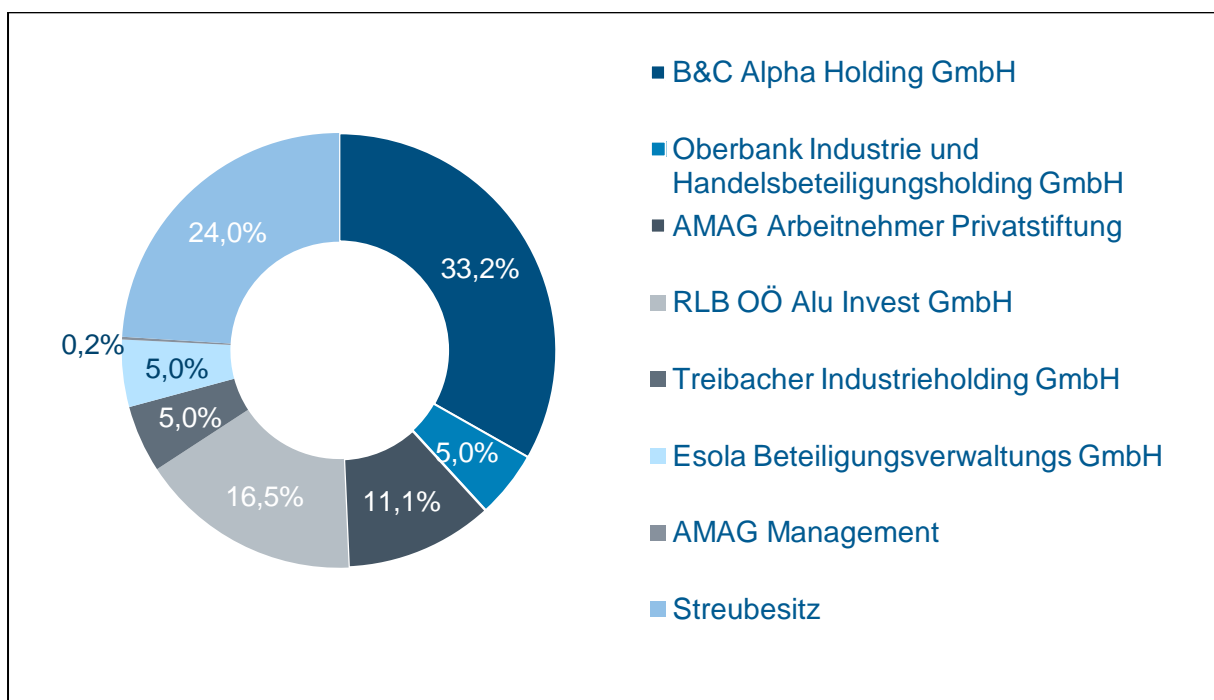


Abb.1: Eigentümerstruktur der AMAG<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Vgl. AMAG Austria Metall AG. (2012) S.8.

<sup>4</sup> Vgl. AMAG Austria Metall AG. (2012) S.8.

<sup>5</sup> Vgl. AMAG Austria Metall AG. (2012) S.9.

<sup>6</sup> Vgl. AMAG Austria Metall AG. (2012) S.22.

Die AMAG als verantwortungsvolle Unternehmung legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und Umwelt. Diese Haltung ist fester Bestandteil der Unternehmensstrategie. Die AMAG hat Grundsätze und Ziele welche im Managementsystem verankert sind. Grundsätze und Ziele sind:<sup>7</sup>

- Effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen
- Erhöhung der Energieeffizienz
- Minimierung von Emissionen und Abfall

Ebenso haben Qualität, Sicherheit und Gesundheit hohen Stellenwert. Bei der AMAG Austria Metall AG werden diese Themen intern gelebt aber nicht ausreichend nach außen kommuniziert.

Da vor allem in energieintensiven Industriezweigen die Nachhaltigkeit sowie die Umwelt ein immer größeres Thema sind, versucht auch die AMAG ihre Standards diesbezüglich auf den aktuellsten Stand zu bringen und den immer schärferen Gesetzen bezüglich Emissionen Rechnung zu tragen. Auch Investoren legen vermehrt Augenmerk auf dieses Thema und richten ihre Investitionen danach aus. Auf Roadshows wird verstärkt dieses Thema diskutiert und nach Kennzahlen gefragt, worauf aber die AMAG bisher unzureichende Antworten hatte. Deshalb gewinnen Nachhaltigkeit-Reportings als Fixbestandteil in Unternehmensberichten immer mehr an Wichtigkeit, gelten sie doch neben dem Geschäftsbericht als wichtiger Bestandteil der Informationspolitik von Unternehmungen.

Jedoch ist ein solcher Nachhaltigkeitsbericht bei der AMAG nicht existent. Aus diesen Gründen will die AMAG einen solchen Bericht aufbauen und auf diese Weise ihre Informationspolitik bezüglich Nachhaltigkeit verbessern. Die Diplomarbeit widmet sich daher dieser Aufgabenstellung. Zusammenfassend noch einmal die wichtigsten Beweggründe, warum man sich dazu entschlossen hat, einen Nachhaltigkeitsbericht zu erarbeiten.

- Das Thema der Nachhaltigkeit wird intern gelebt, aber nicht nach außen kommuniziert-bessere Informationspolitik nötig
- Druck der Stakeholder (Politik, Investoren, Gesellschaft) wächst
- Wettbewerbsnachteil gegenüber Konkurrenten
- Investoren richten vermehrt Investitionen nach Themen der Nachhaltigkeit aus
- Datenmaterial im Unternehmen unzureichend
- Generell wird Thema der Nachhaltigkeit/Umwelt immer größer

Da die AMAG Austria Metall AG an der Börse notiert, ist sie dazu verpflichtet, ein sehr umfangreiches Berichtswesen zu erstellen. Es reicht nicht mehr aus nur Finanzkennzahlen offen zu legen. Dies soll heißen, dass Großkonzerne und börsennotierte Unternehmen auch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren angemessen darstellen müssen.

---

<sup>7</sup> <http://www.amag.at> (09.04.2013)

Mehr Transparenz und Vergleichbarkeit sollen für Investoren geschaffen werden. Generell soll der Bericht dazu beitragen, dass sich die Stakeholder ein Bild von den Aktivitäten bezüglich dieses Themas machen können. Hier gilt es, für die AMAG nachzubessern bzw. einen derartigen Bericht zu verfassen, der das Unternehmensprofil bezüglich Corporate Social Responsibility (CSR) schärft. Umweltbewusste Kunden verlangen nach „grünen“ Produkten von umweltfreundlichen Unternehmungen. Die AMAG hat und will sich weiter als ein solches Unternehmen positionieren und sieht das Thema Nachhaltigkeit als einen Wettbewerbsvorteil für die Zukunft. Deshalb soll sich diesem Problem nun verstärkt angenommen werden.

In Europa, aber auch weltweit betreiben Mitbewerber der AMAG dieses Reporting bereits seit Jahren und sind damit sehr vertraut. Die AMAG will hier auf internationale Standards aufschließen, um in diesem Bereich Boden auf die Konkurrenz gut zu machen. Diese Diplomarbeit soll dazu beitragen, dieses und oben genannte Ziele zu erreichen und Probleme zu beheben.

Abbildung 2 zeigt die Entwicklung der Anzahl der CR- Reports mit der Einschränkung, dass keine Berichte gezählt wurden, die nicht das lateinische Alphabet benutzen (Russland, Japan, China, Korea ).

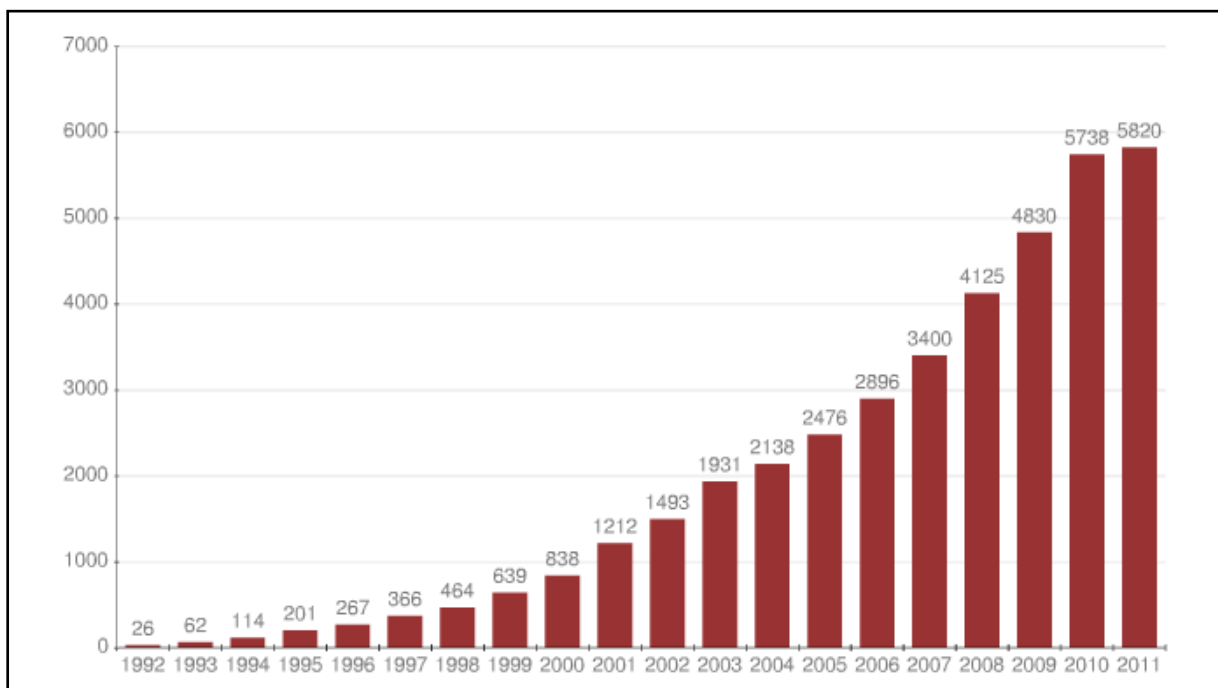


Abb.2: Entwicklung der NH- Berichterstattung<sup>8</sup>

In der nächsten Abbildung 3 ist eine Aufstellung aller CR-Reports nach Ländern zu sehen, die im Zeitraum von 1992 bis 2011 veröffentlicht wurden. Europa ist hier klar führend. Knapp 2/3 der Top 20 Reporting Länder sind europäisch.

<sup>8</sup> <http://www.corporateregister.com> (21.06.2013)

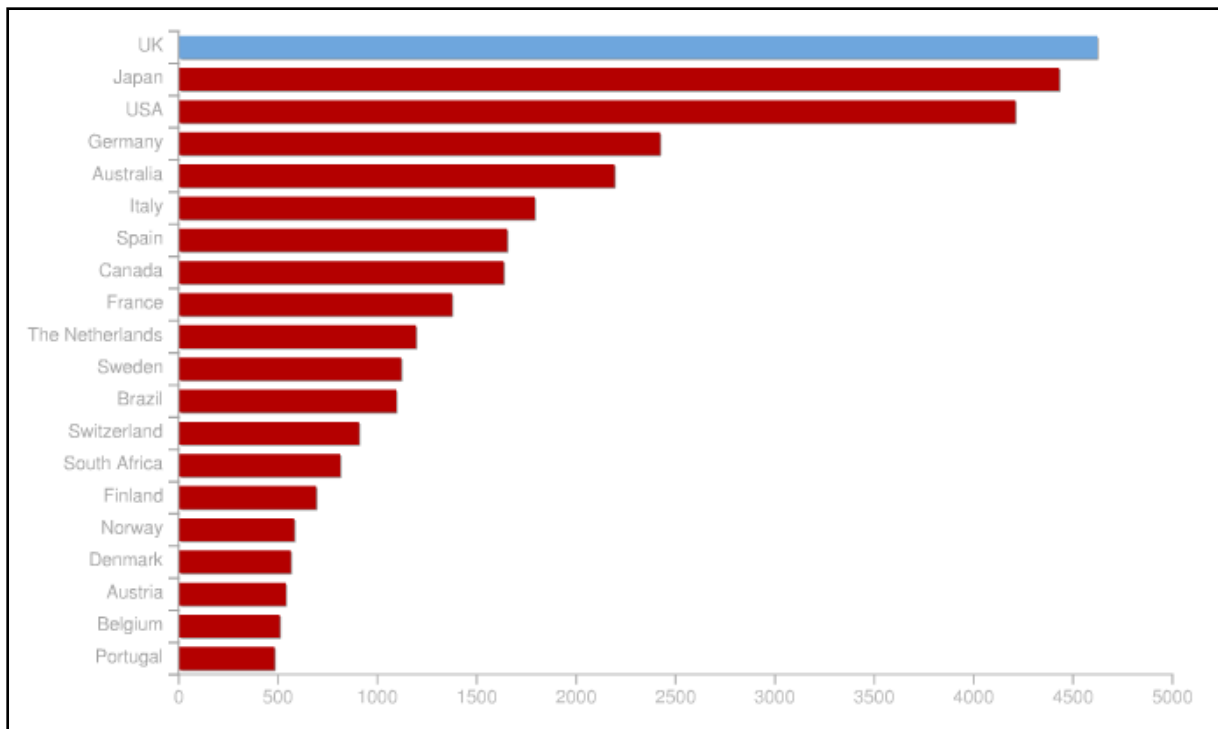


Abb.3: Anzahl der CR-Reports nach Länder<sup>9</sup>

Generell ist zu erkennen, dass die Berichterstattung bezüglich Corporate Responsibility einen rasanten Aufstieg erlebt. Der Großteil aller in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) angesiedelten und an der Börse notierenden Unternehmen veröffentlicht einen Nachhaltigkeitsbericht.

## 1.2 Ziele

Das übergeordnete Ziel dieser Diplomarbeit besteht darin, dass die AMAG Austria Metall AG ihre Informationspolitik bezüglich Nachhaltigkeit ausbaut. Durch die Lösung der beschriebenen Probleme und der daraus resultierenden Ziele soll man auf eine professionelle Reportingstruktur schließen. Wie schon in der Ausgangssituation beschrieben, sollte die AMAG als börsennotiertes Unternehmen über deren CR- Engagement berichten. Erstes Ziel meiner Arbeit war es daher, sich mit den Fachbegriffen vertraut zu machen und ein generelles Einarbeiten in die Thematik vorzunehmen.

Welche Kennzahlen in einen Nachhaltigkeitsbericht in dieser Branche und speziell für die AMAG gehören, ist noch nicht festgelegt und müssen konzernintern über alle operativen Bereiche erhoben werden. Des Weiteren soll passend zur Unternehmenspolitik ein Berichtsaufbau/Struktur entwickelt und festgelegt werden. Ein weiteres Ziel soll es sein zu definieren, was alles im Bericht abgefasst werden soll und in welcher Form. Der AMAG-Nachhaltigkeitsbericht soll ein Dokument sein, in dem das CSR- Engagement, in Anlehnung an die Global Reporting Initiative der AMAG Austria Metall AG, präsentiert wird und für alle relevanten Themengebiete AMAG spezifisches Informationsmaterial gesammelt wird.

<sup>9</sup> <http://www.corporateregister.com> (23.06.2013)

Am Ende der Diplomarbeit soll noch abschließend bearbeitet werden, wie man dieses Thema intern (Mitarbeiter) und extern (Lieferanten, Partner, Kunden, Medien, Kapitalgeber) kommunizieren kann. Corporate Social Responsibility (CSR) bringt nur dann etwas, wenn es den richtigen Leuten in Form eines umfassenden Stakeholderdialogs näher gebracht werden kann.

Ziele der Diplomarbeit können daher wie folgt zusammengefasst werden:

- Wettbewerbsanalyse innerhalb der Branche
- Kennzahlenerhebung/Berechnung innerhalb der AMAG
- Berichtsaufbau entwickeln und Inhalte festlegen
- Interne und externe Kommunikation des Themas Nachhaltigkeit festlegen

### **1.3 Aufgabenstellung**

In diesem Kapitel werden die Aufgabenstellungen beschrieben, welche sichergestellt haben, dass die mir vorgegebenen Ziele auch erreicht wurden. Zuerst werden die Aufgaben allgemein beschreiben und am Ende des Kapitels nochmals kompakt, übersichtlich und strukturiert aufgelistet, zu welchen elementaren Fragestellungen man Antworten liefern sollte und welche Teilziele daraus formuliert wurden.

Einarbeiten in die Thematik und Durchführung einer Erhebung der derzeitigen Situation bei der AMAG war die Grundvoraussetzung, um sich weiter in die Thematik vertiefen zu können. Deshalb war es anfangs die Aufgabe, sich mit den Begrifflichkeiten rund um das Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen. In Kapitel 2 „Theoretische Grundlagen“ flossen die Ergebnisse dieser Aufgabenstellung ein. Analyse der Mitbewerber durch Recherche, sowie Analyse von Wettbewerbsberichten und Nachhaltigkeitsreports folgten im Anschluss. Die Daten und Informationen über den Wettbewerb werden gesammelt, Reporting Kennzahlen definiert bzw. sinnvoll festgelegt. Hier sollen intern Daten aufgearbeitet werden, die den positiven Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit und Umwelt im Unternehmen widerspiegeln. Diese Zahlen werden über alle Abteilungen der Unternehmung gesammelt. Sie sollen ökonomische, ökologische, soziale sowie gesellschaftliche Kennzahlen enthalten und durch Grafiken sowie Tabellen verständlich gemacht werden. Bewertungsmethoden müssen beschrieben und definiert werden.

Nach der Lösung der oben genannten Aufgabenstellungen war es meine Aufgabe, eine Struktur für einen AMAG-spezifischen Nachhaltigkeitsbericht zu überlegen. Darin sind alle wichtigen Kennzahlen, Maßnahmen, Tätigkeiten, Zukunftsvisionen usw. enthalten, die in einen zeitgemäßen Sustainability-Report gehören. Der unter Kapitel 3.4 beschriebene Aufbau der Reportingstruktur soll Überblick über die Auswirkungen der AMAG-Tätigkeiten in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft geben.

Abschließend musste man generell klären, wie man mit diesem Thema an die Öffentlichkeit herantreten will. Es wurden Vorschläge gemacht wie man den Stakeholdern der AMAG die neue Präsenz zum Thema Nachhaltigkeit übermittelt.

Eine Reihung an Möglichkeiten soll vorgenommen und dem Management präsentiert werden. Mit dem AMAG Management soll vereinbart werden, wie dieses Thema nach außen transportiert wird, ebenso in welchem zeitlichen Abstand dies erfolgen soll und in welcher Form. Welche Richtlinie zur Erstellung des Berichts angewendet wird, war ebenfalls abzuklären. Aufgrund der Aufgabenstellung ergeben sich zusammengefasst folgende Fragestellungen, die im Zuge der Diplomarbeit gelöst werden sollen.

### **Fragestellungen:**

- Was macht der Wettbewerber bezüglich Nachhaltigkeit und Umwelt und wie kommuniziert er diese Themen?
- Wie erheben wir in der Austria Metall AG über alle Geschäftssegmente hinweg die für dieses Thema relevanten Kennzahlen?
- Wie kann ein Nachhaltigkeitsbericht für die AMAG aussehen?
- Wie übermittle man den Stakeholdern aber auch den eigenen Mitarbeitern die neue Präsenz zu diesem Thema bzw. wie sieht die interne und externe Kommunikation dazu aus?

### **Zusammenfassende Aufgabenstellung und Maßnahmen:**

- Erhebung der derzeitigen IST – Situation bei der AMAG/Einarbeitung in die Thematik (TZ1)
- Analyse der Mitbewerber durch Recherche bezüglich Nachhaltigkeit relevanter Themen und deren Informationspolitik sowie sammeln dieser Daten (TZ1)
- Analyse der Nachhaltigkeitsberichte des Wettbewerbs (TZ1)
  
- Erhebung geeigneter branchenspezifischer Kennzahlen (TZ2)
- Zusammenfassen in ein Kennzahlen – Set (TZ2)
- Daten ausarbeiten sowie grafisch und tabellarisch verständlich machen (TZ2)
- Ausarbeitungs/Bewertungsmethoden beschreiben (TZ2)
  
- Ableitung und Aufbau eines Konzepts für strukturiertes Reporting (TZ3)
- Informationsbeschaffung zu einzelnen Themengebieten (TZ3)
  
- Vorschläge machen wie Thema intern und extern übermittelt wird (TZ4)
- Interne Zuständigkeiten abklären (TZ4)



## 1.4 Untersuchungsbereich

Der Aufgabenbereich beschränkt sich auf das Themengebiet der Nachhaltigkeitsberichterstattung mit deren Kernthemen Ökonomie, Ökologie sowie Soziales in Bezug auf die AMAG Austria Metall AG. Weiters werden auch Begriffe wie Umweltmanagement und Corporate Social Responsibility untersucht, welche auf das Berichtswesen Einfluss nehmen. Untersuchungsbereiche bei der AMAG waren:

- AMAG Service (Anlagenbesitz)
- AMAG Managementsysteme (Energieeffizienz)
- Operative Geschäftsfelder (rolling, casting, metal)
- AMAG- Strategie, Kommunikation, Marketing

## 1.5 Vorgehensweise

Abschließend für die Einleitung wird hier grafisch kompakt die Vorgehensweise dieser Diplomarbeit dargestellt. Die folgerichtige Abarbeitung dieser Strukturdarstellung beinhaltet die Kernaufgaben dieser Diplomarbeit. Im Hauptteil dieser Diplomarbeit wird auf die einzelnen Punkte detailliert eingegangen. Diese Abbildung soll dem Leser als Übersichtsdarstellung und Orientierungsleitfaden dienen, um die einzelnen Kapitel einem Gesamtkontext zuordnen zu können.

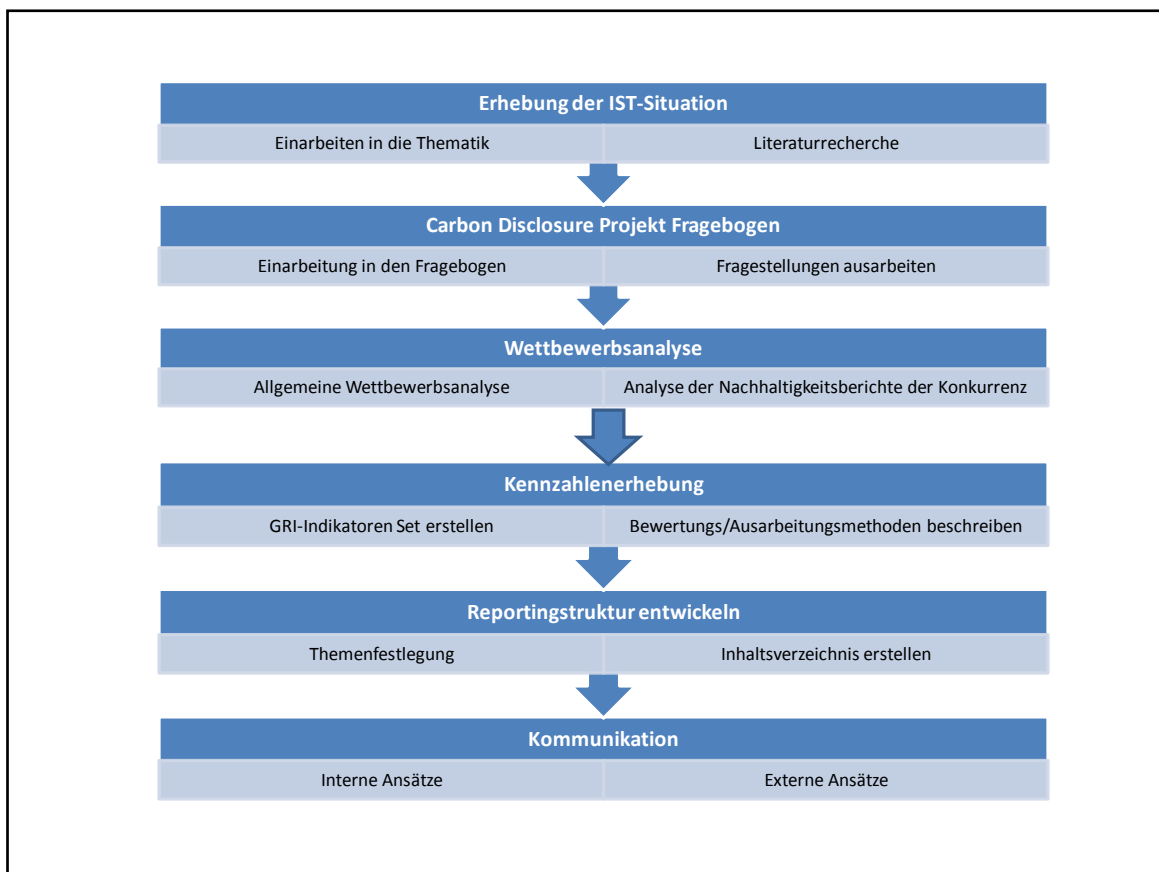


Abb.4: Übersichtsdarstellung der Vorgehensweise

## 1.6 Carbon Disclosure Project (CDP)

Im folgenden Kapitel wird das Carbon Disclosure Project (CDP) beschrieben, das den Ausschlag gegeben hat sich um die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts bei der AMAG zu bemühen. Man bekommt einen Einblick wie vorgegangen wird, damit institutionelle Anleger und Investoren an Daten von börsennotierten Unternehmen wie auch der AMAG gelangen.

### Was ist das CDP?

Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist eine im Jahr 2000 gegründete Institution, die mit Hilfe eines Fragebogens die Treibhausgasemissionen, den Wasserverbrauch sowie die Strategien für den Klimawandel von Unternehmen erhebt. CDP verwaltet die größte Informationsdatenbank zu Klimarisiken weltweit und bildet somit die größte Reportingplattform überhaupt. Tausende Unternehmen messen und veröffentlichen Daten zum Klimawandel. Derzeit nehmen weltweit rund 4000 Organisationen aus rund 60 Ländern teil, welche rund 50% des weltweiten Börsenwerts ausmachen. CDP arbeitet mit 655 institutionellen Investoren zusammen, um ihre Investitionsmöglichkeiten transparenter und Risiken der Erderwärmung vergleichbarer zu machen. Diese Informationen können dann zur finanziellen und strategischen Entscheidungsfindung herangezogen werden.<sup>10</sup>

### Ausgangssituation:

Aufgrund der Börsennotierung der AMAG, welche seit 2011 im ATX gelistet ist, rückt das Unternehmen immer mehr in den Fokus von Institutionen, welche darauf bedacht sind, Unternehmen in Bezug auf „natural capital“ zu bewerten und deren Leistungen hinsichtlich Nachhaltigkeit und Umwelt auf den Prüfstand zu stellen. Die AMAG Austria Metall AG wurde schon im Jahr 2012 darum gebeten, sich dem CDP anzuschließen. Dies hat man jedoch verabsäumt und so wurde sie erneut gebeten, sich am CDP zu beteiligen. Der Vorstandsvorsitzende der AMAG hat darauf hin angeordnet, den Fragebogen zu beantworten bzw. sich am Carbon Disclosure Project zu beteiligen. Das CDP weist darauf hin, dass Unternehmen welche sich gegen die Beantwortung der Fragen entschieden haben, „black“ gelistet werden. Innovative und umweltbewusste Unternehmen können und wollen es sich nicht leisten, auf einer Liste auf zu scheinen, in der mögliche Klimasünder gelistet sind. Aus Image und Reputationsgründen wird man daher angehalten sich zu beteiligen. Es wird Druck auf die Unternehmen ausgeübt Managementleistungen von Klimarisiken offen zu legen. Investoren bedienen sich dieser Datenbank und prüfen ihre Investitionen vermehrt basierend auf der Umwelt und Nachhaltigkeits- Performance. Um nun auch die AMAG diesbezüglich ins rechte Licht zu rücken und potentielle Investoren auf sich aufmerksam zu machen, beteiligte sie sich heuer zum erstem mal am CDP. Allein in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) beteiligen sich 350 Unternehmen. 30 davon stammen aus Österreich.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Vgl. Dürr, M.; Pratsch, M. (2012), S.3.

<sup>11</sup> Vgl. Dürr, M.; Pratsch, M. (2012), S.10.

**Der Fragebogen:**

Der CDP- Fragebogen setzt sich aus 3 Teilbereichen zusammen:<sup>12</sup>

- Management ( Governance, Strategie, Ziele)
- Risiken und Chancen des Klimawandels
- Emissionsdatenerhebung und Energie

Es sollen Einschätzungen bezüglich der mit dem Klimawandel einhergehenden Risiken und Chancen für das Unternehmen getroffen werden. Wie sieht die Corporate Governance hinsichtlich des Klimawandels aus und welche Strategien verfolgt das Management bezüglich Treibhausgasreduktion? Alle Antworten auf den CDP Fragebogen müssen mittels des Online Response Systems (ORS) abgegeben werden. (Online Fragestellungen). Der zeitliche Ablauf gestaltete sich so, dass bis 31.Mai.2013 der Fragebogen beantwortet abgeschickt werden musste, um am Rating teilnehmen zu können.

**Rating:**

Die Antworten der AMAG werden nach Kriterien bewertet, welche zum einen die Ausführlichkeit der Berichterstattung sowie zum anderen die Qualität der Klimamanagementmaßnahmen beurteilt. Es erfolgt eine Punktbewertung (0-100) sowie eine Zuteilung in eine Performance Ebene (A-E). Die am besten abschneidenden Unternehmen werden in den Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) bzw. den Carbon Performance Leadership Index (CPLI) aufgenommen (siehe Kapitel 2.5.2). Um in den CDLI aufgenommen zu werden, muss man zu den 10% der besten Unternehmen zählen und im Jahr 2012 einen Score von mindestens 81 Punkten erreichen. Die Verbund AG sowie die Österreichische Post AG, welche beide im ATX gelistet sind nehmen in Österreich eine Vorreiterrolle ein. Mit einem Disclosure Score von 91 bzw. 86 Punkten reihen sie sich unter die Top 25 der DACH Region. Die Ergebnisse für die Austria Metall AG werden bis Dezember 2013 veröffentlicht.<sup>13</sup>

**Aufgabenstellung:**

Meine Hauptaufgabe beim Carbon Disclosure Project war es, Risiken welche der Klimawandel in Bezug auf die AMAG verursacht, zu erheben und zu dokumentieren. Weiters war zu erörtern, welche Chancen aus dem Klimawandel für die AMAG entstehen. Die relevanten Kategorien waren Risiken und Chancen durch Gesetze/Regulierungen und durch klimabedingte oder bezogene Veränderungen. Folgende Risiken und Chancen wurden beschrieben:

---

<sup>12</sup> Vgl. Dürr, M.; Pratsch, M (2012), S.18.

<sup>13</sup> Vgl. Dürr, M.; Pratsch, M (2012), S.23.

**Risiken:**

- Verbrauchssteuern auf Kohlenstoffemissionen
- Europäisches Emissionshandelssystem (Cap and Trade)
- Freier Wettbewerb
- Verändertes Konsumverhalten
- Reputation der AMAG

**Chancen:**

- Produkteffizienzregulierungen und Standards
- Nationale und internationale Übereinkommen
- EU-Emissionshandelssystem
- Reputation
- Verändertes Konsumverhalten

Da die Ausarbeitung des CDP Fragebogens nicht direkt Gegenstand der Diplomarbeitsaufgaben war, wird auf eine genauere Darstellung der Ausarbeitung von Chancen und Risiken wie es im Laufe der Arbeit gemacht wurde, verzichtet.

Des Weiteren waren Fragen der internen Zuständigkeiten zu analysieren. Da dieses Thema für die AMAG ein recht junges ist, war nicht klar, wer die Verantwortung für das Thema Klimawandel im Unternehmen hat. Auch sollten im Zuge der Beantwortung Risikomanagementprozesse beschrieben werden.

Ebenfalls wurden Emissionsreduktionsinitiativen zusammengefasst, die bei der AMAG bereits in Umsetzung sind. Alle diese Aufgaben wurden in Form eines Word Dokuments meinem Diplomarbeitsbetreuer der AMAG übergeben, der mit Hilfe seiner Assistentin die Übertragung ins Online Response System übernahm. Für mich war diese Aufgabe ein guter Einstieg in meine eigentlichen Aufgabenstellungen der Diplomarbeit. Im Zuge der Teilbearbeitung des Fragebogens musste ich mich mit vielen Begrifflichkeiten vertraut machen, welche für das Verständnis wichtig und deren Ausarbeitung auch für die Arbeit am Nachhaltigkeitsbericht hilfreich waren und in die theoretischen Grundlagen der Arbeit einfließen (siehe Kapitel 2). Als Abschluss wird noch auf die Homepage der AMAG Austria Metall AG verwiesen, auf der voraussichtlich Ende 2013 die Ergebnisse des Carbon Disclosure Projects veröffentlicht werden. ([www.amag.at](http://www.amag.at))

## 2 Theoretische Grundlagen der Arbeit

In diesem Teil der Diplomarbeit werden Definitionen, allgemeine Begrifflichkeiten sowie Richtlinien, Normen, Zertifizierungen und Indizes beschrieben. Im Zuge der Literaturrecherche stößt man auf zahlreiche Begrifflichkeiten, deren Verständnis wichtig für die Aufarbeitung des Themas Nachhaltigkeitsreporting sind. Im folgenden Kapitel beschreibt diese Arbeit alle theoretischen Grundlagen .Beginnend bei der allgemeinen Definition von Nachhaltigkeit über die Richtlinien wie ein Nachhaltigkeitsbericht aussehen sollte, bis hin zu Ratingagenturen welche die Leistungen bezüglich Sustainability von Unternehmen beurteilen und in spezielle Indizes aufnehmen. Dieser Teil der Arbeit soll auch verständlich machen, welche Literatur benötigt und welche Literaturrecherche erarbeitet wird, um einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen und dessen Inhalt verstehen zu können. Die Einarbeitung in die Thematik dieser Diplomarbeit gibt einen kompakten aber doch umfangreichen Einblick in und um das Thema Nachhaltigkeitsreporting.

### 2.1 Definitionen und allgemeine Begrifflichkeiten

In Kapitel 2.1 sollen die grundlegendsten Begrifflichkeiten in Zusammenhang mit Nachhaltigkeit näher gebracht werden.

#### 2.1.1 Definition Nachhaltigkeit, Nachhaltige Entwicklung

Im 18. Jahrhundert formuliert Hans Carl von Carlowitz, Oberberghauptmann am kursächsischen Hof in Freiberg, als Erster verschiedene Grundsätze, um dauerhaft ausreichende Holzmengen für den Bau von Silberminen zur Verfügung zu haben. Es sollte gewährleistet werden, dass nicht mehr Bäume geschlagen würden, als auch wieder nachwachsen können. Aus diesem zuerst forstwirtschaftlich geprägten Ansatz entwickelte sich der Leitgedanke "von den Zinsen zu leben und nicht vom Kapital".<sup>14</sup>

Eine allgemein gültige Definition der Nachhaltigkeit gibt es nicht. Als die meistgebrauchte Definition von Nachhaltigkeit gilt die Definition von nachhaltiger Entwicklung des Brundtland-Berichtes der Vereinten Nationen von 1987.

Definition nachhaltige Entwicklung:

„Sustainable development meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.nachhaltigkeit.info> (20.04.2013)

<sup>15</sup> <http://www.nachhaltigkeit.info> (23.04.2013)

Nachhaltig ist eine Entwicklung, „die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“<sup>16</sup>

Das richtige Zusammenspiel von Ökonomie, Ökologie und Soziales ist wichtig für eine stabile und erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Sind diese sogenannten 3 Säulen der Nachhaltigkeit in Einklang, sind beste Voraussetzungen für eine nachhaltige Entwicklung gegeben.

### 2.1.2 3 Säulen Modell der Nachhaltigkeit

In der Literatur erfreut sich ein Gedankenmodell besonderer Beliebtheit. Das 3 Säulen Modell stellt grafisch die Eckpfeiler dar, welche nachhaltiger Entwicklung ihre Stabilität verleihen. Diese 3 Säulen müssen im Gleichgewicht sein, sonst ist es nicht möglich eine dauerhaft nachhaltige Unternehmensentwicklung zu gewährleisten.

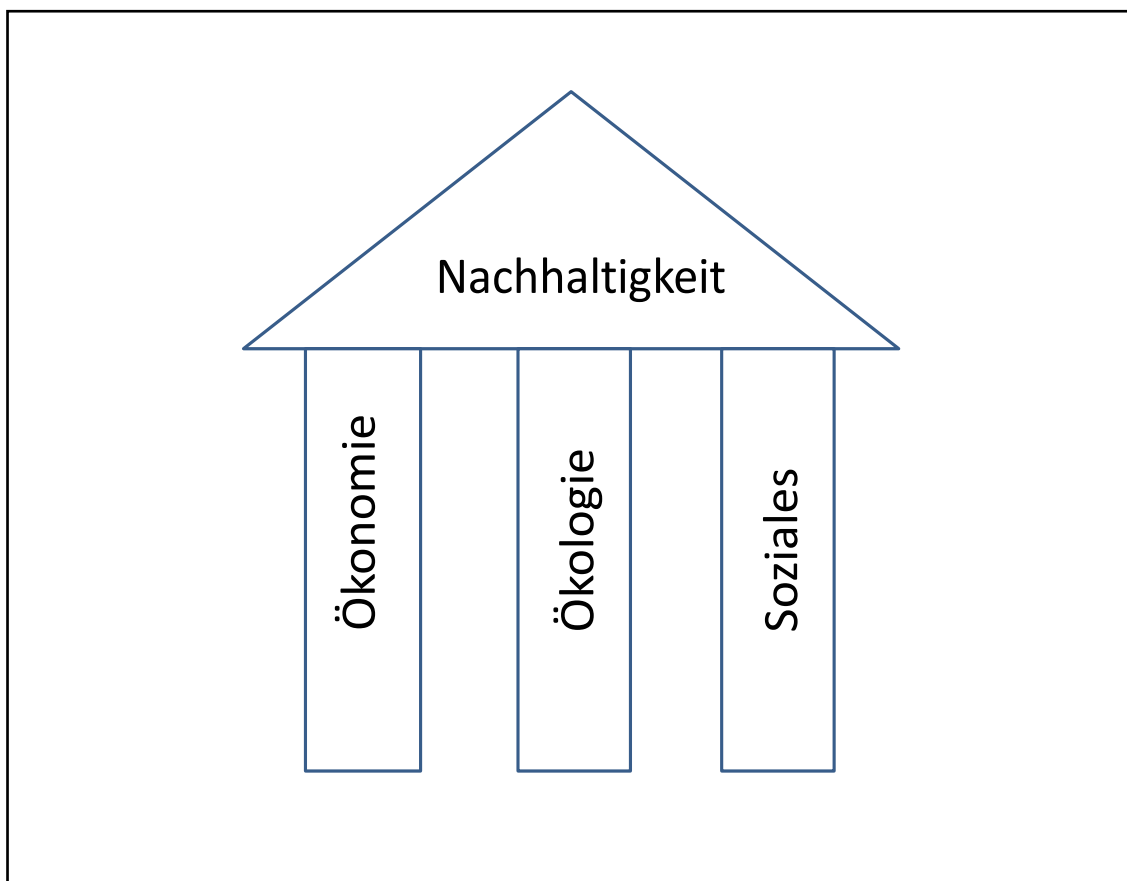


Abb.5: 3 Säulen Modell der Nachhaltigkeit<sup>17</sup>

<sup>16</sup> <http://www.nachhaltigkeit.info> (26.04.2013)

<sup>17</sup> Vgl. Spindler, Edmund A. (2011), S.13.

Eine weitere häufig in der Literatur anzutreffende Darstellung ist das Zusammenspiel von Ökonomie, Ökologie und Soziales in Form eines Dreiecks. Abbildung 6 zeigt eine solche Grafik, welche veranschaulichen soll, dass die einzelnen Themenbereiche nicht als gesondert zu betrachten sind, sondern deren Zusammenspiel und Überschneidungen gutes Nachhaltigkeitsmanagement ausmachen.

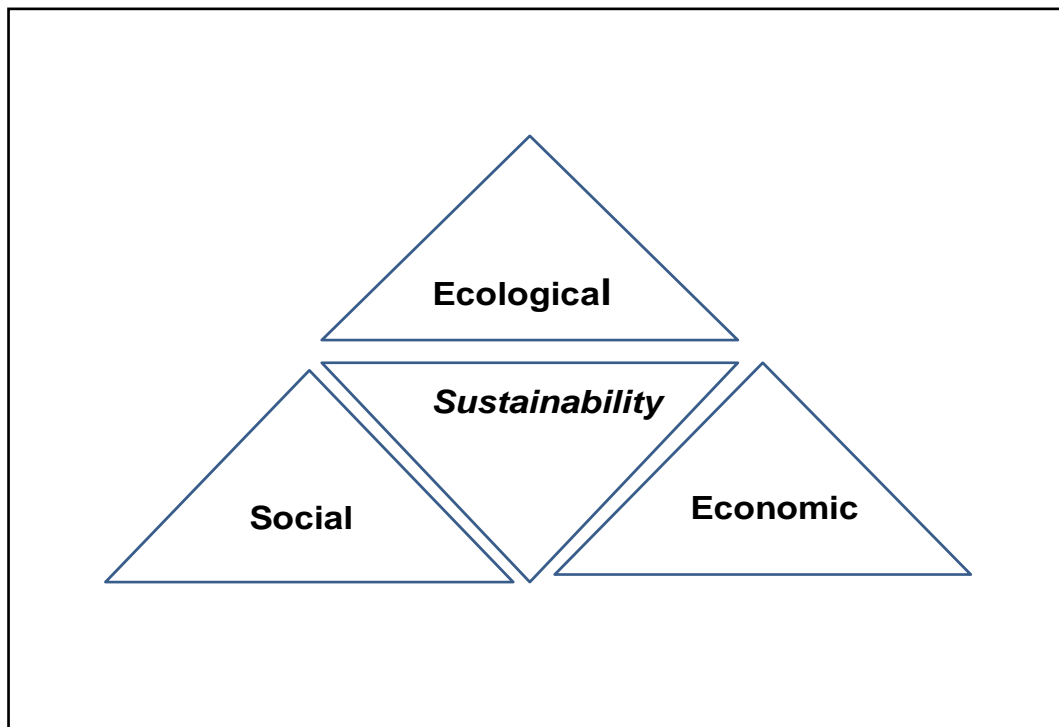


Abb.6: Nachhaltigkeitsdreieck<sup>18</sup>

Im Folgenden werden die einzelnen Komponenten des 3 Säulenmodells genauer beschrieben, um diese für die Nachhaltigkeit wichtigen Begriffe etwas zu verinnerlichen. Die Definitionen und Merkmale sollen dabei helfen.

