

Mehr Transparenz, mehr Effizienz, mehr Wirkung



Chancen und Herausforderungen von Nachhaltigkeitsratings und -rankings

econsense-Diskussionsbeitrag

Herausgeber/Redaktion:

econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung
der Deutschen Wirtschaft e. V.

Oberwallstraße 24, 10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 – 2028-1474, Fax: +49 (0)30 – 2028-2474

E-Mail: info@econsense.de

Projektbetreuung: Dr. Karsten Schröder

4. Auflage¹, Oktober 2012

Alle in dieser Broschüre verwendeten Texte und Bilder sind durch das Urheberrecht geschützt. Jegliche Weiterverwertung von Texten und Bildern ist nur nach ausdrücklicher Genehmigung durch econsense gestattet. Die externen Textbeiträge geben die Meinung der jeweiligen Verfasser wieder.

© 2012 by econsense



econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V. ist ein aktives Netzwerk führender, global tätiger Unternehmen und Organisationen der deutschen Wirtschaft, die gemeinsam die Zukunft nachhaltigen Wirtschaftens und gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung gestalten möchten – im offenen Dialog untereinander, mit Politik und Gesellschaft.

Mitglieder:

Allianz, BASF, Bayer, BMW Group, Bosch, Daimler, Danone, Deloitte, Deutsche Bahn, Deutsche Bank, Deutsche Börse, Deutsche Post DHL, Deutsche Telekom, DuPont, EnBW, E.ON, Ernst & Young, Evonik Industries, Generali Deutschland, HeidelbergCement, KPMG, Linde, Lufthansa, PwC, RWE, SAP, Siemens, Tetra Pak, ThyssenKrupp, TUI, VCI, Vodafone, Volkswagen

sustainable
industries 

¹ 1. Auflage März 2007, 2. Auflage Mai 2008, 3. Auflage März 2009. Die Aktualisierung basiert auf Expertengesprächen in Unternehmen sowie mit Anbietern von Nachhaltigkeitsratings und –rankings.

Executive Summary

Unternehmen, Investoren, Politik und Gesellschaft stehen vor der Herausforderung, Leitbilder wie nachhaltiges Wirtschaften, Corporate (Social) Responsibility (CSR bzw. CR) und ethisches bzw. sozial verantwortliches Investment (socially responsible investment oder SRI) in konkretes Handeln umzusetzen.² Nachhaltigkeitsratings und -rankings können hierzu einen wichtigen Beitrag leisten.³ Sie fungieren als Intermediäre zwischen Unternehmen und dem Kapitalmarkt, indem sie die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen bewerten und damit Investitionsentscheidungen zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung beeinflussen. Die Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen drückt sich dabei unter anderem in materiellen Chancen und Risiken in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (environment, social and governance bzw. ESG) aus.

Die econsense-Unternehmen haben ein elementares Interesse an einer transparenten, effizienten und validen Bewertung von ESG-Leistungen. In der Vergangenheit konnte dieser Anspruch von Nachhaltigkeitsratings und -rankings jedoch nicht immer erfüllt werden, was unter anderem der Komplexität der Materie, der Heterogenität und dem Wettbewerbsdruck im Markt sowie den Geschäftspraktiken einzelner Anbieter geschuldet ist. Dieser Beitrag möchte daher einen Dialog zwischen Unternehmen, Kapitalmarkt, Politik und Gesellschaft anregen bzw. fortführen, um die Qualität und Akzeptanz von Nachhaltigkeitsratings und -rankings zu stärken.

