

Kommunikation von ökologisch nachhaltiger Unternehmensführung im Energieversorgungssektor – Eine qualitativ-longitudinale Analyse zur Transparenz in der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Nienaber, A-M. , Borgstedt, P. , Liesenkoetter, B. and Schewe, G.

Published version deposited in CURVE February 2016

Original citation & hyperlink:

Nienaber, A-M. , Borgstedt, P. , Liesenkoetter, B. and Schewe, G. (2015) Kommunikation von ökologisch nachhaltiger Unternehmensführung im Energieversorgungssektor – Eine qualitativ-longitudinale Analyse zur Transparenz in der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Zeitschrift für Umweltpolitik und -recht, volume 28 (March): 54-97.

Copyright © and Moral Rights are retained by the author(s) and/ or other copyright owners. A copy can be downloaded for personal non-commercial research or study, without prior permission or charge. This item cannot be reproduced or quoted extensively from without first obtaining permission in writing from the copyright holder(s). The content must not be changed in any way or sold commercially in any format or medium without the formal permission of the copyright holders.

CURVE is the Institutional Repository for Coventry University
<http://curve.coventry.ac.uk/open>

Kommunikation von ökologisch nachhaltiger Unternehmensführung im Energieversorgungssektor – Eine qualitativ-longitudinale Analyse zur Transparenz in der Nachhaltigkeitsberichterstattung

*Dr. Ann-Marie Nienaber**, *Philipp Borgstedt*, *Dr. Bernd Liesenkötter* und *Prof. Dr. Gerhard Schewe*

Zusammenfassung

Der Energiesektor ist eine der bedeutsamsten Branchen im Rahmen der weltweiten ökologische Entwicklung. Daher verwundert es nicht, dass diese Branche im Interesse der Öffentlichkeit steht und Unternehmen der Energiebranche ihr ökologisch nachhaltiges Engagement als zentralen Baustein in die Unternehmensstrategie integriert haben. Aber kommunizieren diese Unternehmen auch tatsächlich transparent? In Hinblick auf die Vertrauenswürdigkeit der Unternehmen ist eine transparente und ehrliche Kommunikation unabdingbar, aber dennoch finden sich immer wieder Fälle von Greenwashing.

Aufbauend auf den Ansätzen der Legitimitätstheorie, der Voluntary Disclosure Theorie und den Kommunikationsansätzen von Lindblom untersucht diese Studie, inwiefern die vier großen deutschen Energieversorgungsunternehmen, *E.On*, *EnBW*, *RWE* und *Vattenfall*, ihr Nachhaltigkeitsengagement transparent und damit nachvollziehbar kommunizieren. Der longitudinale Charakter der Studie (die Analyse geschieht über einen Zeitraum von 14 Jahren) erlaubt es, eindeutig aufzuzeigen, dass alle vier Energieversorgungsunternehmen zentrale Schwachstellen hinsichtlich ihres Kommunikationsverhaltens aufweisen. Solche Schwachstellen gilt es langfristig zu überwinden, wenn der Legitimitätsanspruch der Unternehmen auf dem Markt gesichert werden soll.

1 Problemstellung

Der Energiesektor ist eine der bedeutsamsten Branchen wenn es um Themen wie die Emittierung von Treibhausgasen und den Verbrauch von fossilen Brennstoffen geht, da dieser einen erheblichen Einfluss auf die ökologische Entwicklung weltweit hat. Gleichzeitig kommt diesem Sektor zudem auch eine große gesamtwirtschaftliche Relevanz in Hinblick auf die Energieerzeugung für Deutschland zu. Daher verwundert es nicht, dass diese Branche und entsprechend die Unternehmen in diesem

* Wir danken einem anonymen Gutachter der ZfU für wertvolle Hinweise und Anregungen.

Bereich im Interesse der Öffentlichkeit stehen.¹ Die mediale Aufmerksamkeit gilt in Deutschland bislang primär den vier großen Energieversorgungsunternehmen (EVU) *E.ON*, *RWE*, *EnBW* und *Vattenfall*. Diese Unternehmen unterliegen durch die angestrebte Energiewende einem massiven Wandel in ihrem Geschäftsumfeld.² Die Politik fördert zum Beispiel die Erhöhung des Anteils regenerativer Energien am Strommix sowie den Ausstieg aus der Atomenergie und unterstützt deutlich kleinere Marktteilnehmer im Bereich der Energieversorgung.