### 2.1.2.1 Ökologie

#### Definition:

Wissenschaft von den Wechselbeziehungen zwischen Lebewesen und natürlicher Umwelt bzw. von den Ökosystemen. Wachsende Bedeutung durch Folgen der Umweltbelastung, oft als Konsequenz eines verengten ökonomischen Denkens. Insofern enge Beziehungen zwischen Ökonomie und Ökologie, die man auch als „Langzeitökonomie“ interpretieren kann.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Vgl. SMI EBS Business School;Logica. (2011), S.11.

<sup>19</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (03.05.2013)

**Ökologische Nachhaltigkeit:**

1. *Begriff:* Ökologische Nachhaltigkeit beschreibt den weitsichtigen und rücksichtsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen.

2. *Merkmale:* Die ökologische Nachhaltigkeit bezieht sich allgemein auf das Überleben und den Gesundheitszustand von Ökosystemen. Der Gesundheitszustand kann dabei als umfassender, multiskalarer, dynamischer und hierarchischer Messwert der Vitalität, Organisation und Widerstandsfähigkeit eines ökologischen Systems verstanden werden. Eine Vernachlässigung der ökologischen Nachhaltigkeit führt dazu, dass bestimmte Ressourcen unwiderruflich zerstört oder unbrauchbar gemacht werden und damit die Chancen für jegliche weitere Entwicklungen vernichten werden.<sup>20</sup>

**2.1.2.2 Ökonomie****Ökonomische Nachhaltigkeit**

1. *Begriff:* Ökonomische Nachhaltigkeit beschreibt die Maximierung des ökonomischen Ertrags bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der benötigten Eingangsressourcen.

2. *Merkmale:* Die ökonomische Nachhaltigkeit wird häufig als Bedingung einer nicht nachlassenden ökonomischen Wohlfahrt (vgl. Wohlfahrtsökonomik) interpretiert. Dies setzt voraus, dass die zur Erreichung einer bestimmten Wohlfahrt benötigten Ressourcen auch weiterhin und mindestens in gleichwertiger, vorzugsweise in besserer Güte verfügbar sind. Unter Ressourcen versteht man in diesem Zusammenhang die zu einem bestimmten Zeitpunkt verfügbaren Güter, Waren, Kapital oder Dienste. Die Güte dieser Ressourcen zielt auf deren Verfügbarkeit und Qualität ab, in welcher sie zur Verwendung bereitstehen.<sup>21</sup>

**2.1.2.3 Soziales****Soziale Nachhaltigkeit:**

1. *Begriff:* Soziale Nachhaltigkeit beschreibt die bewusste Organisation von sozialen und kulturellen Systemen.

2. *Merkmale:* Die soziale Nachhaltigkeit bezieht sich auf den Gesundheitszustand von Sozialsystemen. Das Aufrechterhalten des Gesundheitszustands (Vitalität, Organisation und Widerstandsfähigkeit) ist von besonderer Bedeutung. Dies kann durch die Verbesserung des Humankapitals, beispielsweise durch Bildung, und der Stärkung sozialer Werte und

<sup>20</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (03.05.2013)

<sup>21</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (07.05.2013)



Einrichtungen erreicht werden und verbessert damit die Widerstandsfähigkeit eines sozialen Systems entscheidend. Innerhalb von Unternehmen betrifft dies die Auswirkungen sozialen Handelns im Umgang mit Mitarbeitern, den Beziehungen zu Interessensgruppen oder der allgemeinen Verantwortung des Unternehmens gegenüber der Gesellschaft.<sup>22</sup>

Aufbauend auf die Säulen der Nachhaltigkeit werden in folgenden Unterkapiteln Begriffe beschrieben, die weitgehend deckungsgleich mit den Dimensionen der Nachhaltigkeit sind. Es sind Begrifflichkeiten, welche sehr häufig in Zusammenhang mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung fallen, d.h. die englische Ausführung von Ökonomie, Ökologie und Soziales in Bezug auf unternehmerisches Handeln. Die Corporate Sustainability (CS) stellt dabei den Überbegriff in Bezug auf nachhaltige Entwicklung dar. Im Folgenden werden Begriffe beschrieben welche die CS näher unterteilt.

### 2.1.3 Corporate Responsibility und Corporate Social Responsibility

**Corporate Responsibility (CR)** ist der umfassende Begriff der unternehmerischen Verantwortung für jeden Einfluss, den die Unternehmenstätigkeit auf die Gesellschaft und die Umwelt hat.<sup>23</sup>

Dies betrifft also die gesamte Unternehmensverantwortung hinsichtlich der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Bereiche. CSR ist „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in ihre Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“<sup>24</sup>

Der Begriff der Corporate Social Responsibility ist weitgehend deckungsgleich mit der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung. Generell werden eine Vielzahl von Aspekten und Themenfeldern mit dem Begriff CSR assoziiert. Die Konkretisierung erfolgt oftmals entlang aktueursspezifischer Interessen; so fokussieren etwa Umweltorganisationen vor allem ökologische Aspekte, Kunden die Produkt- oder Servicequalität, Anwohner lokale Auswirkungen der unternehmerischen Tätigkeit usw. Hinzu kommen typische unternehmerische Konfliktfelder, welche im Kontext von CSR thematisiert werden, etwa Kinderarbeit, Korruption, (globale) Arbeitsbedingungen und Sozialstandards, Umweltschutz, Entlassungen oder Standortverlagerungen. Vielfach und insbesondere in der Öffentlichkeit wird CSR mit unternehmerischen Aktivitäten jenseits des Kerngeschäfts verbunden. Gemäß dieser Sichtweise haben Unternehmen die Verantwortung, durch Spenden, Sponsoring (Sozio-Sponsoring), Corporate Volunteering und ähnliche Instrumente einen sichtbaren Beitrag für das Gemeinwohl zu leisten<sup>25</sup>

Die CSR ist ein Spezialgebiet der Corporate Responsibility, die speziell auf die Themen der sozialen und ökologischen Verantwortung von Unternehmen eingeht.

<sup>22</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (08.05.2013)

<sup>23</sup> <http://www.nachhaltigkeit.info> (22.04.2013)

<sup>24</sup> Europäische Kommission. (2001), S.8.

<sup>25</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (17.05.2013)

## 2.1.4 Corporate Citizenship und Corporate Accountability

**Corporate Citizenship** ist das über die eigentliche Geschäftstätigkeit hinausgehende Engagement des Unternehmens zur Lösung sozialer Probleme im lokalen Umfeld des Unternehmens und seiner Standorte.<sup>26</sup>

Es bezeichnet das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen, wodurch sich diese als „gute Bürger“ präsentieren. Typische Formen des Engagements sind Spenden- und Sponsoringmaßnahmen - Spenden, Sponsoring - (inkl. Cause-Related Marketing), pro-bono-Aktivitäten, die Einrichtung von Stiftungen oder die Freistellung von Mitarbeitern für gemeinnützige Zwecke (Corporate Volunteering). Für professionell ausgestaltetes Corporate Citizenship ist zudem die strategische Zusammenarbeit mit Regierungs- oder Nicht-Regierungs-Organisationen charakteristisch, etwa in Form von Public Private Partnerships. Vielfach wird Corporate Citizenship als Teil von Corporate Social Responsibility verstanden.<sup>27</sup>



Tabelle 1: Corporate Citizenship Modell<sup>28</sup>

Unter **Corporate Accountability** wird die unternehmerische Verantwortlichkeit bzw. Rechenschaftspflicht verstanden. Begriff, der vor allem in Zusammenhang mit der Verantwortlichkeit großer Unternehmen gegenüber Umwelt und Gesellschaft Verwendung findet.<sup>29</sup>

Unternehmen sollten sich dazu entscheiden, ihre Leistungen in nachhaltigkeitsrelevanten Themengebieten offen zu legen. Es sollen Instrumente geschaffen werden mit denen eine Vergleichbarkeit zwischen Unternehmen gezogen werden kann.

<sup>26</sup> Loew, T. et al. (2004), S.73.

<sup>27</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (17.05.2013)

<sup>28</sup> Pommerening, T. (2005), S.22.

<sup>29</sup> <http://wirtschaftslexikon24.com> ( 22.05.2013)

In der nächsten Abbildung 7 soll zusammenfassend grafisch gezeigt werden, wie der Zusammenhang der von mir beschriebenen Begrifflichkeiten zur Grunddefinition der Nachhaltigkeit aussieht. Die Umsetzung der Teilgebiete der Corporate Responsibility gewährleistet eine nachhaltige Entwicklung

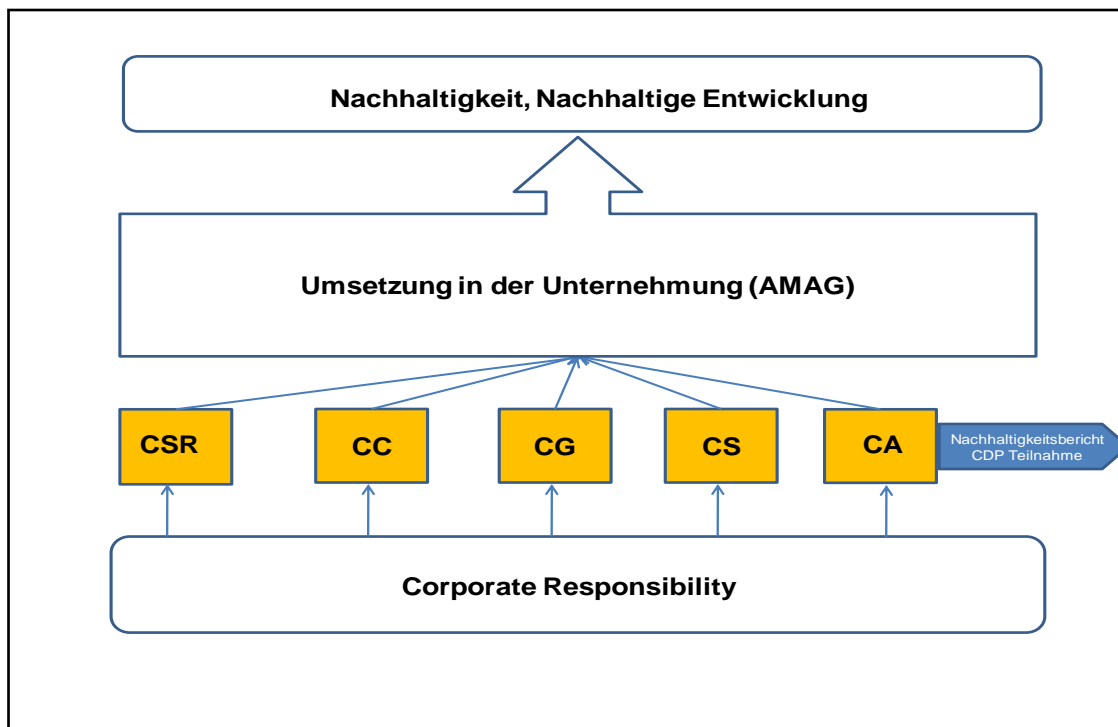


Abb.7: Verhältnis von Corporate Responsibility zu nachhaltiger Entwicklung

Zur Umsetzung einer umfangreichen Corporate Responsibility ist das Leitungsgremium einer Unternehmung verantwortlich. Nachhaltige Unternehmensführung (Corporate Governance) welche sich mit der Lenkung und Kontrolle eines Unternehmens befasst gewährleistet eine nachhaltige Entwicklung auf gesamtwirtschaftlicher Ebene.

### 2.1.5 Carbon Accounting - Carbon und Water Footprint

Ein Carbon Accounting oder Ökobilanzierung ist eine auf internationaler Ebene standardisierte Methode (ISO 14040, ISO 14044) für die Bewertung von Umweltbelastungen und Ressourcennutzung über den Lebenszyklus eines Produkts hinweg. Dies beginnt bei dem Abbau von Ressourcen, beinhaltet weiterhin die Güterproduktion, die Nutzung durch den Endkunden oder die Bereitstellung einer Dienstleistung, sowie die Wiederverwertung, die Energierückgewinnung und schließlich die Entsorgung.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> <http://www.pe-international.com> (24.05.2013)

Die Ökobilanz ist also ein Instrument zur Erfassung, Bewertung und Abbildung von Umweltauswirkungen die von Produkten (Life Cycle Assessment), Prozessen oder dem gesamten Unternehmen ausgehen. Als umweltbezogenes Informations- und Entscheidungsinstrument bildet es eine Grundlage für Vergleiche (Benchmarking), Zielsetzungen, Controlling und Identifikation von Schwachstellen sowie interne und externe Kommunikationsprozesse. (z.B. Nachhaltigkeitsberichte). Richtlinien wie solche Ökobilanzen durchzuführen sind findet man in der ISO 14000.<sup>31</sup>

Auf organisationaler Ebene kann Carbon Accounting definiert werden als die Erfassung direkter und indirekter Treibhausgas-Emissionen (siehe Kapitel 2.2.6) deren nichtmonetäre und monetäre Bewertung sowie deren Prüfung und Berichterstattung für interne als auch externe Zwecke.<sup>32</sup>

### **2.1.5.1 Carbon Footprint :**

Ein Spezialfall einer Ökobilanzierung ist der Carbon Footprint. Der CO<sub>2</sub> Fußabdruck bewertet die Emissionsfreigabe von Produkten.

Es ist die Gesamtmenge an Kohlenstoffdioxid (CO<sub>2</sub>) und anderen Treibhausgasemissionen (z.B. Methan, Lachgas, etc.), die in einem direkten Zusammenhang mit einem Produkt stehen. Der Carbon Footprint umfasst dabei die gesamte Lieferkette sowie teilweise auch die Nutzung und Wiederverwertung oder Entsorgung des Produktes. Ein Carbon Footprint ist folglich eine Ökobilanz mit einer Analyse, die auf die Emissionen begrenzt ist, welche Auswirkungen auf den Klimawandel haben.<sup>33</sup>

### **2.1.5.2 Water Footprint:**

Eine weitere Form der Ökobilanzierung stellt der Water Footprint dar. Er beschreibt, wie viel Wasser für die Produktion von Güter und Dienstleistungen benötigt werden. Der sorgsame Umgang mit den Wasserressourcen ist ein wichtiger Teil der nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen. Genaue Footprints sind sehr schwer zu erheben. Da sie die gesamte Lebensdauer eines Produkts umfassen, benötigt man nicht nur Datenmaterial aus der eigenen Unternehmung, sondern auch von Zulieferern und Kunden. Diese Daten zu erhalten ist oft sehr schwierig. Solche Ökobilanzen bedeuten oft einen erheblichen Aufwand für Unternehmungen. Jedoch ermöglichen sie im weiteren Maßnahmen zu setzen, um Fehlentwicklungen entgegen zu steuern.<sup>34</sup>

---

<sup>31</sup> Schaltegger, S. et al. (2007), S.81.

<sup>32</sup> Stechemesser, C.; Günther, E. (2012), S.214.

<sup>33</sup> Vgl. <http://www.pe-international.com> (24.05.2013)

<sup>34</sup> Vgl. <http://www.pe-international.com> (02.06.2013)

## 2.2 Organisationen und Richtlinien

Im folgenden Kapitel werden Initiativen vorgestellt, welche nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung verfolgen. Sie stellen weltweit eine der wichtigsten Instrumente dar, um Unternehmen Vorlagen zu geben, mit welchen Themengebieten ein Nachhaltigkeitsbericht gefüllt werden kann.

### 2.2.1 Global Compact

Der United Nations Global Compact ist die weltgrößte Initiative zu CSR und nachhaltiger Entwicklung. Der United Nations Global Compact (UNGC) wurde im Jahr 2000 auf Initiative des ehemaligen UN-Generalsekretärs Kofi Annan gegründet. Ziel ist es, die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Mit mehr als 10.000 teilnehmenden Unternehmen ist der UN Global Compact heute das weltweit größte Netzwerk für unternehmerische Verantwortung. Unternehmen, die dem Global Compact beitreten, bekennen sich zu deren 10 Prinzipien, welche in die 3 Kategorien Menschenrechte, Arbeitsnormen und Umweltschutz gegliedert sind.<sup>35</sup>

### 2.2.2 ISO 26000

Eine Arbeitsgruppe der internationalen Normungsorganisation ISO hat 2010 nach fünfjähriger Arbeit die ISO 26000, einen Standard zur sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und Organisationen, verabschiedet. Seit der Zustimmung von zwei Dritteln der teilnehmenden 99 Staaten, ist er seit Anfang 2011 tonangebender Leitfaden für verantwortliches Wirtschaften. Das Dokument erfinde zwar nichts Neues, definiere aber sehr vollständig und systematisch, wie das Thema angegangen werden sollte, heißt es im Bundesarbeitsministerium. Die ISO 26000 ist jedoch keine Managementsystem-Norm und anders als die Umweltmanagementnorm ISO 14001 weder für Zertifizierungen noch gesetzliche oder vertragliche Anwendung vorgesehen oder geeignet. Allerdings nennt die EU-Kommission die ISO 26000 als eines der Rahmenwerke, an denen sich Unternehmen orientieren können, um die von ihr angepeilte CSR-Berichtspflicht zu erfüllen.<sup>36</sup>

### 2.2.3 OECD-Leitsätze

Ein weiteres wichtiges Instrument zur Förderung von nachhaltiger Entwicklung in Unternehmungen sind die Leitsätze der OECD. Für multinationale Unternehmungen werden hier Verhaltensregeln empfohlen, welche den Umgang mit ausländischen Zulieferern verbessern sollen und Investitionen ins Ausland erleichtern.<sup>37</sup>

<sup>35</sup> Vgl. <http://www.unglobalcompact.at> (06.05.2013)

<sup>36</sup> <http://www.nachhaltigkeit.info> (03.05.2013)

<sup>37</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S.136.

## **2.2.4 World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)**

Der World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), zu Deutsch Weltwirtschaftsrat für nachhaltige Entwicklung, ist ein Zusammenschluss von rund 200 Unternehmen, um nachhaltige Entwicklung voranzubringen. Der 1995 gegründete Weltwirtschaftsrat hat seinen Sitz in Genf, Schweiz. Der WBCSD versteht sich als Forum für den Austausch von Wissen und Erfahrungen im Bereich nachhaltige Entwicklung. Er sieht sich als Vermittler zwischen Unternehmen sowie als Vertreter von Unternehmensinteressen gegenüber der Politik. Auch initiiert der WBCSD Projekte in den Bereichen Klimaschutz, Energieeffizienz, Ökosysteme oder Entwicklungszusammenarbeit.<sup>38</sup>

### **2.2.4.1 Respect- Austrian Business Council for Sustainable Development**

Die österreichische Ausgabe des WBCSD ist das respACT. Der Begriff steht für responsible action. Entstanden ist der Verein aus dem Zusammenschluss der Austrian Business Council for Sustainable Development und der respACT austria. Es ist die führende Unternehmensplattform für nachhaltige Entwicklung in Österreich und Partnerorganisation des WBCSD und des UN Global Compact. Finanziert wird der Verein über die Mitgliedsbeiträge der beigetretenen Unternehmungen.<sup>39</sup>

## **2.2.5 World Resources Institute (WRI)**

Das World Resources Institute (WRI), ist eine Non-Profit-Organisation mit Sitz in Washington D.C., USA. Das WRI sieht sich als Ideenschmiede für eine nachhaltige Entwicklung. Es sucht nach neuen Wegen, wie aktuelle und zukünftige Bedürfnisse der Menschen befriedigt werden können und gleichzeitig die Umwelt entlastet wird. Ein Team aus Natur- und Wirtschaftswissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern sowie Politikexpertinnen und -experten arbeitet zu diesem Zweck an zahlreichen Forschungsprojekten und Publikationen zu aktuellen Herausforderungen.<sup>40</sup>

## **2.2.6 Greenhouse Gas Protocol (GHG)**

Das WRI hat in Zusammenarbeit mit dem WBCSD das Greenhouse Gas Protocol zur Messung von Treibhausgasen (Carbon Accounting) erarbeitet. Es ist ein weitverbreiteter Standard zur Erhebung und Berechnung von Treibhausgasemissionen. Das GHG Protocol repräsentiert eine in der Praxis weitverbreitete Richtlinie zur Berechnung der Treibhausgasemissionen von Unternehmen und anderen Organisationen. Ziel des Standards ist es, die Möglichkeit zu schaffen, über Treibhausgasemissionen entlang des Lebenszyklus von Produkten zu berichten. Unterteilt wird das GHG- Protokoll in drei Kategorien sogenannte Scopes. Im Zuge dieser Diplomarbeit wurden die Scope 1&2 Emissionen erhoben. In Kapitel 3.3.2.3 wird noch näher darauf eingegangen.<sup>41</sup>

<sup>38</sup> Vgl. <http://www.csr-in-deutschland.de> ( 30.05.2013)

<sup>39</sup> Vgl. <http://www.respact.at> ( 10.06.20013)

<sup>40</sup> Vgl. <http://www.csr-in-deutschland.de> ( 30.05.2013)

<sup>41</sup> Vgl. Blickwedel, P. et al. (2010), S.19.

### **2.2.6.1 Scope 1**

Damit werden jene Emissionen bezeichnet, die direkt in der Unternehmung anfallen, d.h. die selbst durch Verbrennung in Produktionsprozessen oder stationärer Quellen entstehenden Treibhausgasemissionen. Es gehören aber auch chemische Prozesse dazu sowie flüchtige Emissionsstoffe<sup>42</sup>

### **2.2.6.2 Scope 2**

Dieser Bereich umfasst alle indirekten Treibhausgasemissionen. Also jene die für die Energiebereitstellung anfallen. Sprich Strom, Erdgas oder Fernwärme durch das externe Energieversorgungsunternehmen welches für den eigenen Verbrauch bestimmt ist.<sup>43</sup>

### **2.2.6.3 Scope 3**

Die Scope 3 Emissionen umfassen alle anderen Emissionen die mit der Unternehmenstätigkeit in Verbindung stehen. Zum Beispiel Dienstreisen, Pendlerverkehr oder die Abfallentsorgung. Ebenfalls sind hier die Emissionen zu berücksichtigen welche durch die Nutzung der Produkte vom Verbraucher verursacht werden.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Vgl. Prengel, R. (2012), S.187.

<sup>43</sup> Vgl. Prengel, R. (2012), S.187.

<sup>44</sup> Vgl. Prengel, R. (2012), S.187.

## 2.3 Nachhaltigkeitsmanagementsysteme: Normen und Zertifizierungen

In diesem Kapitel werden Normen und Zertifizierungen in den Bereichen der Ökologie/Umwelt beschrieben mit denen sich ein Unternehmen auseinandersetzen muss, um nachhaltige Entwicklung zu forcieren und umzusetzen. Sie garantieren, dass in Form von Managementsystemen Nachhaltigkeit im Unternehmen betrieben wird.

Die Hauptaufgabe von Managementsystemen besteht in der Koordinierung und Systematisierung unternehmerischer Aktivitäten mit Hilfe festgelegter, dokumentierter Steuerungs und Kontrollmechanismen. Die Ziele eines Nachhaltigkeitsmanagements sind die Optimierung der Unternehmensabläufe und der Organisation in Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung des Unternehmens sowie die Unterstützung der Unternehmensleitung zur Einhaltung der Rechtskonformität. Zur Gewährleistung dieser Ziele werden Verantwortliche benannt, die Organisationsstruktur angepasst, Prozeduren zur Festlegung von Verhaltensweisen, Vorgehensweisen und Verfahren erstellt sowie Ziele und Maßnahmen formuliert. Die Unternehmenspolitik bildet in Form von Leitbildern bzw. Unternehmensgrundsätzen den Rahmen für die unternehmerischen Aktivitäten. Zur Überprüfung der Funktionsfähigkeit des Systems werden regelmäßige Audits und Systemkontrollen durchgeführt. Nach einem, von einem Gutachter durchgeführten externen Audit, kann das Managementsystem zertifiziert bzw. validiert werden.

Je nach Ausrichtung kann zwischen diversen (Qualitäts-,Umwelt-,Sozial-,Integrierten und Nachhaltigkeits-) Managementsystemen unterschieden werden. Die Tradition der Nachhaltigkeitsmanagementsysteme ist gewachsen aus den Qualitäts- und Umweltmanagementsystemen.<sup>45</sup>

Die bekanntesten Regelwerke werden im Folgenden näher beschrieben.

### 2.3.1 Umweltstandard ISO 14001

Die DIN EN ISO 14001 ermöglicht es der Unternehmung ihr Umweltmanagementsystem zertifizieren zu lassen.<sup>46</sup>

Ziel ist eine kontinuierliche Verbesserung der Umweltpolitik sowie die Verhütung von Umweltbelastungen. Die Förderung des Umweltschutzes hat höchste Priorität. Ziel ist die Förderung des Umweltschutzes und die Verhütung von Umweltbelastungen im Einklang mit sozioökonomischen Erfordernissen.<sup>47</sup>

<sup>45</sup> Schaltegger, S. et al. (2007), S141.

<sup>46</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (03.05.2013)

<sup>47</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S.136.



### 2.3.2 Energiestandard ISO 50001

Eine weitere Norm die sich auf den umweltrelevanten Teilbereich der Energie konzentriert, ist die ISO 50001. Ein Energiemanagementsystem in Übereinstimmung mit der Norm ISO 50001 hat als wesentliche Ziele, die Energieeffizienz zu steigern und eine Reduktion von Energiekosten, Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen zu bewirken. Es handelt sich dabei um eine internationale Norm, die freiwillig im Unternehmen eingeführt werden kann und grundsätzlich keiner externen Zertifizierungspflicht unterliegt. Die ISO 50001 bezieht sich im Vergleich zur ISO 14001 auf die energetische Leistung. Die ISO 14001 bezieht sich auf die gesamte Umweltleistung. Dabei werden neben Energieaspekten auch weitere Umweltaspekte wie z.B. Wasser, Abfall und Chemikalien berücksichtigt.<sup>48</sup>

### 2.3.3 Qualitätsstandard ISO 9000

Die Normenfamilie der ISO 9000 stellt bei Unternehmen die Qualität von Produkten und Dienstleistungen sicher. Diese für das Qualitätsmanagement zuständige Zertifizierung zielt darauf ab die Kundenerwartungen sowie behördliche Anforderungen zu erfüllen und gilt für die Dauer von 3 Jahren.<sup>49</sup>

### 2.3.4 Sozialstandard SA 8000

Die Norm SA 8000 (Social Accountability 8000) ist ein von der amerik. Nichtregierungsorganisation Social Accountability International (SAI) entwickelter Sozialstandard für die Auditierung und Zertifizierung im Bereich Corporate Social Responsibility. Der Standard basiert auf den Menschenrechtskonventionen der Vereinten Nationen und bezieht sich auf die Einhaltung von Menschenrechten bei Arbeitsbedingungen sowie den Umgang mit Mitarbeitern. Er wurde 1997 ins Leben gerufen und ergänzt vorhandene Managementsysteme wie ISO 9000 oder 14000<sup>50</sup>

### 2.3.5 Arbeitssicherheitsstandard OHSAS 18001

Die OHSAS 18001 (Occupational Health and Safety Assessment Systems) ist eine Managementnorm die den Arbeitsschutz verbessern soll. Gesundheitsschutz und die Verbesserung der Sicherheitsaktivitäten ist Ziel dieser Zertifizierung. Prozesse werden untersucht und erhöhen so die Arbeitssicherheit der Mitarbeiter. Erkrankungen sowie Arbeits- und Wegeunfälle sollen vermieden werden. Eine Verbindung zur ISO 14001 und zur ISO 9000 ist stark zu erkennen und eignet sich somit für integriertes Managementsystem.<sup>51</sup>

<sup>48</sup> Vgl. Brandl, G.; Kanzian, R. (2013), S. 4f.

<sup>49</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S. 137.

<sup>50</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (06.05.2013)

<sup>51</sup> Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S. 136.

### 2.3.6 Zertifizierungen der AMAG Austria Metall AG

In untenstehender Tabelle ist zu sehen nach welchen Zertifizierungen die AMAG Austria Metall AG auditiert ist.

Zertifizierung	Gesellschaft	Managementsystem
<b>ISO 14001</b>	AMAG rolling, AMAG casting, AMAG metal, AMAG service	Umweltmanagement
<b>OHSAS 18001</b>	AMAG rolling, AMAG casting, AMAG metal, AMAG service	Gesundheits und Arbeitssicherheitssystem
<b>ISO 9001</b>	AMAG rolling, AMAG casting, AMAG metal, AMAG service	Qualitätsmanagement
<b>ISO/TS 16949</b>	AMAG rolling, AMAG casting, AMAG metal, AMAG service	Akkreditierte Prüfstelle
<b>ISO 17025</b>	AMAG rolling	Qualitätsmanagement
<b>EN 15088</b>	AMAG rolling	Qualitätsmanagement
<b>ISO 50001</b>	AMAG rolling, AMAG casting, AMAG metal, AMAG service	Energiemanagement

Tabelle 2: Bestehende Zertifizierungen der AMAG

Übergeordnetes Ziel sollte es sein alle diese Zertifizierungen zu einem übergreifenden integrierten Managementprozess in Unternehmungen auszubauen. Dies unterstützt und garantiert nachhaltiges Wirtschaften, welches im Sinn einer jeden Unternehmung sein sollte. Generell schaffen Zertifizierungen ein Vertrauen in das Unternehmen und sichern zukünftig den Wettbewerbsvorteil und damit den Erfolg. In Form von Umweltberichten und Ökobilanzen kommunizieren Unternehmen ihren Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.

### 2.3.7 Nachhaltigkeitscontrolling

Viele Unternehmen reagieren auf die steigende wirtschaftliche Bedeutung von Nachhaltigkeitsbelangen, indem sie verschiedene Nachhaltigkeitsmaßnahmen ergreifen, um die soziale und ökologische Leistung zu steigern. Bei diesen Aktivitäten wird jedoch oft ein Zielkonflikt in Bezug auf den finanziellen Erfolg des Unternehmens vermutet. Ob und welche nachhaltigkeitsrelevanten Maßnahmen tatsächlich einen negative und welche eine positive Wirkung auf die finanzielle Leistung haben, lässt sich aufgrund der komplexen Zusammenhänge nicht generell feststellen, sondern muss individuell ermittelt werden. Eine Messung und Steuerung, die vom Controlling mit geeigneten Methoden unterstützt werden können, sind daher notwendig.<sup>52</sup>

Controlling ist ein Teilbereich des unternehmerischen Führungssystems, dessen Hauptaufgabe die Planung, Steuerung und Kontrolle aller Unternehmensbereiche ist. Im Controlling laufen die Daten des Rechnungswesen und anderer Quellen zusammen.<sup>53</sup>

Um den Überblick über die betrieblichen Prozesse zu behalten sowie Veränderungen in der Umwelt des Unternehmens rechtzeitig zu erkennen, ist die systematische Steuerung und Lenkung des Unternehmens erforderlich. Die koordinierte Steuerung des gesamten Unternehmensgeschehens ist eine zentrale Aufgabe des Managements, die begrifflich meist unter „Controlling“ zusammengefasst wird. Die wesentliche Aufgabe des Controllers liegt in der proaktiven Unterstützung der Entscheidungsfindung des Managements zur Erreichung der strategischen und operativen Unternehmensziele. In modernen Unternehmen jedoch spielen nicht nur die ökonomischen Herausforderungen und somit Daten des Rechnungswesen eine Rolle sondern vermehrt auch ökologische und soziale Herausforderungen. Diese beiden letztgenannten Herausforderungen in das bestehende Firmencontrolling zu integrieren gewinnt immer mehr an Bedeutung. Der Unterschied zum klassischen Controlling besteht darin dass nicht mehr nur finanzielle Informationen verarbeitet werden sondern auch ökologische und soziale Leistungsindikatoren betrachtet werden. (Siehe Kapitel 2.6.6) In der Unternehmenspraxis bedient man sich hier Guidelines welche für alle Stakeholdergruppen interessante Kennzahlen definieren und an denen sich ein Unternehmen orientieren kann. Die „Global Reporting Initiative“ bietet einen solchen Leitfaden (Siehe Kapitel 2.6.1). Wie auch im klassischen Controlling ist das Zusammenspiel von Management und Controlling mitentscheidend für den Unternehmenserfolg. Dabei ist eine Integration der Nachhaltigkeitsaspekte in das konventionelle Controlling des Unternehmens erstrebenswert, um eine parallele Existenz von Steuerungskonzepten zu vermeiden. In einem integrativen Nachhaltigkeitscontrolling werden daher die nachhaltigkeitsrelevanten Informationen mit den konventionellen Finanzkennzahlen des Unternehmens verknüpft, sowie die entscheidungsrelevanten Daten für die Entscheidungsträger aufbereitet.<sup>54</sup>

<sup>52</sup> Schaltegger, S.; Zvedow, D. (2012), S.47.

<sup>53</sup> <http://wirtschaftslexikon.gabler.de> (23.08.2013)

<sup>54</sup> Vgl. Ries, A.; Wehrum, K. (2011), S.27.

Hierbei wird zwischen dem strategischen und dem operativen Controlling unterschieden. Aufgabe des strategischen Nachhaltigkeitscontrollings ist die Bereitstellung von Methoden und Informationen mit konkretem Bezug auf die ökonomischen, ökologischen und sozialen Unternehmensziele, sowie die Koordination der strategischen Planung und Kontrolle. Das strategische Nachhaltigkeitscontrolling hat daher einen mittel- bis langfristigen Zeitbezug. Das operative Nachhaltigkeitscontrolling beinhaltet hingegen die kurz- bis mittelfristigen Planungszeiträume und hat insbesondere die Steuerung und Kontrolle innerbetrieblicher Prozesse zur Aufgabe. Fokus ist somit die Analyse von Zielabweichungen, im Rahmen einer detaillierten Leistungsmessung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimensionen. Diese Aufgabe bedingt die Existenz eines geeigneten Nachhaltigkeits- Performance Managements, sowie die Definition geeigneter Nachhaltigkeitskennzahlen. Die effiziente Umsetzung eines proaktiven Nachhaltigkeitsmanagements bedingt die Integration von Nachhaltigkeitscontrolling in die Gesamtunternehmenssteuerung und Berichterstattung des Unternehmens.<sup>55</sup>

Zentrale Aufgabe des Controllings ist es, der Unternehmensführung entscheidungsrelevante Informationen bereitzustellen. Demnach benötigt das Management lediglich Informationen zu solchen ökologischen und sozialen Themen, welche sich direkt oder indirekt auf die Zielerreichung auswirken und zudem steuern und überwachen lassen. Das Nachhaltigkeitscontrolling hat folglich die Aufgabe, die identifizierten Umwelt- und Sozialindikatoren in einer objektiven und systematischen Analyse zu quantifizieren.<sup>56</sup>

Das Erstellen eines Nachhaltigkeitsberichts und das damit verbundene Erheben von Nachhaltigkeitsindikatoren ist ein erster Schritt in Richtung Controlling bezüglich Nachhaltigkeit. Denn das Controlling benötigt Kennzahlen, um dem Management überhaupt entscheidungsrelevante Informationen liefern zu können. Der Nachhaltigkeitsbericht ist damit ein entscheidender Schritt das Nachhaltigkeitsmanagement und Controlling im Unternehmen auszubauen und zu forcieren. Generell soll das Controlling sicherstellen, dass Maßnahmen welche im Unternehmen bezüglich Umwelt und Soziales umgesetzt werden auch zur ökonomischen Zielsetzung beitragen. Unternehmen sollten versuchen mit Hilfe des Nachhaltigkeitscontrolling ihre Investitionen so zu tätigen, dass ein Wettbewerbsvorteil lukriert werden kann und abzuklären, ob sich Nachhaltigkeit auch rechnet. Denn in der Regel nehmen Unternehmen nur dann Geldmittel in die Hand, wenn sie dem finanziellen Erfolg dienen.

---

<sup>55</sup> Ries,A.;Wehrum,K. (2011), S.27.

<sup>56</sup> Vgl.Ries.,A.;Wehrum,K. (2011), S.28.

## 2.4 Der Nachhaltigkeitsbericht

Im Rahmen der Unternehmenskommunikation dienen Berichte der schriftlichen Information und Dokumentation unternehmensinterner und externer Sachverhalte. Mit Hilfe der Berichterstattung wird die Unternehmensleistung gegenüber internen und externen Anspruchsgruppen kommuniziert. Blickt man auf die letzten Jahrzehnte zurück, zeigt sich, dass Unternehmen mit spezifischen Erweiterungen und Schwerpunktsetzungen in der Unternehmensberichterstattung auf die sich wandelnden unternehmerischen Herausforderungen reagiert haben. So wurde die an rein monetären Grundsätzen ausgerichtete Finanzberichterstattung um soziale und umweltrelevante Aspekte erweitert. Auf diese Weise versuchen Unternehmen die ökonomische, ökologischen und sozialen Informationsbedürfnisse der verschiedenen Stakeholder zu erfüllen und das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung im Dialog mit den gesellschaftlich relevanten Anspruchsgruppen von Unternehmen zu konkretisieren und auszufüllen. Dies geschieht teilweise freiwillig, teilweise durch gesetzlichen Zwang. Um Vertrauen in das Unternehmen und die Unternehmensleistung aufbauen zu können, muss die Berichterstattung glaubwürdig sein. Dies kann erreicht werden durch die Ausrichtung ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung. Sie umfassen z.B. Klarheit, Vollständigkeit, Verständlichkeit, Relevanz, Vergleichbarkeit und Kontinuität.<sup>57</sup>

An dieser Stelle sei auch noch erwähnt, dass nicht nur Nachhaltigkeitsberichte sondern auch Umweltberichte, Umwelterklärungen, Sozialberichte oder auch Corporate Citizenship Reports erstellt werden. Da aber ein NH-Bericht alle ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekte abdeckt, verdrängt er mehr und mehr andere Formen der Non-Financial Berichte, deren Rechenschaftsablegung von nur einzelnen Teilbereichen nicht mehr ausreicht. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Entwicklung der Berichterstattung der letzten 20 Jahre.

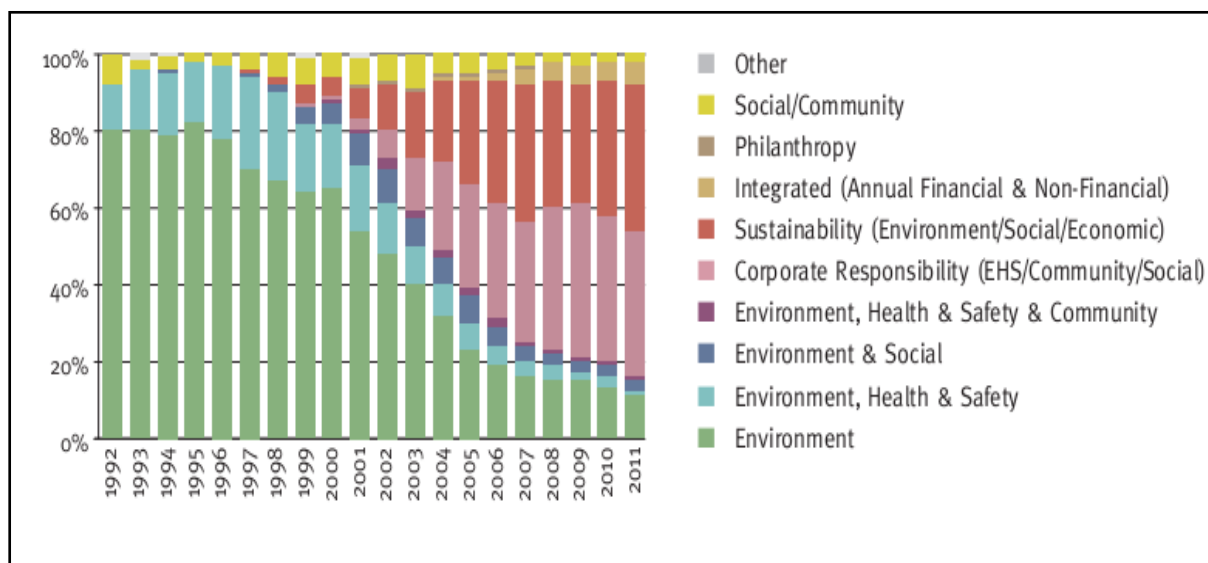


Abb.8: Entwicklung der Berichterstattungsform<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Schaltegger, S. et al. (2007), S.79.

<sup>58</sup> <http://www.corporateregister.com> (12.06.2013)

## 2.5 Nachhaltigkeits-Ratings und Indizes

Heutzutage gibt es bereits zahlreiche Ratingagenturen, die Unternehmensleistungen in Bezug auf Nachhaltigkeit anhand derer Berichte klassifizieren. Die Analysten beurteilen tausende börsennotierte Unternehmen, indem sie Fragebögen (z.B. CDP) an Unternehmen schicken, Websites begutachten oder selbst vor Ort Informationen einholen. Die Informationen werden beurteilt und Ranglisten werden erstellt. Für Unternehmen bedeutet eine gute Platzierung Image und Wettbewerbsvorteile. Um Investoren zu gewinnen wird eine umfassende Informationspolitik bezüglich Umwelt und Nachhaltigkeit immer wichtiger. Das Erkennen der Kapitalmarktrelevanz des Klimawandels ist für Unternehmen von entscheidender Bedeutung. Die Unternehmen mit den besten Ratings werden in Nachhaltigkeitsindizes aufgenommen. Unter Nachhaltigkeits-Ratings sind von zumeist externen Rating-Organisationen durchgeführte Gutachten zu verstehen, die die soziale, ökologische und ökonomische Performance eines Unternehmens bewerten.

Ein Nachhaltigkeits- Rating lehnt sich methodisch an konventionelles Finanzrating an und aggregiert Informationen aus den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen (Personal, Energieeffizienz, Umgang mit natürlichen Rohstoffen, Entsorgung von Abfällen, Konsumentenschutz usw.), um sie zu einem Gesamturteil zusammenzufassen. Nachhaltigkeits- Ratings werden zurzeit überwiegend ohne ein explizites Auftragsverhältnis zwischen dem beurteilten Unternehmen und der Rating-Institution durchgeführt. Häufig werden abgeschlossene Ratings in Kurzform veröffentlicht. Nachhaltigkeits-Ratings stellen ein wichtiges Instrument zur Erhöhung der Transparenz der Finanzmärkte und des unternehmerischen Handelns dar.<sup>59</sup>

Im Anschluss werden einige wichtige Ratingagenturen und Indizes in Bezug auf Nachhaltigkeit genannt.