Die folgenden Anregungen fassen die Herausforderungen und Optimierungspotentiale der aktuellen Rating- und Ranking-Praxis aus Sicht der econsense-Unternehmen zusammen:

- 1 Transparenz und Nachvollziehbarkeit von ESG-Bewertungen weiter verbessern.**
- 2 Materialitätsprinzip einführen bzw. konsequent umsetzen.**
- 3 Grenzen der Vergleichbarkeit von Rechtsräumen, Branchen und Unternehmen berücksichtigen.**
- 4 Effizienz von Arbeitsprozessen zwischen Ratern, Unternehmen und Investoren/SRI-Analysten steigern.**
- 5 Harmonisierung von Nachhaltigkeitsratings und -rankings anstreben.**
- 6 Neben Risiken auch die mit ESG-Leistungen verbundenen Geschäftspotentiale entsprechend würdigen.**
- 7 Dialog zwischen Ratern, bewerteten Unternehmen und Investoren intensivieren.**
- 8 ESG-Bewertungen klar von anderen Dienstleistungen trennen.**

Warum werden Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen bewertet?

Nachhaltigkeitsratings und -rankings beurteilen und vergleichen die Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen, die sich unter anderem in materiellen Chancen und Risiken in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (bzw. ESG) ausdrücken. Diese Instrumente spielen eine zunehmend bedeutende Rolle für die Bewertung von Unternehmen im Kapitalmarkt. Immer mehr Marktteilnehmer informieren sich gezielt über die ESG-Leistungen von Unternehmen. Zahlreiche Nachhaltigkeitsfonds und Indizes wurden in den letzten Jahren aufgelegt. Hintergrund ist zum einen die wachsende Erkenntnis unter Investoren, dass sich „extrafinanzielle“ Indikatoren wie ESG-Leistungen auf den langfristigen Unternehmenserfolg auswirken.⁴ Gesellschaftliche Interessengruppen haben zum anderen erkannt, dass Investoren eine wichtige Antriebskraft für die Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens im Markt sind und üben daher entsprechend Druck auf die Akteure aus.

In den vergangenen Jahren haben sich zahlreiche Foren und Initiativen gebildet, in denen sich die Finanzindustrie gemeinsam mit ihren Stakeholdern über Chancen und Herausforderungen von ethischem bzw. sozial verantwortlichem Investment (SRI) austauscht. Dazu zählen z.B. die „Enhanced Analytics Initiative“ einiger großer institutioneller Anleger, die „Who cares wins“ Initiative des UN Global Compact oder das „European Sustainable Investment Forum (Eurosif)“. Eine steigende Zahl von Investoren unterstützen zudem globale Initiativen wie die „UN Principles for Responsible Investment (PRI)“ oder das „Carbon Disclosure Project (CDP)“. Nach rasantem Wachstum in den vergangenen Jahren decken diese Initiativen inzwischen einen Großteil des globalen institutionellen Anlagevolumens ab.⁵

² Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet, dass Unternehmen ihr Kerngeschäft sowohl wirtschaftlich erfolgreich als auch ökologisch und sozial verantwortlich betreiben. Der Begriff CSR bzw. CR kann sowohl die ökologische und soziale Verantwortung im Kerngeschäft als auch jenseits des Kerngeschäfts (z.B. „Sponsoring“ oder „Volunteering“) bezeichnen. Ethisches bzw. sozial verantwortliches Investment (SRI) berücksichtigt entsprechende Kriterien jenseits von Renditekriterien bei Anlageentscheidungen.

³ Ein Kreditrating ist die Bewertung von Unternehmen und Staaten hinsichtlich ihrer Bonität. Nachhaltigkeitsratings bewerten die ESG-Leistung (environment, social, governance) von Unternehmen. Bei Nachhaltigkeitsrankings werden unternehmerische Aktivitäten nach ESG-Kriterien bewertet und in eine Rangfolge gebracht.

⁴ Aktuelle (Meta-)Studien setzen sich differenziert mit der Verbindung zwischen ESG- und Markt- bzw. Finanzperformance von Unternehmen auseinander. Insbesondere hinsichtlich der Kapitalkosten lässt sich ein klarer Vorteil für „nachhaltige“ Unternehmen nachweisen. Siehe z.B. DB Climate Change Advisors (2012): Sustainable Investing – Establishing Long-Term Value and Performance (www.dbcca.com).