Solche Maßnahmen stellen die vier untersuchten EVU vor große Herausforderungen. Daher ist es besonders für diese Unternehmen relevant, ihr langfristiges ökologisch nachhaltiges Handeln transparent zu kommunizieren, damit sie von der Gesellschaft akzeptiert werden und langfristig auf dem Markt überleben können.³ Aktivitäten im Bereich des ökologischen Engagements werden von Kunden in der Regel positiv bewertet und erhalten in der Politik breite Unterstützung.⁴ Deshalb ist die Kommunikation ökologisch nachhaltigen Engagements für die Unternehmen der Energiebranche ein zentraler Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie geworden. Allerdings ist bis dato noch kein einheitliches und konsistentes Vorgehen bezüglich einer klar kommunizierten ökologisch nachhaltigen Unternehmensstrategie zu finden. So lautet die Strategie von *E.ON* „cleaner and better energy“⁵ und hat das Ziel der Öffentlichkeit zu verdeutlichen, dass Wirtschaftlichkeit, Versorgungssicherheit und Klimaschutz miteinander vereinbar sind.⁶ Allerdings gilt es solche oftmals recht plakativ wirkende Aussagen genauer zu hinterfragen. Werden solche Strategien langfristig verfolgt? Was genau verbirgt sich dahinter? Oder handelt es sich eher um einmalige und vage Aussagen, damit das Image des Unternehmens kurzfristig in besserem Licht dasteht?⁷

Im vorliegenden Beitrag soll daher untersucht werden, inwiefern die vier großen deutschen EVU ihr Nachhaltigkeitsengagement über einen Zeitraum von 14 Jahren kommunizieren und ob dies transparent und damit nachvollziehbar geschieht. Nachhaltigkeit wird dabei als die Möglichkeit verstanden, die heutigen Bedürfnisse zu decken, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu verletzen.⁸ Sämtliche Aktivitäten, die diesem Bereich zugeordnet werden können, werden häufig in sogenannten unternehmensindividuellen Nachhaltigkeitsberichten zusammenge-

1 Vgl. *Weber et al.* (2009), S. 125.

2 Vgl. *Schmeidewind/Scheck* (2012), S. 56 ff.; *Servatius* (2012), S. 3 ff.

3 Vgl. *Vanhamme/Grobbe*, (2009).

4 Vgl. *Weber et al.* (2009), S. 125; *Umweltbundesamt* (2009), S. 2.

5 *E.ON* (2014a).

6 Vgl. *E.ON* (2014a).

7 Die Tendenz zu einem solchen Verhalten identifizierten bereits *Schewe et al.* (2012) anhand von Nachhaltigkeitsberichten für den Automobilkonzern Volkswagen. Es wird als „Greenwashing“ bezeichnet. Vgl. dazu auch *Laufer* (2003); *Deegan/Gordon* (1996).

8 Vgl. *Brundtland* (1987).

fasst.⁹ Diese Berichte bieten damit einen Kommunikationskanal von den Unternehmen zu relevanten Stakeholdergruppen wie der Öffentlichkeit, Kunden, politischen Akteuren oder Anteilseignern.¹⁰ Daher nehmen diese Berichte in den letzten Jahren einen immer größeren Stellenwert in der wissenschaftlichen Forschung als Untersuchungsgegenstand ein.¹¹

Es verwundert dementsprechend nicht, dass sich bereits eine Vielzahl von Untersuchungen in Forschung und Praxis mit den so genannten Nachhaltigkeitsberichten auseinandergesetzt haben, allerdings lassen sich zwei Forschungslücken identifizieren, die mit dieser Analyse geschlossen werden sollen. Erstens beziehen sich Untersuchungen in diesem Feld auf einen relativ kurzfristigen Betrachtungshorizont, der in der Regel ein Jahr umfasst. Zweitens sind die bestehenden Analysen oftmals unspezifisch in Hinblick auf eine Branche oder einen Sektor angelegt. Stattdessen lassen sich entweder Beispiele finden, die sich mit sämtlichen Unternehmen einer Größenklasse, wie dem DAX 30, beschäftigen¹² oder solche Beispiele, die sich allgemein mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen. Letztere sind deutlich breiter angelegt, da sie neben den ökologischen auch die sozialen und ökonomischen Aspekte analysieren.¹³ Hierdurch limitieren sich solche Studien oftmals durch weniger differenzierte Aussagen, die den Spezifika der hier betrachteten, aus umweltpolitischer Perspektive hoch relevanten Branche der Energieversorgung nur zum Teil gerecht werden.¹⁴