### 2.5.1 Ratingagenturen

- SAM:

Die Schweizer Sustainable Asset Management Group (SAM) bewertet Unternehmen bezüglich deren Nachhaltigkeitsleistungen und entscheidet über die Aufnahme bzw. den Verbleib im Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Die Aufnahme erfolgt nach dem Best-in-class Prinzip. Aufgenommen werden die 10% der besten Großkonzerne weltweit. Ausgewählt wird aus den 2500 weltgrößten Konzernen. Seit dem Jahr 2009 werden jährlich Nachhaltigkeitsreports veröffentlicht und darin die wichtigsten Unternehmen als Benchmark verglichen.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup> Schaltegger, S. et al. (2007), S.159.

<sup>60</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S.136.

- Oekom Research:

Ist eine der weltweit führenden Ratingagenturen mit Sitz in Deutschland. Arbeitet ebenfalls mit der Best-in-Class Methode und ist eine von Banken und Netzwerken unabhängige Agentur. Die Analysten untersuchen rund 1000 börsennotierte aber auch nicht gelistete Unternehmen. Die Kriterien gelten immer nur für eine Branche. Keine branchenübergreifenden Untersuchungen wie bei anderen Agenturen. Ein rund 500 Kriterien umfassender Katalog bildet die Basis der Untersuchungen.<sup>61</sup>

- Sustainalytics:

Unternehmen welches die 30 DAX- Konzerne auf ihre Nachhaltigkeitsleistungen überprüft. Bietet ein Research zu Umwelt-, Sozial- und Governance Aspekten und fußt daher auf dem Environment Social Governance (ESG) Ansatz. Die ESG-Analyse ist eine weitverbreitete Möglichkeit Unternehmen auf deren Leistungen bezüglich dieser Themen zu untersuchen und wird von zahlreichen Researchanbietern genutzt.<sup>62</sup>

- IMUG/EIRIS:

Das Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft e.V (IMUG) ist ein von Banken und Investoren völlig unabhängiges Unternehmen. IMUG gehört zu der Londoner Ethical Investment Research Services (EIRIS) und bildet den deutschen Partner Mittlerweile liegen für etwa 2500 Unternehmen Bewertungen vor. IMUG bewertet die in der Wirtschaftsregion Deutschland, Österreich und Schweiz notierten Unternehmen. Die Anzahl der bewerteten Firmen beläuft sich auf ca. 200, welche im DAX, MDAX, ATX und SMI gelistet sind. Diese werden im Auftrag der EIRIS analysiert und bewertet.<sup>63</sup>

- Vigeo:

Die Indexgruppe des Advanced Sustainable Performance Index (ASPI) wird von der Ratingagentur Vigeo zusammengestellt. Sie untersucht 120 Unternehmungen bezüglich ihrer Nachhaltigkeitsperformance. Unternehmen werden anhand von sechs Kriterien untersucht.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S. 136.

<sup>62</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S. 136.

<sup>63</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S. 136.

<sup>64</sup> Vgl. Fembek, M.; Athanasiadis, G. (2013), S. 136.

## 2.5.2 Indizes

Im Folgenden sind die wichtigsten Indexfamilien der weltweit führenden Indizes sowie der deutschsprachigen Börsen aufgelistet.

Führende Indizes weltweit:

- Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
- FTSE4Good
- MSCI World ESG
- ASPI Eurozone
- Carbon Disclosure Leadership Index (CPLI)

Indizes an deutschsprachigen Börsen:

- Naturaktienindex (NAI)
- STOXX Global ESG Leaders
- STOXX Sustainability Indices
- DAXglobal Sarasin Sustainability Index EUR
- Global Challenges Index

Österreichische Indizes:

- Vönix
- Ceerius (CEE Responsible Investment Universe)<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> <http://www.nachhaltigkeit.info> (20.05.2013)



## 2.6 Inhalt und Anwendungsebenen eines Nachhaltigkeitsberichts

Im folgenden Kapitel wird beschrieben, welche Elemente ein Nachhaltigkeitsbericht beinhalten sollte und welche Anforderungen laut Global Reporting Initiative (GRI) der Bericht für die jeweilige Anforderungsebene zu erfüllen hat. Bevor aber die Kriterien der Berichtserstellung im Einzelnen erläutert werden, wird noch der wichtige Standardleitfaden (GRI) der für die Erstellung eines Berichts verwendet wird beschrieben.

### 2.6.1 Global Reporting Initiative (GRI)

Um für die unterschiedlichsten Stakeholder eine Meßlatte bereitzustellen, wurde 1997 die Global Reporting Initiative (GRI) gegründet. Mit Förderung der UNEP (Umweltprogramm der Vereinten Nationen) entwickelte sie weltweit anwendbare Standards der Berichterstattung und verbesserte ihren ersten Entwurf von Leitlinien im stetigen Austausch mit den internationalen Stakeholdern. Dies begünstigt den Vergleich von Berichten innerhalb einer Branche sowie international und branchenübergreifend. Für die Unternehmen hat die Befolgung der GRI-Kriterien einen doppelten Vorteil: Sie können sich an einem - auch von wichtigen Stakeholdergruppen-weltweit akzeptierten Kriterienmodell ausrichten und profitieren gleichzeitig von dem Bedeutungsgewinn der GRI-Guidelines. Denn die Fragebögen (z.B.CDP) der nachhaltigkeitsorientierten Ratingagenturen nähern sich daran an. Diese Agenturen heißen Sustainable Asset Management (SAM, Zürich), oekom research (München)(siehe Kapitel 2.5.1), CoreRatings (London) etc. und schlagen überdurchschnittlich verantwortungsvoll handelnde Unternehmen für Ethik- oder Ökofonds vor. Und je mehr Einigkeit über wesentliche Anforderungen an die Unternehmen besteht, desto schneller und kostengünstiger können die Umwelt- und Nachhaltigkeitsabteilungen der Unternehmen die abgefragten Informationen zusammenstellen. GRI ist eine unabhängige Institution mit dem Anliegen, weltweit anwendbare Leitlinien für die Nachhaltigkeitsberichterstattung in einem Multistakeholder-Prozess zu entwickeln und zu verbreiten. Dabei achtet GRI darauf, dass die Leitlinien zur Berichterstattung mit den wichtigsten inter- national verbreiteten Grundsätzen und Instrumenten zum nachhaltigen Wirtschaften kombiniert werden können. Explizit handelt es sich dabei um den Global Compact und die Millenniumsziele der Vereinten Nationen, die OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen, den Umweltmanagementstandard ISO 14001, die AA1000-Serie der britischen Beratungsgesellschaft Accountability sowie den Standard SA8000 von Social Accountability International. An der Weiterentwicklung der GRI-Guidelines ist die Wirtschaft ebenso aktiv beteiligt wie die Investmentbranche, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen sowie Wissenschaft und Arbeitnehmervertretungen aus der ganzen Welt.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Werner,F. (2005), S.69f.

Die GRI ist das mit Abstand am weitesten verbreitete Instrumentarium zum Verfassen von Nachhaltigkeitsberichten und gilt als weltweit anerkannter Standard. Auch die AMAG hat sich dazu entschlossen, ihren Nachhaltigkeitsbericht nach dieser Leitlinie zu erstellen.

Abbildung 9 zeigt die Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichte welche nach der Global Reporting Initiative erstellt wurden. In diese Darstellung inkludiert sind auch Non-Financial Reports wie z.B. Umweltberichte. Wären diese nicht dabei, also nur CSR oder Nachhaltigkeitsberichte, wäre der Prozentsatz deutlich höher.

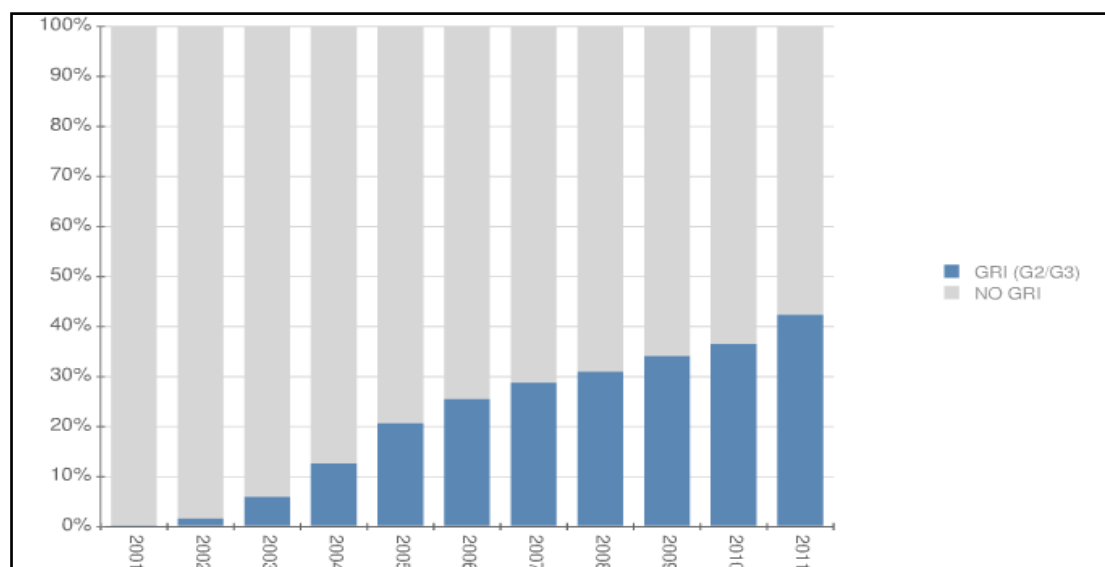


Abb.9: Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichte nach GRI<sup>67</sup>

Die 3 Hauptbereiche eines NH-Berichts nach GRI sind die Angaben zum Berichtsprofil, die Offenlegung eines Managementansatzes sowie die Darstellung von Leistungsindikatoren. Diese Bereiche werden in den Kapiteln 2.6.4 bis 2.6.6 näher beschrieben.

## 2.6.2 Anwendungsebenen laut GRI

Wer nach GRI einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen will, muss im Bericht eine Anwendungsebene definieren, nach welcher der Bericht strukturiert wird.

Diese Selbsteinstufung ist verpflichtend um den NH-Bericht als GRI basiert anzuerkennen. Je nach Anwendungsebene schreibt die GRI vor welche Kriterien erfüllt werden müssen, um diese zu erreichen. Die Ebene C ist für Neueinsteiger gedacht und steigert sich bis zu Ebene A für erfahrene Berichtersteller. Das „+“ Zeichen bedeutet, dass der Bericht extern von einer autorisierten Prüfungsgesellschaft bestätigt wurde.

Die Überprüfung eines Nachhaltigkeitsberichts kann auch direkt bei der GRI erfolgen. Bei positivem Ergebnis erhält die zu berichtende Unternehmung ein „GRI checked“ Label. Das „+“ Zeichen wird von der GRI nicht ausgestellt, dazu benötigt es eine Prüfung durch externe Dritte.<sup>68</sup>

<sup>67</sup> <http://www.corporateregister.com> (12.06.2013)

<sup>68</sup> Vgl.GRI. (2006), S.49.

ANWENDUNGSEBENEN		C	C+	B	B+	A	A+
ERFORDERLICHE KRITERIEN	G3 Angaben zum Berichtsprofil	BERICHTEN SIE ÜBER : 1.1 2.1–2.10 3.1–3.8, 3.10–3.12 4.1–4.4, 4.11–4.15	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE	BERICHTEN SIE ÜBER : alle Kriterien für Ebene C und: 1.2 3.9, 3.13 4.5–4.13, 4.16–4.17	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE	BERICHTEN SIE ÜBER : dieselben Anforderungen wie für Ebene B	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE
	G3 Offenlegung des Managementansatzes	Eine Offenlegung des Managementansatzes erfolgt nicht	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE	Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE	Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE
	G3 Leistungsindikatoren und Leistungsindikatoren in Sector Supplements	Angaben zu mindestens 10 G3-Kernindikatoren: Dabei sollte sowohl aus dem ökonomischen, als auch aus dem ökologischen Bereich sowie aus dem sozial / gesellschaftlichen Bereich jeweils mindestens ein Indikator enthalten sein.	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE	Angaben zu mindestens 20 G3-Kernindikatoren: Dabei sollte aus dem ökonomischen, dem ökologischen sowie aus dem Bereich Menschenrechte, Arbeit, Gesellschaft und Produktverantwortung jeweils ein Indikator enthalten sein.	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE	Angaben zu jedem G3-Kernindikator und zu jedem Sector Supplement-Indikator*: Unter Berücksichtigung des Wesentlichkeitsprinzips sollte entweder: a) der Indikator dargestellt oder b) erläutert werden, warum dazu keine Angaben gemacht werden können.	FALLS DER BERICHT EXTERN BESTÄTIGT WURDE

\* sofern es für die Branche eine endgültige Version gibt

Abb.10: Anwendungsebenen laut GRI<sup>69</sup>

Im Folgenden werden alle erforderlichen Kriterien (Berichtsprofil, Managementansatz, Leistungsindikatoren) welche für einen GRI-Bericht benötigt werden, genauer beschrieben. Auf eine detaillierte Auflistung der Angaben zum Berichtsprofil wird verzichtet, da dies im Hauptteil respektive im AMAG GRI Content Index dieser Diplomarbeit zu sehen sein wird. (siehe Tabelle 4)

### 2.6.3 Prinzipien der GRI-Berichterstattung

Der GRI-Berichtsleitfaden gibt Prinzipien vor um eine professionelle Berichterstattung gewährleisten zu können. Diese Prinzipien dienen der berichtenden Organisation zur Selbsteinschätzung der Berichtsangaben und sind Grundsätze, die bei der Ergebnisfindung unterstützende Wirkung haben sollen.

Die Prinzipien der GRI-Berichterstattung lauten wie folgt: <sup>70</sup>

- Wesentlichkeit
- Einbeziehung von Stakeholdern
- Nachhaltigkeitskontext
- Vollständigkeit
- Ausgewogenheit
- Vergleichbarkeit
- Genauigkeit
- Aktualität
- Klarheit

<sup>69</sup> <http://www.globalreporting.org> ( 27.04.2013)

<sup>70</sup> Vgl.GRI. (2006),S.13ff.

## 2.6.4 Angaben zum Berichtsprofil

Die Angaben zum Berichtsprofil stellen den Auftakt zur Berichtserstellung dar. Hier werden grundlegende Angaben zur Unternehmung gemacht, Berichtsparameter entschieden sowie die Corporate Governance von Unternehmen beleuchtet. Dieser Abschnitt den die GRI Berichtsprofil nennt, dient dazu Zusammenhänge zu späteren Berichtskapiteln besser verstehen zu können und strategische Themen der Unternehmung zu beleuchten. Es soll vermittelt werden welche Leistungen das Unternehmen erbringt. Im Folgenden wird auf die 4 Abschnitte des Berichtsprofils etwas genauer eingegangen. Es sei hier dennoch erwähnt, dass nicht jedes Kriterium (1.1-1.2, 2.1-2.10, 3.1-3.13, 4.1-4.17) exakt beschrieben wird. Dies ist dem Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der GRI zu entnehmen.<sup>71</sup>

### Abschnitt 1: Strategie und Analyse

- einem Statement des höchsten Entscheidungsträgers der Unternehmung (CEO, Geschäftsführer), er beschreibt wie das Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit umgeht und welchen Stellenwert es hat. Weiters soll erwähnt werden, welche Visionen die Firma bezüglich Nachhaltigkeit hat und welche strategischen Ziele sie verfolgt.
- Bericht über die wichtigsten Risiken und Chancen, die das Unternehmen in Zusammenhang mit Nachhaltigkeit sieht.<sup>72</sup>

### Abschnitt 2: Organisationsprofil

- Im Organisationsprofil sollte das Unternehmen genauer vorgestellt werden. Die GRI gibt hier 10 Kriterien (2.1-2.10) vor, welche im Zuge dieses Punktes abgearbeitet werden. Dieser Abschnitt beinhaltet unter anderem die Größe der Organisation, Produkte, Marken und Dienstleistungen, Organisations und Eigentümerstruktur sowie die Anzahl der Länder in der die Firma tätig ist.<sup>73</sup>

### Abschnitt 3: Berichtsparameter

- Angaben zum Berichtsprofil

Unter diesem Punkt wird definiert für welchen Zeitraum die im Bericht zur Verfügung gestellten Informationen gelten und in welchem Berichtszyklus die Unternehmung vor hat, NH-Berichte zu veröffentlichen. In den meisten Fällen wird für den Zeitraum das Geschäftsjahr der Unternehmung gewählt. Dies fällt in vielen Fällen mit dem Kalenderjahr zusammen. Für den Berichtszyklus wird in der Regel ein Jahres oder Zweijahresrythmus gewählt. Auch sollte hier noch erwähnt werden, ob und wann der letzte Bericht veröffentlicht wurde, sowie eine Person soll genannt werden, welche als Ansprechpartner für Fragen zum Bericht fungiert.<sup>74</sup>

---

<sup>71</sup> Vgl.GRI. (2006), S.4ff.

<sup>72</sup> Vgl.GRI. (2006), S.20.

<sup>73</sup> Vgl.GRI. (2006), S.21.

<sup>74</sup> Vgl.GRI. (2006), S.21.

- Berichtsumfang und Grenzen

Hier sollte die Vorgehensweise beschrieben werden, welche die Unternehmung bei der Erstellung des Berichts gewählt hat und sich zu den Prinzipien der Berichterstattung (Kapitel 2.6.3) bekennen. Ein weiterer wichtiger Punkt dieses Abschnitts ist die Angabe der Berichtsgrenze. Es sollte klar definiert sein auf welche Abteilungen, Standorte, Tochterunternehmen usw. sich die Berichtsangaben beziehen. Weiters sind hier die angewandten Berechnungsgrundlagen sowie Erhebungsmethoden zu beschreiben, welche zur Kennzahlenerhebung benutzt wurden. Als Beispiel kann hier das GHG (siehe Kapitel 2.2.6) genannt werden, welches zur Erhebung der Emissionen verwendet wird. Unter den Punkten 3.1-3.13 im GRI Leitfadens findet man eine genaue Auflistung der Berichtsparameter.<sup>75</sup>

An dieser Stelle sei auch noch der GRI Content Index erwähnt, welcher angibt wo im Bericht die Standardangaben zu finden sind. In Form einer Tabelle werden alle erforderlichen Kriterien der jeweiligen Anwendungsebene aufgelistet und in Form von Verweisen, Erklärungen und Kommentaren die Fundstelle der Angabe im Bericht angegeben. Der GRI Content Index enthält auch eine Angabe zum Umfang wie die Standardangabe berichtet wird. D.h. man sollte angeben ob der Indikator oder sonstige Angaben vollständig oder teilweise berichtet wurden oder überhaupt nicht anwendbar sind. Dies dient einerseits dem Berichtersteller zur Überprüfung ob genügend Angaben zur festgelegten Anwendungsebene vorhanden sind und andererseits externen Überprüfern des Berichts zur Orientierung und besseren Prüfbarkeit.

#### **Abschnitt 4: Governance, Verpflichtungen und Engagement**

Wie unter Kapitel 2.1.4 schon beschrieben, beschäftigt sich die Corporate Governance mit der Leitung und Überwachung eines Unternehmens. In diesem Abschnitt des Berichtsprofils soll auf die Führungsstruktur der Unternehmung eingegangen und Fragen der Unabhängigkeit zwischen Unternehmensführung (Vorstand, Geschäftsführung) und Kontrollgremien (Aufsichtsrat) geklärt werden. Welche Zusammenhänge es zwischen der Bezahlung der Firmenleitung und den Leistungen bezüglich ökologischer, ökonomischer und sozialer Belange gibt, ist ebenso anzugeben wie die Mechanismen, welche es gibt, um Anliegen an das höchste Leitungsorgan zu adressieren. Auch kann man unter diesem Punkt erwähnen, zu welchen Initiativen man sich bekennt bzw. welchen Organisationen (Global Compact, respACT) man beigetreten ist. Ein weiterer Punkt welchen jeder NH-Bericht beinhalten sollte und unter diesem Abschnitt abgearbeitet wird, ist die Einbeziehung von Stakeholdern ins Unternehmen. Welche Ansätze gibt es, Stakeholder mit einzubeziehen und welche Interessensgruppen sind für die Unternehmung von Bedeutung, sollte behandelt werden. Die Punkte 4.1 - 4.17 beschäftigen sich mit den hier beschriebenen Problematiken. Eine genaue Vorlage inkl. näherer Beschreibung dieser Punkte liefert der GRI Leitfadens.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Vgl.GRI. (2006), S.21.

<sup>76</sup> Vgl.GRI. (2006), S.22ff.

## 2.6.5 Offenlegung des Managementansatzes

Die Global Reporting Initiative gibt vor, dass ab Anwendungsebene B für jede Indikatorkategorie (siehe Kapitel 2.6.6) ein Managementansatz offen zu legen ist. Es ist zu beschreiben, wie das Management den Umgang mit Nachhaltigkeit betreibt und welche Ansätze es verfolgt. Es soll ein Überblick geschaffen werden wie die einzelnen Indikatorbereiche in das Managementsystem einer Unternehmung integriert werden. Oft dienen Zertifizierungen (ISO 14001, ISO 5001) dazu, Teilbereiche der nachhaltigen Entwicklung zu managen. Deren Umsetzung und Einhaltung gibt einen Weg vor wie Managementansätze umgesetzt werden können. Auch sollte beschrieben werden, wie das Thema Nachhaltigkeit in ein vorhandenes Managementsystem einer Unternehmung integriert werden kann und welche Zuständigkeiten vereinbart wurden. Der Informationsfluss einer Unternehmung von den Fachbereichen bis zum obersten Kontrollgremium wird hier behandelt.<sup>77</sup>

## 2.6.6 G3 –Leistungsindikatoren

Um den Berichtsrahmen zu vervollständigen werden in diesem Kapitel die Leistungsindikatoren näher beschrieben. Die GRI hat mit Hilfe zahlreicher Stakeholder 80 Indikatoren festgelegt, welche eine möglichst hohe Aussagekraft über die Nachhaltigkeitsleistung einer Unternehmung darlegen sollen. Diese Kennzahlen werden unterteilt in Kern und Zusatzindikatoren. Kernindikatoren sind jene, welche für die meisten Organisationen wesentlich sind und eine hohe Aussagekraft bieten. Zusatzindikatoren behandeln Themen, welche nicht für alle Unternehmen von Bedeutung sind. So wird zum Beispiel unter dem Indikatoraspekt Menschenrechte nach Vorfällen zur Verletzung der Rechte der Ureinwohner gefragt. Dieser Indikator ist allerdings für die AMAG nicht anwendbar, da sie keine Geschäftsaktivitäten in Gebieten mit Ureinwohnern ausübt. Es sei darauf hingewiesen, dass hier nur ein Überblick über die Indikatorbereiche und deren Themeninhalte gegeben wird. Eine genaue theoretische Erklärung jedes einzelnen Indikators wäre nicht sinnvoll und würde zu viel Platz einnehmen. Die genaue Erklärung jeder Kennzahl findet sich im GRI Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichte. Im Zuge dieser Diplomarbeit wurde anhand dieses Leitfadens die Indikatorerhebung durchgeführt. In der Darstellung der praktischen Ergebnisse unter Kapitel 3.3 werden die Indikatoren detaillierter erklärt und grafisch dargestellt. Die Kennzahlen, welche die GRI vorgibt, sind in sogenannte Indikatorkategorien gegliedert, die wiederum in Indikatoraspekte aufgeteilt werden und anschließend gezeigt werden. Die in Klammer gesetzten Zahlen geben die Anzahl der Indikatoren der jeweiligen Kategorie an.

- Ökonomische Leistungsindikatoren (9)
  - Wirtschaftliche Leistung
  - Marktpräsenz
  - Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen

---

<sup>77</sup> Vgl. GRI. (2006), S.24.

- Ökologische Leistungsindikatoren(30)
  - Materialien
  - Energie
  - Wasser
  - Biodiversität
  - Emissionen, Abwasser und Abfall
  - Produkte und Dienstleistungen
  - Einhaltung von Rechtsvorschriften
  - Transport
  
- Gesellschaftliche Leistungsindikatoren(14)
  - Indikatoren zu Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung
    - Beschäftigung
    - Arbeitnehmer-Arbeitgeber Verhältnis
    - Arbeitsschutz
    - Aus und Weiterbildung
    - Vielfalt und Chancengleichheit
  
  - Menschenrechtsleistungsindikatoren(9)
    - Investitions und Beschaffungspraktiken
    - Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
    - Kinderarbeit
    - Zwangs und Pflichtarbeit
    - Sicherheitspraktiken
    - Rechte der Ureinwohner
  
  - Gesellschaftlich/soziale Leistungsindikatoren(8)
    - Gemeinwesen
    - Korruption
    - Wettbewerbswidriges Verhalten
    - Einhaltung der Gesetze
  
  - Produktverantwortung(9)
    - Kundengesundheit und Sicherheit
    - Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen
    - Werbung
    - Schutz der Kundendaten
    - Einhaltung von Gesetzesvorschriften<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> Vgl.GRI. (2006), S.26ff.

Zusätzlich zu diesen Leistungsindikatoren gibt es noch sogenannte GRI-Sector Supplements. Dies ist eine weitere Liste von Indikatoren die branchenspezifisch aufgelegt wurde. Für die AMAG, welche in der Aluminiumindustrie tätig ist, gilt die Kategorie: „Mining and Metals“. Die genaue Auflistung und Beschreibung aller Indikatoren finden Sie im GRI Content Index für Leistungsindikatoren im Hauptteil dieser Diplomarbeit(S.84f.).

Zum Abschluss dieses Kapitels fasse ich nochmal die Inhalte eines nach GRI verfassten Nachhaltigkeitsberichts zusammen:

Im Bericht enthalten sollte sein:

- Strategie und Analyse
- Organisationsprofil
- Berichtsparemeter
- Managementansatz
- Governance, Verpflichtungen und Engagement
- Leistungsindikatoren

Des Weiteren sei noch erwähnt, dass der Bericht nicht nur die positiven Auswirkungen darstellen soll, sondern auch negative. Ziel ist eine ausgewogene Berichterstattung bei der man entsprechende Maßnahmen bei Fehlentwicklungen umsetzen will. Ein NH-Bericht sollte sich an alle Stakeholdergruppen richten und Information für alle in ausreichendem Maße zur Verfügung stellen. Die Bereiche Umwelt, Wirtschaft und Soziales sollen strukturiert, klar und verständlich berichtet werden und dies möglichst umfangreich. Wird ein Nachhaltigkeitsbericht nach GRI erstellt, ist auch eine Vergleichbarkeit der Daten vorausgesetzt.



## 2.7 Resümee der Literaturrecherche

Die Literaturrecherche wurde so aufgebaut, dass ausgehend von der Grunddefinition von Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung alle Begrifflichkeiten beschrieben werden, mit denen man sich im Laufe einer Berichtserstellung konfrontiert sieht. Ausgehend von einer umfangreichen Corporate Responsibility mit all seinen Spezialgebieten, welche eine Unternehmung prägen, bis hin zu den Zertifizierungen nach denen sich Organisationen richten, ist das interne Engagement ausschlaggebend für Nachhaltigkeit im Unternehmen. Mit dem Erstellen eines Nachhaltigkeitsberichts oder der Beantwortung von Investorenfragebögen beginnt dann die Darstellung des Unternehmens nach außen. Diesen Informationsfluss wiederum ruft Stakeholder auf den Plan die Nachhaltigkeitsleistungen bewerten und börsennotierte Unternehmen einer Indexlistung unterziehen.

Der daraus entstehende Druck die Leistungen von Firmen bezüglich Nachhaltigkeit zu verbessern, kommt einer nachhaltigen Gesamtentwicklung zugute. Da Unternehmen um stetige Verbesserungen in puncto Sustainability bemüht sind und die Corporate Responsibility aus Image und Reputationsgründen wiederum ausgebaut wird, schließt sich der Kreis und man bekommt einen Überblick, welche umfangreichen Aufgabenstellungen und Konsequenzen es hat, wenn sich Unternehmen dem Wettbewerb stellen, einen Nachhaltigkeitsbericht zu publizieren. Die Unternehmen werden ihren Beitrag dazu leisten müssen, die Klimapolitik weltweit umzusetzen.

Das Themengebiet ist sehr breit gefächert, jedoch war es mir wichtig die Begriffe zu erläutern, die an der Nachhaltigkeitsberichterstattung interessierten Leute benötigen, um einen Gesamtüberblick zu erhalten und Zusammenhänge verstehen zu können. So banal die Definition von Nachhaltigkeit auch klingen mag, ist mir während meiner Diplomarbeit aufgefallen, dass viele über Sustainability reden aber nur wenige eine brauchbare Erklärung des Begriffs liefern. Deshalb ist es wichtig, die Grundlagen rund um dieses umfangreiche Thema zu erläutern und so an den Hauptteil meiner Diplomarbeit heranzuführen. Als Abschluss meines Theorieteils dieser Diplomarbeit stelle ich in einer Grafik nochmals die Komponenten welche für eine nachhaltige Entwicklung verantwortlich zeichnen dar. Das Zusammenspiel dieses „Netzwerks“ veranschaulicht die komplexen Zusammenhänge, die auf Unternehmen zukommen, wenn sie sich entschließen einen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen.

Deshalb wurde auch in den einzelnen Kapiteln des Theorieteils immer wieder auf die voran- oder nachstehenden Kapitel verwiesen, um die Zusammenhänge aufzuzeigen und das Zusammenspiel der verschiedenen Institutionen, Unternehmungen, Leitfäden, Zertifizierungen und Richtlinien zu verdeutlichen.

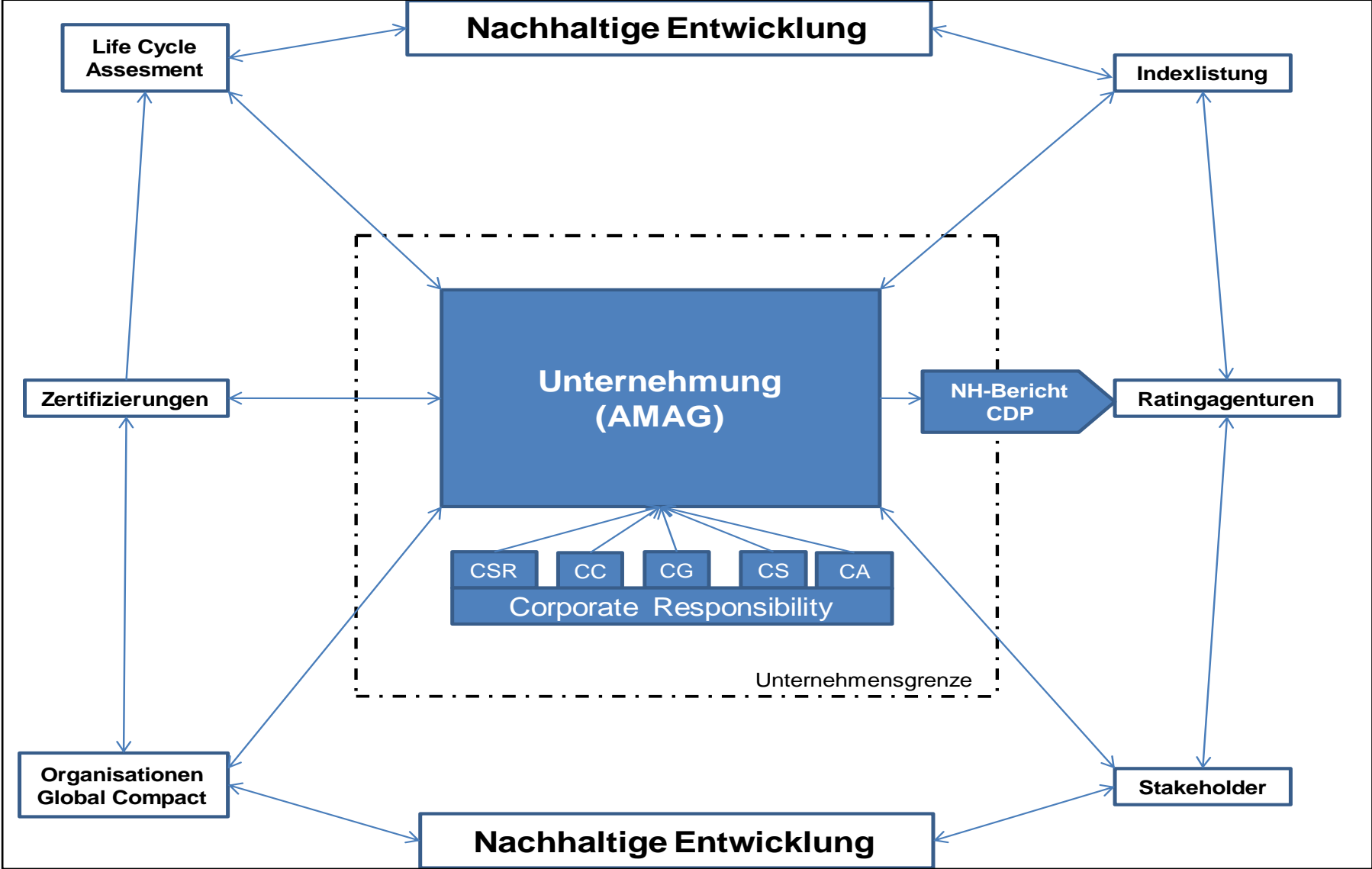


Abb.11: Netzwerk der Nachhaltigkeit

### 3 Praktische Problemlösung

In diesem Kapitel wird auf die praktische Problemlösung der Aufgabenstellungen eingegangen. Es soll ein Überblick gegeben werden wie die einzelnen Aufgaben vor Ort bei der Austria Metall AG in Ranshofen gelöst wurden und welche Schritte dazu beigetragen haben, ein Nachhaltigkeitsreporting für die AMAG aufzubauen. Wie ist die praktische Lösungsfindung in der Unternehmung gelaufen und welchen Hindernissen und Problemen man sich stellen muss um ans Ziel zu gelangen wird hier illustriert. Die Vorgehensweisen werden beschrieben und die Ergebnisse dargestellt. Wichtig ist hier auch die Beschreibung wie man zu den Ergebnissen gelangt ist. Es gibt nämlich viele Anleitungen und Gliederungen wie man einen NH-Bericht für ein Unternehmen erstellen kann. Mit welchen internen Hürden man zu kämpfen hat die auf einen zukommen, erfährt man erst bei der praktischen Umsetzung. Wie so oft gibt es große Unterschiede zwischen Theorie und Praxis und auf diese soll in diesem Kapitel ebenfalls eingegangen werden.

Da diese Diplomarbeit so aufgebaut ist, dass der theoretische Teil mit dem praktischen Teil zusammenhängt, wird es in diesem Kapitel oft Verweise auf die Grundlagen der Arbeit geben. Es wurden im Laufe der Diplomarbeit Vorschläge erarbeitet, welche hier in Form von Grafiken und Tabellen sowie Textinformation zusammengefasst werden. Die Gliederung der praktischen Problemlösung wurde so aufgebaut, dass sie mit den unter Kapitel 1.3 formulierten Teilzielen sowie der Abbildung 4 übereinstimmt. Ebenfalls anzusprechen ist die Tatsache, dass die AMAG Austria Metall AG mit dem Thema Nachhaltigkeitsbericht „Neuland“ betreten hat. Die im Theorieteil der Diplomarbeit beschriebenen Begrifflichkeiten wurden in Form von Präsentationen am Beginn der Arbeit auch Mitarbeitern der AMAG näher gebracht welche an diesem Projekt beteiligt waren.

Ein weiterer wichtiger Punkt war, dass am Beginn dieser Diplomarbeit in Ranshofen überhaupt nicht klar war, dass ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht wird. Hier galt es in Zusammenarbeit mit Hr. Dipl.Ing Pöcksteiner Überzeugungsarbeit zu leisten, um den Vorstand für dieses Projekt zu gewinnen. Die Herangehensweise an die Diplomarbeit war jedoch diese, dass es selbstverständlich ist, dass ein solcher Bericht publiziert wird, was sich jedoch erst im Laufe der Diplomarbeit bewahrheitet hat. Für Herrn Pöcksteiner, der die Konzernstrategie leitet, war es die beste Lösung, um eine saubere interne und externe Informationspolitik (siehe Kapitel 3.5) darzustellen. Ein Dokument zu haben, welches alle Stakeholdergruppen der AMAG zufrieden stellt, schien am erstrebenswertesten. Jedoch sind für ein solches Vorhaben finanzielle Mittel von Nöten, welche vom Vorstand freigegeben werden müssen.

In laufender Absprache mit meinem Diplomarbeitsbetreuer seitens der AMAG, mit welchem ich mich mindestens 2 mal die Woche getroffen habe wurden die Vorgehensweise sowie ausgearbeitete Lösungsalternativen diskutiert, deren Ergebnisse abgesegnet und für die weitere Problemlösung herangezogen.

In Form von iterativen Schleifen wurden die Teilziele so aufgearbeitet, dass am Ende ein für die AMAG Austria Metall AG zufriedenstellendes Ergebnis vorhanden war. Im Folgenden wird nun detailliert auf die praktische Problemlösung der Aufgabenstellung eingegangen, beginnend bei der Wettbewerbsanalyse.

Sie war neben der Bearbeitung des CDP-Fragebogens (Kapitel 1.6) und der Aufarbeitung der begrifflichen Grundlagen (Kapitel 2.1) eine meiner ersten Aufgaben.

Bis auf die wöchentlichen Sitzungen bei denen die Fortschritte präsentiert wurden war es die Aufgabe selbstständig an die Problemlösung heranzutreten und eigenständig notwendige firmeninterne Kontakte zu knüpfen. Wie dies im Detail aussah, wird nun beschrieben.

Abschließend sei noch erwähnt, dass sowohl die komplette theoretische aber vor allem die praktische Ausarbeitung der AMAG am Ende dieser Diplomarbeit übergeben wurde. Inwiefern die Austria Metall AG diese Information weiter verwendet und was in den Nachhaltigkeitsbericht schlussendlich übernommen wird obliegt allein der AMAG.

### **3.1 Wettbewerbsanalyse**

Wie schon kurz in der Einleitung (Kapitel 1.1) beschrieben, war es für die AMAG von strategischer Bedeutung zu wissen, was der Wettbewerb speziell bezüglich Nachhaltigkeit macht. Man musste sich einen Überblick verschaffen wie umfangreich das jeweilige Engagement der Konkurrenten ist und herausfiltern welchen Vorsprung der Wettbewerber diesbezüglich auf die AMAG haben. Es stellte sich die Frage, welche Nachhaltigkeitsziele verfolgt die Konkurrenz und welche Maßnahmen werden gesetzt. In diesem Zusammenhang war es auch wichtig zu erfahren was bezüglich Recycling gemacht wird.

Für jedes Unternehmen der Aluminiumindustrie ist dies eine entscheidende wirtschaftliche Säule. Gerade für die AMAG, welche in diesem Bereich eine weltweite Vorreiterrolle einnimmt, war es von strategischer Bedeutung was der Wettbewerb diesbezüglich verfolgt und welche Auswirkungen das für die AMAG hat, wenn Großkonzerne ihre hochgesteckten Recyclingziele erreichen. Weiters war zu erörtern, welche Unternehmen untersucht werden sollen. Es war am Beginn für mich zu klären: Wer sind die konkurrierenden Unternehmen überhaupt und welche sind für die AMAG von Interesse?

Diese wurden gelistet und nach Kriterien untersucht. Augenmerk wurde dabei auf die Produktion, Eigenaussagen sowie Schlagwörter der Firmen gelegt. Auch welche Zertifizierungen (siehe Kapitel 2.3) diese Unternehmen vorzuweisen haben und in welchen Indizes sie gelistet sind (Kapitel 2.5.2). Auch wurde der Internetauftritt der Unternehmen begutachtet wie die Website bezüglich Nachhaltigkeit gestaltet ist. Sind eigene „Reiter“ bezüglich Nachhaltigkeit vorhanden, wurde das in die Übersichtsdarstellung (Abbildung 3.1.2) mit aufgenommen. Sofern das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, wurde auch dieser analysiert. Diese Informationen wurden dann gesammelt und in einer Tabelle dargestellt.

Aber nicht nur Unternehmen aus der Aluminiumbranche wurden bewertet, sondern auch aus anderen Branchen, um eine erweiterte Sichtweite der Berichterstattung zu bekommen. So wurde beispielsweise aus der Automobilindustrie der NH-Bericht der BMW AG gesichtet sowie die BASF SE aus der Chemiebranche und der Sustainability Report der Miele & Cie. KG. Sie eignen sich als Ideengeber sehr gut, rangieren sie doch in den Berichtsrankings ganz oben. Aber auch einheimische Unternehmen wie die Verbund, Voestalpine oder die Österreichische Post veröffentlichen Nachhaltigkeitsberichte deren Rating Topplatzierungen in Rankings zur Folge hatte.

Alle diese Berichte haben geholfen, einen Überblick über Umfang, Art und Weise sowie Aufbau und Struktur eines Nachhaltigkeitsberichts zu bekommen. Ein vertraut machen, in welchem Wettbewerbsumfeld sich die Austria Metall AG bewegt und welchen Stellenwert das Thema „Sustainability“ in dieser Industrie hat, waren die Kernthemen mit denen ich mich im Zuge der Wettbewerbsanalyse beschäftigt habe.

Auch war es wichtig sich mit den branchenüblichen Größen wie Absatzmenge oder Recyclingrate zu beschäftigen und ein Gefühl für deren Größenordnung zu bekommen. Um die Wettbewerber in einen Vergleich mit der AMAG zu setzen, musste man im Zuge der Wettbewerbsanalyse parallel auch intern die Firmenstruktur und die Produktionsabläufe der Austria Metall AG verinnerlichen. Im Zuge dessen war es auch Aufgabe eine AMAG „Metal-Flow“ Analyse zu aktualisieren. Dieses Update ist eine Input-Output Darstellung des Materialflusses der AMAG (siehe Abbildung 12). Über die einzelnen Geschäftssegmente (rolling, casting, metal) hinweg wurden hier aktuelle Daten für die Jahre 2011 und 2012 eingeholt. Diese Daten flossen dann auch in die Input-Output Bilanz AMAG 2012 (siehe Tabelle 5) ein. Im Folgenden wird die Vorgehensweise der oben beschriebenen Tätigkeiten erläutert.