⁵ UN PRI (www.unpri.org); Carbon Disclosure Project (www.cdproject.net).

Diese Entwicklungen können jedoch nicht darüber hinweg täuschen, dass noch kein grundlegender Paradigmenwechsel im Kapitalmarkt stattgefunden hat. Nachhaltige Anlagestrategien im engeren wie auch im weiteren Sinne⁶ stellen weiterhin eine Marktnische dar, und die Integration von Nachhaltigkeitskriterien in den „Mainstream“ des Kapitalmarkts steht immer noch am Anfang.⁷ Dies liegt unter anderem an den bestehenden Unklarheiten und unterschiedlichen Auffassungen hinsichtlich der Relevanz von ESG für die Unternehmensperformance.⁸ Unternehmen haben hier im wechselseitigen Verhältnis mit dem Kapitalmarkt auch eine „Bringschuld“, d.h. sie müssen einen überzeugenden ESG Business Case entwickeln und entsprechend kommunizieren.

Durch wen werden Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen bewertet?

Gleichermaßen im Fahrwasser wie als Treiber des gestiegenen Interesses an Nachhaltigkeit im Kapitalmarkt hat sich ein eigenständiger Markt von Informationsdienstleistern herausgebildet, deren Geschäftsmodell darin besteht, ESG-Leistungen von Unternehmen zu bewerten und die daraus gewonnenen Erkenntnisse an Investoren, Finanzinstitute und dergleichen zu veräußern.

Im Bereich der **Nachhaltigkeitsratings** operieren spezialisierte Agenturen, Analysten von Kreditinstituten und Pensionsfonds sowie Anbieter von (Wertpapier-)Indizes. Auch klassische Kreditrating-Agenturen befassen sich zunehmend mit einer Erweiterung ihres Tätigkeitsspektrums um Nachhaltigkeitsaspekte. Eine vollständige Integration von Nachhaltigkeits- und Kreditrating wird jedoch durch die fehlende Standardisierung und Belastbarkeit der verfügbaren Daten sowie dem noch überschaubaren Interesse im Kapitalmarkt gebremst.

Während das klassische Kreditrating eine etablierte Rolle im Kapitalmarkt einnimmt und von wenigen Anbietern beherrscht wird, sind Nachhaltigkeitsratings noch relativ jung im Markt: Der Markt ist sehr dynamisch, politisch weiterhin wenig reguliert und durch viele (teilweise kleine) Anbieter mit unterschiedlichen Methoden und Motiven geprägt. Von 108 Anbietern, die Ende 2010 von der Beratung SustainAbility als relevante Akteure identifiziert wurden, existierten nur 21 bereits im Jahr 2000.⁹ Die Unübersichtlichkeit des Rating- und ebenso des Rankingmarktes hat seither tendenziell eher weiter zu- als abgenommen.

Der Markt für Nachhaltigkeitsratings bildet aktuell ein breites Spektrum an Erhebungs- und Bewertungsmethoden ab. Die Anbieter orientieren sich meist an internationalen Standards wie z.B. den OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen oder den ILO Kernarbeitsnormen. Die Erhebung und Auswertung der Daten variiert von rein qualitativen bis hin zu quantitativen Ansätzen. Die Heterogenität der Methoden – und damit

häufig auch der Ergebnisse – spiegelt die Tatsache wider, dass sich bisher kein allgemein akzeptiertes Set an ESG-Kennzahlen und Bewertungsmethoden etabliert hat. Einige Anbieter positionieren ihre individuellen Ansätze zudem offensiv als Alleinstellungsmerkmal im Markt.