Eine Ausnahme stellt die Untersuchung von *Weber et al.* (2009) dar, die den Fokus auf die Analyse der Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Zement- und Energieversorgungsbranche legen und sich dabei insbesondere auf klimaschutzrelevante Aspekte konzentrieren. Gleichzeitig werden die Branchen über einen Zeitraum von sechs Jahren analysiert, um Aussagen hinsichtlich der Entwicklung der Nachhaltigkeitsberichterstattung abzuleiten. Im Ergebnis kann die Studie die große Relevanz beider Branchen für die ökologische Nachhaltigkeit aufzeigen. Allerdings ist sie insofern limitiert, als dass die Autoren nur wenige ausgewählte Indikatoren der *Global Reporting Initiative* (GRI) zur Klimaberichterstattung betrachten und somit einen Großteil weiterer für die Berichterstattung in ökologischer Dimension relevanter Kategorien ausblenden. Ebenso wird hier nicht die Frage nach der Transparenz von Nachhaltigkeitsberichterstattung in den Vordergrund gestellt, sondern die Erfüllung bestimmter GRI-Vorgaben im Zeitverlauf analysiert. Diese beiden Lücken sollen mit der vorliegenden Untersuchung geschlossen werden, indem sämtliche umweltrelevanten GRI-

9 Demgegenüber gibt es auch die Möglichkeit, dass Unternehmen sich im Rahmen ihrer konventionellen jährlichen Berichterstattung zu sozialen oder umweltbezogenen Aspekten äußern. Vgl. für aktuellere Forschungsarbeiten mit Fokus auf diese Art der Berichterstattung u. a. *Baetge/Hesse* (2008); *Hughes et al.* (2001); *Campbell et al.* (2003); *Vuontisjärvi* (2006); mit allgemeinerem „social disclosure“-Fokus, *Gibson/O'Donovan* (2007); *Prado-Lorenzo et al.* (2009); *Zeng et al.* (2010); *Rizk et al.* (2008).

10 Vgl. *von Werder* (2011), S. 51 f.

11 Vgl. *Fifka* (2012), S. 69.

12 Vgl. *Fifka* (2012).

13 Zum Beispiel *Kolk* (2008); *Borga et al.* (2009); *Morhardt* (2010); *Kolk/Perego* (2010).

14 Vgl. *Gray et al.* (1987); *Tagesson et al.* (2009); *Schaltegger/Burrit* (2006).

Indikatoren betrachtet werden und ein Zeithorizont von 14 Jahren gewählt wird, um die Transparenz in der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Energiesektor zu bewerten. Im Fokus stehen dabei konkret die beiden folgenden Forschungsfragen:

- (1) Welche konkreten Ziele werden in welchen GRI-Kategorien zur Ökologie in den Nachhaltigkeitsberichten der vier größten EVU Deutschlands kommuniziert und welche Kategorien werden in dieser Hinsicht eher vernachlässigt?
- (2) Kommunizieren die Unternehmen im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung transparent oder lassen sich Anzeichen für Intransparenz finden, wenn man die Nachhaltigkeitsberichte über einen Zeitraum von 14 Jahren vergleicht?

Zur Beantwortung dieser zwei Forschungsfragen ist der Artikel folgendermaßen aufgebaut. Zunächst wird aus theoretischer Perspektive aufgezeigt, aus welchem Grund Nachhaltigkeitsberichterstattung für Unternehmen notwendig ist und welche Rolle die Kommunikation des nachhaltigen Engagements spielt. Hierbei werden zudem die Hintergründe für eine transparente bzw. intransparente Kommunikation beleuchtet. Darauf aufbauend werden die empirischen Daten, die verwendete Methodik der qualitativen longitudinalen Inhaltsanalyse sowie das zur Analyse entwickelte Kategoriensystem aufgezeigt. Die Auswertung der Nachhaltigkeitsberichte erfolgt in zwei Schritten. Zuerst wird eine unternehmensübergreifende Analyse hinsichtlich der kommunizierten Ziele vorgenommen, bevor detailliert auf unternehmensindividueller Ebene die einzelnen unternehmerischen Ziele über den Zeitraum von 14 Jahren betrachtet werden. Im Anschluss an die Auswertungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung werden die Ergebnisse hinsichtlich der Kommunikationstransparenz diskutiert. Der Beitrag schließt mit einem kurzen Fazit.

2 Theoretische Grundlagen

Für den Terminus „unternehmerisch verantwortungsvolles Handeln“ gibt es eine große begriffliche Vielfalt.¹⁵ Am gebräuchlichsten sind in diesem Zusammenhang die Termini Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility. Vor allem in Unternehmen werden beide Begriffe heutzutage zumeist synonym verwendet¹⁶ und zielen darauf ab, dass neben der ökonomischen auch die ökologische und soziale Dimension in Entscheidungen einfließt. Historisch betrachtet hat das Konzept der Corporate Social Responsibility seine Wurzeln in der Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen in den angelsächsischen Ländern, während ökologische Aspekte den Begriff Nachhaltigkeit im deutschsprachigen Raum prägten.¹⁷ Im Fokus dieser Untersuchung steht die ökologische Nachhaltigkeit, die als Möglichkeit für

15 Vgl. *Bassen et al.* (2005).

16 So nennt beispielsweise *E.ON* seine Nachhaltigkeitsberichte ab dem Jahr 2008 „Corporate Responsibility Berichte“. Ab dem Jahr 2011 wird dann der Terminus „Nachhaltigkeitsbericht“ genutzt.