### **3.1.1 Vorgehensweise**

Wie heutzutage üblich passierte der Großteil der Recherche mit Hilfe des Internets. Anfangs wurde abgeklärt über welche Mitbewerber recherchiert werden soll und eine Liste erstellt auf welcher die Mitbewerber der AMAG angeführt wurden. Danach wurden sämtliche Unternehmen auf die oben angeführten Kriterien untersucht und in einer Tabelle (siehe Kapitel 3.1.2) gesammelt. Zusätzlich zur zeitaufwändigen Onlinerecherche wurden auch Geschäftsberichte der Firmen zur Informationsfindung herangezogen.

Nach Abschluss dieser Arbeit hatte man bereits einen guten Überblick über die konkurrierenden Unternehmen und einen ersten Einblick in die Aluminiumindustrie speziell im Hinblick auf deren Engagement bezüglich nachhaltiger Unternehmensentwicklung. Um noch weiter in die Tiefe zu gehen wurden anschließend speziell die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen gesichtet. Gerade der Aufbau der Berichte war von Interesse und welche GRI-Anwendungsebene für die Berichterstattung gewählt wurde. Auch wurde ein Augenmerk darauf gelegt, welche branchenspezifischen Kennzahlen in der Aluminiumindustrie verwendet werden bzw. welche Bezugseinheiten gewählt wurden.

Diese Vorgehensweise diente dazu abzuklären, welche Themengebiete bezüglich ökologischer und sozialer Aspekte außerhalb der GRI-Richtlinie für die Branche von Bedeutung ist.

Wie schon unter Kapitel 3.1 erwähnt, wurde die Situation der Wettbewerber auch stets mit der IST Situation bei der AMAG verglichen. Dieser Vorgang und die damit verbundene Schwachstellenanalyse offenbarte schnell die Defizite der Austria Metall AG in der Informationspolitik bezüglich Nachhaltigkeit. Abschließend wurde noch im Zuge der internen Problemanalyse die Metall-Flow Analyse aktualisiert. Hierzu mussten Informationen von den Controllern der AMAG Geschäftssegmente eingeholt werden. Hier eingebunden waren die AMAG Rolling, AMAG Casting sowie die AMAG Metall. Die Koordination der Datenbeschaffung gestaltete sich nicht ganz einfach. Möchte an dieser Stelle noch einige allgemeine Punkte erwähnen, welche für alle Vorgehensweisen zur Lösung der gestellten Aufgaben gleichermaßen gelten. Es ist anzuführen, dass es im Zuge der Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts für einen Außenstehenden recht mühsam ist, für die benötigte Information die richtigen Quellen zu lokalisieren.

Bei einem Unternehmen dieser Größe und der damit einhergehenden Firmenstruktur ist es nicht selbstverständlich, dass auf Anhieb der richtige Informationspartner gefunden wird. Das Abstimmen der Termine, das Beschreiben der Problemstellung für jeden Mitarbeiter sowie die Informationserhebung und Ausarbeitung nimmt sehr viel Zeit in Anspruch. Das Intranet der Austria Metall AG und der darauf installierte Organisations-Publisher halfen dabei, sich „grob“ zu orientieren. Man benötigt jedoch öfters mehrere Anläufe, um in der gewünschten Abteilung den richtigen Ansprechpartner zu finden. Aus Erfahrung ist es nämlich so, dass sehr viele Informationen welche im Zuge einer Berichtserhebung benötigt werden im Unternehmen vorhanden sind, nur muss man sie richtig heben.

Um nicht unnötig auf Widerstand zu stoßen, empfiehlt es sich, dass die Firmenleitung (Vorstand, Geschäftsführung) in Form einer Mitarbeiterinformation an die Bereichs- und Abteilungsleiter das Erstellen eines NH Berichts und die damit verbundene Informationsbeschaffung und Kennzahlenerhebung verkündet. Da teilweise mit sensiblen Unternehmensdaten gearbeitet wird und diese nicht immer freiwillig von Abteilungen herausgegeben werden, können so Irritationen im Vorfeld vermieden werden. Das Erheben der richtigen Ansprechpartner für alle ökonomischen, ökologischen und sozialen Belange eines Unternehmens ist ein wichtiger Baustein zur Anfertigung eines Nachhaltigkeitsberichts. Aus eigener Erfahrung kann noch erwähnt werden, dass für das Erledigen dieser ersten Aufgabenstellungen etwa 3 Wochen benötigt werden. Dieser Zeithorizont sollte als firmenexterner Diplomand für diese Vorarbeiten zum Erstellen eines Nachhaltigkeitsberichts benötigten Informationen einberechnet werden. Im nächsten Kapitel werden abschließend noch Auszüge der Ergebnisse der Wettbewerbsanalyse sowie die Metall-Flow Analyse für das Jahr 2012 und 2011 grafisch dargestellt.

3.1.2 Ergebnisse und Übersicht

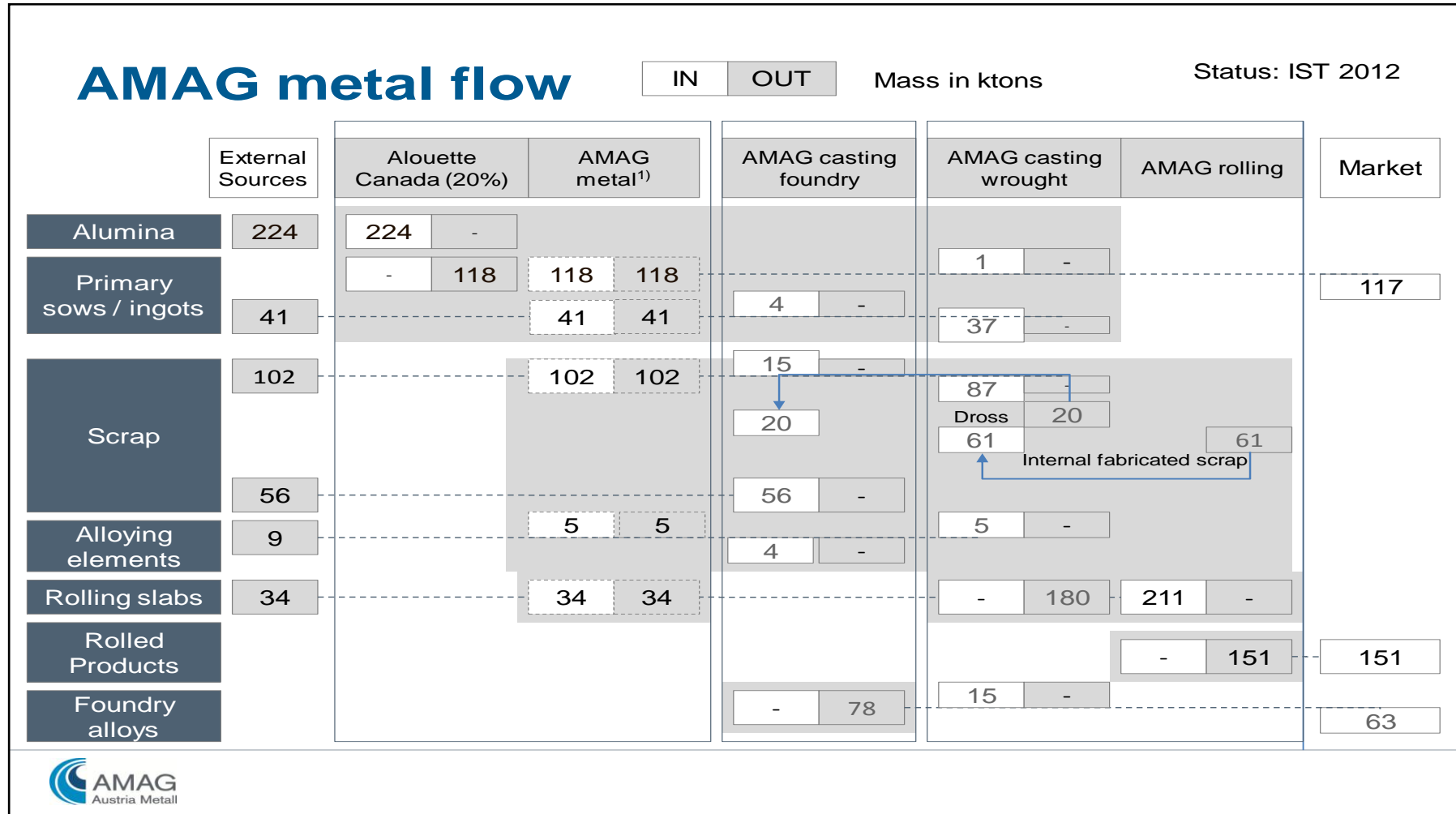


Abb.12: AMAG metal flow Analyse 2012



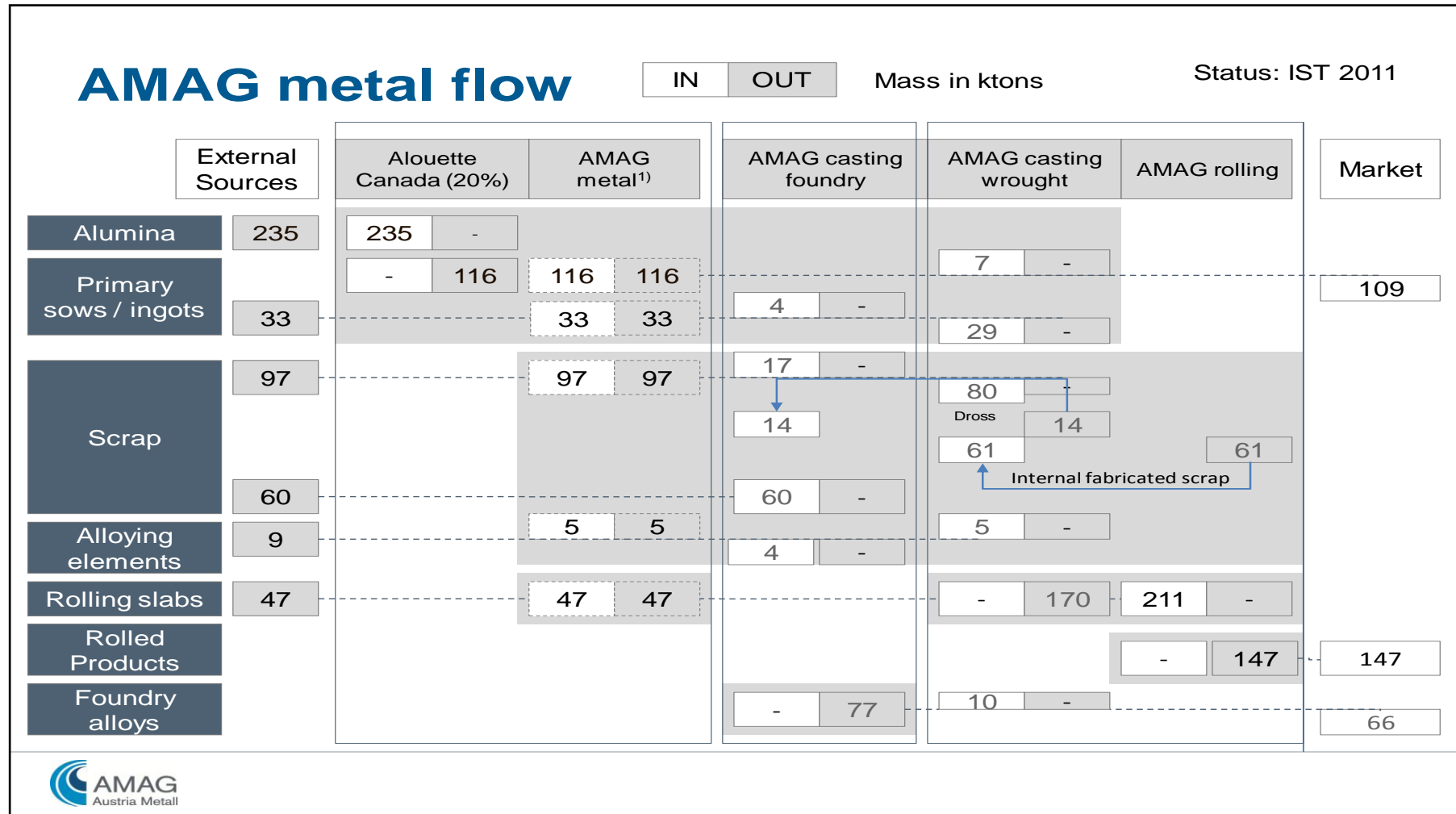


Abb.13: AMAG metal flow Analyse 2011



Firma	Produktion	Nachrichtungsbericht	Nachrichtungs+Recyclingziele	Recycling	Special	Eigenaussagen	Schlagwörter	Website
<b>AMAG</b>	75.000t Gusslegierungen und 176.000t Knetlegierungen /Jahr			Schrotteinsatz von 260.000t jährlich(davon 56.000t Rücklaufschrött)	alle Legierungsfamilien, ISO 9001, AS/EN9100, ISO 14001, OHSAS 18001, NADCAP	ca. 75% Recyclinganteil,AMAG Casting ist einer der größten Aluminiumrecycler Europas an einem Standort	Green ALU , KVP	
<b>Alunorf</b>	Absatzmenge: 130.000t/Jahr	Umwelterklärung 2010 (EMAS)	siehe Umwelterklärung		Umweltschutzeinrichtungen (Abluftreinigung) EMAS , ISO 14001 OHSAS 18001		Aus einer Aluminiumdose entsteht so wieder eine Dose,eine Dose, eine Dose.... oder ein Auto	Umweltschutz als Unterkategorie
<b>Constellium</b>		Activity Report 2011	recycling rate in aerospace 80% in the comming years	constelliums recycling rate for aluminium used in aerospace increased from 68% in 1990 to 77% nowadays	Pamela project:recycling von Flugzeugen, 85% Recycling statt vorher 60%			Unterkategorien in den Reitern mit Sustainability
<b>Eival</b>		Corporate Responsibility&Sustainability Development report 2010,2009,2008	Ziele 2011: -Training material update on issues of enviromental sensitization and sound environmental approaches, Further update of infrastructure and equipment to manage any potential emergency - to organize a respective Recycling Aluminium Competition in CANAL during 2011 as well	2010:47% Aluminium scrap	founded CANAL(Aluminium Can Recycling Center) 2003		AL=Green Metal	Corporate Responsibility mit Sustainability, Sustainability in Unterkategorien
<b>Hindalco</b>		Sustainability Report 2010/11			ISO 14001, OHSAS 18001	is Asias largest integrated primary producer of aluminium - mit Novellis:flat rolled products: 3 Mio t, market share is more than 20%		in Unterkategorie
<b>Hydro</b>	over 1Mio tonnes	div. Präsentationen zum Thema Nachhaltigkeit	recycling volume from 260.000t in 2010 to 1Mio t in 2020, - 1,52 mtCO2 per mt aluminium in 2013 carbon neutrality by 2020		Dow Jones Sustainabilty World Index (DJSI World jährlich 1999-2011) DJSI Stoxx Europe , FTSE4Good Index	Red mud filtration, Red mud stacking in sealed areas, reduced direct emissions from primary production by 70% since 1990	Reforestation, urban mining	Reiter mit Enviroment (Emissions, climate Change,etc
<b>Novelis</b>		Sustainability report 2011	Nutzung von Recycling AL bis 2020 auf 80% erhöhen, Zwischenziel 2015: 50% - Halbierung der Treibhausgase bis 2020 - Reduzierung des Energieverbrauchs um 39% je Tonne bis 2020 Reduzierung des Wasserverbrauchs um 25% je Tonne bis 2020	recyclen jährlich mehr als 40 Mrd. Getränkedosen, bis 2015 werden 60 Mrd. Dosen erwartet	enviromental responsibility/stewardship award 2012 ISO 14001, OHSAS 18001, EMAS , DJSI World,	weltweit führend im Walzen.. Produziert fast 20% aller flachgewalzten Al-Erzeugnisse	cans for cash, think globally-recycle locally, leicht und grün (Automobil)	eigener Reiter Nachhaltigkeit, Statement CEO

Tabelle 3: Übersichtsdarstellung Wettbewerbsanalyse

## 3.2 Festlegung des AMAG Berichtsprofils

Nach der Abarbeitung der Wettbewerbsanalyse inklusive der Einarbeitung in die IST Situation der AMAG, des CDP-Fragebogens sowie das Erheben der theoretischen Grundlagen zum Thema Nachhaltigkeit und Reporting ging es dazu über, die ersten Schritte für einen Nachhaltigkeitsbericht der Austria Metall AG zu setzen. Um überhaupt einen Nachhaltigkeitsbericht verfassen zu können, empfiehlt es sich, am Anfang sogenannte Rahmenbedingungen festzulegen. In Abstimmung mit dem Leiter der Unternehmensstrategie wurden in Gesprächen grundlegende Berichtsparemeter (siehe Kapitel.2.6.4) geklärt, welche die Grundlage für die Informationsbeschaffung und Kennzahlenerhebung darstellen. Die nachfolgenden Kapitel welche auch schon im Theorieteil der Diplomarbeit beschrieben wurden, werden nun auf die AMAG Austria Metall AG spezifisch umgelegt und erläutert, wie man die einzelnen Berichtspunkte bearbeitet hat. Auf welchen Berichtsumfang,-Grenzen,-Profil usw. man sich geeinigt hat, wird hier dargestellt.

### 3.2.1 Strategie und Analyse

Bei der AMAG wird sich hier der Gesamtvorstand (CEO Gerhard Falch, COO Helmut Kaufmann, CFO Gerhard Mayer) zum Thema Nachhaltigkeit äußern. Der Vorschlag hierbei war, dass jeder Vorstand mit Bild und eigenem Statement (CEO-Allgemein, COO-Nachhaltigkeit in Bezug auf Technik, CFO-Nachhaltigkeit in Bezug auf Finanzen) über den Stellenwert der Nachhaltigkeit im Unternehmen eine Erklärung abgibt. Dieser Vorschlag wurde so übernommen. Die Umsetzung obliegt hier den zuständigen Personen. Ebenfalls unter Strategie und Analyse sollte eine Beschreibung der wichtigsten Chancen und Risiken bezüglich Nachhaltigkeit vorgenommen werden. Dies wurde schon im Zuge der Ausarbeitung des CDP Fragebogens (siehe Kapitel 1.6) bearbeitet und kommt der Berichterstellung hier zugute. Die im Zuge dieser Aufgabenstellung ausgearbeiteten Chancen und Risiken werden für die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts übernommen. Mit einer Strategievorschau und der Beschreibung der damit einhergehenden Chancen und Risiken sind die ersten beiden Punkte 1.1 und 1.2 der GRI Vorgabe abgehandelt. In Bereich 2 des Berichtsprofils geht es um das Organisationsprofil der AMAG Austria Metall AG. Wie dieser Punkt behandelt wurde, wird wie folgt beschrieben.

### 3.2.2 Organisationsprofil

In diesem Kapitel sollen die Berichtsparemeter 2.1-2.10 (Organisationsprofil) erläutert werden. Der Vorschlag hierzu ist auf 2 Seiten die Berichtsparemeter zusammen zu fassen und die AMAG als Unternehmung unter dem Titel „Konzernporträt“ zu präsentieren. Auch die Geschichte der AMAG mit wichtigen „Milestones“ könnte hier enthalten sein und würde die Standardangaben ergänzen. Diese Punkte für einen NH-Bericht zu erfüllen, stellt in der Regel keine große Herausforderung dar. Hier kann im Grunde auch die Unternehmensbeschreibung im Geschäftsbericht übernommen werden.

Da der Nachhaltigkeitsbericht zeitgleich mit dem Geschäftsbericht (GFB) der AMAG erscheinen soll, könnte auch ein Verweis im Nachhaltigkeitsbericht auf die Unternehmensbeschreibung im Geschäftsbericht getätigt werden. Da aber beschlossen wurde, dass der NH-Bericht ein für sich eigenständiges Informationsdokument darstellen soll, wird auch hier ein Konzernporträt publiziert, das den Bericht abrunden soll. Um sich von anderen Berichten etwas absetzen zu können, wurde eben angedacht, die Geschichte der AMAG zu beleuchten. Auch hier liegt der AMAG genügend Informationsmaterial vor.

### **3.2.3 Berichtsparemeter**

Im Zuge dieser Diplomarbeit wurden die Berichtsparemeter **3.1; 3.3; 3.5; 3.6; 3.7; 3.8; 3.9** welche der GRI Leitfadon vorgibt unter „Grundlagen der Berichterstattung“ zusammengefasst. Dieses Dokument findet sich am Anfang des AMAG-Nachhaltigkeitsberichts (siehe Inhaltsverzeichnis Kapitel 3.4.2) und informiert den Leser über wichtige Rahmenbedingungen die der Verständlichkeit dienen und erläutern was die AMAG dazu bewogen hat, einen Nachhaltigkeitsbericht zu verfassen. Im Folgenden werden die für die AMAG festgelegten Berichtsparemeter beschrieben und gezeigt auf welche Rahmenbedingungen man sich geeinigt hat.

#### **Grundlagen der Berichterstattung:**

##### **Der AMAG Nachhaltigkeitsbericht 2012**

Für die AMAG Austria Metall AG ist es ein großes Anliegen auch nicht finanzielle Kennzahlen offen zu legen. Im Sinne von mehr Transparenz und Vergleichbarkeit soll der Bericht dazu beitragen, dass sich die Stakeholder ein Bild von den Aktivitäten bezüglich Nachhaltigkeit, Umwelt und Corporate Social Responsibility machen können. Ziel und Motivation diesen ersten Nachhaltigkeitsbericht zu verfassen war es, das Unternehmensprofil in Bezug auf dieses immer wichtiger werdende Thema „Sustainability“ zu schärfen.

Die AMAG will sich auch weiter als ein umweltbewusstes Unternehmen positionieren sowie Kunden und Lieferanten auf ökologisch und sozialer Ebene verantwortungsbewusst entgegentreten. Da vor allem in energieintensiven Industriezweigen die Nachhaltigkeit sowie die Umwelt ein immer größeres Thema ist, wird sich die AMAG in Form dieses Reports den aktuellen Standards sowie den immer schärferen Gesetzen bezüglich Emissionen stellen, um diesen Themengebieten Rechnung zu tragen.

Die AMAG sieht nachhaltiges Wirtschaften als einen Wettbewerbsvorteil für die Zukunft. Berichtet wird über alle Herausforderungen in den Bereichen Nachhaltigkeitsmanagement, Produktverantwortung, Umweltschutz, Human Resources sowie soziales Engagement. Hinterlegt werden diese Top-Themen mit Kennzahlen anhand welcher die Nachhaltigkeitsleistung der AMAG gemessen und gesteuert wird. Auf geschlechterspezifische Trennung wurde zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet. Der Bericht wird in deutscher und englischer Sprache veröffentlicht.

## **Global Reporting Initiative**

Der AMAG Nachhaltigkeitsbericht 2012 wurde in Übereinstimmung mit dem Global Reporting Initiative (GRI) Leitfaden erstellt. Er entspricht den G3 Leitlinien. Im GRI Index wird die Erfüllung der Indikatoren dargestellt und mit Kommentaren erläutert.

Die Auswahl der Themen basierte auf den Ergebnissen interner Arbeitsgruppen in den einzelnen Funktionsbereichen der AMAG Unternehmenssegmente und basiert auf dem Prinzip der Wesentlichkeit.

## **Berichtszeitraum und Zyklus**

Der Nachhaltigkeitsbericht wird in Zukunft als wichtiger Bestandteil der Informationspolitik der AMAG gesehen und kontinuierlich ausgebaut. Der Berichtszeitraum des ersten Nachhaltigkeitsberichts ist das Kalenderjahr 2012. Um auch in die Vergangenheit blicken zu können und etwaige Trends aufzeigen zu können, wurden auch weiter zurückliegende Leistungen erhoben. Hier wurden die Jahre 2009-2012 berücksichtigt. Um zukünftige Leistungen und Ziele präsentieren zu können wird nun alle 2 Jahre Bericht erstattet. Im Sinne einer positiven Entwicklung wird auch die Internetpräsenz zu diesem Thema ausgebaut. Ansprechpartner bezüglich des AMAG- Nachhaltigkeitsberichts ist Dipl.Ing. Leopold Pöcksteiner.

## **Abgrenzungen**

Da die Austria Metall AG einen Produktionsstandort in Ranshofen (Österreich) hat, beziehen sich auch die Berichtsgrenzen so nicht anders vermerkt, auf diesen Standort. Auf andere Geschäftsbereiche wird nur vereinzelt eingegangen. So erstellt die Primäraluminium-Elektrolyse Alouette in Kanada, an welcher die AMAG eine 20% Beteiligung hält, ihren eigenen Nachhaltigkeitsbericht und bleibt daher unberücksichtigt. Unter Kapitel 3.2.2 wird in beschreibender Form auf diese Unternehmensbeteiligung dennoch eingegangen. Die in diesem Bericht veröffentlichten Kennzahlen und Fakten beziehen sich auf alle Unternehmenssegmente (Walzen, Gießen, Service und Metall) des Standorts Ranshofen.

## **Anspruchsgruppen:**

Der Inhalt dieses Berichts richtet sich an alle Stakeholder der Austria Metall AG. Gemeint sind damit alle Personengruppen, die ein Interesse an der Entwicklung der Unternehmung haben. Personengruppen können sein: Investoren, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Sozialpartner, Behörden, Gemeinden, Politik und Medien. Der Bericht dient dazu den Informationsaustausch mit diesen Interessensvertretern zu fördern und diese zu informieren.

**3.2; 3.10; 3.11:** Zu diesen Berichtsparametern (siehe Kapitel 2.6.4) macht die AMAG keine Angabe, da es sich um den ersten Nachhaltigkeitsbericht der Unternehmung handelt. Berichtsparameter **3.13** findet man sofern es zu einer externen Prüfung des Berichts kommt, am Ende des AMAG Nachhaltigkeitsberichts. Berichtsparameter **3.12** wird am Ende des Berichts unter GRI Index (siehe Inhaltsverzeichnis Kapitel 3.4.2) Rechnung getragen.

Abschließend sei hier noch zu erwähnen, dass die Grundlagen der Berichterstattung sowie das Konzernporträt inklusive Vorwort/Statement des Vorstands den Auftakt der Berichterstattung bildet. Diese Punkte wurden daher auch in der Erstellung des Inhaltsverzeichnisses für den AMAG Bericht vorne angestellt. (siehe Kapitel 3.4.2) Damit sind alle GRI Kriterien **1.1-1.2, 2.1-2.10** sowie **3.1-3.13** abgearbeitet worden.

Der vierte Teilbereich des AMAG Berichtsprofils beinhaltet Governance, Verpflichtungen und Engagement. Diese Punkte (**4.1-4.17**) werden in Form von Kommentaren im GRI-Berichtsprofil abgehandelt. Diese Fragestellungen werden beantwortet indem man auf den Corporate Governance Bericht, den AMAG Code of Ethics sowie auf den Vergütungsbericht von Vorstand und Aufsichtsrat verweist. Im folgenden Kapitel können die einzelnen Detailverweise der Übersichtsdarstellung entnommen werden.

Zum Abschluss dieses Kapitels soll noch anhand des GRI Content Index, welcher eine Tabelle darstellt, in der alle Standardangaben aufgelistet sind, übersichtlich gezeigt werden, wie umfangreich die AMAG zu diesen Punkten Stellung nimmt und wo dieser in dem zukünftigen Bericht zu finden sein wird. Meist wird dieser GRI Index für das Berichtsprofil am Ende des Nachhaltigkeitsberichts angeordnet, um dem Leser einen Überblick des Inhalts zu verschaffen. Hier wird in Form von Verweisen, Erklärungen und Kommentaren Stellung bezogen wie umfangreich berichtet wurde und wo die Indikatoren im Bericht zu finden sind.

Es ist auch noch zu erwähnen, dass nicht alle Punkte des GRI Berichtsprofils auf Anheiß für Unternehmen zu beantworten sind. Gerade bei der Erstberichterstattung werden Indikatoren teilweise berichtet oder sind überhaupt nicht anwendbar. Sollten Indikatoren nicht vollständig berichtet werden, ist dies aber zu erläutern warum das nicht möglich ist. Dies geschieht mit einem Kommentar oder einer Erklärung im GRI Content Index. Das Erheben und Abklären der oben beschriebenen und auf den folgenden zwei Seiten enthaltenen Punkte des GRI Berichtsprofils stellt den Auftakt der praktischen Umsetzung eines Nachhaltigkeitsberichts in einer Unternehmung dar.

### GRI Index- Berichtsprofil:

**Verweis:** Hier sollte die Seitenzahl stehen wo der Indikator im Bericht zu finden ist oder/und man verweist auf Geschäftsbericht (GB) oder Homepage(HP)

	vollständig berichtet
	teilweise berichtet
	nicht anwendbar

Profil	Berichtsumfang	Verweis	Erklärung/Kommentar
<b>1. Strategie und Analyse</b>			
1.1 Erklärung des Vorstands		II. Vorwort des Vorstands	
1.2 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit sowie Risiken und Chancen		Kapitel 1.4 Risikomanagement, Kapitel 1.6 Stakeholderdialog	
<b>2. Organisationsprofil</b>			
2.1 Name der Organisation		III. Konzernporträt	
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen		III. Konzernporträt	
2.3 Organisationsstruktur		III. Konzernporträt	
2.4 Hauptsitz der Organisation		III. Konzernporträt, Weltkarte der Produktions und Vertriebsstandorte	
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit		III. Konzernporträt	
2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform		III. Konzernporträt, Grafik Aktionärsstruktur, Stimmrechte, E/K	Das Unternehmen ist eine Aktiengesellschaft
2.7 Bediente Märkte		III. Konzernporträt, Weltkarte der Vertriebsstandorte	Im Berichtszeitraum gab es keine wesentlichen Änderungen in den bedienten Märkten
2.8 Unternehmensprofil / Größe der Organisation		III. Konzernporträt	
2.9 Wesentliche Änderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse		III Konzernporträt, GB, Aktionärsstruktur, E/K	B&C Übernahmeangebot, Änderung der Beteiligungsstruktur
2.10 Auszeichnungen		Sozialpreis	

Tabelle 4: GRI Content Index Berichtsprofil

3. Berichtsparameter			
3.1 Berichtszeitraum		I. Grundlagen der Berichterstattung	
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts		E/K	Keine Angabe da es sich um den ersten Nachhaltigkeitsbericht der Austria Metall AG handelt
3.3 Berichtszyklus		I. Grundlagen der Berichterstattung, E/K	Bericht erscheint voraussichtlich alle 2 Jahre, Da es zum Ausbau der Internetpräsenz zum Thema Sustainability kommen wird werden laufende Updates dort zu finden sein.
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht			
3.5 Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte		I. Grundlagen der Berichterstattung	
3.6 Berichtsgrenze		I. Grundlagen der Berichterstattung	
3.7 Beschränkungen des Geltungsbereichs		I. Grundlagen der Berichterstattung, E/K	Innerhalb der gewählten Berichtsgrenzen gibt es keine Einschränkungen
3.8 Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures		I. Grundlagen der Berichterstattung	
3.9 Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für relevante Daten		I. Grundlagen der Berichterstattung, E/K	Die aufwändigen Berechnungsmethoden z.B. in den Bereichen Emissionen oder Abfall werden nicht näher erläutert. Wenn eine Beschreibung erfolgt dann bei den jeweiligen Grafiken selbst
3.10 Neue Darstellung von Informationen		E/K	Keine Angabe da es sich um den ersten Nachhaltigkeitsbericht der Austria Metall AG handelt
3.11 Veränderungen bei Umfang, Berichtsgrenzen oder Messmethoden im Vergleich zu Vorjahren		E/K	Keine Angabe da es sich um den ersten Nachhaltigkeitsbericht der Austria Metall AG handelt
3.12 GRI Content Index			
3.13 Externe Verifizierung / Bestätigung des Berichts			

Tabelle 4 (1.Forts.)

<b>4. Governance, Verpflichtungen und Engagement</b>			
4.1 Corporate Governance / Führungsstruktur		E/K	Keine Änderung in der Führungsstruktur von Vorstand und Geschäftsführen
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden		Corporate Governance Bericht, GB	Aufsichtsrat der AMAG bekennt sich zur Einhaltung des österreichischen Corporate Governance Kodex
4.3 Anzahl der unabhängigen Mitglieder im höchsten Leitungsorgan			
4.4 Mitspracherecht der Mitarbeiter und Anteilseigner			
4.5 Zusammenhang zwischen Vergütung des Vorstands und der Nachhaltigkeitsleistung der Organisation		Vergütungsbericht Vorstand und Aufsichtsrat im GB	
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten		Verhaltenskodex, Code of Ethics	
4.7 Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales		Vorwort des Vorstands, Kapitel 1.1 Nachhaltigkeitsmanagement	
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien zur Nachhaltigkeit		Kapitel 1.1 Nachhaltigkeitsmanagement	
4.9 Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung und -risiken durch den Vorstand		E/K	Alle Mitglieder des Vorstands verantworten das Thema Nachhaltigkeit für Ihre Teilbereiche, siehe Grafik Managementansatz
4.10 Beurteilung der Leistung des Vorstands bezüglich Nachhaltigkeit			
4.11 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips			
4.12 Unterstützung externer ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aktivitäten			
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessenvertretungen			
4.14 Einbezogene Stakeholdergruppen			
4.15 Grundlage für die Stakeholderauswahl			
4.16 Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern			
4.17 Zentrale Themen der Stakeholder			

Tabelle 4 (2.Forts.)



### 3.3 Erhebung der Leistungsindikatoren/Kennzahlen

Der zweite und wohl größte zu erledigende „Block“ bei der praktischen Umsetzung eines Nachhaltigkeitsberichts ist die Erhebung der Leistungsindikatoren. Dies sind Kennzahlen aus den Bereichen Ökonomie, Umweltschutz, Mitarbeiter, Menschenrechte, Gesellschaft und Produktverantwortung. Deren Erhebung, Berechnung und grafische Aufarbeitung stellt einen erheblichen zeitlichen Aufwand dar und stellte sich als die wichtigste Teilaufgabe dieser Diplomarbeit heraus. Für die AMAG Austria Metall AG war es von großer Bedeutung, dass im Zuge dieser Arbeit alle für die Anwendungsebene B benötigten Indikatoren aufgearbeitet werden. Das Berichten dieser Kennzahlen bildet das Herzstück in einem Nachhaltigkeitsbericht und dementsprechend wurde ihnen auch hohe Bedeutung zugemessen.

Dieser Abschnitt der Diplomarbeit ist so aufgebaut, dass aus jedem Indikatorbereich eine Gesamtdarstellung gezeigt wird (Bilanz) und anschließend ausgewählte Einzeldarstellungen folgen. Das Zeigen aller ausgearbeiteten Kennzahlen wäre nicht sinnvoll und würde auch den Rahmen eines Anhangs sprengen. Der Austria Metall AG liegen selbstverständlich alle Daten elektronisch, vor welche mit MS Excel bearbeitet wurden. Alle Daten wurden für die Jahre 2009 bis 2012 erhoben. Weiters wurden Segmentdarstellungen für die einzelnen Geschäftsbereiche Rolling, Casting und Service gemacht. Auch sei erwähnt, dass die einzelnen Excel-Sheets der Indikatorbereiche vernetzt wurden, d.h. es wurden Referenzpfeile gesetzt, die Datensätze miteinander verknüpfen. Dies dient der leichteren Nachvollziehbarkeit wie diese Kennzahlen berechnet wurden und stellt einen Datenzusammenhang der Teilbereiche her. Es war sehr wichtig, die Datenerhebung sauber zu dokumentieren und übersichtlich darzustellen, um später eine Reproduzierbarkeit auch für andere AMAG Mitarbeiter zu gewährleisten.

In Summe gibt es 80 GRI G3 Leistungsindikatoren, wovon 50 sogenannte Kernindikatoren sind. 30 davon sind sogenannte Zusatzindikatoren. Für die Anwendungsebene B müssen mindestens 20 Indikatoren angegeben werden, wobei aus jedem Bereich mindestens einer berichtet werden soll. Die weitere Unterteilung der Indikatorbereiche in sogenannte Aspekte (siehe 2.6.6) wird in den jeweiligen Kapiteln näher beschrieben. Im Zuge dieser Diplomarbeit wurden weit mehr als die geforderten Kennzahlen bearbeitet. Bis auf einige wenige Ausnahmen wurden alle Kennzahlen berichtet bzw. kommentiert, warum der jeweilige Indikator für die AMAG nicht anwendbar ist. Da die AMAG im Weiteren auch die höchste Anwendungsebene A anstrebt, war es die Vorgabe so viele Kennzahlen wie möglich zu erheben. Am Ende dieses Kapitels sieht man wiederum in einer Übersichtsdarstellung, welche Indikatoren berichtet werden können. Die mitunter wichtigste Indikatorkategorie bildet der Bereich Umweltschutz. Mit 30 Kennzahlen aus den Bereichen Emissionen, Abfall, Energie, Wasserwirtschaft sowie Materialwirtschaft stellt er den größten Teilbereich der Kennzahlenerhebung dar.

Welche Kennzahlen in den jeweiligen Bereichen im Detail ausgearbeitet wurden und welche Hürden zu überwinden waren wird in den folgenden Teilkapiteln näher beschrieben. Hier abschließend sei noch erwähnt, dass im Laufe der Kennzahlenerhebung mit über 15 AMAG-Mitarbeitern aus den verschiedensten Abteilungen zusammengearbeitet wurde. Diese Ansprechpartner in den Fachbereichen der Nachhaltigkeit (siehe Managementansatz Abbildung 40) werden auch in Zukunft das Team bilden, welche Kennzahlenupdates für zukünftige Nachhaltigkeitsberichte liefern.

### 3.3.1 Indikatorbereich Ökonomie

Eine der 3 Säulen der Nachhaltigkeit bildet die Ökonomie. Infolge dessen werden auch aus diesem Teilbereich Kennzahlen berichtet. Die GRI gibt hier 8 Indikatoren (**EC1-EC8**) vor, welche behandelt werden sollten. Da dieser Bereich im Gegensatz zu den ökologischen und sozialen Säulen der Nachhaltigkeit eine eher untergeordnete Rolle spielt, wird diesem Aspekt auch keine allzu große Aufmerksamkeit in einem Nachhaltigkeitsbericht geschenkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass gerade börsennotierte Unternehmen diesem Bereich mit einem Geschäftsbericht in großem Umfang Rechnung tragen. Es sei jedoch nochmal darauf hingewiesen, dass nur eine finanziell erfolgreiche Unternehmung nachhaltige und umweltfreundliche Produktions- und Entwicklungsmaßnahmen umsetzen kann. Nachhaltige Entwicklung und die dazugehörige Informationspolitik kann man sich erst leisten, wenn der notwendige finanzielle Spielraum gegeben ist. Umweltschutz, Investitionen in Verbesserungsmaßnahmen, Erstellung des Berichts usw. ist mit erheblichen Kosten verbunden. Allein die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts durch eine externe Unternehmung würde sich auf 70.000 - 100.000 Euro belaufen. Deshalb soll im AMAG NH-Bericht auch die wirtschaftliche Lage und deren Ertragsstärke betont werden, denn nur wirtschaftlicher Erfolg garantiert nachhaltige Investitionen. Die AMAG kann sich hier größtenteils der Daten aus dem Geschäftsbericht bedienen. Da börsennotierte Unternehmen eine umfangreiche Berichterstattung diesbezüglich betreiben müssen, ist die Darstellung dieser ökonomischen im Vergleich zu den ökologischen Kennzahlen nicht mit zu großem Aufwand verbunden. Wie auch im Geschäftsbericht von 2012 wird sich im Nachhaltigkeitsbericht ein Konzernkennzahlenüberblick der AMAG Austria Metall AG befinden. Weitere klassische Kennzahlen eines Sustainability Reports sind die Pensionsrückstellungen, getätigten Investitionen, Personalaufwand sowie Aufwendungen für Forschung und Entwicklung. Mit Hilfe der Daten aus den Geschäftsberichten der letzten Jahre und einem Mitarbeiter der Controlling Abteilung konnten hier alle Indikatoren erhoben und für einen Bericht tauglich dargestellt werden. Nachfolgend werden exemplarisch einige Kernindikatoren grafisch dargestellt.

In Abbildung 14 sind betriebliche soziale Zuwendungen in Form von Pensionsrückstellungen dargestellt. Dies ist beispielsweise ein EC 3 Indikator.

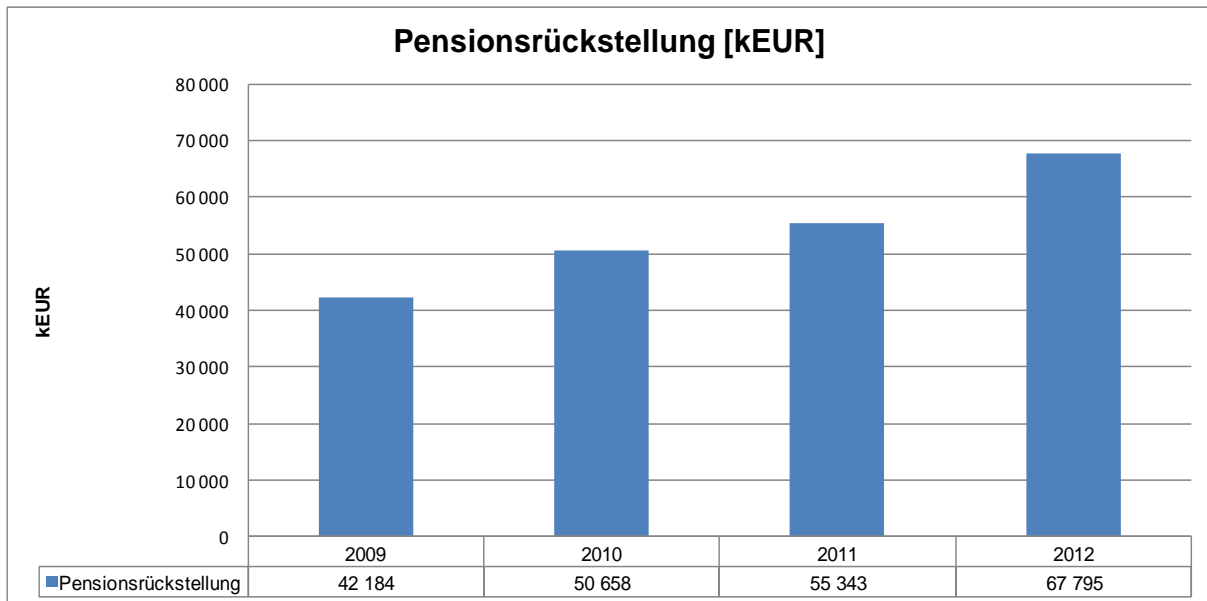


Abb.14: Pensionsrückstellungen AMAG 2009-2012

Zu den EC1 Indikatoren, welche den erzeugten und ausgeschütteten wirtschaftlichen Wert einer Unternehmung darstellt, gehören die Abbildungen 15 und 16.