In jüngster Zeit haben sich Initiativen herausgebildet, um die Harmonisierung von Bewertungsmethoden voranzutreiben (z.B. Global Initiative for Sustainability Ratings – GISR).¹⁰ Auch im Hinblick auf das Qualitätsmanagement der Nachhaltigkeitsratings sind vielversprechende Ansätze zu beobachten. Bereits im Jahr 2004 haben sich z.B. einige der führenden europäischen Anbieter zu einem Dachverband (AICSRR) zusammengeschlossen und einen freiwilligen Qualitätsstandard (CSRR-QS – Voluntary Quality Standard for Corporate Sustainability and Responsibility Research) entwickelt.¹¹ Die Wirkung dieser Initiativen ist jedoch bisher überschaubar. So konnte sich die CSRR-QS Zertifizierung beispielsweise bisher nicht flächendeckend im Markt durchsetzen.

Neben Ratingagenturen und Finanzanalysten engagieren sich zahlreiche Beratungsgesellschaften, wissenschaftliche Institute und Medienhäuser in der Bewertung und dem Vergleich unternehmerischer ESG-Leistungen, die in Form von **Nachhaltigkeitsrankings** öffentlichkeitswirksam publiziert werden. Einige Rankings differenzieren nach Unternehmensgröße, andere nach Branchenzugehörigkeit oder Herkunftsland. Inhaltlich versuchen sich einige Rankings in der Bewertung unternehmerischer ESG-Leistungen anhand ausgewählter Indikatoren, während andere ausschließlich die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen bewerten.¹² Die Ergebnisse werden meist in Zeitungen und Wirtschaftsmagazinen publiziert und führen somit zu einer hohen öffentlichen Wahrnehmung.

Nachhaltigkeitsrankings bieten aus Sicht von econsense Chancen wie auch Risiken. Wenn sich Unternehmen in besonderem Maße für das Gemeinwohl oder die eigenen Mitarbeiter engagieren, ist es wünschenswert dass dies in den Medien aufbereitet und für Kunden wie Investoren sichtbar gemacht wird. Das Risiko dabei liegt allerdings darin, dass nicht allen Rankings im Markt gleichermaßen sachlich fundierte Indikatoren und methodisch einwandfreie Auswertungen zugrunde liegen.

⁶ Nachhaltige Investments oder SRI im engeren Sinn („core SRI“) basieren auf norm- und wertbasierten Ausschlüssen und verschiedene Arten von positiven Screenings. Investments im weiteren Sinn („broad SRI“) basieren auf einfachem Screening sowie Engagement- und Integrationsstrategien.

⁷ Eurosif (2012): European SRI Study 2012 (www.eurosif.org).

⁸ DB Climate Change Advisors (2012): Sustainable Investing – Establishing Long-Term Value and Performance.

⁹ SustainAbility (2010): Rate the Raters – Phase Two (www.sustainability.com).

¹⁰ Global Initiative for Sustainability Ratings (www.ratesustainability.org).

¹¹ Voluntary Quality Standard for Corporate Sustainability and Responsibility Research (www.csrr-qs.org).

¹² Siehe z.B. IÖW/future-Ranking der Nachhaltigkeitsberichte (www.ranking-nachhaltigkeitsberichte.de).

Mit welchen Herausforderungen ist die Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen verbunden?

econsense als Zusammenschluss großer, multinational tätiger Unternehmen der deutschen Wirtschaft befasst sich schon seit einiger Zeit mit ESG-Bewertungen. Die econsense-Mitgliedsunternehmen sind dabei vor allem Rating- bzw. Ranking-„Objekte“. Das bedeutet:

- Sie sind unmittelbar betroffen, wenn Bewertungen erstellt werden, da sie mit teilweise erheblichem Arbeitsaufwand valide und detaillierte Informationen bereitstellen.
- Sie sind unmittelbar von der resultierenden Bewertung betroffen, da diese Auswirkungen auf die Position der jeweiligen Unternehmen am Kapitalmarkt und in der Öffentlichkeit hat.
- Und letztlich wollen die econsense-Unternehmen für ihre internen Prozesse den bestmöglichen Nutzen aus Nachhaltigkeitsratings und -rankings ziehen, d.h. aus der externen Bewertung ihrer relativen Stärken und Schwächen lernen.