17 Vgl. *Bassen et al.* (2005).

Unternehmen verstanden wird, die heutigen Bedürfnisse zu decken, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu verletzen.¹⁸

Kommuniziert werden Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit zumeist in Form von Nachhaltigkeitsberichten, die die Unternehmen auf freiwilliger Basis veröffentlichen.¹⁹ In einer aktuellen Studie von *KPMG* konnte aufgezeigt werden, dass 95 Prozent der weltweit 250 größten Unternehmen derartige Berichte herausgeben.²⁰ Zahlreiche weitere Untersuchungen kommen für den deutschen Aktienindex (DAX) zu ähnlichen Ergebnissen.²¹ Diese Zahlen zeigen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung bei Unternehmen einen hohen Stellenwert einnimmt.²²

Die theoretische Begründung für die Frage nach dem Zweck von freiwilliger Nachhaltigkeitsberichterstattung basiert in der existierenden Forschung primär auf den Argumenten der Legitimitätstheorie.²³ Nur wenn ein Unternehmen den Normen und Werten des politischen und sozialen Umfelds prinzipiell entspricht, kann es weiter existieren.²⁴ Legitimität kann dabei als ein Zustand verstanden werden, in dem das Wertesystem des Unternehmens kongruent mit dem es umgebenden sozialen System ist.²⁵ Um diesen Zustand zu erreichen beziehungsweise aufrecht zu erhalten ist es notwendig, dass Unternehmen mit ihrem Umfeld kommunizieren. Freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung wird genutzt, um die Kommunikation insbesondere über soziale und ökologische Themen zu erreichen. Es wird folglich angenommen, dass eine derartige Berichterstattung ein Instrument für Unternehmen sein kann, ihre eigene Legitimität aufzubauen, zu stabilisieren oder diese nach einem Verlust wieder zu erlangen.²⁶ Zu einem Verlust von Legitimität kann es beispielsweise kommen, wenn es bedingt durch die unternehmerische Tätigkeit zu einem Unfall kommt, der weitreichende soziale oder ökologische Folgen hat.²⁷ In diesem Fall sollte die Nachhaltigkeitsberichterstattung als Möglichkeit genutzt werden, ergriffene Maßnahmen und erzielte Erfolge vollständig und transparent zu kommunizieren. Empirische Studien haben jedoch gezeigt, dass dies in der Praxis nicht immer der Fall ist.²⁸ Es stellt sich somit die Frage, wieso Unternehmen im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung zum Teil unvollständig respektive intransparent berichten.

18 Vgl. *Brundtland* (1987).

19 Vgl. für systematische Literaturübersichten zur Forschung bezüglich Unternehmenspublizität in ökologischer und oder sozialer Hinsicht, *Fifka* (2012); *Mathews* (1997); *Berthelot et al.* (2003); *Gray* (2002); *Deegan/Soltys* (2006); *Parker* (2005); *Owen* (2007); *Lee/Hutchinson* (2005); *Parker* (1986).

20 Vgl. *KPMG* (2011).

21 Vgl. *Nienaber et al.* (2012); *Kilian/Hennings* (2012); *Oberndorfer/Wagner* (2010); *Quick/Knocinski* (2006); *Jahnke et al.* (2009).