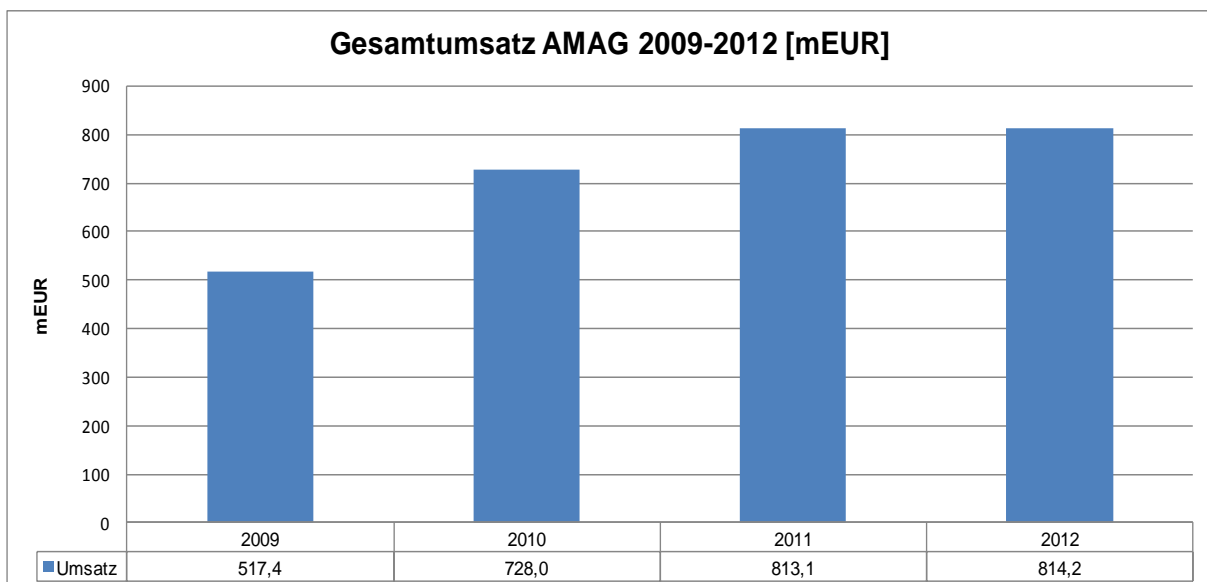


Abb.15: Gesamtumsatz der AMAG Austria Metall AG 2009-2012

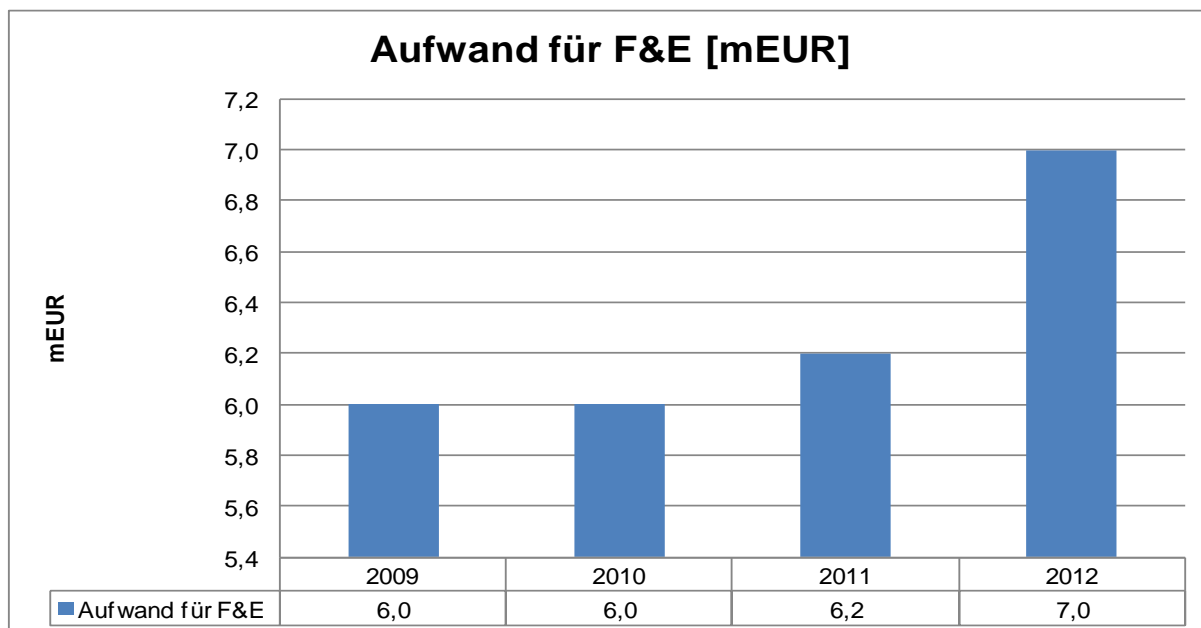


Abb.16: Aufwand für Forschung und Entwicklung 2009-2012

In nachfolgender Abbildung 17 ist der Personalaufwand der AMAG in den Jahren 2009 bis 2012 zu sehen. Ein klassischer EC- Indikator in der NH-Berichterstattung.

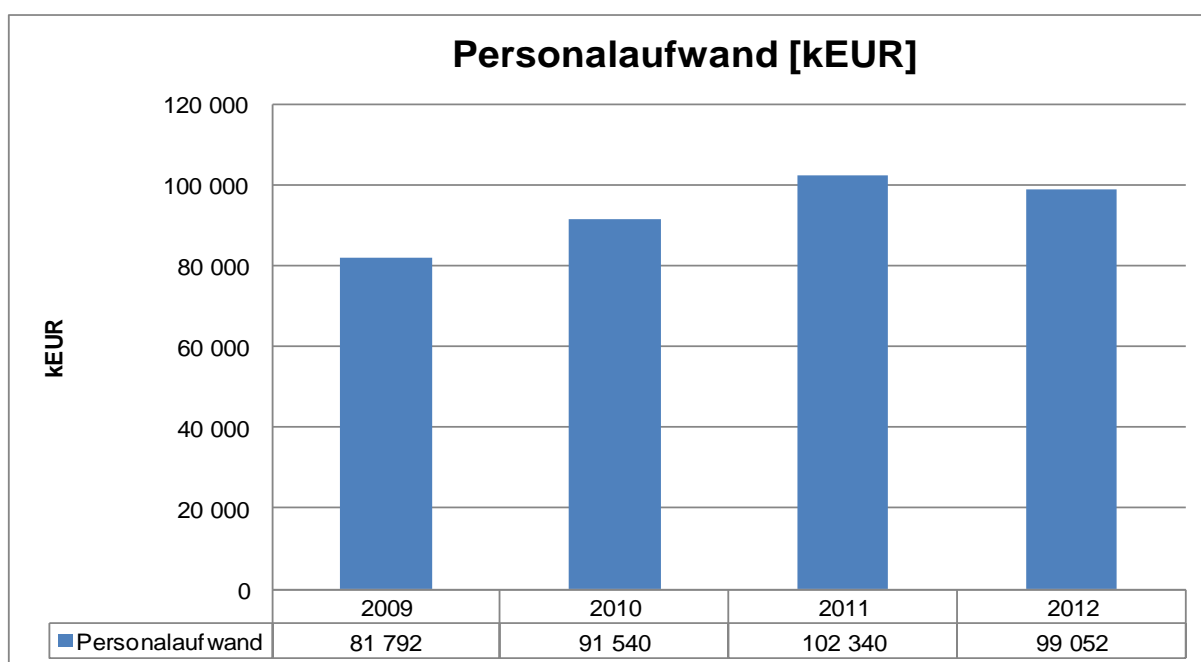


Abb.17:AMAG Personalaufwand 2009-2012

Weiters sollen in dieser Indikatorenkategorie die Entwicklung und Auswirkungen von Infrastrukturinvestitionen beschrieben werden. Die AMAG wirbt hier mit der Großinvestition „AMAG 2014“. Dieses Bauprojekt am Standort Ranshofen beinhaltet den Bau eines Warmwalzwerks, einer Plattenfertigung sowie einer Fertigwarenlagerhalle mit einem gesamten Investitionsvolumen von 220 Mio.EUR. Über 200 neue Arbeitsplätze werden dadurch in der Region geschaffen.

### 3.3.2 Indikatorbereich Umweltschutz

Dieser Indikatorbereich beinhaltet alle ökologischen Leistungsindikatoren. Die ökologische Dimension von Nachhaltigkeit betrifft die Auswirkungen einer Organisation auf lebende und nicht lebende Natursysteme, einschließlich der Ökosysteme, zu Boden, in der Luft und zu Wasser. Ökologische Indikatoren decken die Leistung bezüglich Input (z.B. Material, Energie und Wasser) und Output (z. B. Emissionen, Abwasser, Abfall) ab. Zusätzlich decken sie Leistungen ab im Hinblick auf Biodiversität, die Einhaltung von umweltrechtlichen Vorschriften und anderen wichtigen Informationen, wie z. B. Umweltausgaben und Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen.<sup>79</sup>

Für alle Indikatorbereiche des Umweltschutzes wurden die Kennzahlen für die Jahre 2009-2012 erhoben. Um Entwicklungen besser interpretieren zu können, wurde zusätzlich noch die prozentuale Veränderung der Jahre 2011-2012 und 2009-2012 berechnet. Um auch eine jährliche Veränderung darstellen zu können, wurde weiters die Compound Annual Growth Rate (CAGR) berechnet. Sie ist die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate und ist eine weit verbreitete Kennzahl, um Wachstumstendenzen und Entwicklungen darzustellen.<sup>80</sup> Eine Aufteilung der Kennzahlen in die einzelnen Geschäftssegmente wurde ebenso durchgeführt wie das Berechnen spezifischer Verbräuche, bezogen auf das Absatzvolumen in Tonnen Aluminium der AMAG Austria Metall AG. Diese Kennzahlen wurden von der AMAG gefordert, um später ein detaillierteres Monitoring auf die Entwicklung der Umweltaspekte zu haben.

Wichtig zu erwähnen ist, dass die ausgearbeiteten Kennzahlen für diesen Indikatorbereich in Prozent dargestellt sind. Da es sich um sensible Unternehmensdaten handelt, wurde auf eine Darstellung der Absolutwerte verzichtet.

#### 3.3.2.1 Input- Output Bilanz AMAG 2012

Wie im vorhergehenden Kapitel erwähnt, beschreiben die ökologischen Indikatoren die Input-Output Leistung einer Organisation. Im Zuge dieser Diplomarbeit wurde eine solche Bilanz erstellt, in der übersichtlich wichtige Kernindikatoren gegenübergestellt werden. Ausgehend von dieser Input-Output Darstellung werden in den weiteren Unterkapiteln die einzelnen Teilbereiche dieser Bilanz detaillierter betrachtet. Auch im Nachhaltigkeitsbericht ist angedacht diese Übersichtsdarstellung zu publizieren und von ihr aus alle weiteren Indikatoraspekte näher zu beschreiben. Auf der folgenden Seite findet man diese Input-Output Bilanz. Tabelle 5 stellt die darin enthaltenen GRI- Indikatoren ( EN1, EN3, EN4, EN8 ,EN16, EN20 ,EN21, EN22 ) dar. Eine genaue Beschreibung finden Sie im Content Index für Leistungsindikatoren unter Kapitel 3.3.7. Um die internen und externen Rohstoffe auf der Input Seite für das Jahr 2012 exakt ermitteln zu können, wurde die in Kapitel 3.1 beschriebene Metall Flow Analyse aktualisiert.

<sup>79</sup> Vgl. GRI (2006), S.69.

<sup>80</sup> Vgl. <http://www.fonds-rating.com> (07.06.2013)

## INPUT-OUTPUT-Bilanz-AMAG2012:

Input			Output		
<b>Rohstoffe:</b>			<b>Absatz:</b>		
<b>Extern:</b>					
	Primäraluminiumbarren (Primary sows/ingots)	41.000t		Segment Walzen	151300 t
	Aluminiumschrott (Scrap):	158.000t		Segment Gießen	78400 t
	Legierungszusatz (Alloying elements):	9000t			
	Aluminiumwalzbarren (Rolling slabs):	34000t			
<b>Intern:</b>					
	Internes Schrottaufkommen	61.000t			
<b>Wasserförderung:</b>		100,00%			
<b>Energie:</b>		100,00%			
				<b>Abfall:</b>	100,00%
				zur Beseitigung	43,00%
				zur Verwendung	57,00%
				<b>Abwasser(Nutzwasserverbrauch):</b>	95,10%
				<b>Emissionen:</b>	
				CO <sub>2</sub> -Emissionen	100,00%
				CO	0,11%
				Nox	0,04%
				org.C	0,04%
				Staub	0,00%

Tabelle 5: Input-Output Bilanz AMAG 2012

### 3.3.2.2 Energieverbrauchsübersicht

Begonnen wird hier mit der Detaildarstellung der Energie. Mit Hilfe der Gesamtenergiebilanzen der letzten 4 Jahre, welche jährlich von einem AMAG Mitarbeiter erstellt werden, wurden die für den Energiebereich eines Nachhaltigkeitsberichts wichtigen Kennzahlen berechnet. Eine wichtige Anmerkung ist, dass die Energieverbräuche der Preßluftversorgung sowie Heizungs- und Warmwasserbereitung in der Gesamtbetrachtung der Energiebilanz integriert sind. Um die Berechnungen nachvollziehen zu können, sei noch erwähnt, dass bei der Segmentbetrachtung das Segment Walzen (Rolling) aus der CAST W (Hüttengießerei) und dem Walzwerk besteht. Das Segment Gießen (Casting) aus der CAST F. Diese Bezeichnungen finden sich auch in den für diese Arbeit zur Verfügung gestellten Energiebilanzen wieder und beziehen sich auf die intern geläufigen Geschäftsbereiche. Die GRI gibt hier eine Unterscheidung in direkter (Erdgas, Diesel) und indirekter (Strom, Heizungsenergie) Energieverbrauch vor. Die spezifischen Strom, Gas und Dieserverbräuche wurden ebenfalls erhoben, wobei zu beachten war, dass bei den Mengen nur die Geschäftsbereiche Rolling und Casting zu berücksichtigen sind. Die AMAG Service, Metall und Holding setzen keine Aluminiummengen, um sondern haben Verwaltungsaufgaben.

**Umrechnungsfaktor Erdgas:**  $1\text{Nm}^3 = 11,19\text{kWh}$

**Umrechnungsfaktor Diesel:**  $10,50\text{kWh/kg}^{81}$

Bevor im Folgenden eine Übersichts- und ausgewählte Detaildarstellungen gezeigt werden, wird noch der Energiemix der AMAG 2012 dargestellt. Abbildung 18 zeigt einen AMAG spezifischen Energiemix eines Lieferanten wie er auch häufig in anderen Sustainability Reports zu finden ist.

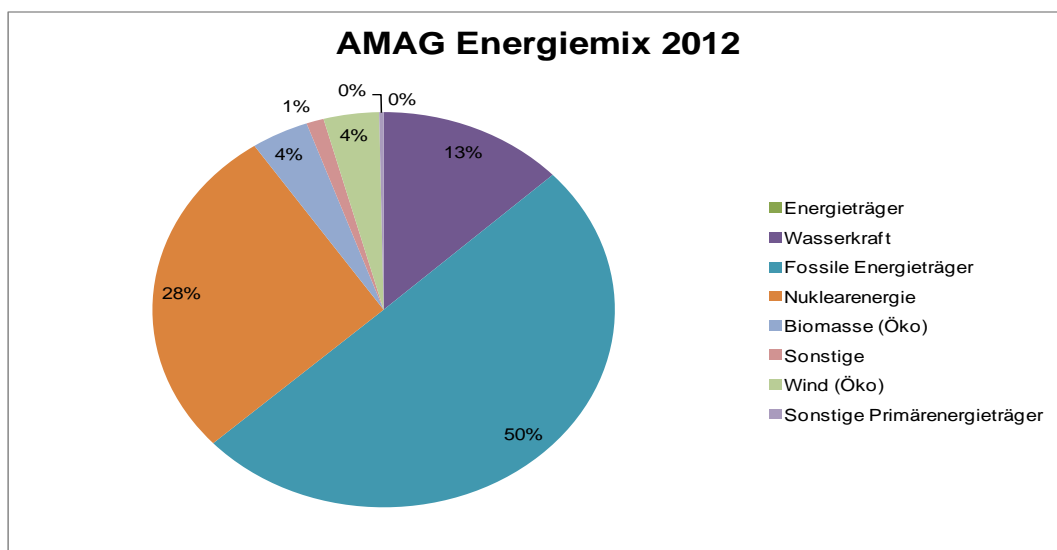


Abb.18: AMAG Energiemix 2012

<sup>81</sup> Pfeffer, W. (2012), S.3.

**Übersicht Energieverbrauch: [%]** Darin enthaltene GRI-Indikatoren: EN3, EN4, EN5

	2009	2010	2011	2012	Veränderung [%]		
					2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
<b>Energieverbrauch gesamt</b>	<b>100</b>	<b>119,88</b>	<b>121,71</b>	<b>125,28</b>	<b>2,9%</b>	<b>25,3%</b>	<b>7,8%</b>
<b>Direkter Energieverbrauch</b>	<b>71,46</b>	<b>87,56</b>	<b>87,94</b>	<b>90,83</b>	<b>3,3%</b>	<b>27,1%</b>	<b>8,3%</b>
Erdgas	69,89	85,56	85,87	88,62	3,2%	26,8%	8,2%
Diesel	1,58	2,00	2,07	2,21	6,7%	40,4%	12,0%
<b>Indirekter Energieverbrauch</b>	<b>28,47</b>	<b>32,51</b>	<b>34,01</b>	<b>34,68</b>	<b>2,0%</b>	<b>21,8%</b>	<b>6,8%</b>
Strom	28,47	32,51	34,01	34,68	2,0%	21,8%	6,8%
Heizungsenergie	Wird mit Erdgas gespeist und ist unter direktem Energieverbrauch berücksichtigt						

Tabelle 6: AMAG Energieverbrauchsübersicht 2009-2012

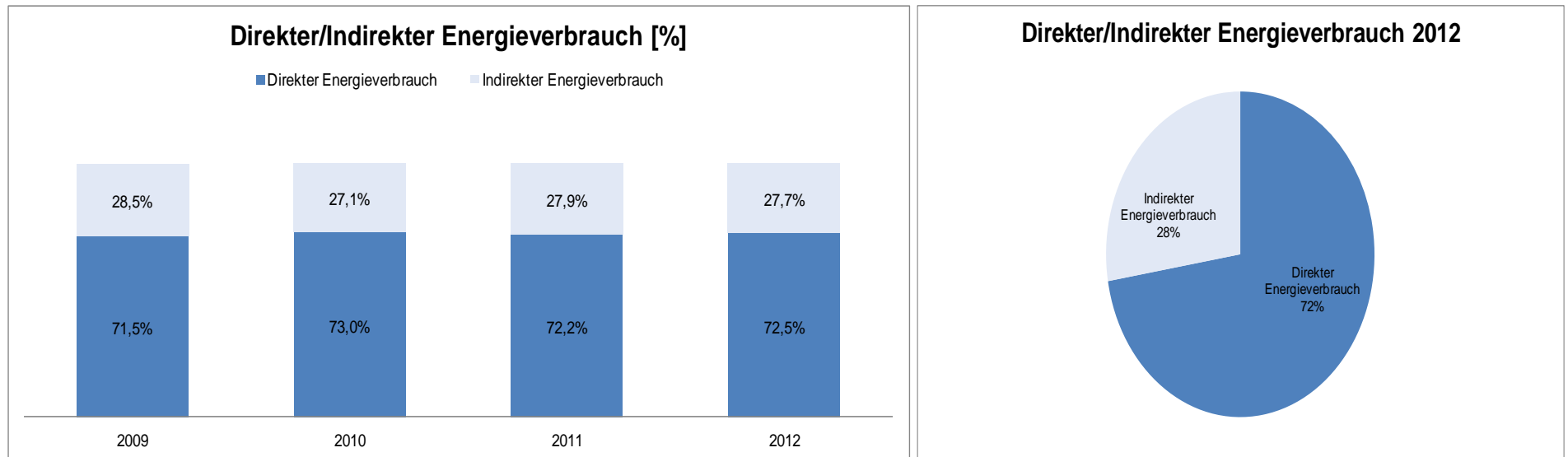


Abb.19: Direkter/Indirekter Energieverbrauch AMAG 2009 - 2012 und 2012 [%]



**Spezifische Energieverbräuche pro Absatztonne Aluminium [%]**

Gegenüberstellung spezifischer Energieverbräuche nach Versorgungsmedium: [%]					Veränderung [%]		
	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
<b>Spezifischer Gesamtstromverbrauch</b>	100,0	93,9	98,7	97,9	-0,8%	-2,1%	-0,7%
<b>Spezifischer Gesamterdgasverbrauch</b>	245,3	247,1	248,9	250,1	0,5%	1,9%	0,6%
<b>Spezifischer Gesamtdieselvebrauch</b>	5,6	5,7	6,0	6,2	3,3%	11,5%	3,7%

Tabelle 7: Spezifischer Energieverbrauch der AMAG

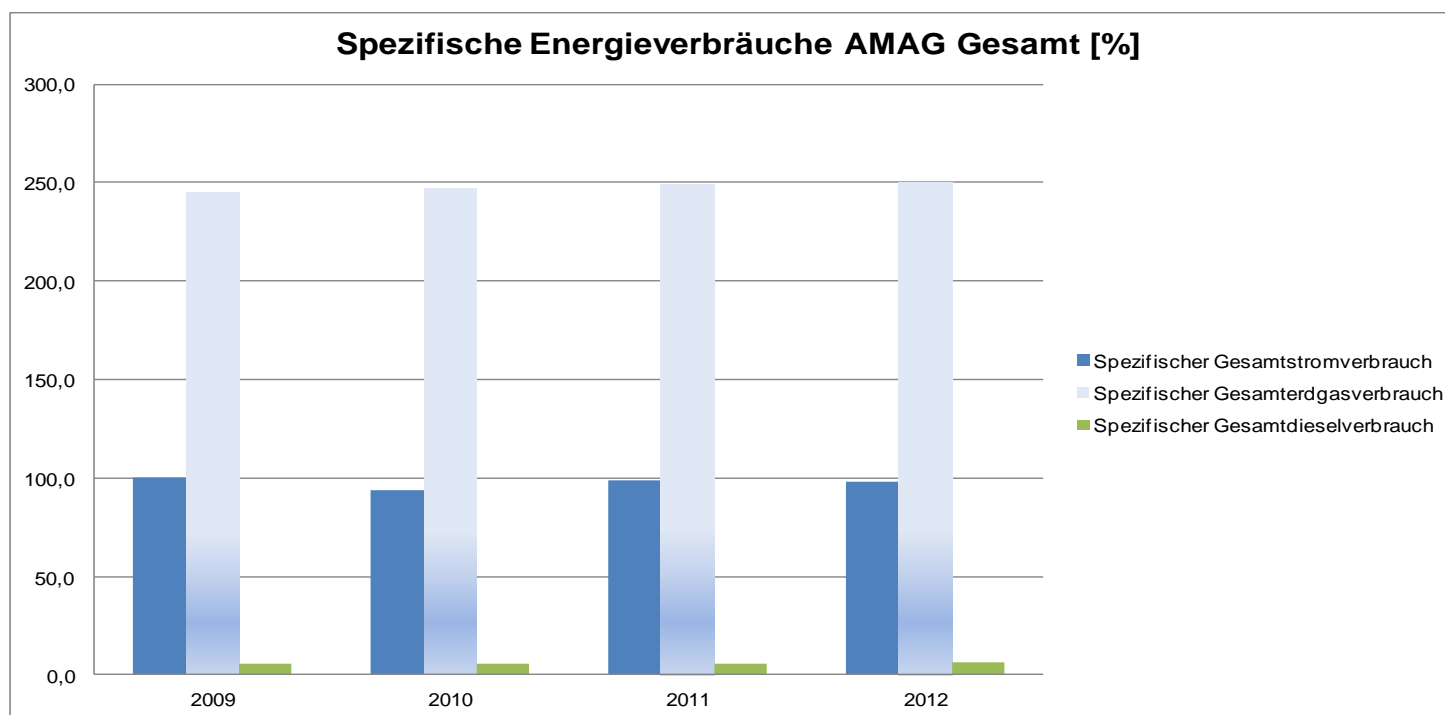


Abb.20: Spezifischer Energieverbrauch 2009-2012

Strom,-Gas,-Dieselverbrauch AMAG Gesamt 2009-2012: [%]					Veränderung [%]		
	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
Erdgasverbrauch AMAG gesamt	100,0	122,0	122,7	126,7	3,2%	26,7%	8,2%
Stromverbrauch AMAG gesamt	40,7	46,5	48,6	49,6	2,0%	21,8%	6,8%
Dieserverbrauch AMAG gesamt	2,3	2,9	3,0	3,2	6,8%	40,4%	12,0%

Tabelle 8: Strom, Gas und Dieserverbrauch AMAG 2009-2012

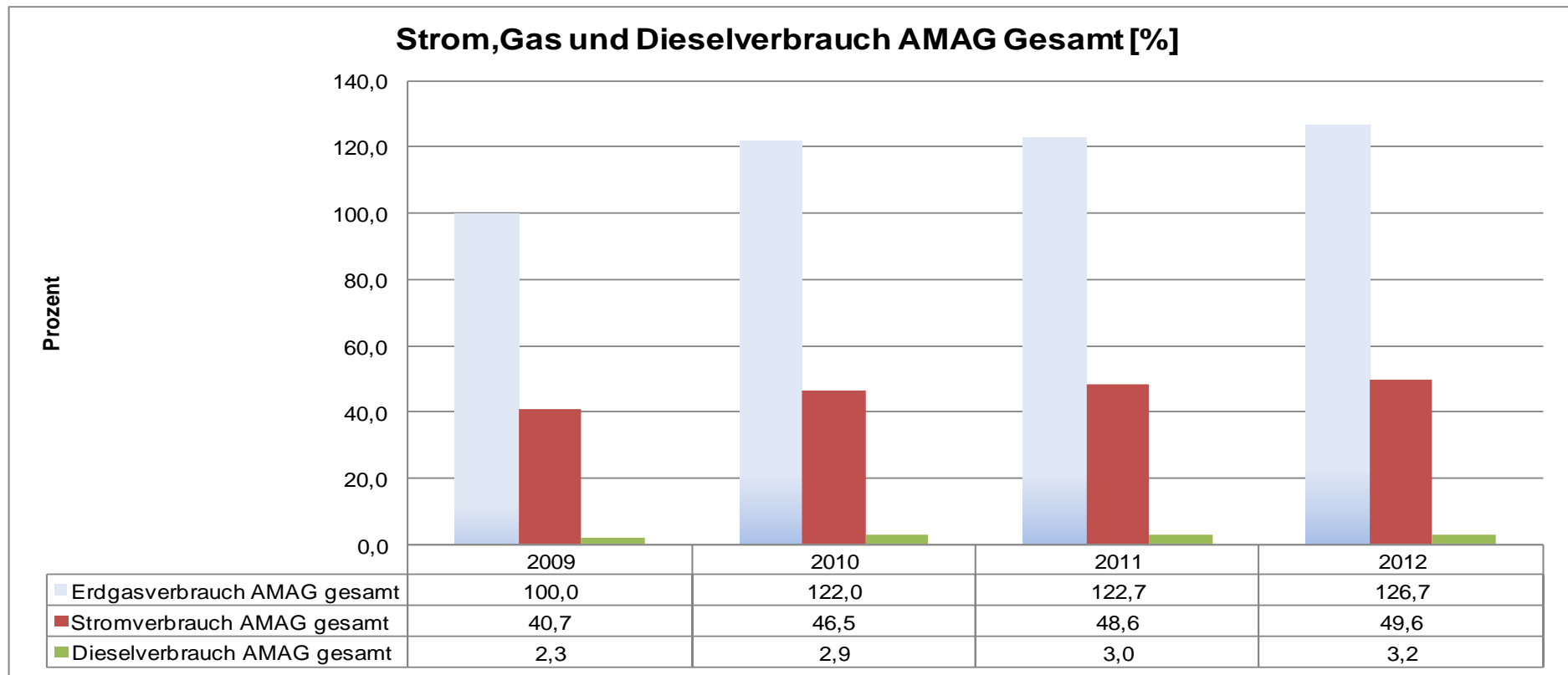


Abb.21: AMAG Energieverbräuche 2009-2012

### 3.3.2.3 CO2 Bilanz

In dieser Indikatorfamilie geht es darum, die Treibhausgasemissionen eines Unternehmens zu messen. Mitunter sind diese Emissionen Hauptursache des Klimawandels. Mit Hilfe der Erhebung von direkten, indirekten und sonstigen Treibhausgasemissionen können Unternehmen Fehlentwicklungen entgegenwirken und so ihren Beitrag für eine erfolgreiche Klimapolitik leisten. Die AMAG bemüht sich stets die Emissionen zu reduzieren. Die Global Reporting Initiative gibt hier sogenannte Scopes (siehe Kapitel 2.2.6.1-2.2.6.3) vor, anhand welcher man sich bei der Kennzahlenerhebung orientieren soll. Diese Scopes und die Berechnung der Emissionen basieren auf dem Greenhouse Gas Protocol(GHG)(siehe Kapitel 2.2.6). Die AMAG Austria Metall AG nimmt ebenfalls am EU-Emissionszertifikatehandel teil und versucht durch Verringerung des Ausstoßes kostenwirksame Wettbewerbsvorteile zu erreichen. In folgender Tabelle 9 sind Standardfaktoren vorgegeben, mit Hilfe derer man sich die Umrechnungsfaktoren für die CO2 Bilanzerstellung berechnen kann. Multipliziert man diese Faktoren mit den Energieverbräuchen für Strom, Gas und Diesel der AMAG (siehe 3.3.2.2), erhält man die gewünschten Emissionen in tCO<sub>2</sub>.

An dieser Stelle sei noch erwähnt, dass man auf die Erhebung der Scope 3 Emissionen verzichtet hat, da diese sehr schwer zu berechnen sind und häufig mit großen Ungenauigkeiten behaftet sind. Zu dieser Emissionskategorie gehören z.B. der Ausstoß durch den Logistikbetrieb sowie die Dienstreisen des AMAG Personals. Hierzu wären auch Informationen von Lieferanten und Kunden vonnöten, die, wenn überhaupt nur sehr schwer zu erfragen sind. Für eine Ersterhebung dieser Kennzahlen sowie für eine Diplomarbeit wäre das zu umfangreich.

Aber nicht nur CO<sub>2</sub> Emissionen sind von Interesse, sondern auch sonstige relevante Treibhausgas-Emittenten. Dazu gehören beispielsweise CO, NO<sub>x</sub> oder Staub. Auch diese Daten wurden bearbeitet und für die AMAG verwendbar gemacht.

Ermittlung der Multiplikationsfaktoren aus den Standardfaktoren:

- **Erdgas:**  $[36(\text{GJ}/1000\text{Nm}^3) \cdot (55,4 \text{ tCO}_2/\text{TJ})] / 1.000.000 = \underline{\underline{0,0019944}}$
- **Diesel:**  $0,84/1000 \cdot 42,8/1000 \cdot 73,7 = \underline{\underline{0,0026496}}$
- **Strom:** Je nach Strommix von Jahr zu Jahr unterschiedlich ( **2012:** 315,29g/kWh, **2011:** 351,48g/kWh, **2010:** 429,54g/kWh, **2009:** 417,64g/kWh )

	Unterer Heizwert		Emissionsfaktor	
	Hu	Einheit	EF	Einheit
Steinkohle	28,50	[GJ/t]	95,0 94,	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Braunkohle	9,70	[GJ/t]	110,0 97,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Braunkohlebriketts	19,30	[GJ/t]	97,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Koks	28,20	[GJ/t]	104,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Heizöl schwer	40,30	[GJ/t]	80,0 78,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Heizöl mittel	41,30	[GJ/t]	78,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Heizöl leicht	41,70	[GJ/t]	77,0 78,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Heizöl extra leicht	42,70	[GJ/t]	75,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Diesel (nur für stationäre Anlagen)	42,80	[GJ/t]	73,7	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Erdgas	36,00	[GJ/1000 Nm <sup>3</sup> ]	55,4	[t CO <sub>2</sub> /TJ]
Flüssiggas	46,00	[GJ/t]	64,0	[t CO <sub>2</sub> /TJ]

Tabelle 9: Standardfaktoren für Treibhausgasberichterstattung<sup>82</sup>

In den folgenden Grafiken wird die CO<sub>2</sub> Bilanz der AMAG dargestellt und daraus abgeleitet, wieder einige Detail und Segmentdarstellungen präsentiert.

<sup>82</sup> <http://www.lebensministerium.at> (20.06.2013)

<b>CO<sub>2</sub>-Bilanz AMAG:</b>				Indikatoren EN16,EN18						
Alle Angaben in %										
<b>Umrechnungsfaktoren</b>										
Erdgas [ von Nm <sup>3</sup> in t CO <sub>2</sub> ]			<b>0,001994</b>							
Strom [ von kWh in t CO <sub>2</sub> ]			<b>0,000315</b>							
Diesel [ von Liter in t CO <sub>2</sub> ]			<b>0,002649</b>							
				<b>Veränderung [%]</b>						
				<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2011_2012</b>	<b>2009_2012</b>	<b>CAGR 09_12</b>
<b>Scope 1 - Direkte CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>				<b>100,0</b>	<b>122,03</b>	<b>122,6</b>	<b>126,7</b>	<b>3,3%</b>	<b>26,7%</b>	<b>8,2%</b>
Erdgas				96,9	118,1	118,6	122,4	3,2%	26,2%	8,1%
Diesel				3,1	3,9	4,1	4,3	6,7%	40,7%	12,1%
<b>Scope 2 -Indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>				<b>92,1</b>	<b>108,2</b>	<b>92,6</b>	<b>84,7</b>	<b>-8,5%</b>	<b>-8,0%</b>	<b>-2,7%</b>
Strom				92,1	108,2	92,6	84,7	-8,5%	-8,0%	-2,8%
Fernwärme				0,0	0,0	0,0	0,0			
<b>Scope 3 -Indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen</b>										
Logistik										
Dienstreisen										
<b>CO<sub>2</sub>-Emissionen Gesamt</b>				<b><u>192,1</u></b>	<b><u>230,2</u></b>	<b><u>215,2</u></b>	<b><u>211,4</u></b>	<b>-1,8%</b>	<b>10,0%</b>	<b>3,2%</b>
CO <sub>2</sub> -Emissionen/Mitarbeiter [t/MA]				100,0	121,2	108,8	101,1	-7,1%	1,1%	0,4%
CO <sub>2</sub> -Emissionen/Mio EUR Umsatz [t/mEUR]				100,0	81,1	68,0	67,1	-1,3%	-32,9%	-12,4%
CO <sub>2</sub> -Emissionen/Absatztonne AL [t/t AL]				100,0	98,7	92,5	88,3	-4,5%	-11,7%	-4,0%

Tabelle 10: CO2 Bilanz AMAG 2009-2012

Weitere Emissionen: [%]							
Erhebung Daten Amag gesamt 2009-2012					Veränderung [%]		
%	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
CO	100,0	113,9	105,0	105,6	0,6%	5,6%	1,8%
Nox	100,0	99,6	96,1	108,3	12,7%	8,3%	2,7%
org. C	100,0	179,5	160,3	177,6	10,8%	77,6%	21,1%
Staub	100,0	78,6	100,0	100,0	2,1%	0,3%	0,1%
SO2	keine Daten						

Tabelle 11: Weitere Treibhausgasemissionen 2009-2012

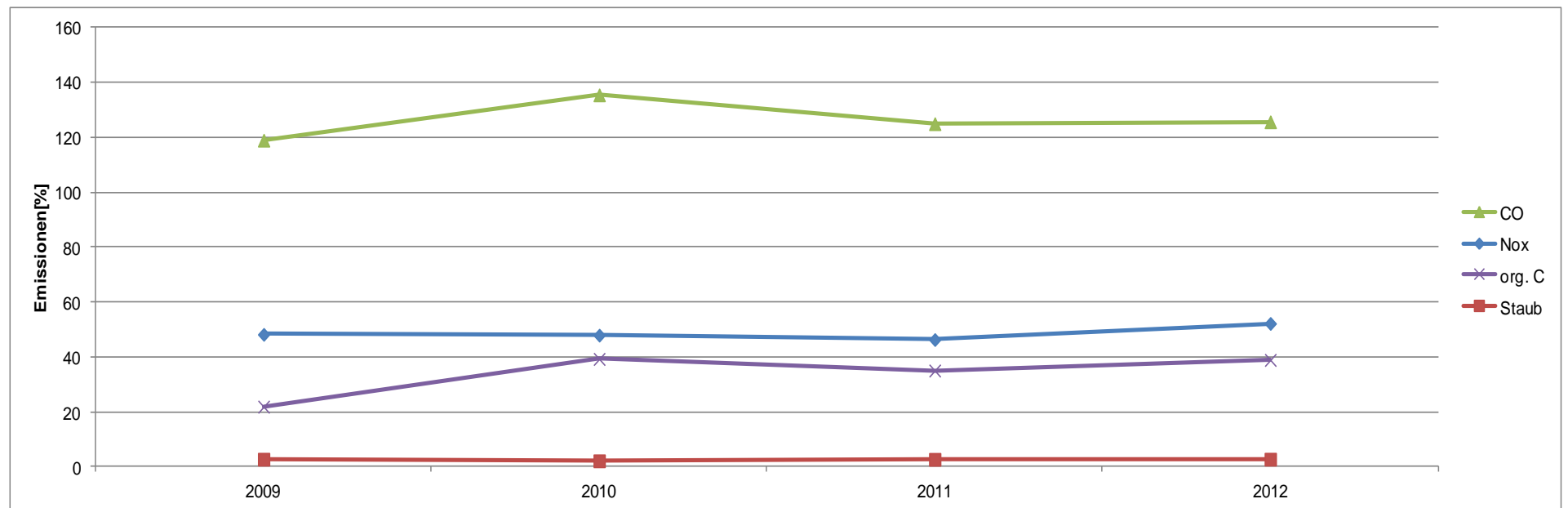


Abb.22: Verlauf Treibhausgasemissionen AMAG 2009-2012

Emissionen CO <sub>2</sub> pro Tonne abgesetztem Aluminium AMAG Gesamt: [%]					Veränderung [%]		
	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
CO <sub>2</sub> -Emissionen Gesamt [%]	100,0	119,8	112,0	110,0	-1,8%	10,0%	3,2%
Absatz gesamt [t]	184 600	224 300	223 500	229 700	2,8%	24,4%	7,6%
Spezifische Emissionen AMAG Gesamt	100,0	98,7	92,5	88,3	-4,5%	-11,7%	-4,0%

Tabelle 12: Spezifische AMAG CO2 Emissionen

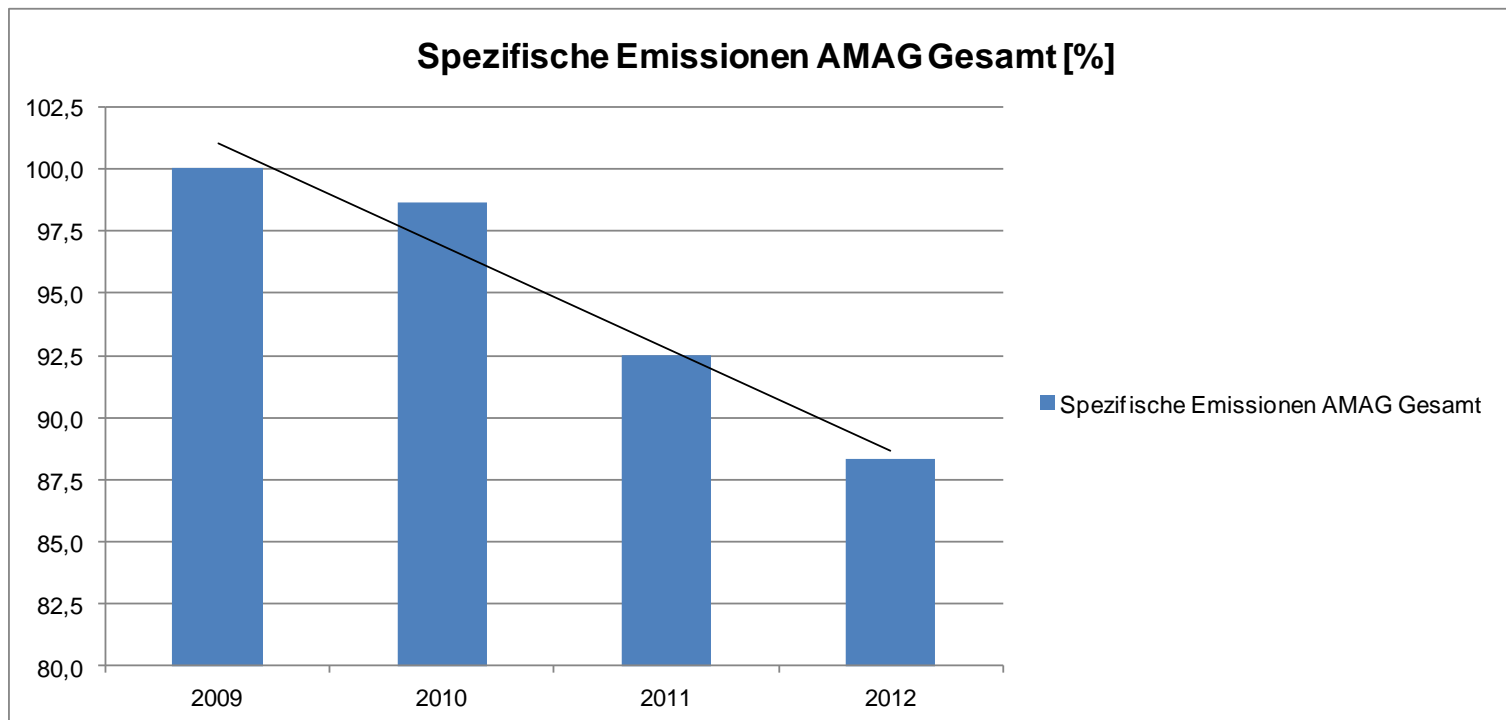


Abb.23: Spezifische Emissionen AMAG Gesamt 2009-2012

### 3.3.2.4 AMAG Abfallwirtschaft

Ein sachgemäßer Umgang mit Abfallstoffen jeglicher Art hat für die Austria Metall AG hohe Priorität. Hier werden alle nationalen und internationalen Auflagen und Vorschriften erfüllt. In Mitarbeiterschulungen wird der richtige Umgang mit Abfällen jeglicher Art geschult und auf eine sachgemäße und umweltfreundliche Entsorgung geachtet. Um ein reibungsloses Management der Abfallwirtschaft gewährleisten zu können, hat die AMAG einen Abfallbeauftragten, der mir für diese Indikatorkategorie Informationsmaterial zur Verfügung gestellt hat. In folgender Tabelle ist ein Ausschnitt der Abfallentsorgungsunterlagen zu sehen, wie sie für jede Gesellschaft der AMAG Austria Metall AG monatlich erstellt wird. Anhand dieser Vorlage wurden die für einen Nachhaltigkeitsbericht relevanten Daten berechnet. Ergänzt wurde diese Tabelle durch die Kennzeichnung, welche Abfälle in die Verwertung bzw. in die thermische Verwertung gehen, und es wurde eine Unterscheidung getroffen, bezüglich gefährlicher und nicht gefährlicher Abfallstoffe. Auch in dieser Kategorie gibt es wiederum nur Prozentzahlen da wie erwähnt auf eine Darstellung der Absolutwerte verzichtet wurde.