Die econsense-Unternehmen haben daher ein Interesse an transparenten, effizienten und validen Bewertungen von ESG-Leistungen. Die Qualität der im Markt angebotenen Bewertungen hinsichtlich Transparenz, Effizienz und Validität unterscheidet sich jedoch erheblich. Bei econsense gibt es eine hohe Übereinstimmung darüber, welche Anbieter in punkto Qualität führend sind. Da diese Unterschiede nicht für jeden „Kunden“ bzw. Leser von Ratings und Rankings offensichtlich sein können, haben Unternehmen und Investoren gleichermaßen Interesse an einer Optimierung der Rating- und Rankingpraxis. Die folgenden Anregungen fassen das Optimierungspotential aus Sicht von econsense zusammen:

1 Transparenz und Nachvollziehbarkeit weiter verbessern

Die Verbesserung der Transparenz und Nachvollziehbarkeit von Nachhaltigkeitsratings- und -rankings ist der Dreh- und Angelpunkt der Diskussion. Bewertete Unternehmen und Investoren müssen verstehen, wie es zur Beurteilung unternehmerischer ESG-Leistungen kommt. Transparenz über alle methodischen Schritte ermöglicht ein solides Qualitätsmanagement der beteiligten Akteure, erhöht die Glaubwürdigkeit der Ergebnisse und ermöglicht es, Verbesserungspotential in den bewerteten Unternehmen zu identifizieren. Es kommen Zweifel an Sinn und Nutzen einzelner Ratings oder mitunter am Modell des Nachhaltigkeitsratings insgesamt auf, wenn die Bewertungen nicht nachvollziehbar sind. Die Anforderungen an eine transparente und nachvollziehbare Bewertung beinhalten, dass die zugrundeliegenden

Annahmen regelmäßig überprüft und die Auswahl und Gewichtung der Kriterien transparent gestaltet werden. Es sollte transparent gemacht werden, ob und welche Vergleiche zwischen Unternehmen vorgenommen werden und eine offene Diskussion darüber geführt werden, inwieweit die den Vergleichen zugrundeliegenden Indikatoren tatsächlich „benchmarkfähig“ sind. Unternehmerische ESG-Leistungen sollten zudem mit hinreichender Genauigkeit bewertet werden. Eine Unterscheidung in „erfüllt“ oder „nicht erfüllt“ bzw. eine Reihe von „multiple-choice“ Optionen ist bei bestimmten Kriterien nicht hinreichend. Den bewerteten Unternehmen sollte die Möglichkeit gegeben werden, ihre Aktivitäten in offenen Textfeldern entsprechend zu erläutern. Die Anbieter sollten zudem kommunizieren, ob und wie derartige Angaben in die Gesamtwertung einfließen.

Die unterschiedlichen Bewertungsmethoden der Anbieter haben zunächst die gleiche Berechtigung und spiegeln lediglich wieder, wie komplex die Bewertung nachhaltigen Wirtschaftens ist. Ein hohes Maß an qualitativer (vs. quantitativer/kennzahlenbasierter) Bewertung zeugt beispielsweise nicht per se von geringerer Qualität. Entscheidend ist letztlich, dass die Bewertung methodisch sauber, nachvollziehbar und valide ist.

Neben diesen Anforderungen an den Bewertungsprozess sollten auch die Eigentümerstruktur und die wirtschaftlichen und personellen Abhängigkeiten der Anbieter den Kriterien „Transparenz“ und „Nachvollziehbarkeit“ entsprechen. Mitunter ist es für bewertete Unternehmen nicht ersichtlich, welche Akteure hinter einem Anbieter stehen und von wem bzw. zu welchem Zweck die Ergebnisse genutzt werden. Mehr Transparenz über diese Aspekte würde es bewerteten Unternehmen ermöglichen, die zu Verfügung stehenden Ressourcen auf die Bereitstellung der für die jeweilige Abfrage relevanten Informationen zu konzentrieren und somit mehr Ratings bzw. die für das Unternehmen relevanten Ratings mit einer höheren Qualität zu bedienen.