22 Vgl. *Nielsen/Thomsen* (2009); *Grbac/Loncaric* (2009); *Alon et al.* (2010).

23 Vgl. z. B. das Special Issue des *Accounting, Auditing, & Accountability Journal*, Vol. 15, 2002.

24 Vgl. *Deegan* (2002); *Richardson* (1987); *Richardson/Dowling* (1986) sowie *Gray et al.* (1988).

25 Vgl. *Dowling/Pfeffer* (1975), S. 122.

26 Vgl. *Suchman* (1995), S. 586; *O'Donovan* (2002), S. 346.

27 Vgl. *O'Donovan* (2002), S. 350.

28 Vgl. *Schewe et al.* (2012); *Neu et al.* (1998); *Parguel et al.* (2011).

Einen möglichen Erklärungsansatz liefert die Voluntary Disclosure Theorie²⁹. Diese ursprünglich auf die Finanzberichterstattung bezogene Theorie besitzt auch für die Berichterstattung von Nachhaltigkeitsaspekten Gültigkeit.³⁰ Sie erweitert den Ansatz der Legitimitätstheorie um einen zentralen Aspekt, nämlich den Einbezug von Kosten, die mit der Veröffentlichung in Zusammenhang stehen. Diese sogenannten „Proprietary Costs“ entstehen dann, wenn dem Unternehmen durch die veröffentlichten Informationen ein potentieller Schaden droht.³¹ Beispielsweise besteht die Möglichkeit, dass Nichtregierungsorganisationen durch Nachhaltigkeitsberichte unternehmensinterne Informationen geliefert werden, anhand derer sie strikere Umweltauflagen fordern.³² Ebenso werden eventuell Wettbewerber in die Lage versetzt, aufgrund der Veröffentlichung Rückschlüsse auf Unternehmensstrategien zu ziehen. Freiwillige Veröffentlichungen können somit zu einem Wettbewerbsnachteil führen.³³ Basierend auf dem ökonomischen Prinzip macht aus Sicht der Voluntary Disclosure Theorie die Zurückhaltung einer Information dann Sinn, wenn die Kosten den Nutzen einer Veröffentlichung übersteigen.³⁴ Vor dem Hintergrund der Voluntary Disclosure Theorie wäre es zum Beispiel nicht zielführend, einen Rückgang der CO₂-Emissionen zu kommunizieren, wenn diese an sich positive Nachricht nicht den hohen Erwartungen der Stakeholder entspricht. Der Nutzen wäre in diesem Fall geringer als die potentiellen Kosten durch die negative öffentliche Aufmerksamkeit. Es zeigt sich somit, dass „Proprietary Costs“ eine Erklärung für das absichtliche Zurückhalten von Informationen liefern können, obwohl positive Berichterstattung aus Unternehmenssicht möglich wäre.

Folglich ist die Höhe der „Proprietary Costs“ einer Veröffentlichung davon abhängig, wie präsent ein Thema in der öffentlichen Wahrnehmung ist und wie stark sich Stakeholder mit dem Themenkomplex identifizieren. So konnten *Li et al.* (1997) zeigen, dass die zu erwartenden Proprietary Costs einer Information für ein Unternehmen steigen, wenn die gesellschaftliche Toleranz hinsichtlich eines bestimmten ökologischen Verhaltens abnimmt.³⁵ Von der Energiebranche wird beispielsweise grundsätzlich eine sichere Versorgung mit Energie zu angemessenen Preisen erwartet. Seit dem Aufkommen der Anti-Atomkraft-Bewegung in den 1970er Jahren ist eine schwindende Toleranz gegenüber dem Bau und Betrieb von Atomkraftwerken in der Öffentlichkeit zu verzeichnen, die durch die Reaktorkatastrophe von Fukushima ihren Höhenpunkt erreicht hat. In den letzten Jahren ist zusätzlich der Kampf gegen den Klimawandel, und somit die Kritik an der Nutzung fossiler Brennstoffe, in den

29 Vgl. *Verrecchia* (1983). In der Literatur wird teilweise auch von *Proprietary Cost Theorie* bzw. *Discretionary Disclosure Theorie* gesprochen.

30 Vgl. *Bewley/Li* (2000), S. 204; *Berthelot et al.* (2003), S. 6.

31 Vgl. *Verrecchia* (1983), S. 181.

32 Vgl. *Li et al.* (1997), S. 441.

33 Vgl. *Prencipe* (2004), S. 320.

34 Vgl. *Verrecchia* (1983), S. 182; *Prencipe* (2004), S. 322.

35 Vgl. *Li et al.* (1997), S. 461.

öffentlichen Fokus gerückt.³⁶ Sofern die EVU rein gewinnorientiert handeln und dadurch der Fokus auf die verhältnismäßig günstige Atomenergie gelegt wird, nimmt die Toleranz der Stakeholder gegenüber des unternehmerischen Handelns ab. Dies führt dazu, dass die „Proprietary Costs“ von veröffentlichten Informationen hinsichtlich dieser Thematik steigen. Je mehr Informationen zur Verfügung gestellt werden, desto größer wird die Angriffsfläche, die Stakeholder für ihre Zwecke nutzen können.³⁷ Das Beispiel der Energieversorger zeigt, dass aufgrund der dynamischen Umwelt, mit welcher alle Unternehmen konfrontiert sind, vielfach gesellschaftliche Erwartungen an das ökologische Handeln im Verlauf der Zeit zunehmen.³⁸ Unternehmen versuchen dementsprechend zuweilen kritische Informationen eher nicht zu veröffentlichen und ersetzen diese in den Nachhaltigkeitsberichten durch unkritische Themen, beispielweise wenn statt der eigenen Umweltverschmutzung die Unterstützung gemeinnütziger, ökologischer Projekte thematisiert wird.³⁹ Die erste Forschungsfrage soll somit Aufschluss darüber geben, in welchen Kategorien Ziele und Absichtserklärungen in den Nachhaltigkeitsberichten veröffentlicht und welche Themen eher vernachlässigt werden.