KZ	KZ	ABFALLART	Einheit	IST		
	Ex		2012	Menge		
				1 - 12 2012		
E01	*	Hausmüll	%	3,11	Thermische Verwertung	nicht gefährlich
E02	*	Holzabfall	%	9,40	Thermische Verwertung	nicht gefährlich
E03		Ofenausbruch	%	4,70	Deponiert	nicht gefährlich
E03a		Industriemüll	%	3,38	Thermische Verwertung	nicht gefährlich
E03b		Filterstaub	%	22,60	Konditioniert und dann Deponiert	gefährlich
E04		Schlamm SWA	%	0,96	Konditioniert und dann Deponiert	nicht gefährlich
E05	*	Verpackungsmaterial	%	2,44	Verwertung	nicht gefährlich
E06	*	Altpapier	%	0,24	Verwertung	nicht gefährlich
E07		Altöl, Großmengen/ sonstige flüssig	%	6,17	Thermische Verwertung	gefährlich
E08		Altöl, Einzelfässer	%	0,10	Thermische Verwertung	gefährlich
E08a		Emulsion	%	3,96	Thermische Verwertung	gefährlich
E09		Werkstättenabfälle	%	2,46	Thermische Verwertung	gefährlich
E10a		Werkstättenabfälle/Faßw.	%	0,23	Thermische Verwertung	gefährlich
E10b		Kontaminiertes Erdreich	%	0,00	Deponiert	nicht gefährlich
E11	*	Bauschutt	%	0,01	Deponiert	nicht gefährlich
E12	*	Kunststofffolien	%	1,23	Verwertung	nicht gefährlich
E13		Natronlauge	%	29,05	Verwertung	<b>Produkt !!</b>
E14		Sonstige: Ammoniumsulfat, Transporte	%	10,19	<b>Nicht Berücksichtigen</b>	<b>Nicht Berücksichtigen</b>
		-----				
		<b>Summe Einzelverr.</b>		<b>100,00</b>		
P01	*	Styropor	%	0,08	Verwertung	nicht gefährlich
P02		Aluminiumhydroxidschlamm	%	80,39	Deponiert	nicht gefährlich
P03		Ölabscheiderinhalt	%	12,50	Thermische Verwertung	gefährlich
P04	*	Leuchtstoffröhren, Dampf lampen	%	0,11	Verwertung	gefährlich
P05	*	Spraydosen	%	0,41	Thermische Verwertung	gefährlich
P06	*	Toner, Kassetten	%	0,00	Verwertung	gefährlich
P07	*	Trockenbatterien	%	0,09	Verwertung	gefährlich
P08		Lösungsmittel/Laborabf.	%	0,11	Thermische Verwertung	gefährlich
P09	*	Bleiakkus	%	4,24	Verwertung	gefährlich
P10		Kondensabscheider	%	0,00		gefährlich
P11		Lackabfälle	%	0,00	Thermische Verwertung	gefährlich
P12	*	Fettabscheider	%	1,76	Verwertung	nicht gefährlich
P13	*	Hochdruckreiniger	%	0,00	<b>Nicht Berücksichtigen</b>	<b>Nicht Berücksichtigen</b>
		-----				
		<b>Summe Pauschale</b>		<b>100,00</b>		

Tabelle 13: Auszug Abfallentsorgungsunterlagen AMAG



Erhoben wurde das Gesamtabfallaufkommen für die Jahre 2009-2012. Dabei wurde unterschieden welcher Anteil davon in die Verwertung und was in die Beseitigung fließt. Weiters wurde berechnet welcher Anteil des Gesamtabfallaufkommens als gefährlich einzustufen ist. Eine Aufteilung von festen und flüssigen Abfallstoffen wurde ebenso getroffen. Wie bei allen Indikatoren wurde auch hier eine Segmentdarstellung vorgenommen und spezifische Werte pro Absatztonne Aluminium berechnet. Anhand der Abfallkennzahlen wird nun dargestellt, welche Unterteilung und Annahmen getroffen wurden, um eine für die GRI ausreichende Informationsdarstellung zu erlangen.

**Flüssiger-Abfall:** Altöl (**E07, E08**), Emulsion (**E08a**), Natronlauge (**E13**), Ölabscheiderinhalt (**P03**), Lösungsmittel (**P08**), Lacke (**P11**) inkl. Sickerwasserschlamm (**E04**) und Aluminiumhydroxidschlamm (**P02**)

**Fester Abfall:** (E01, E02, E03, E03a, E03b, E05, E06, E09, E10a, E10b, E11, E12, E14, P01, P02, P04, P05, P06, P07, P09)

**In die Verwertung gehen gesamt:** (E01, E02, E03a, E05, E06, E07, E08, E09, E10a, E12, E13, P01, P03, P04, P05, P06, P07, P08, P09, P11, P12)

**davon in die therm. Verwertung:** (E01, E02, E03a, E05, E06, E07, E08, E09, E10a, P03, P05, P08, P11)

**In die Beseitigung gehen:** (E03, E03b, E04, E10b, E11, P02)

Der Posten P10 Kondensabscheider kann unberücksichtigt bleiben, da er nichts zum Abfallaufkommen beiträgt. Welche Abfälle gefährlich und nicht gefährlich sind, kann den Abfallentsorgungsunterlagen entnommen werden. Im Zuge der Kennzahlenausarbeitung für die AMAG Abfallwirtschaft wurden auch für das Kernthema Recycling einige für die Aluminiumindustrie wichtige Indikatoren erhoben. Dazu gehören das Salzschlacke und Krätzeaufkommen, welches beim Verarbeiten von Aluminiumschrotten entsteht, sowie das Gesamtschrottaufkommen inkl. Segmentdarstellung der AMAG in den Jahren 2009 bis 2012. Hier sei noch erwähnt, dass sowohl die Salzschlacke als auch die Krätze komplett in die Verwertung gehen. In den folgenden Abbildungen werden diese Recyclingindikatoren dargestellt. Abschließend werden die Abfallbilanz und Detaildarstellungen gezeigt, welche aus den Abfallentsorgungsunterlagen (siehe Tabelle 13) berechnet wurden.

Schrotteinsatz [Tonnen]	2009	2010	2011	2012
CAST F (Segment Casting)	83 111	91 461	95 519	97 481
CAST W (Segment Rolling)	123 483	152 927	161 881	169 411
<b>Gesamtschrotteinsatz</b>	<b>206 594</b>	<b>244 388</b>	<b>257 400</b>	<b>266 892</b>

Tabelle 14: AMAG Schrotteinsatz 2009-2012

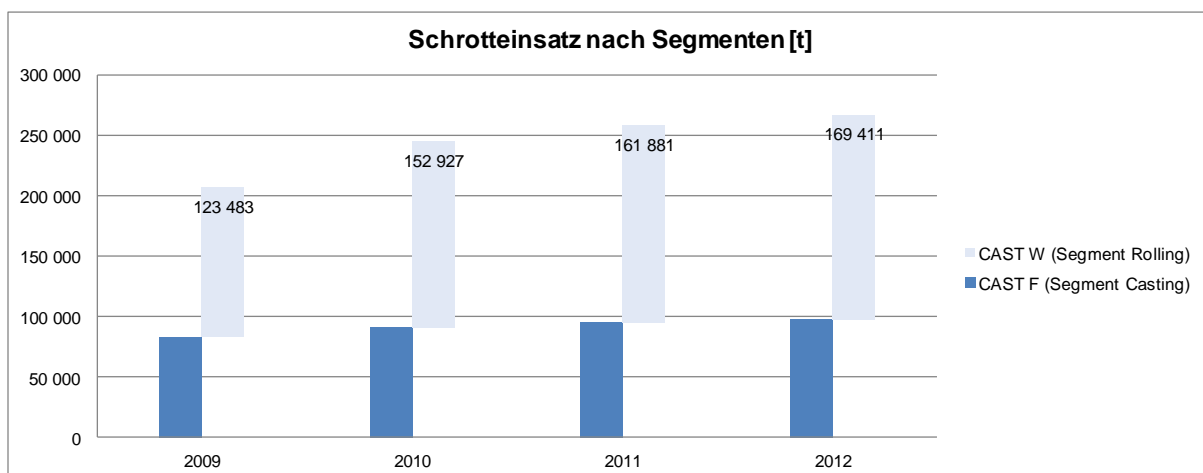


Abb.24: AMAG Schrotteinsatz

Die unter Tabelle 15 und Abbildung 25 dargestellten Recyclingkennzahlen stellen das Krätze und Salzzschlackeaufkommen der AMAG Austria Metall AG für die Jahre 2009-2012 dar.

Krätze und Salzzschlackeaufkommen 2009-2012 [%]	2009-2012				Veränderung [%]		
	2009	2010	2011	2012	2011 2012	2009 2012	CAGR 09 12
<b>Krätzeaufkommen</b>	100,0	130,6	135,9	139,8	2,89%	39,79%	11,81%
<b>Salzzschlackeaufkommen</b>	100,0	176,0	164,5	172,2	4,65%	72,16%	19,85%

Tabelle 15: AMAG-Krätze und Salzzschlackeaufkommen 2009-2012

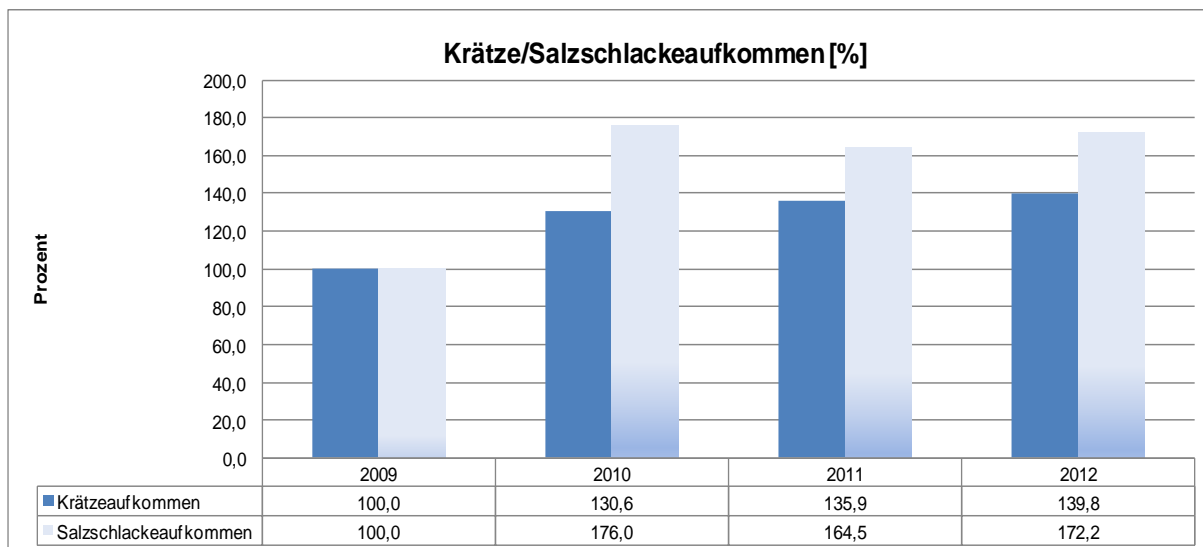


Abb.25: AMAG Krätze und Salzzschlackeaufkommen

Abfallbilanz AMAG						Veränderung [%]		
in %	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12	
<b>Gesamtabfallaufkommen</b>	<b>100,0</b>	<b>121,74</b>	<b>127,8</b>	<b>122,0</b>	-4,6%	22,0%	6,8%	
davon gefährlicher Abfall	36,4	43,0	40,7	53,4	31,2%	46,9%	13,7%	
davon fester Abfall	53,5	69,3	79,9	77,1	-3,5%	44,2%	13,0%	
davon flüssiger Abfall	46,5	52,5	47,9	44,9	-6,3%	-3,6%	-1,2%	
<b>Abfälle zur Verwertung</b>	<b>60,8</b>	<b>68,7</b>	<b>65,4</b>	<b>65,5</b>	0,2%	7,8%	2,5%	
davon thermische Verwertung	27,6	35,5	36,3	42,0	15,6%	52,4%	15,1%	
<b>Abfälle zur Beseitigung</b>	<b>39,2</b>	<b>47,2</b>	<b>62,4</b>	<b>56,4</b>	-9,6%	43,8%	12,9%	

Abb.26: AMAG Abfallbilanz 2009-2012

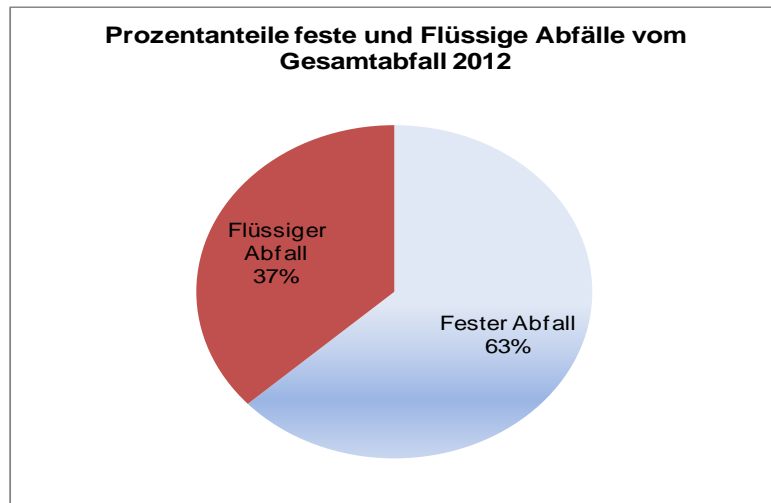


Abb.27: Feste und flüssige Abfälle 2012

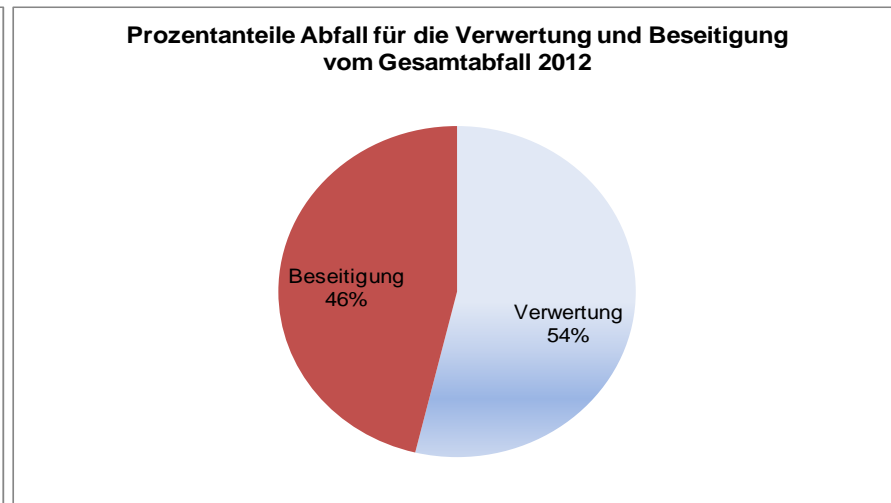


Abb.28: Verwertung und Beseitigung von Abfällen

Spezifischer Abfallverbrauch: Abfall gesamt je Tonne abgesetztem Aluminium [%]					Veränderung [%]		
	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
Gesamtabfallaufkommen	100,0	122,0	128,0	122,0	-4,7%	22,0%	6,9%
Absatz Aluminium	184 600	224 300	223 500	229 700	2,8%	24,4%	7,6%
Spezifisches Abfallaufkommen	<b>100,00</b>	<b>100,20</b>	<b>105,56</b>	<b>98,02</b>	-7,1%	-2,0%	-0,7%

Tabelle 16: AMAG Spezifischer Abfallverbrauch 2009-2012

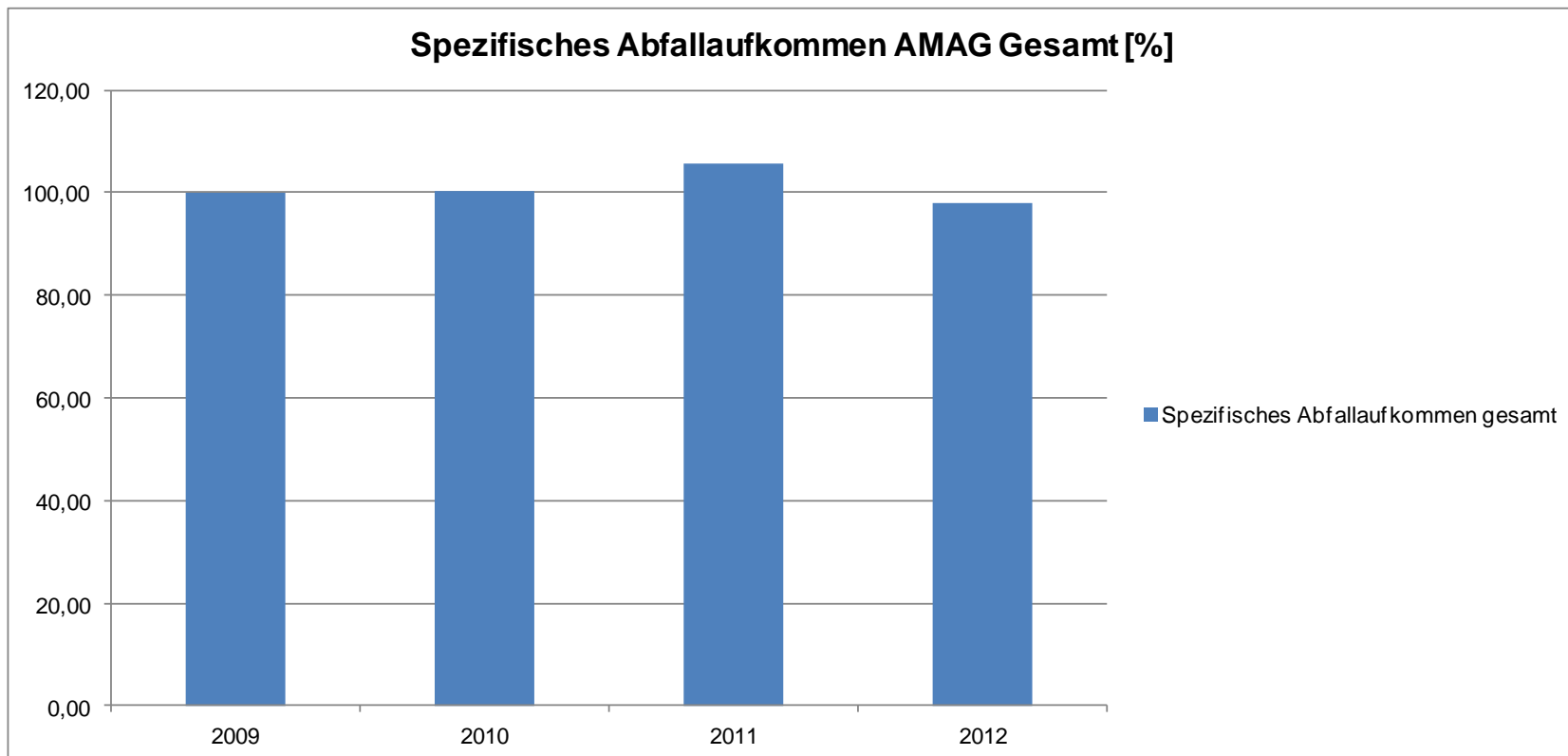


Abb.29: Spezifischer Abfallverbrauch 2009-2012

### 3.3.2.5 AMAG Wasserwirtschaft

Da der Wasserverbrauch stets mit Kosten für eine Organisation verbunden ist, strebt auch die AMAG eine möglichst effiziente Wasserversorgung ihres Produktionsstandorts an. Gerade in der Aluminiumindustrie werden für die Produktionsprozesse große Mengen an Prozesswasser benötigt. Jedoch gilt es mit der natürlichen Ressource Wasser sparsam umzugehen. Umweltbewusste Stakeholder legen daher erheblichen Wert auf eine nachhaltige Wasserwirtschaft. Daher gibt die GRI auch in diesem Bereich ein Kennzahlen-Set vor, welches im Zuge dieser Diplomarbeit erhoben und im Laufe dieses Kapitels dargestellt wird. Recherchen haben ergeben, dass die AMAG über 3 verschiedene Abwasserkanäle verfügt. Der häusliche Schmutzwasserkanal (HSK) wird teilweise gemessen und beinhaltet Trinkwasserverbraucher wie Duschen, WCs oder Waschbecken. Der betriebliche Schmutzwasserkanal(BSK), welcher beispielweise Sickerwasser oder Wasser aus der Neutralisation beinhaltet, sowie der Regenwasserkanal(RWK) für die Nutz/Prozesswässer, werden nicht gemessen.

Da die Trinkwasserförderung im Vergleich zur Nutzwasserförderung sehr gering ist, kann festgehalten werden, dass Abwässer bei der Austria Metall so gut wie gar nicht aufgezeichnet werden. Vielmehr wird versucht an den einzelnen Produktionsanlagen deren Wasserverbrauch zu messen und zu optimieren. In der unten angeführten Abbildung 30 ist ein Auszug der Hauptverbraucher von Produktionsanlagen der Austria Metall AG. Sie gibt einen kurzen Einblick welche Nutzwassermengen ein Unternehmen dieser Größe und Branche verbraucht. Die Angaben der Tabelle 17 sind in Prozent vom AMAG-Gesamtnutzwasserverbrauch 2012.

<b>Hauptverbraucher Nutzwasser AMAG in %/Jahr</b>		
<b>Anlage</b>	<b>Ort</b>	<b>Gesamt</b>
<b>Glanzduo</b>	Walzölkühlung	<b>0,68</b>
<b>BDZ 2</b>	Rückkühlung groß	<b>3,77</b>
<b>Kaltquarto</b>	Hydraulik Abhaspel	<b>3,19</b>
<b>Warmduo</b>	Motorkühlung	<b>6,05</b>
<b>Warmquarto</b>	Warmquarto	<b>6,83</b>
<b>Bandbeizanlage</b>	Hauptzähler	<b>1,15</b>
<b>BDZ 3 Hydraulikraum</b>	VE-Wasserkühlung groß	<b>5,35</b>

Tabelle 17: AMAG Hauptverbraucher

Die Wasserversorgung der AMAG erfolgt aus 2 Nutzwasser sowie einem Trinkwasserpumpwerk. In Abbildung 30 ist zu sehen, dass zwischen der Nutzwasserförderung und dem Nutzwasserverbrauch ein erheblicher Unterschied zu Tage tritt. Diese Differenz wird von den am Werksgelände ansässigen Fremdfirmen Hammerer Aluminium Industries (HAI) und der Unit IT verbraucht.

Die AMAG entnimmt Grundwasser zur Versorgung des Produktionsstandortes auf Basis eines Wasserkonsenses. Dieser Konsens erlaubt eine Entnahme von max. 19.200m<sup>3</sup>/Tag. Die aktuelle Entnahme liegt bei 8.000-10.000m<sup>3</sup> pro Tag. Bei Vollast werden etwa 5% des Grundwasserstromes entnommen. Dies ist unbedenklich in Bezug auf den gesamten Strom und beeinträchtigt das Ökosystem nicht.

Die Grundwassermächtigkeit liegt bei 20-50m. Bezieht man die Trinkwasserförderung auf die Anzahl der Mitarbeiter ist im ersten Moment ein überdurchschnittlich hoher Pro-Kopf Verbrauch auszumachen. Man muss jedoch beachten, dass auch die Betriebsfeuerwehr, Hydranten, Baumaschinen sowie Baumaßnahmen Trinkwasser verbrauchen. Leckagen werden stets geortet und schnellstmöglich repariert. Festzuhalten ist, dass tendenziell Förderung und Verbrauch der Austria Metall AG zurückgeht. Dies liegt einerseits an der Nachrüstung moderner Produktionsanlagen sowie der Prozessoptimierung im Produktionsbereich. Im Folgenden werden Grafiken gezeigt, welche für die Nachhaltigkeitsberichterstattung erhoben wurden.

#### Gegenüberstellung Nutzwasserförderung und Nutzwasserverbrauch: [%]

Gegenüberstellung Nutzwasserförderung und Nutzwasserverbrauch: [%]				
	2009	2010	2011	2012
<b>Nutzwasserverbrauch gesamt</b>	60,1	60,8	66,3	57,2
<b>Nutzwasserförderung</b>	100,0	97,8	92,8	77,0

Tabelle 18: AMAG-Nutzwasserverbrauch und Förderung

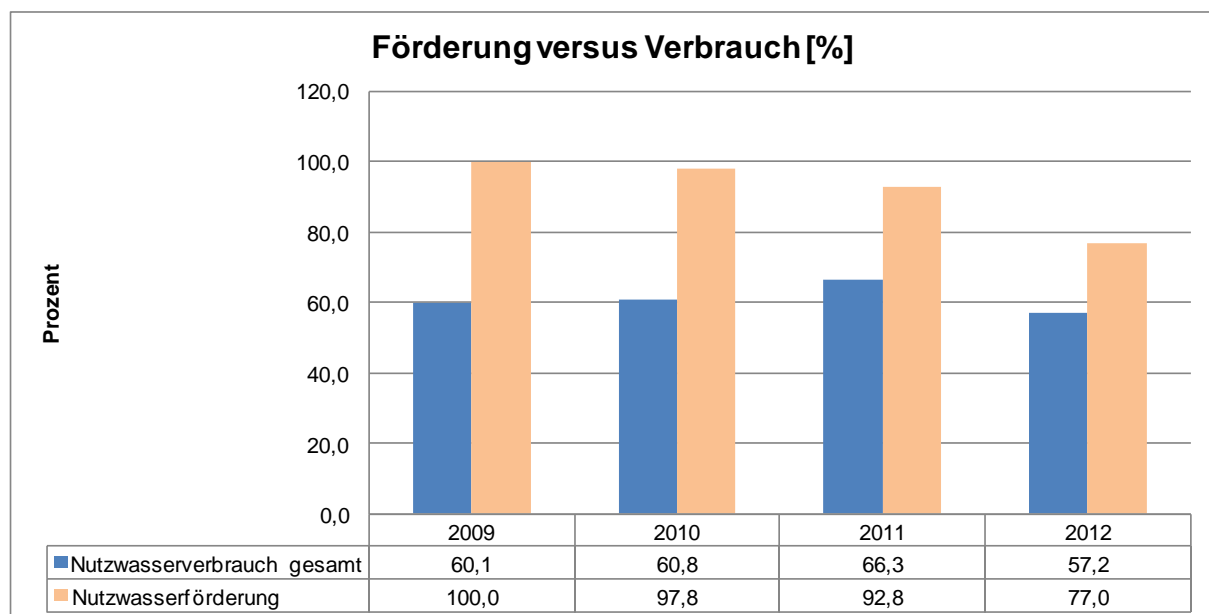


Abb.30: AMAG Nutzwasserverbrauch und Förderung 2009-2012

AMAG-Wasserverbrauch 2009-2012: [%]					Veränderung [%]		
	2009	2010	2011	2012	2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
<b>Nutzwasserverbrauch gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>101,3</b>	<b>110,4</b>	<b>95,1</b>	<b>-13,8%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-1,6%</b>
<b>Nutzwasserverbrauch Segment Walzen</b>	83,8	83,4	92,5	76,9	<b>-16,9%</b>	<b>-8,3%</b>	<b>-2,8%</b>
<b>Nutzwasserverbrauch Segment Gießen</b>	14,7	14,7	16,4	16,7	<b>1,5%</b>	<b>13,2%</b>	<b>4,2%</b>
<b>Nutzwasserverbrauch Segment service</b>	1,5	1,6	1,5	1,6	<b>6,6%</b>	<b>9,5%</b>	<b>3,1%</b>
<b>Absatz[t]</b>							
Segment Walzen	112 900,0	148 400,0	146 800,0	151 300,0	<b>3,1%</b>	<b>34,0%</b>	<b>10,3%</b>
Segment Gießen	71 700,0	75 900,0	76 700,0	78 400,0	<b>2,2%</b>	<b>9,3%</b>	<b>3,0%</b>
<b>Absatz Gesamt</b>	<b>184 600,0</b>	<b>224 300,0</b>	<b>223 500,0</b>	<b>229 700,0</b>	<b>2,8%</b>	<b>24,4%</b>	<b>7,6%</b>
<b>spezifischer Nutzwasserverbrauch[%/t]</b>	<b>100,0</b>	<b>83,4</b>	<b>91,5</b>	<b>76,5</b>	<b>-16,4%</b>	<b>-23,6%</b>	<b>-8,6%</b>

Tabelle 19: AMAG-Wasserbilanz

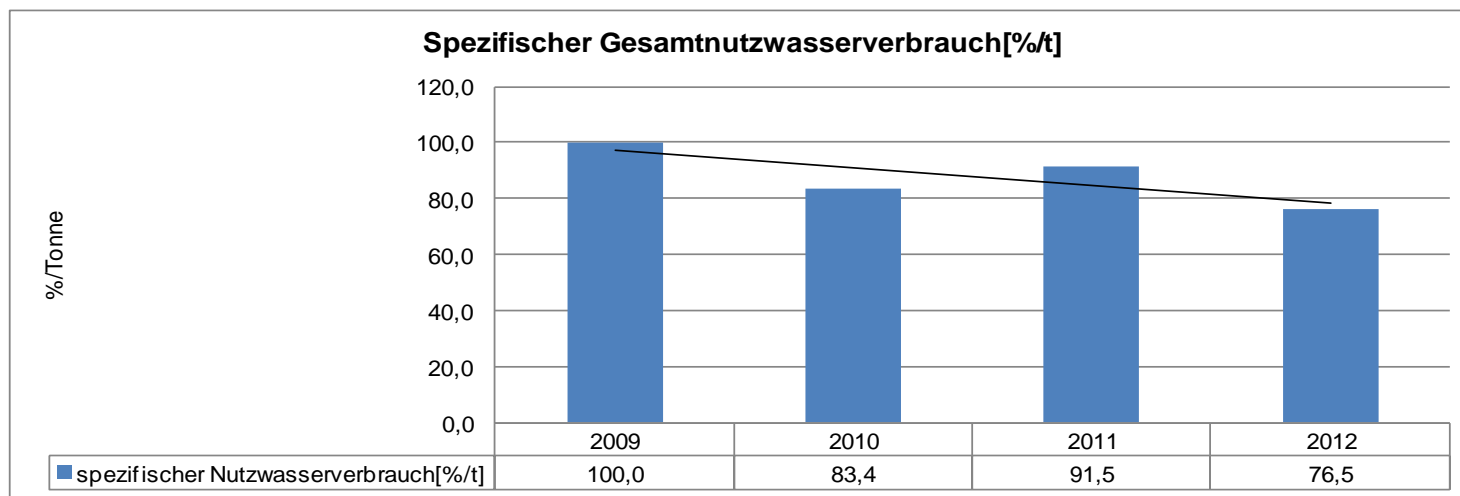


Abb.31: Spezifischer Gesamtnutzwasserverbrauch

Wasserförderung AMAG 2009-2012: [%]							
	2009	2010	2011	2012	Veränderung [%]		
					2011_2012	2009_2012	CAGR 09_12
Trinkwasserförderung	2,1	2,0	2,3	2,3	1,8%	11,1%	3,6%
Nutzwasserförderung	97,9	95,6	90,9	75,4	-17,0%	-23,0%	-8,3%
Gesamtförderung	100,0	97,6	93,2	77,7	-16,6%	-22,3%	-8,1%

Tabelle 20: AMAG Wasserförderung 2009-2012

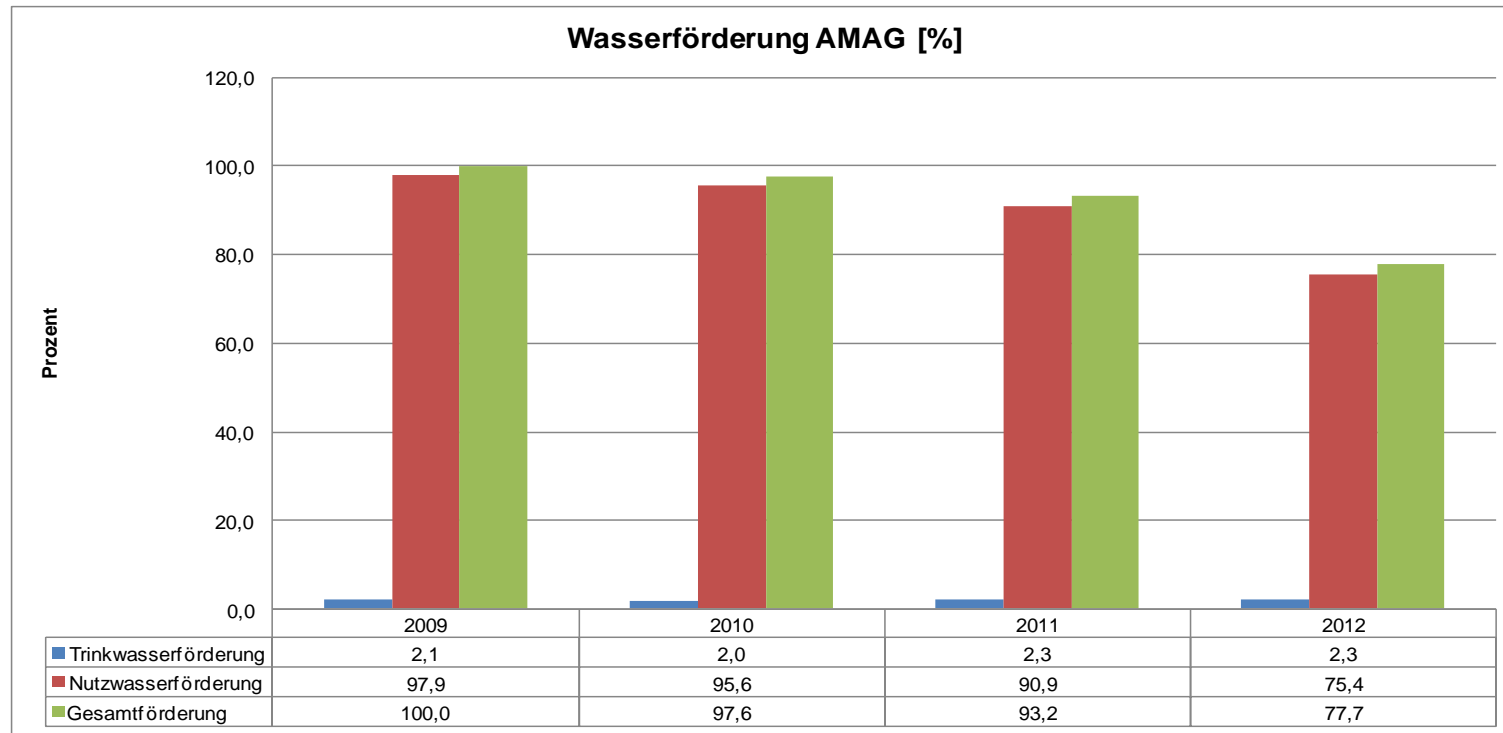


Abb.32: AMAG Wasserförderung 2009-2012



### 3.3.2.6 Flächenaufstellung-Bebauungsgrad

Der Bebauungsgrad findet in vielen Nachhaltigkeitsberichten Anwendung. Damit soll gezeigt werden wie das Verhältnis bebauter zu unbebauter Fläche am Werksgelände ist. Eine weitere Unterteilung der unbebauten Fläche, die im Laufe dieser Arbeit getroffen wurde, war das Erheben der Grün-, Verkehrs- und Werkflächen für die Jahre 2009-2012. Die untenstehende Tabelle zeigt diese Aufstellung und gibt einen Überblick über die Größenordnung und Aufteilung des Werksgeländes. Weiters wird noch aufgelistet welches die wichtigsten Änderungen bezüglich des Bebauungsgrads der letzten Jahre waren und sind.

<b>Flächenaufstellung:</b>					
in m <sup>2</sup>					
	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Werksgelände gesamt</b>	<b>711 180</b>	<b>741 903</b>	<b>779 366</b>	<b>752 492</b>	<b>782 792</b>
<b>Bebaute Fläche</b>	<b>242 405</b>	<b>242 387</b>	<b>242 387</b>	<b>251 283</b>	<b>281 583</b>
<b>Unbebaute Fläche</b>	<b>468 775</b>	<b>499 516</b>	<b>536 979</b>	<b>501 209</b>	<b>501 209</b>
davon Grünfläche	147 993	154 163	191 626	155 856	155 856
davon Verkehrsfläche	150 266	161 393	161 393	161 393	161 393
davon Werksflächen	170 516	183 960	183 960	183 960	183 960
<b>Bebauungsgrad</b>	<b>34.08%</b>	<b>32.67%</b>	<b>31.1%</b>	<b>33.36%</b>	<b>35.97%</b>
<b>Externe Nutzungsflächen</b>	<b>1 902 870</b>	<b>1 772 720</b>	<b>1 772 720</b>	<b>1 772 720</b>	<b>1 772 720</b>
<b>Gesamte verfügbare Grundstücksfläche</b>	<b>2 614 050</b>	<b>2 514 623</b>	<b>2 552 086</b>	<b>2 525 212</b>	<b>2 555 062</b>
(Werksgelände und externe Nutzungsflächen)					

Tabelle 21: Bebauungsgrad AMAG Werksgelände

- **2011:** Grünflächenzukauf der AMAG Service und Verkauf der AMAG Holding
- **2012:** Verkauf an Grünflächen der AMAG Service
- **2013:** Bau von Warmwalzwerk und Plattenfertigung  
     Warmwalzwerk: 22.000m<sup>2</sup>  
     Plattenfertigung: 8300m<sup>2</sup>

### 3.3.3 Indikatorbereich Mitarbeiter

Um einen Einblick zu bekommen welche Kennzahlen in diesem Indikatorbereich in einen Nachhaltigkeitsbericht gehören, wird auf den nächsten Seiten ein Auszug der erarbeiteten Kennzahlen gezeigt. Vor allem von Interesse in einem NH-Bericht sind Angaben zu Mitarbeitern, die nicht in jedem klassischen Geschäftsbericht auch zu finden sind. Hier geht es mehr um menschenwürdige Beschäftigung, Vielfalt und Chancengleichheit sowie Arbeitsschutz und Weiterbildung welche zugleich die Aspekte dieser Indikatorcategory bilden. Sie bilden die Unternehmenskultur einer Organisation und sind daher von großer Bedeutung. Sind es doch die Mitarbeiter die einen enormen Beitrag dazu leisten, dass eine Unternehmung nachhaltige Entwicklung umsetzt. Weiters sei zu erwähnen, dass auch zu den Themen Arbeitssicherheit und kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP) Kennzahlen erarbeitet wurden welche der AMAG vorliegen. Jedoch um nicht zu viele Abbildungen in diese Diplomarbeit zu bekommen, wurde auf eine explizite Darstellung verzichtet.