Vergleichbare Anforderungen treffen auch auf Nachhaltigkeitspreise zu, auf die in diesem Beitrag jedoch nicht näher eingegangen werden soll.

2 Materialitätsprinzip einführen bzw. konsequent umsetzen

Der Aufwand für die Teilnahme an Nachhaltigkeitsratings und -rankings steigt stetig an. Dies hängt unter anderem damit zusammen, dass die Fragen der Anbieter zunehmend detailliert und ausdifferenziert werden. Eine konsequente Fokussierung auf die „Geschäftsrelevanz“ der abgefragten Daten für das jeweilige Unternehmen würde den Aufwand reduzieren ohne dabei die Validität der Bewertungen maßgeblich zu beeinträchtigen. Um die Vergleichbarkeit der Bewertungen sicherzustellen, sollten die Anbieter jedoch einen „Kernkanon“ relevanter Nachhaltigkeitsindikatoren von allen bewerteten Unternehmen einfordern.

3 Grenzen der Vergleichbarkeit von Rechtsräumen, Branchen und Unternehmen berücksichtigen

Unterschiede zwischen der angelsächsischen und deutschen „Corporate Governance“ sind regelmäßig Gegenstand der Diskussion über die Bewertung unternehmerischer Nachhaltigkeit. Die Fragebögen und Methoden der Anbieter werden diesen Unterschieden in einigen Fällen nicht gerecht (siehe z.B. Arbeitnehmervertretung in deutschen Aufsichtsräten). Ebenso werden in einigen Ratings und Rankings Unternehmen unterschiedlicher Branchen miteinander verglichen und falsche Schlüsse daraus gezogen. In bestimmten Bereichen wäre es sogar angebracht, zwischen unterschiedlichen Geschäftsmodellen innerhalb einer Branche zu unterscheiden. Es soll jedoch hervorgehoben werden, dass hinsichtlich der Berücksichtigung dieser Unterschiede Fortschritte zu beobachten sind. So wurde die Gewichtung der Indikatoren von einigen Ratinganbietern an die Situation in ausgewählten Branchen angepasst. econsense deutet dies als Zeichen für einen funktionierenden Dialogprozess zwischen den Akteuren.

4 Effizienz von Arbeitsprozessen steigern

Nachhaltigkeitsratings und -rankings sind für die bewerteten Unternehmen mit erheblichem Zeit- und Kostenaufwand verbunden. Unternehmen werden in der Regel nicht mit einer, sondern mit einer Vielzahl von Anfragen konfrontiert. Rating- und Rankinganbieter und Unternehmen sind gleichermaßen darauf angewiesen, ihre Ressourcen effizient einzusetzen. Mehr Austausch und Feedback zwischen den Akteuren kann Missverständnissen in der Bewertung vorbeugen und Doppelarbeit verhindern.

Eine zeitliche Entzerrung von der jährlichen Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung auf der einen und Abfragen von Rating- und Rankinganbietern auf der anderen Seite würde die Arbeitsbelastung für Unternehmen reduzieren und die Qualität der Ergebnisse erhöhen.

Da eine solche Entzerrung jedoch in den meisten Fällen vom Kapitalmarkt nicht erwünscht ist, sollte zumindest auf bestmögliche Effizienz im Erhebungs- und Bewertungsprozess geachtet werden. So können die Anbieter von Ratings und Rankings z.B. öffentlich verfügbare Daten zu den jeweiligen Unternehmen in ihre Fragebögen vorfüllen bzw. ihre Abfragen auf Fragestellungen konzentrieren, die nicht bereits in den Nachhaltigkeitsberichten der Unternehmen behandelt werden. Dies würde die Barriere für Unternehmen reduzieren, an weiteren Bewertungen teilzunehmen, und gegebenenfalls einen Anreiz schaffen, weitere erläuternde Informationen öffentlich zu machen.