Im Zuge der Legitimitätstheorie kann man weiterhin das Kommunikationsverhalten von Unternehmen mit verschiedene Strategien erklären. *Lindblom* (1994) unterscheidet vier Kommunikationsstrategien in der Berichterstattung, die zur Erhaltung beziehungsweise Gewinnung von Legitimität beitragen können.⁴⁰ So besteht *erstens* die Möglichkeit, die Erwartungen der Stakeholder in Hinblick auf ökologisches Verhalten zu erfüllen und dies zu kommunizieren. Dies setzt jedoch voraus, dass das Unternehmen den Erwartungen entsprechen kann. Ist dies nicht der Fall, hat das Unternehmen *zweitens* die Option, die Wahrnehmung der Stakeholder zu verändern, ohne das eigene Verhalten tatsächlich anzupassen. Dies könnte sich beispielsweise darin ausdrücken, dass sich ein Unternehmen extrem ambitionierte Ziele setzt und diese kommuniziert, sie aber letztlich nur bedingt erfüllen kann. *Drittens* ist es denkbar, dass der Fokus von kritischen auf unkritische Themenfelder gelenkt wird, um so die Wahrnehmung des Unternehmens in der Öffentlichkeit zu beeinflussen. Als *vierte* strategische Option können Unternehmen versuchen, die grundsätzlichen Erwartungen der Stakeholder an das Unternehmen in Hinblick auf ökologisches Verhalten zu ändern. Gelingt es, diese Erwartungen zu verringern, kann darauf verzichtet werden, das tatsächliche Verhalten anzupassen.

Grundsätzlich haben Unternehmen die Möglichkeit, die vier Kommunikationsstrategien im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung anzuwenden. Um zu beurteilen, inwiefern die betrachteten Unternehmen die einzelnen Strategien nutzen, wird

36 Vgl. *Servatius* (2012), S. 4.

37 Vgl. *Li et al.* (1997), S. 441.

38 Vgl. *Guthrie et al.* (2007), S. 5.

39 Vgl. *Gray et al.* (1995), S. 54.

40 Vgl. *Lindblom* (1994), S. 55 ff.

die Berichterstattung in der weiteren Analyse über einen Zeitraum von 14 Jahren auf Transparenz und Konsistenz untersucht.

Transparenz kann dabei je nach Zielsetzung einer Analyse sehr unterschiedlich verstanden und interpretiert werden. Im Rahmen dieser Analyse liegt der Fokus konkret auf einer zeitlich in sich konsistenten Berichterstattung jedes einzelnen Unternehmens. Folglich stehen hier die von den Unternehmen verfolgten Ziele ökologischer Nachhaltigkeit im Fokus und die zu untersuchende Frage, ob diese über die Zeit hinweg konsistent und damit durchgehend und eindeutig für den Stakeholder nachvollziehbar kommuniziert werden. Sofern dies der Fall ist, kann von einem hohen Niveau an Transparenz in den Nachhaltigkeitsberichten gesprochen werden. Sollten sich allerdings inhaltliche Lücken, Ungenauigkeiten oder nicht kommunizierte Veränderungen in den Zielen der Unternehmen finden, so handelt es sich um ein geringes Niveau der Transparenz in der Berichterstattung. Ein geringeres Transparenzniveau im Sinne von zeitlicher Konsistenz verhindert eine für Stakeholder nachvollziehbare Verfolgung unternehmerischer ökologischer Ziele. Eine solche Konkretisierung des Transparenzbegriffs erscheint angesichts diverser denkbarer Ausprägungen und Facetten von Transparenz notwendig. Die Wahl auf die hier betrachtete zeitliche Konsistenz⁴¹ den Fokus zu legen, erscheint insofern zielführend, als dass der Aspekt von zeitlicher Konsistenz im Rahmen von betriebswirtschaftlichen Reportings seit jeher zentraler Anspruch ist.⁴²

3 Qualitativ-longitudinale Bewertung der Nachhaltigkeitsberichte

3.1 Methodik

In der bestehenden Forschung hat sich zur Auswertung von Nachhaltigkeitsberichten die Inhaltsanalyse als geeignete Methode herausgestellt.⁴³ Sie ermöglicht es, einen Text regelgeleitet zu codieren und anhand einer systematischen Kategorisierung auszuwerten. Mit Hilfe eines quantitativen Ansatzes, beispielsweise der Zählung von Wörtern oder Seiten zu bestimmten Themen der Nachhaltigkeit, werden häufig Umfang und Struktur der Berichte zusätzlich genauer spezifiziert.⁴⁴ Zur Auswertung von Vollständigkeit und Transparenz in Nachhaltigkeitsberichten muss jedoch eine