#### Voll- und Teilzeitkräfte:

Jahr:	Arbeitszeit:	Anzahl:	in %	MA-Gesamt:
2009	Vollzeit	1188	<b>95,81</b>	1240
	Teilzeit	52	<b>4,19</b>	
2010	Vollzeit	1233	<b>96,03</b>	1284
	Teilzeit	51	<b>3,97</b>	
2011	Vollzeit	1269	<b>96,14</b>	1320
	Teilzeit	51	<b>3,86</b>	
2012	Vollzeit	1308	<b>95,40</b>	1371
	Teilzeit	63	<b>4,60</b>	

Tabelle 22: Voll und Teilzeitkräfte der AMAG

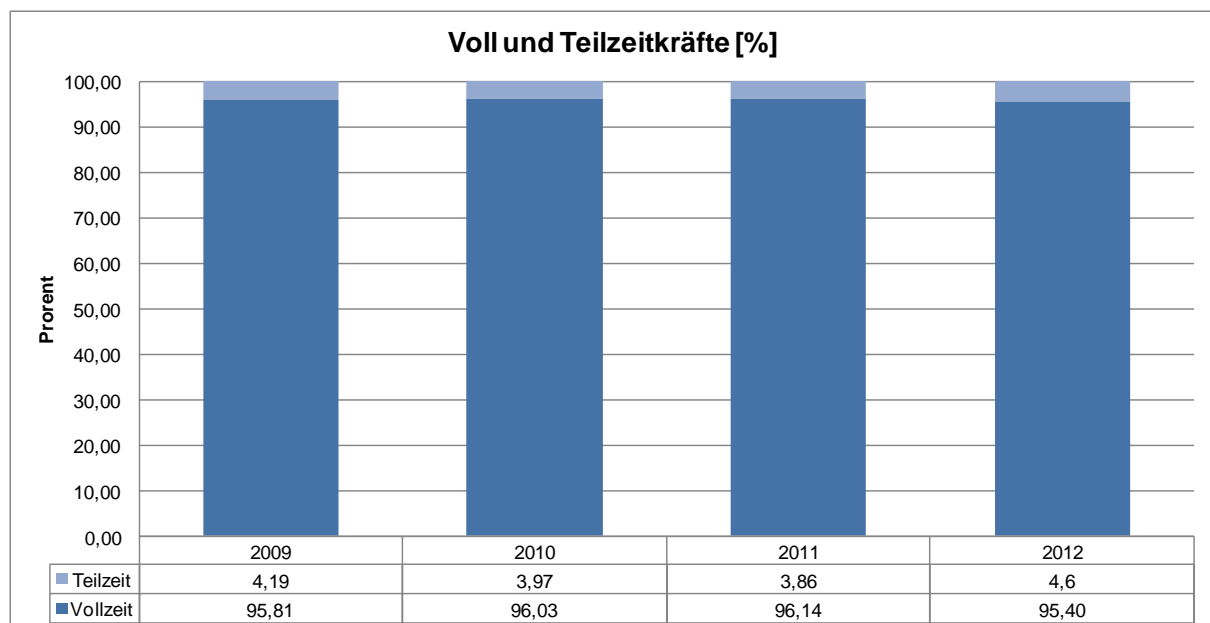


Abb.33: AMAG- Voll und Teilzeitquote

<b>Mitarbeiter mit Behinderung:</b>			
<b>Jahr</b>	<b>Behinderte MA</b>	<b>in % an Gesamtbelegschaft</b>	<b>MA-Gesamt:</b>
2009	55	4,44	1240
2010	60	4,67	1284
2011	63	4,77	1320
2012	61	4,45	1371

Tabelle 23:AMAG Mitarbeiter mit Behinderung

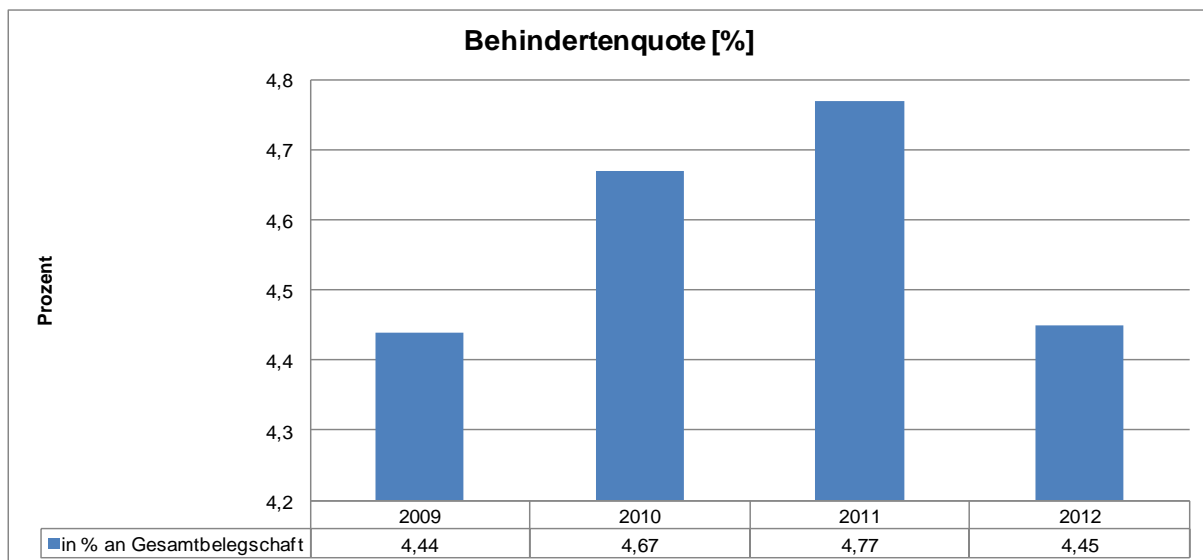


Abb.34: AMAG-Behindertenquote

<b>Mitarbeiter mit Gleitzeitvereinbarung:</b>				
<b>Jahr:</b>	<b>Arbeitszeit:</b>	<b>Anzahl:</b>	<b>in %</b>	<b>MA-Gesamt:</b>
2009	Fixzeit	782	<b>63,06</b>	1240
	Gleitzeit	458	<b>36,94</b>	
2010	Fixzeit	718	<b>55,92</b>	1284
	Gleitzeit	566	<b>44,08</b>	
2011	Fixzeit	693	<b>52,50</b>	1320
	Gleitzeit	627	<b>47,50</b>	
2012	Fixzeit	698	<b>50,91</b>	1371
	Gleitzeit	673	<b>49,09</b>	

Tabelle 24: AMAG-Arbeitszeitvereinbarungen 2009-2012

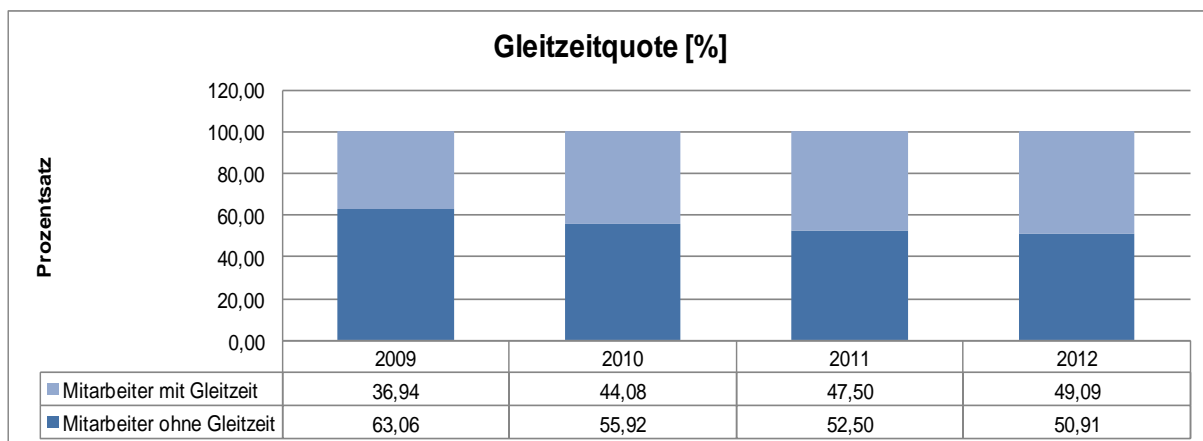


Abb.35: AMAG-Gleitzeitquote

<b>Mitarbeiter nach Altersgruppen:</b>				
<b>Jahr</b>	<b>&lt; 30 Jahre</b>	<b>30-50 Jahre</b>	<b>&gt; 50 Jahre</b>	<b>MA-Gesamt:</b>
2009	397	626	217	1240
2010	413	629	242	1284
2011	429	642	246	1317
2012	440	661	267	1368
<b>in Prozent:</b>				
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>&lt;30 Jahre</b>	32,1	32,2	32,6	32,2
<b>30-50 Jahre</b>	50,4	48,8	48,7	48,3
<b>&gt;50 Jahre</b>	17,5	18,8	18,7	19,5

Tabelle 25: AMAG Mitarbeiter nach Altersgruppen 2009-2012

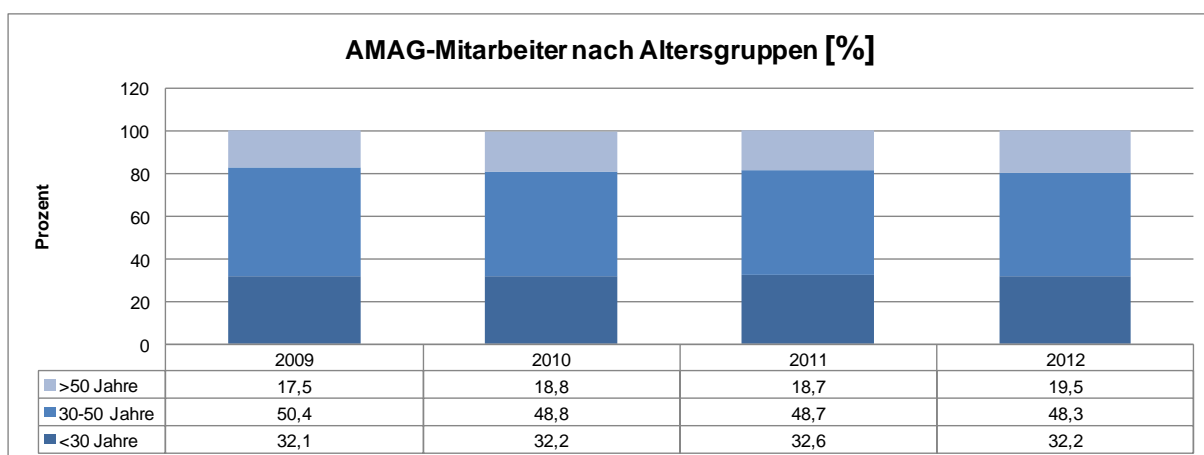


Abb.36: AMAG Altersgruppen 2009-2012

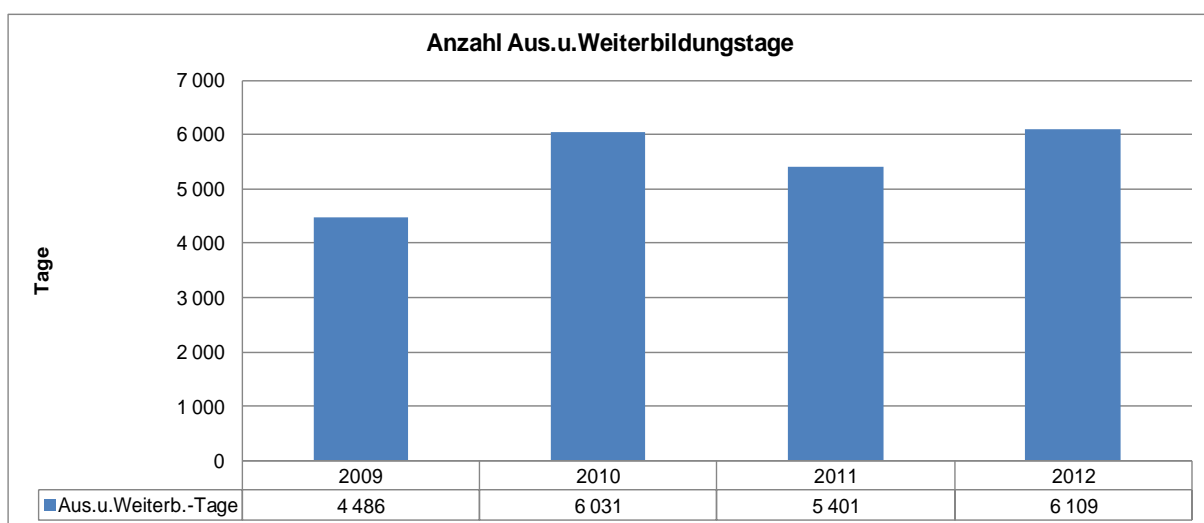


Abb.37: Anzahl der Aus und Weiterbildungstage 2009-2012

### 3.3.4 Indikatorbereich Menschenrechte

In diesem Indikatorbereich wird darauf eingegangen wie eine Unternehmung Menschenrechtsaspekte und Gesetze einhält. Die Grundrechte eines jeden Menschen bzw. Mitarbeiters werden hier auf deren Einhaltung beleuchtet. Für ein österreichisches Aktienunternehmen wie die AMAG Austria Metall AG sind alle diese Indikatoren eine Selbstverständlichkeit. Diese hier angesprochenen Themen wie Geschäftstätigkeiten mit Risiko zur Zwangs-, - Pflicht oder Kinderarbeit, Tarifverhandlungsfreiheit oder auch Verletzung von Menschenrechten ist in Österreich nicht nur gesetzlich, sondern wird auch intern durch den AMAG Code of Ethics umfangreich geregelt. Die AMAG bekennt sich zur konsequenten Einhaltung von Menschenrechten. Für europäische Großunternehmen ist dies eine Selbstverständlichkeit. Interessanter ist dieser Indikatorbereich für Unternehmen aus Schwellenländern oder solche die dort produzieren lassen. Die AMAG mit ihrem Produktionsstandort im österreichischen Ranshofen sowie deren Beteiligung an der Elektrolyse in Kanada befinden sich in Ländern wo strenge Menschenrechtsgesetze einzuhalten sind. Die AMAG prüft auch Lieferanten sowie Auftragnehmer auf deren Einhaltung von Menschenrechten. Einzelne Kommentare und die Auflistung der in diesem Bereich benötigten Indikatoren finden Sie im GRI Content Index für Leistungsindikatoren in Kapitel 3.3.7.

### 3.3.5 Indikatorbereich Gesellschaft

Gab es Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens oder Geldstrafen aufgrund von Rechtsverstößen? Mit diesen und anderen Fragestellungen beschäftigt sich der Indikatorbereich Gesellschaft und kann mit einem „Nein“ für die Austria Metall AG beantwortet werden. Die AMAG hat im Berichtszeitraum, welcher für den Nachhaltigkeitsbericht definiert wurde, keine Klagen und Geldbußen erhalten. Die Einhaltung aller Rechtsvorschriften hat für die AMAG oberste Priorität. Die Unternehmen sind verpflichtet, die Gesetze, besonders Menschenrechte betreffend, einzuhalten. Weiters gilt für alle AMAG-Geschäftseinheiten das Verbot von Korruption gleichermaßen und ist Bestandteil des AMAG Verhaltenskodex, der für alle Mitarbeiter gilt. Die Austria Metall AG sieht sich als wichtiger Bestandteil der Gesellschaft und bemüht sich stets um eine saubere Corporate Citizenship (siehe Kapitel 2.1.4). Der positive Umgang mit anderen gesellschaftlichen Organisationen und Gemeinden spiegelt sich bei der AMAG in einer umfassenden Spendentätigkeit wieder. In den verschiedensten Förderbereichen leistet die AMAG finanzielle Unterstützung. In der folgenden Tabelle und Abbildung wird gezeigt, in welchen Bereichen und in welcher Höhe finanzielle Zuwendungen getätigt werden.

**AMAG Sponsoring:**

Höhe der finanziellen Zuwendungen in den einzelnen Förderbereichen:				
Angaben in Prozent	2009	2010	2011	2012
<b>Bildung</b>	14,3	47,6	34,5	91,4
<b>Kultur</b>	13,3	33,3	88,1	99,0
<b>Soziales</b>	13,8	10,2	66,66	44,2
<b>Sport</b>	59,5	47,6	47,6	88,7
<b>Summe Zuwendungen</b>	<b>100,0</b>	<b>138,8</b>	<b>170,2</b>	<b>323,3</b>

Tabelle 26:Sponsoringbereiche 2009-2012

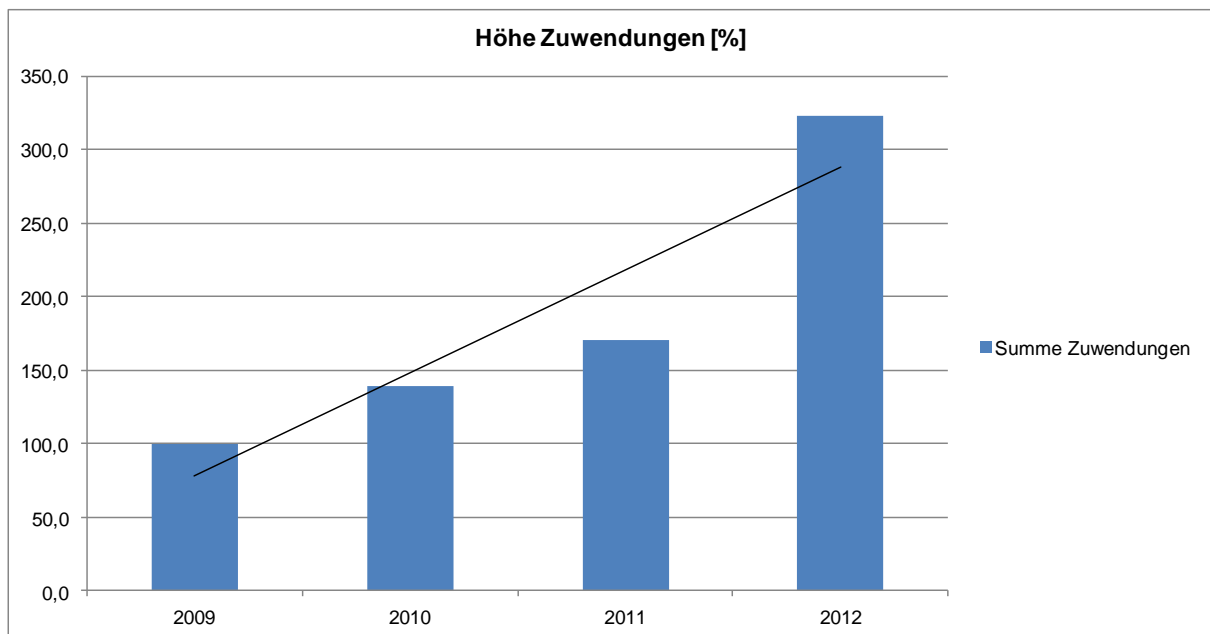


Abb.38: AMAG Zuwendungen 2009-2012

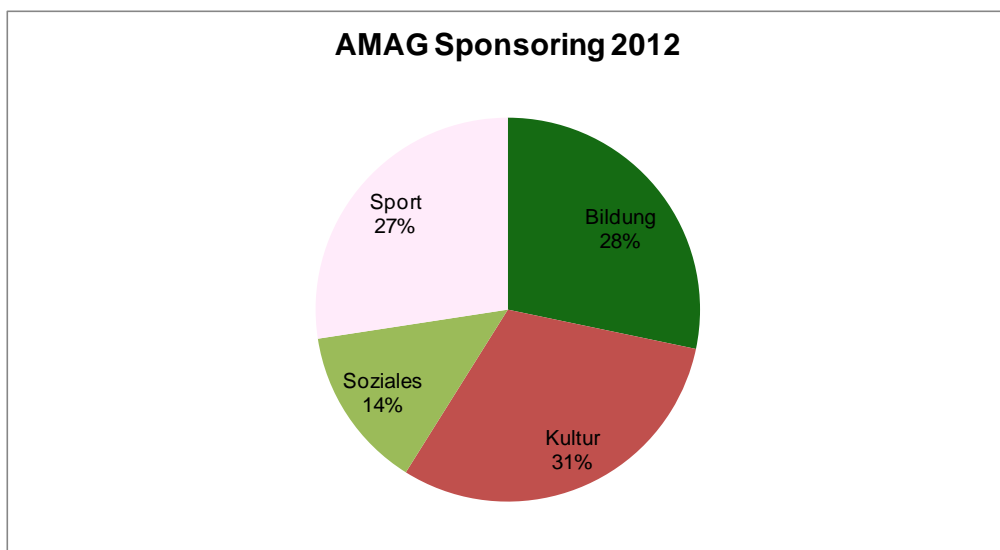


Abb.39: AMAG Sponsoring 2012

Die AMAG Austria Metall AG und ihre rund 1500 Mitarbeiter sind ein Leitbetrieb in der Region. Die wirtschaftliche Strahlkraft ist enorm. Die AMAG schafft allein mit ihrem Vorzeigeprojekt „AMAG 2014“ 220 neue Arbeitsplätze. Aber auch außerhalb der AMAG werden z.B. bei Lieferanten zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen. Augenmerk wird auch auf eine hohe Wertschöpfung in der eigenen Region gelegt. Ein großer Prozentsatz der AMAG-Lieferanten kommt aus der näheren Umgebung. Dazu gibt es eine Wertschöpfungsstudie, welche ebenfalls in den Bericht einfließen wird. Ebenfalls wurde hier angedacht, ein Interview/Statement der Bezirkshauptmannschaft oder dem Bürgermeister einzubauen. Eine sozial gerechte Positionierung in der Gesellschaft, in dem sich die AMAG als regionaler Partner sieht, ist wichtig für eine nachhaltige Entwicklung eines Unternehmens und daher wird diesem Thema auch ein Kapitel im NH-Bericht gewidmet. (siehe Kapitel 3.4.2)

### **3.3.6 Indikatorbereich Produktverantwortung**

Zuverlässige und technologisch hochwertige Produkte sind das Markenzeichen der AMAG. Die Kundenzufriedenheit ist eine der Grundvoraussetzungen für den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmung. Wichtige Aspekte dieser Indikatorkategorie sind wiederum das Einhalten von Gesetzesvorschriften sowie der Schutz von Kundendaten. Für die AMAG ist es auch in diesem Bereich selbstverständlich, alle Gesetze diesbezüglich zu befolgen. Der Schutz von Kundendaten ist selbstverständlich und im Berichtszeitraum hat es dazu auch keine Beschwerden gegeben. Die Produktpolitik der AMAG welche sich auf Normen und Zertifizierungen (siehe Kapitel 2.3) stützt, garantiert den Kunden Produktsicherheit und Gesundheit bei Verwendung. In Kapitel 2 des Inhaltsverzeichnisses, welches den Aufbau der Reportingstruktur darstellt (siehe Kapitel 3.4), werden die oben besprochenen Themen vertieft und umfangreich dargestellt. Auch findet man im nachfolgenden Kapitel Kommentare, welche im GRI Index unter Produktverantwortung nachzulesen sind.

### **3.3.7 GRI Index-Leistungsindikatoren**

So wie es für das Berichtsprofil eine Übersichtsdarstellung gibt, kann auch für die Leistungsindikatoren ein solcher Content Index erstellt werden. Dies wurde auch gemacht und im Folgenden als Abschluss der Kennzahlenerhebung dargestellt. Hier werden die in den vorhergehenden Kapiteln dargestellten Indikatoren übersichtlich angeboten und auf den Status des Berichtsumfangs hingewiesen. Auch an dieser Stelle sei darauf erwähnt, dass nicht alle Indikatoren angewendet werden können. Ist dies der Fall, wird jedoch erläutert, warum in diesem Fall keine Auskunft erteilt wird. Nicht alle Leistungsindikatoren werden in Form von Kennzahlen bearbeitet. Jene Indikatoren, die nicht als Kennzahl oder grafisch ausgearbeitet wurden, werden im Bericht als Textform oder als Kommentar im GRI Content Index für Leistungsindikatoren beschrieben.

**GRI Index - Leistungsindikatoren**

- vollständig berichtet
- teilweise berichtet
- nicht anwendbar

In Summe gibt es 80 GRI-G3 Leistungsindikatoren wovon 49 sogenannte Kernindikatoren sind  
30 davon sind sogenannte Zusatzindikatoren welche hier orange hinterlegt sind

**Anwendungsebene B** Angabe zu mindestens 20 G3 Indikatoren, wobei aus den Bereichen (ökonomisch/ökologisch/Menschenrechte/Arbeit/Gesellschaft/Produktverantwortung ) mindestens 1 Indikator berichtet werden soll

**Verweis:** Hier sollte die Seitenzahl stehen wo der Indikator im Bericht zu finden ist oder man verweist auf Geschäftsbericht (GB) oder Homepage(HP)

**E/K... Erklärung/Kommentar**

**GB... Geschäftsbericht**

Indikator	Berichtsumfang	Verweis	Erklärung/Kommentar
<b>Ökonomie</b>			
<b>Managementansatz</b>			
<b>EC1</b> Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Konzernkennzahlen AMAG Gruppe, Aufwand für F&E, Getätigte Investitionen, GB Konzern Kapitalflussrechnung	
<b>EC2</b> Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels		Klimatische Risiken im Risikomanagement	
<b>EC3</b> Betriebliche soziale Zuwendungen		E/K	siehe ökonomische Kennzahlen: Pensionsrückstellungen
<b>EC4</b> Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand (Subventionen)			Informationen liegen in Fachabteilung auf
<b>EC5 Verhältnis Standardeintrittsgehalt zum lokalen Mindestlohn</b>		AMAG Arbeitnehmerrprivatstiftung	
<b>EC6</b> Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil lokaler Lieferanten			Informationen liegen in Fachabteilung auf
<b>EC7</b> Einstellung lokaler Arbeitnehmer und Anteil in Führungspositionen		E/K	Die AMAG ist bestrebt lokale Arbeitnehmer zu gewinnen. Alle Führungskräfte (oberes, mittleres Management) der AMAG sind Österreichische Staatsbürger. Sie werden aber weder bevorzugt noch benachteiligt. Auswahl orientiert sich am Anforderungsprofil

Tabelle 27: AMAG GRI Content Index für Leistungsindikatoren



EC8 Entwicklung / Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen		AMAG 2014	
EC9 Art und Umfang indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen			
<b>Umweltschutz</b>			
<b>Managementansatz</b>			Der Abdeckungsgrad der Produktionsstandorte mit Umweltmanagementsystemen liegt bei 100%
EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht / Volumen			
EN2 Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz		E/K	Anteil von Recyclingmaterial kann für ausgewählte Produkte ermittelt werden. Auch der Recyclinganteil von rund 75% am Standort Ranshofen sind europaweite Benchmark
EN3 Direkter Energieverbrauch			
EN4 Indirekter Energieverbrauch			
EN5 Energieeinsparungen			
EN6 Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen			
EN7 Reduktion des indirekten Energieverbrauchs			
EN8 Gesamtwasserentnahme			
EN9 Von der Wasserentnahme betroffene Wasserquellen		E/K	Es gibt keine Wasserquellen die erheblich von der Wasserentnahme betroffen sind
EN10 Zurückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser		E/K	Eine genau Bilanzierung kann derzeit nicht gemacht werden. Effiziente Wassernutzung und schliessen von Kreisläufen gehört aber zum Selbstverständnis der AMAG
EN11 Flächennutzung in Schutzgebieten		E/K	Keine AMAG Flächennutzung im Bereich von Schutzgebieten oder daran angrenzend
EN12 Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf Biodiversität in Schutzgebieten		E/K	Dieser Indikator ist für die AMAG nicht anwendbar da die Produkte keine wesentlichen Auswirkungen auf Schutzgebiete oder Gegenden mit hoher Biodiversität haben
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume			
EN14 Strategien / Management / Auswirkungen auf die Biodiversität			
EN15 Gefährdete Arten in Gebieten, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind			Es besteht kein Gefährdungspotential. An den AMAG-Standorten gibt es keine Auswirkungen auf bedrohte Tier oder Pflanzenarten
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgas-Emissionen			
EN17 Andere relevante Treibhausgas-Emissionen			
EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasen und erzielte Ergebnisse			

Tabelle 27 (1.Forts.)

EN19 Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen		E/K	Es werden keine Stoffe emittiert die Ozon abbauende Wirkung haben.
EN20 NOX, SOX und andere signifikante Luftemissionen			
EN21 Gesamte Abwassereinleitungen			
EN22 Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode			
EN23 Wesentliche Freisetzungen von Schadstoffen		E/K	Es gab keine Vorfälle von Schadstofffreisetzungen
<b>EN24 Transportierter, importierter, exportierter oder behandelter gefährlicher Abfall</b>		E/K	Keine Vorfälle im Berichtszeitraum. AMAG transportiert, importiert, exportiert oder behandelt keine gefährlichen Abfälle
<b>EN25 Durch Abwassereinleitungen und Oberflächenabfluss belastete Gewässer</b>		E/K	Es erfolgen keine Einleitungen in Gewässer die besonderen Schutzanforderungen unterliegen
EN26 Maßnahmen zur Verminderung von Umweltauswirkungen der Produkte			
EN27 Prozentsatz der Produkte, bei denen Verpackungsmaterialien zurückgenommen wurden			
EN28 Geldbußen aufgrund Gesetzesübertretungen im Umweltbereich		E/K	Es gab keine Verstöße gegen umweltrechtliche Auflagen im Berichtszeitraum
<b>EN29 Umweltauswirkungen des Transports der Produkte, Güter, Materialien und Mitarbeiter</b>			
<b>EN30 Ausgaben / Investitionen für Umweltschutz</b>			
<b>Mitarbeiter</b>			
<b>Managementansatz</b>			
LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnissen und Region			
LA2 Mitarbeiterfluktuation		E/K	Die Mitarbeiterfluktuation ist bei der AMAG traditionell niedrig. Deshalb wird auf eine Aufspaltung dieser Angabe nach Altersgruppe, Geschlecht und Region verzichtet
<b>LA3 Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden</b>		E/K	Alle betrieblichen Leistungen werden grundsätzlich allen Mitarbeitern angeboten
LA4 Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		E/K	Alle Mitarbeiter der AMAG fallen unter Kollektivvereinbarungen

Tabelle 27 (2.Forts.)

LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen			Die AMAG hält sich streng an Informations und Unterrichtspflichten. Mitteilungsfristen gegenüber dem Betriebsrat sind intern geregelt. Betriebsräte sind nach der gesetzlichen Grundlage über alle Angelegenheiten in denen sie zu informieren sind umfassend unter Vorlage der benötigten Unterlagen zu unterrichten
<b>LA6 Anteil der in Arbeitssicherheitsausschüssen vertretenen Belegschaft</b>			
LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Summe arbeitsbedingter Todesfälle		E/K	Es gab im Berichtszeitraum keine Todesfälle. Zu den Fehlzeiten gibt es keine Angabe. Diese werden vertraulich behandelt
LA8 Gesundheitsvorsorge, Beratung und Schulungen in Bezug auf ernste Krankheiten			
<b>LA9 Arbeitssicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften</b>			
LA10 Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen			
<b>LA11 Wissensmanagement und Lebenslanges Lernen zur Förderung der Beschäftigungsfähigkeit</b>			
<b>LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern</b>			Angestellte erhalten regelmäßige Leistungsbeurteilungen von ihren Vorgesetzten
LA13 Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe			
LA14 Verhältnis der Bezahlung von männlichen und weiblichen Angestellten			Es gibt keine Unterschiede bei der Bezahlung von Frauen und Männer welche die gleiche Tätigkeit ausführen
<b>Menschenrechte</b>			
<b>Managementansatz</b>			
HR1 Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechte berücksichtigen		E/K	Die AMAG bekennt sich zur konsequenten Einhaltung von Menschenrechten. Es werden keine Investitionen getätigt die in Bezug auf Menschenrechte problematisch sein könnten.
HR2 Prüfung wesentlicher Lieferanten und Auftragnehmer auf Einhaltung von Menschenrechten			
<b>HR3 Mitarbeiterschulungen im Bereich Menschenrechte</b>			
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen			
HR5 Geschäftstätigkeiten, bei denen Vereinigungs- und Tarifverhandlungsfreiheit gefährdet sind	<b>Erfüllt die AMAG den Sozialstandard SA8000?</b>		
HR6 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Kinderarbeit besteht			
HR7 Geschäftstätigkeiten, bei denen ein Risiko der Zwangs- und Pflichtarbeit besteht			
<b>HR8 Schulung des Sicherheitspersonals zu für die Geschäftstätigkeit relevanten Menschenrechtsaspekten</b>			
<b>HR9 Vorfälle der Verletzung der Rechte der Ureinwohner</b>			Indikator nicht anwenbar da die Austria Metall AG keine Geschäftsaktivitäten in Gebieten mit Ureinwohner ausübt

Tabelle 27 (3.Forts.)

<b>Gesellschaft</b>			
<b>Managementansatz</b>			
SO1 Art, Umfang und Wirkung der Geschäftstätigkeit auf Gemeinden oder Regionen		Kapitel 5,	
SO2 Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken untersucht wurden		E/K	Das Verbot von Korruption gilt für alle Geschäftseinheiten gleichermaßen und ist Bestandteil des Verhaltenskodex der für alle Mitarbeiter gilt.
SO3 Mitarbeiterschulungen bzgl. Anti-Korruption			
SO4 Anti-Korruptionsmaßnahmen		Code of Ethics;HP	
SO5 Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying			
<b>SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker</b>			
<b>SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten</b>		E/K	Im Berichtszeitraum gab es keine diesbezüglichen Klagen
SO8 Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen		E/K	Im Berichtszeitraum gab es keine Geldbußen
<b>Produktverantwortung</b>			
<b>Managementansatz</b>			
PR1 Untersuchte Lebenszyklusstadien in Bezug auf Gesundheit und Produktsicherheit			
<b>PR2 Nichteinhaltung von Vorschriften bzgl. Gesundheit und Produktsicherheit</b>			
PR3 Gesetzliche Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen			
<b>PR4 Nichteinhaltung der gesetzlichen und freiwilligen Informationspflichten für Produkte und Dienstleistungen</b>			
<b>PR5 Kundenzufriedenheit</b>			
PR6 Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung			
<b>PR7 Nichteinhaltung von gesetzlichen und freiwilligen Vorschriften bzgl. Werbung</b>		E/K	Die Austria Metall AG verschweigt keine wesentlichen Informationen noch stellt Sie diese in irreführender Weise dar
<b>PR8 Berechtigte Datenschutzbeschwerden</b>		E/K	Der Schutz von Kundendaten ist für die AMAG selbstverständlich. Im Berichtszeitraum hat es keine Beschwerden gegeben
PR9 Wesentliche Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Erwerb und Nutzung der Produkte		E/K	Im Berichtszeitraum gab es keine Verstöße gegen Gesetzesvorschriften im Bereich Produkte

Tabelle 27 (4.Forts.)

### **3.4 Aufbau der AMAG Reportingstruktur**

Nach der Festlegung des AMAG Berichtsprofils (Kapitel 3.2) sowie der Ausarbeitung der Kennzahlen welches 2 Kernaufgaben der Diplomarbeit waren, galt es nun eine Reportingstruktur festzulegen, in der alle ausgearbeiteten Informationen geordnet und strukturiert dargestellt werden. Welche Gliederung soll verwendet werden? Wie füllen wir die Themengebiete und welche Quellen stehen uns zur Verfügung? Diese und andere Fragen waren in diesem Zusammenhang zu beantworten. In den folgenden Unterkapiteln wird beschrieben und gezeigt wie die AMAG ihren Nachhaltigkeitsbericht voraussichtlich gliedert und welche Themengebiete zur Sprache kommen sollen. Ziel war es, ein Dokument in Form eines Inhaltsverzeichnisses zu erstellen, welches eine Projektagentur als Vorlage zur Konzeption und Layoutplanung verwenden kann. Geplant ist, dass jene Agentur, die für den GB zuständig ist auch den Nachhaltigkeitsbericht bearbeitet.

#### **3.4.1 Herangehensweise und Bearbeitung**

Ausgehend von den vorgegebenen Themengebieten der Global Reporting Initiative(GRI), vorgibt wurde ein Inhaltsverzeichnis erstellt. Kerninhalt sollte der AMAG Umweltschutz mit den Kernthemen Energie, Emissionen, Abfall sowie Abwasser sein. Dieser Kerninhalt wurden dann um die Indikatorbereiche Produktverantwortung, Human Resources sowie Gesellschaft/Soziales erweitert. Abgerundet wird diese Einteilung durch die Darstellung des GRI Berichtsprofils, welches die Grundlagen der Berichterstattung, das Vorwort/Statement des Vorstands sowie das Konzernporträt beinhaltet (siehe Kapitel 3.2). Als Appendix soll noch der GRI Content Index für das Berichtsprofil und Leistungsindikatoren beigefügt werden sowie auf die Einhaltung der Prinzipien der Berichterstattung (Kapitel 2.6.3) verwiesen werden. Die Austria Metall AG wird noch im Vorstand darüber entscheiden, ob sie eine externe Überprüfung des Berichts durchführen lässt. Sollte es zu einer solchen Überprüfung der Anwendungsebene B kommen, ist angedacht, diese Bestätigung im NH-Bericht zu publizieren sowie ergänzende Hinweise und Empfehlungen zu veröffentlichen. Sofern die Austria Metall AG im Laufe des Berichtszeitraums dem „respact“ ( siehe Kapitel 2.2.4.1) beitrifft, wird dies auch im Appendix am Ende des Berichts erwähnt. Es sei betont, dass diese Berichtsstruktur, welche im nächsten Kapitel zu sehen ist, nur ein Vorschlag bzw. Lösungsansatz ist. Wie in allen Aufgabenstellung obliegt der AMAG die Umsetzung.

#### **3.4.2 Gliederung der Themengebiete – Inhaltsverzeichnis**

Auf nachfolgender Seite ist das Inhaltsverzeichnis abgebildet, welches darstellt, wie der Nachhaltigkeitsbericht bei der AMAG gegliedert sein soll. Alle für das Unternehmen wichtigen Themenbereiche in Bezug auf Nachhaltigkeit werden hier dargestellt. Im nächsten Kapitel wird dann beschrieben wie diese Themen mit Inhalt gefüllt wurden.

## **Inhaltsverzeichnis**

### **Nachhaltigkeits-Reporting AMAG 2012**

- I. Grundlagen der Berichterstattung
  - II. Vorwort/Statement des Vorstands
  - III. Konzernporträt
- 
- 1. AMAG - Wirtschaftlicher Erfolg garantiert nachhaltige Investitionen**
  - 2. Nachhaltigkeit in der AMAG**
    - 2.1. Nachhaltigkeitsmanagement
    - 2.2. Recycling-AMAG als Branchenführer
    - 2.3. Primäraluminium aus Wasserkraft – Alouette
    - 2.4. Chancen und Risikomanagement
    - 2.5. Corporate Governance + Compliance
    - 2.6. Stakeholderdialog
  - 3. AMAG- Green Aluminium – Produkte mit Verantwortung**
    - 3.1. Produktpolitik und Managementansatz
    - 3.2. Ressourcenschonung und Produktrecycling
    - 3.3. Competence in Aluminium – Produktentwicklung
    - 3.4. Kundenzufriedenheit – Leading quALity
  - 4. AMAG- Umweltschutz**
    - 4.1. Umweltmanagement – Fester Bestandteil der Unternehmensstrategie
    - 4.2. Energieeffizienz – Optimierung der Energiebilanz
    - 4.3. Emissionen
    - 4.4. Materialeinsatz und Abfallbehandlung
    - 4.5. Wasserwirtschaft
  - 5. AMAG- Human Resources**
    - 5.1. Personalmanagement und Mitarbeiterkultur
    - 5.2. Personalentwicklung und Weiterbildung
    - 5.3. Arbeitssicherheit,- Medizin und Schutz
    - 5.4. Arbeitsplatzsicherung und Mitbestimmung
  - 6. AMAG - Der regionale Partner**
    - 5.1 Der Leitbetrieb in der Region
    - 5.2 Soziales Engagement
  - 7. Maßnahmen und Ziele**
  - 8. Appendix**
    - Kennzahlenübersicht wichtiger GRI Indikatoren
    - GRI Index
    - Prinzipien der Berichterstattung
    - Externe Überprüfung und Bestätigung der Anwendungsebene
    - respACT
    - Glossar
    - Impressum

### 3.4.3 Beschreibung der Ausarbeitung

Um einen Einblick darüber zu gewinnen wie die einzelnen Themengebiete des Inhaltsverzeichnisses bzw. des NH-Berichts mit Datenmaterial gefüllt wurden, wird stellvertretend für alle Bereiche das Human Resources Kapitel 5 im Inhaltsverzeichnis detaillierter betrachtet. Hier wird beschrieben auf welche Informationsressourcen die AMAG zum jeweiligen Datenmaterial (Kennzahlen, Textinformation, Grafiken) zurück greifen kann und wo es zu finden ist.

## 5. AMAG - Human Resources

### 5.1 Personalmanagement und Mitarbeiterkultur

- Vielfalt und Chancengleichheit (Frauenanteile, Gleichbehandlung, Arbeitszeitmodelle, Elternzeit, Teilzeit)
- AMAG Unterstützungsordnung (freiwillige Maßnahmen)
- Kollektivlohn vs. AMAG Gehälter – Leistungsgerechte Entlohnung
- Unternehmenskultur siehe Homepage
- Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP)
- Alu Report 01/2008
- Alu Report 02/2009
- Grafik Entwicklung Anzahl der Verbesserungsvorschläge (siehe Folie)
- Grafik Einsparungen durch Umsetzung der Vorschläge (Einjahresnettonutzen) siehe KVP Einsparungssummen Ordner Nachhaltigkeitreporting
- AMAG Homepage
- Geschäftsbericht: Human Resources S.64ff.
- ALU Report 02/2008: Artikel Leitwerte für Mitarbeiterkultur und Kundennähe
- Darstellung von Kennzahlen (siehe Kennzahlen-Set)

### 5.2 Personalentwicklung und Weiterbildung

- Personalabteilung für Personalentwicklung (Hr.Auer)
- Gezielte Mitarbeiterförderung ( Trainee Programme, Lehrlingsausbildung)
- Unterstützung Ferialjobs, Diplomarbeiten, Dissertationen
- Auszeichnungen für AMAG Mitarbeiter (Doktoranden)
- MAZEK Mitarbeitergespräch

### 5.3 Arbeitssicherheit,- Medizin und Arbeitsschutz

- Arbeitssicherheitssystem ist integrativer Bestandteil des AMAG Managementsystems
- Darstellung von Kennzahlen (siehe Kennzahlen-Set)

**Sicherheit:**

- Organisation: Sicherheitslenkungsausschuss, Sicherheitsfachkraft, Sicherheitsvertrauensperson(SVP)
- „Null Unfälle Strategie“
- „Konsequent sicher“
- OHSAS 18001

**Medizin:**

- AMAG Vital Check
- Betriebliche Gesundheitsförderung (Gütesiegel)
- Ambulanz

**Schutz:**

- Arbeitsschutzausschuss
- Betriebsfeuerwehr (Jahresberichte)
- Werkschutz
- Notfallorganisation

**Arbeitsplatzsicherung und Mitbestimmung**

- Betriebsräte/ Aufsichtsratsmitglieder
- 11% Arbeitnehmer Privatstiftung
- Krisensichere Arbeitsplätze, keine betriebsbedingten Kündigungen 2009
- Mitarbeiterzufriedenheit

Wie erwähnt, ist dies nur ein Ausschnitt des umfangreichen Inhaltsverzeichnis und auch hier nur stichwortartig, was zu den Unterpunkten an Information bereitgestellt, gesammelt und bearbeitet wurde. Man kann sich nun gut vorstellen, dass auch diese Aufgabenstellung umfangreich war und die Bearbeitung sehr zeitintensiv. Aber nur so kann sichergestellt werden, dass der Agentur genügend Struktur und Information zur Verfügung gestellt wird, um einen Nachhaltigkeitsbericht im Sinne der Unternehmung zu erhalten. Zu all diesen Punkten in der Detailauflistung des Inhaltsverzeichnis wurde Informationsmaterial elektronisch gespeichert und geordnet der AMAG übergeben. Genau im diesem Stil wurden für alle Kapitel des NH-Berichts Informationen erarbeitet, firmenintern gehoben und gesammelt. Mit dieser Ausarbeitung wurde genügend Informationsmaterial zusammen getragen, um einen AMAG spezifischen Sustainability Report erstellen zu können. Es ist in einer Unternehmung wie der AMAG so, dass sehr viel an Informationen vorhanden ist. Sie richtig zu heben, das Wesentliche zu filtern und auf den Bericht abzustimmen war eine der wichtigen Aufgaben dieser Problemstellung.