5 Harmonisierung anstreben

Die Anbieter von Nachhaltigkeitsratings und -rankings differenzieren sich am Markt unter anderem über ihre Methoden und Analyseschwerpunkte. Der Markt ist im Gegensatz zum konventionellen Kreditrating zudem durch eine große Zahl von

Anbietern geprägt. Ein „Einheitsresearch“ ist daher auch in Zukunft wenig realistisch. Die Heterogenität der Bewertungsmethoden und die damit einhergehende Unübersichtlichkeit erschwert jedoch die Akzeptanz von Nachhaltigkeitsratings im Kapitalmarkt. Daher sollte der Austausch darüber vertieft werden, in welchen Bereichen eine Harmonisierung von Definitionen und Kriterien machbar und wünschenswert ist (z.B. Kernindikatoren je Branche).

In der Nachhaltigkeitsberichterstattung finden seit einiger Zeit Standardisierungsprozesse statt. So hat sich der Berichtsstandard der Global Reporting Initiative (GRI) als Rahmenwerk für die Berichterstattung großer Unternehmen global weitgehend durchgesetzt. Weitere Berichtsstandards (z.B. DVFA/EFFAS 3.0) sind im Markt verbreitet – wenn auch aktuell in deutlich geringerem Umfang.¹³

Aus Sicht von econsense wäre es zielführend, wenn sich die Definitionen und Bewertungskriterien der Ratinganbieter enger als bisher an den mit Hilfe der gängigen Berichtsstandards erstellten Nachhaltigkeitsberichten orientieren würden – allerdings ohne deren zum Teil sehr umfangreiches Portfolio an Indikatoren zu replizieren. Globale Initiativen zur Harmonisierung von Nachhaltigkeitsratings (z.B. GISR) sind in diesem Zusammenhang ausdrücklich zu begrüßen.

6 Neben Risiken auch die mit ESG-Leistungen verbundenen Geschäftspotentiale entsprechend würdigen

Die Anbieter von Nachhaltigkeitsratings und -rankings unterscheiden sich zum Teil erheblich in ihrem Nachhaltigkeitsverständnis (z.B. ethisch-ökologisch oder ökonomischer Ansatz) und berücksichtigen ESG-bezogene Risiken und Chancen in unterschiedlichem Maße. Mit Blick auf den Markt für Nachhaltigkeitsratings ist jedoch festzustellen, dass Chancen im Sinne von zusätzlichem Effizienz- und Absatzpotential, das mit verbesserten ESG-Leistungen verbunden ist, meist noch zu wenig Beachtung finden. Dabei wäre es im Interesse der bewerteten Unternehmen wie auch des Kapitalmarktes, eine Perspektive auf zukünftige Geschäftsmöglichkeiten zu entwickeln, die durch Nachhaltigkeit im Kerngeschäft generiert werden. Die Verantwortung hierfür liegt sowohl bei den Unternehmen, die überzeugende Wachstumsperspektiven präsentieren müssen wie auch bei den Ratinganbietern und den Investoren, die diese Informationen entsprechend in ihre Analysen integrieren müssen.

7 Dialog intensivieren

Bewertete Unternehmen suchen häufig den Austausch mit den für sie relevanten Rating- und Rankinganbietern, um eine konstruktive Rückmeldung für durchgeführte Bewertungen zu erhalten. Dieses Ex-post-Verständnis kann allerdings nur ein

¹³ Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org); DVFA/EFFAS (www.effas-esg.com).

erster Schritt hin zu einer verbesserten Bewertungspraxis sein. Bewerteten Unternehmen sollte die Möglichkeit gegeben werden, auf Bewertungsentwürfe zu reagieren und im Vorfeld einer medienwirksamen Präsentation intern wie extern Sprachfähigkeit herzustellen. Dies würde die Akzeptanz und Qualität der Ergebnisse steigern, den gegenseitigen Erwartungshaltungen besser gerecht werden und Frustrationstendenzen vorbeugen. Durch Feedback insbesondere zu kritisch bewerteten Aspekten können Unternehmen ihre ESG-Leistungen intern auf den Prüfstand stellen und verbessern. Ohne differenzierte Rückmeldung geht dieser positive Anreiz in der Praxis häufig verloren. Bei einigen Anbietern ist die Tendenz zu beobachten, die bewerteten Unternehmen auf Veränderungen in den Fragebögen hinzuweisen bzw. diese in die Überarbeitung miteinzubeziehen. Es wäre wünschenswert, dass sich dieses Vorgehen als gute Praxis im Markt etabliert.