41 Implizite Prämisse für die Relevanz der hier untersuchten zeitlichen Konsistenz ist, dass die Rezipienten der Nachhaltigkeitsberichte in der Lage sein müssen, diese auch wahrzunehmen. Inwiefern zeitliche Inkonsistenzen tatsächlich in der Wahrnehmung der Leser von Nachhaltigkeitsberichten liegen, dürfte im Rahmen weiterer Ansätze eine spannende Fragestellung sein.

42 Zum Beispiel wird in der externen Rechnungslegung das Stetigkeitsprinzip seit Jahrzehnten verfolgt. Dieses Prinzip der Bewertungsstetigkeit ist für den Ansatz von Bilanzpositionen z. B. in § 252 Abs. 1 Nr. 6 HGB kodifiziert. Vgl. allgemein für einen Abgleich des Berichterstattungsrahmens der GRI mit den handelsrechtlich bewährten Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung Hoffmann (2011), S. 85 ff.

43 Vgl. Weber (1990); Guthrie/Abeysekera (2006); Milne/Adler (1999), S. 237; Mayring (2010); Krippendorff (2004); Cassell/Symon (2004).

44 Vgl. Deegan/Gordon (1996), S. 189. Für eine Übersicht siehe Unerman (2000), S. 668.

detaillierte inhaltliche Analyse über die gesamte Betrachtungsperiode vorgenommen werden. Zu diesem Zweck wird der gesamte Text aller betrachteten Nachhaltigkeitsberichte untersucht. Die kleinste Kodiereinheit ist die Proposition, da einzelne Wörter als Kodiereinheit nicht ausreichend sind, um transparente Kommunikation zu analysieren.⁴⁵

Die qualitative Inhaltsanalyse basiert auf der Ableitung eines strukturiert entwickelten Kategoriensystems.⁴⁶ Dabei ist es Ziel dieses Kategoriensystems, möglichst sämtliche Indikatoren der ökologischen Nachhaltigkeit zu identifizieren, die für alle betrachteten Unternehmen allgemeingültig angewendet werden können. Gleichzeitig kann auf diese Weise eine hohe Vergleichbarkeit in der Analyse der vier Unternehmen gewährleistet werden. Ebenso sollten diese Indikatoren möglichst inhaltlich überschneidungsfrei sein. Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Untersuchung auf die in der internationalen Praxis etablierten GRI-Indikatoren zurückgegriffen.⁴⁷ In der aktuellen Version (G4) werden in der Kategorie „Ökologisch“ zwölf Aspekte subsumiert, die jeweils ein bis fünf Indikatoren beinhalten.⁴⁸ Ergänzt werden die Indikatoren durch zusätzliche Leitlinien, die von der GRI separat für bestimmte Branchen veröffentlicht werden.⁴⁹ Für den Energiesektor betrifft dies insbesondere Spezifika, die sich aus dem Betrieb von Kraftwerken mit nuklearen und fossilen Energieträgern ergeben. Zur Erarbeitung eines Kategoriensystems, das die inhaltsanalytische Auswertung von Nachhaltigkeitsberichten der EVU zulässt, werden die zwölf GRI-Aspekte als Ausgangspunkt gewählt und jeweils unter Beachtung der zusätzlichen Leitlinien für den Energiesektor eine entsprechende Kategorie abgeleitet. Die drei GRI-Aspekte *Energie*, *Treibhausgasemissionen* sowie *Abwasser und Abfall* werden für das Categoriesystem weiter unterteilt, um spezifischere Kategorien zu erhalten. Dies ist notwendig, da sich im Rahmen der Analyse gezeigt hat, dass durch die Nutzung der originären GRI-Aspekte eine detaillierte Analyse der Ziele in diesen Bereichen nicht ausreichend möglich gewesen wäre. Durch die Erweiterung werden die Besonderheiten des Energiesektors berücksichtigt, so dass genauere Aussagen in Hinblick auf ein transparentes Kommunikationsverhalten abgeleitet werden können. Es ergeben sich folgende zusätzliche Kategorien: *Energieverbrauch*, *Fossile Energien*, *Kernenergie*, *Erneuerbare Energien*, *Treibhausgasemissionen*, *Luftemissionen*, *Abwasser*, *Abfall* sowie *Signifikante Verschmutzungen*. Aus diesem Vorgehen ergeben sich die in Tabelle 1 dargestellten Kategorien, anhand derer eine dezidiertere Analyse aller umweltrelevanten Gesichtspunkte der vier Unternehmen durchführbar ist.