Abschließend sei noch zu erwähnen, dass unter Punkt 7 Maßnahmen und Ziele im Inhaltsverzeichnis das AMAG Energieeffizienzprogramm sowie das Umweltprogramm zur Sprache kommen. Welche Ziele die Austria Metall AG in den einzelnen Bereichen der Nachhaltigkeit hat, soll auch an dieser Stelle erwähnt werden. Die Maßnahmen die gesetzt werden, finden in diesem Kapitel ebenso Platz und man soll zeigen, wie es mit dem jeweiligen Projektstatus aussieht.

## **3.5 AMAG Informationspolitik**

Die letzte praktische Aufgabenstellung welche zu lösen war, war die Frage nach der Informationspolitik bezüglich des neuen Themas Nachhaltigkeitsreporting in der AMAG. Es stellt sich die Frage wie dieses Thema intern und extern kommuniziert werden soll, um allen Mitarbeitern(intern) und externen Stakeholdern die neue Präsenz zu diesem Thema zu übermitteln. In den folgenden Kapiteln wird auf diese Unterteilung näher eingegangen.

### **3.5.1 Interne Kommunikation**

Die Kommunikation innerhalb des Unternehmens ist ein wichtiger Teil der Informationspolitik. In den folgenden Absätzen werden Möglichkeiten erläutert wie man die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts in der Unternehmung kommuniziert und wie man Mitarbeiter und Managementaufgaben zu diesem Thema vereint.

#### **3.5.1.1 Mitarbeitersensibilisierung**

Es gilt die Aufmerksamkeit der Fachbereiche und Abteilungen, welche für die Kernthemen der Nachhaltigkeit von Bedeutung sind, auf die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts aufmerksam zu machen. In Einzelgesprächen wurde dem jeweils zuständigen AMAG Mitarbeiter dieses Projekt näher vorgestellt und mit ihm die Zusammenarbeit vereinbart. Im Laufe dieser Arbeit wurde eine Liste erstellt auf welcher alle Ansprechpartner der Nachhaltigkeitsfachbereiche zu finden sind. Sie bilden das Netzwerk, das für die zukünftige Berichterstattung Informationsupdates bereitstellen kann. Die Mitarbeiter von der Sinnhaftigkeit einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung zu überzeugen und sie für der Mitgestaltung eines Nachhaltigkeitsberichts zu motivieren und mit einzubinden, ist das Ziel dieser Kommunikation. Denn nur durch konstruktive Zusammenarbeit des Berichtserstellers mit dem Personal der Unternehmung ist der positive Abschluss eines solchen Projekts möglich. An dieser Stelle sei erwähnt dass ich im Laufe der Diplomarbeit viele Mitarbeiter der AMAG kennenlernen durfte. Das Betriebsklima ist sehr freundlich. Es sei hingewiesen, dass man sehr wohl vereinzelt auch auf Widerstand stoßen kann. Dies ist bei einer so breit gefächerten Kennzahlenerhebung aber auch völlig normal und entsteht meist durch mangelnde Kommunikation im Vorfeld. Man erkennt an diesen Beispielen aber sehr schnell, dass eine gute interne Unternehmenskommunikation von großer Bedeutung ist.

### 3.5.1.2 Managementansatz

Vorab sei an dieser Stelle erwähnt, dass es sich hier um einen Vorschlag handelt. Wie in allen Bereichen der Diplomarbeit obliegt die Umsetzung der AMAG und in diesem Fall konkret beim Vorstand. Will man nachhaltige Unternehmensentwicklung fördern, stellt sich natürlich auch die Frage, wie ich dieses Thema im Unternehmen koordiniere und führe. Man nimmt Stellung dazu wie Nachhaltigkeit in der AMAG strategisch behandelt wird, um wirklich Wettbewerbsvorteile in der Zukunft generieren zu können. Welcher Managementansatz verfolgt wird und welche Handlungsgrundsätze beachtet werden, soll die Abbildung 40 zeigen.

Wie z.B. das Risiko oder Qualitätssicherungsmanagement soll auch die Nachhaltigkeit in das Managementsystem der AMAG integriert werden. Nachhaltigkeitsmanagement basiert auf Einhaltung von Grundsätzen, Normen, Zertifizierungen, zu welchen sich die AMAG verpflichtet fühlt. Welche Aufgabenbereiche die einzelnen Managementeinheiten haben, wird nun beschrieben und soll dabei helfen die nachfolgende Grafik besser verstehen zu können

#### **Fachbereiche/Facheinheit:**

- Liefern jährliche Kennzahlenupdates und Berichte
- Setzen konkrete Maßnahmen um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen
- Überwachen Prozesse für die Zielerreichung
- Berichten an die Netzwerkkoordinatoren und dessen Vorsitzenden

#### **Netzwerkkoordination:**

- Entscheidungsvorbereitung/ Beratung des EXSI in Nachhaltigkeitsfragen
- Nachhaltigkeitsberichterstattung an Vorstand und GF
- Entwickelt und baut AMAG-Nachhaltigkeitsstrategie aus
- Erstellen des Nachhaltigkeitsberichts
- Interne und externe Kommunikation von Nachhaltigkeit und Umwelt/ Stakeholder Engagement
- Überwacht Umsetzung von Maßnahmen und Zielen in den einzelnen Fachbereichen

#### **Gremium Nachhaltigkeit EXSI:**

- EXSI ist zentrale Steuerungseinheit für Nachhaltigkeit bei der AMAG (oberste Leitungsfunktion)
- Entscheidet über strategische Ausrichtung sowie deren Weiterentwicklung und beschließt Maßnahmen/Ziele
- Fördert die Umsetzung von Maßnahmen
- Freigabe von Budget für Maßnahmen zur Zielerreichung

Wie sich im Laufe der Diplomarbeit herausgestellt hat, wird die AMAG versuchen, das Thema Nachhaltigkeit in ihr vorhandenes Managementsystem zu integrieren. Der beträchtliche Aufwand wird, so wie es zurzeit aussieht auch an Dynamik und Umfang gewinnen.

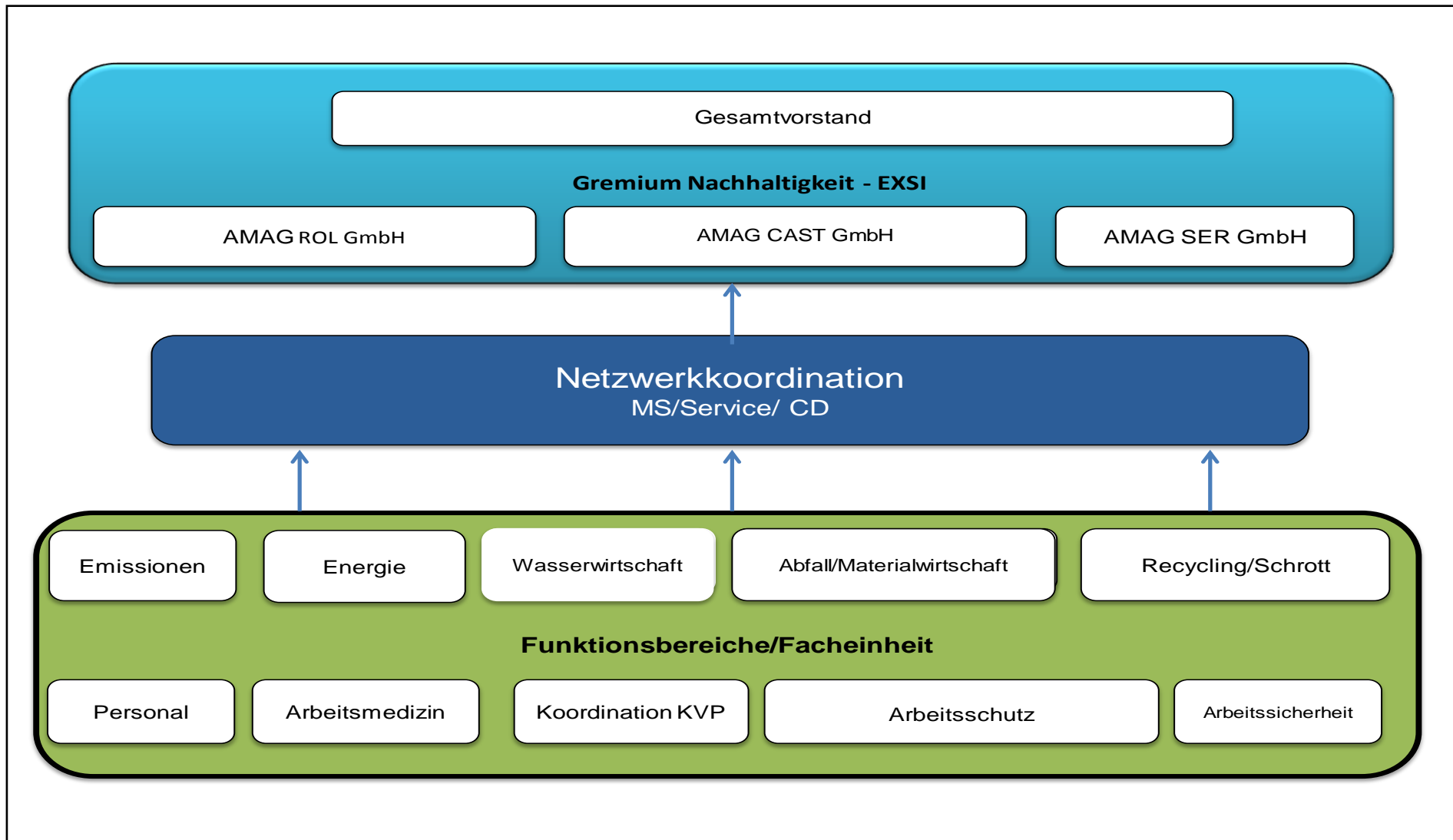


Abb.40:Vorschlag AMAG Managementansatz

### **3.5.1.3 Workshops**

Eine weitere Möglichkeit die interne Kommunikation zu verbessern sind Workshops, in den Entscheidungsträger aller Managementebenen zusammen kommen und über die Umsetzung ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte zum Thema Sustainability diskutieren. Den Auftakt dazu bildet ein Workshop der Plenum GmbH (siehe Kapitel 4.3.2).

## **3.5.2 Externe Kommunikation**

Die externe Kommunikation beschäftigt sich mit der Verbindung zu externen Stakeholdern. Es stellt sich die Frage, wie über die Unternehmensgrenzen hinweg, die neue Präsenz zum Thema Nachhaltigkeit übermittelt wird.

### **3.5.2.1 Investorenfragebögen**

Wie eingangs erwähnt, war es ein Investorenfragebogen des Carbon Disclosure Projekt (CDP) (siehe Kapitel 1.6), welcher den Anstoß für die Erstellung eines NH-Berichts gegeben hat. Anhand dieser Fragebögen fordern Investoren, Fondsmanager oder Analysten Informationen bezüglich Nachhaltigkeit eines Unternehmens. Um sich in möglichst positivem Licht zu präsentieren, sind Firmen dazu angehalten möglichst zahlreich diese Fragebögen zu beantworten, um in Folge nicht auf Black-Lists zu landen, sondern eine möglichst gute Indexplatzierung zu erreichen.

### **3.5.2.2 Lieferantenbefragungen**

Großkonzerne aus der Automobil und Luftfahrtindustrie welche bei der AMAG Kunden sind schicken vermehrt Lieferantenbefragungen, um Informationen über die Nachhaltigkeitsleistungen ihrer Lieferanten zu erfragen. Die AMAG ist natürlich bestrebt durch umfangreiche Beantwortung der Fragen, den Kunden bestmöglich zufrieden zu stellen. Jedoch hat sich auch hier herausgestellt, dass einige Fragen nicht beantwortet werden können. Das dazu nötige Datenmaterial war nicht vorhanden, wurde aber im Laufe der Diplomarbeit erhoben. Auch Vertriebsmitarbeiter der AMAG haben verstärkt darauf aufmerksam gemacht, dass Kunden vermehrt Themen der Nachhaltigkeit ansprechen, jedoch auf diese keine Antworten geliefert werden können. Der Nachhaltigkeitsbericht als Informationsgrundlage soll hier Abhilfe schaffen. Sowohl für Investorenfragebögen als auch für Lieferantenbefragungen dient der NH-Bericht als Informationsquelle für AMAG Mitarbeiter. Ein weiterer Vorteil ist, dass alle Mitarbeiter dadurch dieselben Antworten auf Fragestellungen liefern können und nicht wie bisher mehr oder weniger persönliche Meinungen äußern, die auch noch von Mitarbeiter zu Mitarbeiter variieren. Ein einheitlicher gestärkter Auftritt vor Kunden der Austria Metall AG wird mit Hilfe des Nachhaltigkeitsberichts sichergestellt.

### **3.5.2.3 Nachhaltigkeitsbericht**

Wie oben mehrfach erwähnt, stellt der Nachhaltigkeitsbericht das wichtigste Kommunikationsinstrument für eine Unternehmung dar. Alle Leistungen eines Unternehmens bezüglich Umweltschutz, Soziales und Gesellschaft werden hier ausführlich dargestellt. Ein Kennzahlen-Set für alle Aspekte der Nachhaltigkeit untermauert das Engagement der AMAG nachhaltig zu wirtschaften. Mit diesem Instrumentarium können viele Belange vor allem externer aber auch interner Stakeholder abgedeckt werden.

Um das positive Image einer Unternehmung aufrecht zu erhalten und zu verbessern, ist die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts mittlerweile ein „Muss“. Gerade börsennotierte Unternehmen beugen sich dem Druck, und können es sich nicht leisten das Thema Sustainability links liegen zu lassen.

### **3.5.2.4 Internetauftritt**

Eine Aktualisierung der Firmenhomepage bezüglich Nachhaltigkeit wird bei der AMAG zeitnah umgesetzt. Angedacht wurde ein eigener Reiter bezüglich Nachhaltigkeit. Hier werden neben der Onlineversion des Nachhaltigkeitsberichts auch zahlreiche Zusatzinformationen zu erhalten sein. Auf der nächsten Seite wird noch die Kommunikationsmatrix abgebildet, die eine Übersichtsdarstellung aller internen und externen Kommunikationsmöglichkeiten darstellt

**AMAG-Kommunikationsmatrix:**

<b>Methode</b>	<b>Managementansatz</b>	<b>Workshops</b>	<b>MA-Sensibilisierung</b>	
<b>Interne Kommunikation</b>	<p><b>Ziel:</b> Integration der Nachhaltigkeit in operatives Geschäft</p> <p><b>Umsetzung:</b> Nachhaltigkeitsnetzwerk der AMAG(siehe Folie)</p>	<p><b>Ziel:</b> Bildung von Fachbereichen, Teams</p> <p><b>Umsetzung:</b> 2 tägiger Workshop im Herbst (Prof.Strigl/Plenum GmbH)</p>	<p><b>Ziel:</b> Aufmerksamkeit zum Thema Nachhaltigkeit vermitteln; Was ist Nachhaltigkeit?</p> <p><b>Umsetzung:</b> Gespräche mit zuständigen Mitarbeitern im Zuge der Diplomarbeit</p>	
<b>Methode</b>	<b>Investorenfragebögen</b>	<b>Lieferantenbefragung</b>	<b>Nachhaltigkeitsbericht</b>	<b>Internetauftritt</b>
<b>Externe Kommunikation</b>	<p><b>Ziel:</b> Informationsbereitstellung für Investoren, Fondsmanager, Analysten Index-Listing</p> <p><b>Umsetzung:</b> Beantwortung CDP(Carbon Disclosure Projekt) Fragenkatalog</p>	<p><b>Ziel:</b> Kundenzufriedenstellung durch Beantwortung der Befragungen ( Automobil und Luftfahrt) (Audi)</p> <p><b>Umsetzung:</b> Einheitliche Beantwortung solcher Befragungen, Mitarbeiter können in Zukunft anhand des NH-Berichts Antworten liefern</p>	<p><b>Ziel:</b> Umfangreiches Informationsangebot zum Thema Sustainability , Marketinginstrument</p> <p><b>Umsetzung:</b> Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts nach GRI. Erstbericht voraussichtlich im März 2014 (parallel zu Geschäftsbericht)</p>	<p><b>Ziel:</b> Internetpräsenz herstellen, eigener Reiter Nachhaltigkeit</p> <p><b>Umsetzung:</b> Nach der Ersterscheinung des NH-Berichts wird sukzessive die Internetseite erweitert.</p>

Tabelle 28: AMAG-Kommunikationsmatrix

## 4 Zusammenfassung und Ausblick

Abschließend werden nochmals kurz die Aufgabenstellung, Arbeitsweise und Rahmenbedingungen dieser Diplomarbeit zusammengefasst und in kompakter Weise die wichtigsten theoretischen und praktischen Ergebnisse formuliert. Ein Ausblick über weitere Tätigkeiten die nach Abschluss dieser Arbeit in der Unternehmung ausgeführt werden und den weiteren Handlungsbedarf beschreiben, bilden das Ende dieser schriftlichen Arbeit.

### 4.1 Aufgabenstellung und Arbeitsweise

Ausgehend vom Carbon Disclosure Projekt deren Beantwortung die AMAG vor einige Herausforderung gestellt hat und Handlungsbedarf in der Informationspolitik bezüglich Nachhaltigkeit zu Tage treten ließen, wurde von Hr. Dipl.Ing. Leopold Pöcksteiner diese Diplomarbeit initiiert. Das Erstellen eines Nachhaltigkeitsberichts und die damit bekundete Informationsbereitschaft zu immer wichtiger werdenden umweltrelevanten Themengebieten waren das große übergeordnete Ziel.

Hauptziel der Austria Metall AG ist es, bis zum März 2014 einen Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen. Dieses Hauptziel vor Augen wurde Anfang März 2013 in Form einer Diplomarbeit die inhaltlichen Voraussetzungen dafür geschaffen. Durch das Erheben der benötigten Kennzahlen, das Strukturieren des Berichtsinhalts sowie das Füllen der Themengebiete sollte die Vorarbeit für eine unproblematische Berichterstattung getätigt werden. Wie in allen Themengebieten musste man sich am Anfang des Projekts in die Materie „ Nachhaltigkeit“ einarbeiten. Von der Grunddefinition der Nachhaltigkeit über Begriffsbestimmungen bis hin zur Wettbewerbsanalyse musste man sich zahlreiche Grundlagen aneignen, um sich die Tragweite einer Berichtserstellung bewusst zu machen. Die gewonnen Erkenntnisse galt es dann auf die AMAG umzulegen. Wo sind die Defizite und in welchen Bereichen muss auf den Wettbewerb aufgeschlossen werden? So lautete eine der Kernfragen bei der Analyse der IST-Situation am Standort Ranshofen. In wöchentlichen Meetings wurden die neugewonnen Erkenntnisse dem Leiter der Strategieentwicklung und Diplomarbeitbetreuer berichtet.

In Form von 2 Zwischenpräsentationen, einer Abschlusspräsentation und Zwischenberichten, die alle 2 Wochen zu verfassen waren, wurde auch die Betreuung seitens der Universität vom Fortschritt des Projekts unterrichtet. 4 Monate wurde vor Ort im Verwaltungsgebäude der AMAG, wo ein Büro zur Verfügung gestellt wurde, an der Zielerreichung gearbeitet. Anfangs dieser Arbeit war es nicht klar, dass überhaupt ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht wird. Erst im Laufe der Diplomarbeit ist es gelungen den Vorstand zu überzeugen, dass die Berichtserstellung zahlreiche positive Signale an alle Stakeholdern aussenden würde und damit Image und Wettbewerbsfähigkeit weiter gestärkt werden könne. Durch die oben beschriebenen Tätigkeiten waren die Rahmenbedingungen gegeben, sich um die Inhalte der Berichtserstellung zu kümmern.

Das Berichtsprofil, sprich Umfang und Grenzen des Nachhaltigkeitsberichts abzustecken, war der Startschuss und die Vorarbeit für die eigentliche Kernaufgabe. Diese bestand in der Erhebung der Leistungsindikatoren anhand des Leitfadens der Global Reporting Initiative. Über alle Geschäftssegmente hinweg wurde für die vorgegebenen Themenbereiche und Aspekte die notwendigen Kennzahlen erarbeitet.

Diese zeitintensive und für einen außenstehenden Diplomanden fordernde Aufgabe stellte sich im Laufe der Diplomarbeit als die zentrale Herausforderung dar. Am Anfang standen zahlreiche Informationsgespräche mit den verantwortlichen Mitarbeitern der AMAG, die den Grundstein für die Zusammenarbeit legten. So wurden nach und nach alle Themenebereiche bearbeitet, die schlussendlich zu einem Kennzahlen-Set führten, welches für die angestrebte Anwendungsebene B ausreichend war. Diese Indikatoren mussten anschließend in eine Reportingstruktur mit eingearbeitet werden. In Form eines Inhaltsverzeichnisses wurde eine Berichtsstruktur festgelegt, die im Weiteren inhaltlich ausgebaut wurde.

Abschließend wurden noch Möglichkeiten diskutiert, wie die Kommunikation rund um den Nachhaltigkeitsbericht aussehen soll, um AMAG Stakeholdern die neue Präsenz zu diesem Thema näher zu bringen. Um einen sauberen Abschluss für die Berichtserstellung zu bewerkstelligen, wurde mit der Plenum GmbH ein Partner gefunden der dieses Projekt bis zum Ende begleitet. Die AMAG Austria Metall AG ist bestrebt die Nachhaltigkeit im Unternehmen selbst voran zu treiben und hat mit der Plenum GmbH einen Berater an ihrer Seite.

## **4.2 Kurzzusammenfassung der Ergebnisse**

Dieses Kapitel stellt die gewonnenen Ergebnisse von Kapitel 2 (Theoretische Grundlagen) und Kapitel 3 (Praktische Problemlösung) erarbeitet wurden nochmals übersichtlich und kompakt dar. Diese Auflistung der Ergebnisse kann auch als Ablauf gesehen werden, welche Ergebnisse notwendig sind, um auf weitere Problemstellungen einzugehen.

### **4.2.1 Theoretische Ergebnisse**

- ✓ Formulieren der Aufgabenstellung
- ✓ Aufarbeitung und Beschreibung aller für die Nachhaltigkeitsberichterstellung notwendigen Definitionen und Begrifflichkeiten
- ✓ Weiterleiten dieser Informationen an die AMAG Verantwortlichen mittels Präsentationen
- ✓ Herstellung der Beziehungen zwischen theoretischem und praktischem Teil der schriftlichen Arbeit zum Verständnis der Zusammenhänge und Abläufe.



## 4.2.2 Praxisrelevante Ergebnisse

- ✓ Informationsbeschaffung durch Wettbewerbsanalyse-Übersichtsdarstellung(Kapitel 3.1.2)
- ✓ AMAG Metall Flow Analyse (Kapitel 3.1.2)
- ✓ Festlegung des AMAG Berichtsprofils(Kapitel 3.2)
- ✓ GRI Content Index für das Berichtsprofil (Tabelle 4)
- ✓ Erhebung der Leistungsindikatoren für alle Indikatorkategorien laut GRI (Kapitel 3.3)
- ✓ GRI Content Index für Leistungsindikatoren(Tabelle 26)
- ✓ Aufbau AMAG Reportingstruktur (Kapitel 3.4)
- ✓ Inhaltsverzeichnis und inhaltliche Ausarbeitung (Kapitel 3.4.2)
- ✓ AMAG Managementansatz (Kapitel 3.5.1.2)
- ✓ AMAG Kommunikationsmatrix (Tabelle 27)

## 4.3 Ausblick und weitere Tätigkeiten

Im letzten Kapitel dieser schriftlichen Arbeit soll noch beschrieben werden, wie es nach der Beendigung der Diplomarbeit im Unternehmen weiter geht und welcher Handlungsbedarf noch gegeben ist, um zeitgerecht den ersten AMAG Nachhaltigkeitsbericht herausgeben zu können. In Zukunft wird die Plenum GmbH die AMAG bei dieser Zielsetzung begleiten. Die Plenum GmbH ist ein österreichisches Unternehmen, welches sich darauf spezialisiert hat, Unternehmen bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung zu begleiten und zu unterstützen. Prof.Dr. Alfred.W Strigl ist geschäftsführender Gesellschafter dieser Unternehmung und ein anerkannter Spezialist auf dem Gebiet der Berichtserstellung. Bei einem Treffen in Linz wurde vereinbart, dass die Plenum GmbH Leistungen für die AMAG erbringt, welche im Folgenden näher beschrieben werden und weitere Tätigkeiten darstellen.

Es sei noch erwähnt, dass uns Hr. Dr. Strigl bei diesem Treffen, in welchem in Form einer Präsentation die praktischen Ergebnisse dieser Arbeit präsentiert wurden, eine gute Arbeit attestiert hat. Die Pflicht welche in der Abarbeitung der Aufgabenstellung für diese Diplomarbeit bestand sei mehr als erfüllt worden. Die Kür werde nun von der Plenum GmbH übernommen. Dieser Geschäftstermin in Linz und die zweite Zwischenpräsentation bei der AMAG stellten somit das Ende der Diplomarbeit in der Unternehmung dar.

### **4.3.1 Beitritt zu respACT**

Im Laufe der Wettbewerbsanalyse wurde festgestellt, dass die meisten namhaften Unternehmen Organisationen und Institutionen beigetreten sind, deren Wirken sich mit nachhaltigem Wirtschaften und Handeln auseinandersetzt. Man bekennt sich zu deren Prinzipien und Leitsätzen und bekräftigt dadurch sein eigenes Engagement zu nachhaltiger Unternehmensführung. Auch die AMAG wird voraussichtlich dem respACT (siehe Kapitel 2.2.4.1) beitreten und damit ihren Willen weiter bekräftigen umweltfreundliche Unternehmenspolitik zu betreiben.

### **4.3.2 Workshops PLENUM GmbH**

Wie oben erwähnt, wurde eine Zusammenarbeit mit der Plenum GmbH vereinbart. Ein Punkt dieses Angebots zum Auftakt in der AMAG ist einen 2-tägigen Workshop abzuhalten, indem alle Fachbereichsleiter, Geschäftsführer sowie Vorstände an einen Tisch geholt werden und über Nachhaltigkeitsthemen sowie Strategien diskutiert werden. Auch die Auswirkungen der Veröffentlichung des AMAG NH-Berichts sollen besprochen und die weitere Vorgehensweise festgelegt werden.

### **4.3.3 Erstellung des ersten Nachhaltigkeitsberichts**

Der erste Nachhaltigkeitsbericht soll wie geplant parallel mit dem Geschäftsbericht der AMAG vorgestellt werden und wird im März 2014 sein. Eine Agentur wird die Konzeption sowie die Layoutplanung übernehmen Laut letztem Informationsstand wird die AMAG wie angedacht ihren Nachhaltigkeitsbericht extern überprüfen lassen, um die Anwendungsebene B bestätigt zu bekommen. Parallel dazu wird auch die Internetpräsenz wie in Kapitel 3.5.2.4 erwähnt erweitert.

### **4.3.4 GRI G4 Richtlinie**

Zum Abschluss sei noch erwähnt, dass die Global Reporting Initiative an der neuen GRI G4 Reporting Richtlinie arbeitet. Dieser überarbeitete Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung gilt ab dem 31.12.2015. In der jetzigen Übergangszeit steht es den Unternehmen frei nach welcher GRI Vorlage sie berichtet. Erste Veröffentlichungen haben gezeigt, dass deren Aufbau etwas umstrukturiert wurde, jedoch sich inhaltlich nichts Wesentliches geändert hat. Die Ausarbeitung für diesen Nachhaltigkeitsbericht deckt auch die Anforderungen der neuen G4 Richtlinie ab. Die AMAG wird ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht schon nach der neuen GRI G4 Richtlinie erstellen.

## Literaturverzeichnis

Aachener Stiftung Kathy Beys; Lexikon der Nachhaltigkeit: Abgrenzung der Begriffe CR,CSR,CC,CS,CG; <http://www.nachhaltigkeit.info/>, Abfrage vom: 22.04.2013

Aachener Stiftung Kathy Beys; Lexikon der Nachhaltigkeit: Börsenindizes, <http://www.nachhaltigkeit.info/>, Abfrage vom: 20.05.2013

Aachener Stiftung Kathy Beys; Lexikon der Nachhaltigkeit: Geschichte - Definition Nachhaltigkeit, <http://www.nachhaltigkeit.info/>, Abfrage vom: 20.04.2013

Aachener Stiftung Kathy Beys; Lexikon der Nachhaltigkeit: Definition Nachhaltigkeit, <http://www.nachhaltigkeit.info/>, Abfrage vom: 23.04.2013

Aachener Stiftung Kathy Beys; Lexikon der Nachhaltigkeit: Definition Nachhaltigkeit-Deutsche Übersetzung , <http://www.nachhaltigkeit.info/>, Abfrage vom: 26.04.2013

Aachener Stiftung Kathy Beys; Lexikon der Nachhaltigkeit: ISO 26000, <http://www.nachhaltigkeit.info/>, Abfrage vom: 03.05.2013

AMAG Austria Metall AG.:2012 im richtigen Licht, Geschäftsbericht Austria Metall AG 2012, Ranshofen 2012

AMAG Austria Metall AG: Umwelt- Umweltmanagement, <http://www.amag.at>, Abfrage vom 09.04.2013

Blickwedel, P. et al.: Produktbezogene Klimaschutzstrategien-Product Carbon Footprint verstehen und nutzen, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, 1 Auflage, Berlin 2010

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft: Die neue Monitoring-Verordnung zur EU-ETS-Richtlinie, <http://www.lebensministerium.at>, Abfrage vom :20.06.2013

Brandl,G.;Kanzian,R.: Energiemanagementsysteme nach ISO 50001-Tipps für die Umsetzung, 2.Auflage, Wien 2013

CorporateRegister.com Limited: <http://www.corporateregister.com>, Stand April 2012  
Abfrage vom: 12.06.2013

CorporateRegister.com Limited: Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichte  
<http://www.corporateregister.com>, Stand April 2012

Abfrage vom: 21.06.2013

CorporateRegister.com Limited: Anzahl der Nachhaltigkeitsberichte nach Länder,  
<http://www.corporateregister.com>, Stand April 2012

Abfrage vom: 23.06.2013

Dürr, M.; Pratsch, M.: Executive Summary, in: Investieren im Kontext von Klimaschutz-CDP  
Deutschland, Österreich, Schweiz 350-Klimawandelbericht 2012, S10-14

Europäische Kommission, Generaldirektion Beschäftigung & Soziales.: Europäische  
Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung von Unternehmen-Grünbuch, 2001

Fembek, M.; Athanasiadis, G.: CSR-Jahrbuch für unternehmerische Nachhaltigkeit, 4.  
Auflage Wien 2013

GRI-Global Reporting Initiative: Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, Amsterdam  
2006

Global Reporting Initiative: Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung,  
<http://www.globalreporting.org>,

Abfrage vom: 27.04.2013

Loew, T.; Ankele, S.; Braun, J.; Clausen, J.: Bedeutung der internationalen CSR-Diskussion für  
Nachhaltigkeit und die sich daraus ergebenden Anforderungen an Unternehmen mit Fokus  
Berichterstattung-Endbericht, Münster und Berlin 2004

MONEY-FACTORY GmbH & Co. KG: Was bedeutet CAGR?, <http://www.fonds-rating.com>,  
Abfrage vom: 07.06.2013

N.N, WBCSD-World Business Council for Sustainable Development, <http://www.csr-in-deutschland.de/ueber-csr/glossar/w.html>,  
Abfrage vom 30.05.2013

„N.N“, Corporate Accountability, <http://www.wirtschaftslexikon24.de>,  
Abfrage vom: 22.05.2013

PE International-Sustainability Performance: Carbon Footprint und Ökobilanzen,  
<http://www.pe-international.com>, Abfrage vom: 24.05.2013

PE International-Sustainability Performance: Water Footprint Software and Consulting,  
<http://www.pe-international.com>, Abfrage vom: 02.06.2013

Pfeffer,W.: Gesamtenergiebilanz der Betriebe am AMAG Standort Ranshofen, Ranshofen 2012

Pommerening, T.: Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen- Eine Abgrenzung der Konzepte Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship, "o.O", 2005

Pregel, R.: Nachhaltigkeitscontrolling-Konzepte, Instrumente und Fallbeispiele für die Umsetzung, Band 21,Düsseldorf 2012

respACT - austrian business council for sustainable development: Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltige Entwicklung, <http://www.respect.at>, Abfrage vom:10.06.2013

Ries, A.;Wehrum,K.: Determinanten eines integrativen Nachhaltigkeitsmanagements und –controllings, in: Controller Magazin, 36.JG., März/April/2011,S. 26-31

Schaltegger, S.;Herzig, C.;Kleiber, O.;Klinke, T.;Müller, J.:Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmungen-Von der Idee zur Praxis: Managementansätze zur Umsetzung von Corporate Social Responsibility und Corporate Sustainability, Berlin 2007

Schaltegger,S.; Zvezdow,D.: Nachhaltigkeitscontrolling - Konzepte, Instrumente und Fallbeispiele für die Umsetzung, Band 21,Düsseldorf 2012

SMI EBS Business School / Logica: Excellence in Supply Chain Sustainability - Sustainability as a Challenge and Opportunity for Todays Companies, 2011

Spindler, Edmund A.: Geschichte der Nachhaltigkeit. Vom Werden und Wirken eines beliebten Begriffs, Homms "o.J"

Springer Gabler Verlag ,Günther, E., Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Ökologie, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/57532/oekologie-v6.html>, Abfrage vom: 03.05.2013

Springer Gabler Verlag ,Leymann, F; Nowak.A, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: ökologische Nachhaltigkeit, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/21339690/oekologische-nachhaltigkeit-v2.html>, Abfrage vom: 03.05.2013

Springer Gabler Verlag, Leymann, F; Nowak.A, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: ökonomische Nachhaltigkeit, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/21339691/oekonomische-nachhaltigkeit-v2.html>, Abfrage vom: 07.05.2013

Springer Gabler Verlag , Leymann, F; Nowak.A, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: soziale Nachhaltigkeit, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/21339692/soziale-nachhaltigkeit-v2.html>,  
Abfrage vom 08.05.2013

Springer Gabler Verlag ,Lin-Hi, N., Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Corporate Social Responsibility, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5128/corporate-social-responsibility-v12.html>,  
Abfrage vom: 17.05.2013

(Springer Gabler Verlag , Lin-Hi, N;Gunther, E; Suschanek, A; Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Corporate Citizenship, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/5125/corporate-citizenship-v11.html>,  
Abfrage vom:17.05.2013

Springer Gabler Verlag, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: DIN EN ISO 14001, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/222011/din-en-iso-14001-v5.html>,  
Abfrage vom: 03.05.2013

Springer Gabler Verlag, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: SA 8000, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/18120/sa-8000-v5.html>,  
Abfrage vom: 06.05.2013

Springer Gabler Verlag, Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Controlling, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/399/controlling-v7.html>,  
Abfrage vom: 23.08.2013

Stechemesser,S.;Günther.E.: Nachhaltigkeitscontrolling - Konzepte, Instrumente und Fallbeispiele für die Umsetzung, Band 21,Düsseldorf 2012

UN Global Compact; respACT - austrian business council for sustainable development: Allgemeines, <http://www.unglobalcompact.at>, Abfrage vom: 06.05.2013

Werner,F.:Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen:Chancen und Grenzen, München 2005

## Abbildungsverzeichnis:

Abb.1: Eigentümerstruktur der AMAG .....	2
Abb.2: Entwicklung der NH- Berichterstattung .....	4
Abb.3: Anzahl der CR-Reports nach Länder.....	5
Abb.4: Übersichtsdarstellung der Vorgehensweise.....	8
Abb.5: 3 Säulen Modell der Nachhaltigkeit .....	13
Abb.6: Nachhaltigkeitsdreieck .....	14
Abb.7: Verhältnis von Corporate Responsibility zu nachhaltiger Entwicklung .....	18
Abb.8: Entwicklung der Berichterstattungsform .....	28
Abb.9: Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichte nach GRI .....	33
Abb.10: Anwendungsebenen laut GRI.....	34
Abb.11: Netzwerk der Nachhaltigkeit.....	41
Abb.12: AMAG metal flow Analyse 2012 .....	46
Abb.13: AMAG metal flow Analyse 2011 .....	47
Abb.14: Pensionsrückstellungen AMAG 2009-2012 .....	58
Abb.15: Gesamtumsatz der AMAG Austria Metall AG 2009-2012 .....	58
Abb.16: Aufwand für Forschung und Entwicklung 2009-2012.....	59
Abb.17: AMAG Personalaufwand 2009-2012 .....	59
Abb.18: AMAG Energiemix 2012 .....	62
Abb.19: Direkter/Indirekter Energieverbrauch AMAG 2009 - 2012 und 2012 [%] .....	63
Abb.20: Spezifischer Energieverbrauch 2009-2012.....	64
Abb.21: AMAG Energieverbräuche 2009-2012.....	65
Abb.22: Verlauf Treibhausgasemissionen AMAG 2009-2012 .....	69
Abb.23: Spezifische Emissionen AMAG Gesamt 2009-2012.....	70
Abb.24: AMAG Schrotteinsatz .....	73
Abb.25: AMAG Krätze und Salzschlackeaufkommen .....	73
Abb.26: AMAG Abfallbilanz 2009-2012 .....	74
Abb.27: Feste und flüssige Abfälle 2012      Abb.28: Verwertung und Beseitigung von Abfällen .....	74
Abb.29: Spezifischer Abfallverbrauch 2009-2012 .....	75
Abb.30: AMAG Nutzwasserverbrauch und Förderung 2009-2012 .....	77

---

Abb.31: Spezifischer Gesamtnutzwasserverbrauch.....	78
Abb.32: AMAG Wasserförderung 2009-2012 .....	79
Abb.33: AMAG- Voll und Teilzeitquote .....	81
Abb.34: AMAG-Behindertenquote .....	82
Abb.35: AMAG-Gleitzeitquote.....	82
Abb.36: AMAG Altersgruppen 2009-2012.....	83
Abb.37: Anzahl der Aus und Weiterbildungstage 2009-2012.....	83
Abb.38: AMAG Zuwendungen 2009-2012 .....	85
Abb.39: AMAG Sponsoring 2012.....	85
Abb.40: Vorschlag AMAG Managementansatz.....	98



## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Corporate Citizenship Modell .....	17
Tabelle 2: Bestehende Zertifizierungen der AMAG .....	25
Tabelle 3: Übersichtsdarstellung Wettbewerbsanalyse .....	48
Tabelle 4: GRI Content Index Berichtsprofil .....	53
Tabelle 5: Input-Output Bilanz AMAG 2012 .....	61
Tabelle 6: AMAG Energieverbrauchsübersicht 2009-2012 .....	63
Tabelle 7: Spezifischer Energieverbrauch der AMAG .....	64
Tabelle 8: Elektrische Energie nach Segmente 2009-2012.....	65
Tabelle 9: Standardfaktoren für Treibhausgasberichterstattung .....	67
Tabelle 10: CO2 Bilanz AMAG 2009-2012 .....	68
Tabelle 11: Weitere Treibhausgasemissionen 2009-2012 .....	69
Tabelle 12: Spezifische AMAG CO2 Emissionen.....	70
Tabelle 13: Auszug Abfallentsorgungsunterlagen AMAG .....	71
Tabelle 14: AMAG Schrotteinsatz 2009-2012 .....	72
Tabelle 15: AMAG-Krätze und Salzschlackeaufkommen 2009-2012 .....	73
Tabelle 16: AMAG Spezifischer Abfallverbrauch 2009-2012.....	75
Tabelle 17: AMAG Hauptverbraucher.....	76
Tabelle 18: AMAG-Nutzwasserverbrauch und Förderung.....	77
Tabelle 19: AMAG-Wasserbilanz.....	78
Tabelle 20: AMAG Wasserförderung 2009-2012 .....	79
Tabelle 21: Bebauungsgrad AMAG Werksgelände.....	80
Tabelle 22: Voll und Teilzeitkräfte der AMAG .....	81
Tabelle 23: AMAG Mitarbeiter mit Behinderung.....	82
Tabelle 24: AMAG-Arbeitszeitvereinbarungen 2009-2012 .....	82
Tabelle 25: AMAG Mitarbeiter nach Altersgruppen 2009-2012 .....	83
Tabelle 26: Sponsoringbereiche 2009-2012 .....	85
Tabelle 27: AMAG GRI Content Index für Leistungsindikatoren .....	87
Tabelle 28: AMAG-Kommunikationsmatrix .....	101

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
AMAG	Austria Metall AG
ASPI	Advanced Sustainability Performance Index
ATX	Austrian Traded Index
BSK	Betrieblicher Schmutzwasserkanal
CA	Corporate Accountability
CAGR	Compound Annual Growth
CDLI	Carbon Disclosure Leadership Index
CDP	Carbon Disclosure Project
CEO	Chief Executive Officer
CFO	Chief Financial Officer
COO	Chief Operating Officer
CPLI	Carbon Performance Leadership Index
CR	Corporate Responsibility
CS	Corporate Sustainability
CSR	Corporate Social Responsibility
DACH	Wirtschaftsraum (Deutschland, Österreich, Schweiz)
DAX	Deutscher Aktien Index
EIRIS	Ethical Investment Research Services
ESG	Environmental Sozial Governance
etc.	et cetera
ETS	European Trading System
EUR	Euro
GFB	Geschäftsbericht
GHG	Greenhouse Gas Protocoll
GRI	Global Reporting Initiative
HSK	Häuslicher Schmutzwasserkanal
IMUG	Institut Markt Umwelt Gesellschaft
MAZEG	Mitarbeiter-Zielerreichungsgespräch
MS Excel	Microsoft Exel
MSCI	Morgan Stanley Capital International
NH	Nachhaltigkeit
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OHSAS	Occupational Health- and Safety Assessment Series
ORS	Online Response System
RWK	Regenwasserkanal
THG	Treibhausgas
z.B.	zum Beispiel