8 ESG-Bewertungen klar von anderen Dienstleistungen trennen

Einige Anbieter von Nachhaltigkeitsratings sind zugleich in der Beratung von Unternehmen tätig. Mitunter werden diese Funktionen so verquickt, dass Unabhängigkeit und Objektivität der Aktivitäten in Frage gestellt werden müssen. Gleiches gilt mit Blick auf die Tendenz einzelner Anbieter, die Bereitstellung von Bewertungsergebnissen für die „Bewertungsobjekte“ kostenpflichtig zu gestalten. Diese Art von Geschäftsbeziehungen zwischen Ratern und bewerteten Unternehmen generieren Interessenkonflikte und stellen die Neutralität von Nachhaltigkeitsratings und -rankings, und damit letztlich deren Akzeptanz im Kapitalmarkt und in der Öffentlichkeit, in Frage.

Wie kann econsense zur Verbesserung der Qualität und Akzeptanz von Nachhaltigkeitsratings und -rankings beitragen?

Nach langjähriger Erfahrung mit Nachhaltigkeitsratings und -rankings sind die econsense-Unternehmen zu der Überzeugung gelangt, dass neue Anstrengungen für einen konstruktiven Dialog gefragt sind. Dies trägt dem übergeordneten Ziel Rechnung, das Konzept des Nachhaltigen Wirtschaftens gemeinsam strategisch weiterzuentwickeln und dessen Akzeptanz in Unternehmen, in der Gesellschaft und am Kapitalmarkt zu steigern.

econsense trägt als unternehmerisches Netzwerk zur Institutionalisierung des Dialogprozesses zwischen Unternehmen, Ratinganbietern und Investoren bei. Unter dem Dach von econsense werden zahlreiche Einzelerfahrungen und bran-

chenspezifisches Know-how zusammengetragen, die in den kontinuierlichen Austausch mit Ratinganbietern eingebracht werden. Durch regelmäßiges, gegenseitiges Feedback kann das Verständnis für die Abläufe auf der jeweils anderen Seite – und somit die Effizienz im Bewertungsprozess und die Verlässlichkeit und Akzeptanz der Ergebnisse – erhöht werden. Als Netzwerk multinationaler Unternehmen der deutschen Wirtschaft kann und will econsense zudem daran mitwirken, methodische Probleme der internationalen Vergleichbarkeit von Nachhaltigkeitsratings und -rankings auszuräumen.

Die Anbieter von Nachhaltigkeitsratings und -rankings setzen sich in zunehmendem Maße mit den methodischen Herausforderungen ihrer „Produkte“ auseinander. Die meisten haben den Bedarf erkannt, durch Transparenz und Nachvollziehbarkeit die Glaubwürdigkeit von Nachhaltigkeitsratings und -rankings zu stärken. econsense begrüßt diese Entwicklung und fühlt sich dadurch ermutigt, seinen dialogorientierten Ansatz mit allen beteiligten Akteuren fortzusetzen bzw. zu intensivieren. Eine häufig erhobene Forderung nach einem „Rating der Rater“ sieht econsense in diesem Zusammenhang nicht als seine Aufgabe. Diese Aufgabe obliegt nicht den „Ratingobjekten“, sondern den jeweiligen Kunden, wissenschaftlichen Einrichtungen oder Beratungsinstituten. econsense steht mit seiner Erfahrung jedoch gerne als „Sparingspartner“ für derartige Aktivitäten zu Verfügung.