45 Vgl. Krippendorff (2004), S. 97 ff.

46 Vgl. Mayring (2010), S. 49 f.; Clarkson et al. (2008), S. 8 ff.; Bouten et al. (2011), S. 192 f.

47 Vgl. Guthrie et al. (2008), S. 6; Bouten et al. (2011), S. 192 f.; Gamerschlag et al. (2011), S. 241 f.

48 Vgl. GRI (2013a), S. 22.

49 Vgl. GRI (2013b).

Tabelle 1: GRI-Aspekte und abgeleitete Kategorien

GRI-Aspekt	Beschreibung nach GRI	Abgeleitete Kategorie	Beispielhafte Maßnahmen
Materialien (EN 1, 2)	Materialeinsatz zur Herstellung der Produkte (primär und sekundär)	Materialien	Nutzung ökologischer Rohstoffe
Energie (EN 3–7)	Energieverbrauch und Energieintensität	Energieverbrauch*	Erhöhung der Energieeffizienz im Unternehmen allgemein
		Fossile Energien*	Verbesserung des Erzeugungsprozesses bei fossilen Energien
		Kernenergie*	Verbesserung des Erzeugungsprozesses bei Kernenergie
		Erneuerbare Energien*	Verbesserung des Erzeugungsprozesses bei erneuerbaren Energien
Wasser (EN 8–10)	Wasserentnahme und Wasseraufbereitung	Wasserverbrauch	Verringerung des Wasserverbrauchs
Biodiversität (EN 11–14)	Schutz bzw. Renaturierung von Lebensräumen	Biodiversität	Schutz vor Eingriffen in Natur und Landschaft; Erhaltung der biologischen Vielfalt
Treibhausgasemissionen (EN 15–21)	Emittierung von Treibhausgasemissionen (EN 15–20)	Treibhausgasemissionen*	Reduzierung von Treibhausgasemissionen
	Emittierung von Luftemissionen (EN 21)	Luftemissionen*	Reduzierung von Luftemissionen
Abwasser und Abfall (EN 22–26)	Gesamtvolumen der Abwassereinleitung und mögliche Auswirkungen (EN 22, 26)	Abwasser*	Reduzierung von Abwassermengen
	Gesamtgewicht des Abfalls sowie gefährlicher Abfälle (EN 23, 25)	Abfall*	Reduzierung von Abfallmengen
	Signifikante Verschmutzungen (EN 24)	Signifikante Verschmutzungen*	Verhinderung signifikanter Verschmutzungen
Produkte und Dienstleistungen (EN 27, 28)	Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	Produktverantwortung	Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs durch den Kunden
Compliance (EN 29)	Bußgelder und nicht monetäre Strafen durch Nichteinhaltung von Umweltgesetzen	Compliance ökologischer Aspekte	Verhinderung umweltrelevanter Compliance-Verstöße

GRI-Aspekt	Beschreibung nach GRI	Abgeleitete Kategorie	Beispielhafte Maßnahmen
Transport (EN 30)	Ökologische Auswirkungen durch Transport von Produkten bzw. Mitarbeitern	Transport	Verminderung von Verbrauch und Emissionen des Fuhrparks
Insgesamt (EN 31)	Aufwendungen und Investitionen für den Umweltschutz	–**	–
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte (EN 32, 33)	Überprüfung der Lieferanten auf ökologische Kriterien sowie ökologische Gefahren in der Lieferkette	Ökologische Lieferkette	Einhaltung von ökologischen Kriterien innerhalb der Lieferkette
Beschwerdungsverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte (EN 34)	Beschwerden in Bezug auf ökologische Auswirkungen	Beschwerdemanagement ökologischer Aspekte	Reibungslose Abarbeitung und Lösung von Beschwerden

*Anmerkungen: *Bei diesen Kategorien handelt es sich um Erweiterungen der GRI-Aspekte, die aufgrund der spezifischen Ausrichtung auf den Energiesektor vorgenommen wurden; **Aus dem GRI-Aspekt „Insgesamt“ wird keine eigenständige Kategorie abgeleitet, da Ziele und Absichtserklärungen in Bezug auf Aufwendungen und Investitionen für den Umweltschutz jeweils dem genauen Zweck zugeordnet werden. Investitionen in erneuerbare Energien werden dementsprechend der Kategorie Erneuerbare Energien zugeordnet. So kann, insbesondere vor dem Hintergrund der ersten Forschungsfrage, eine präzisere Zuordnung der Ziele und Absichtserklärungen stattfinden.*

Sämtliche vorliegende Nachhaltigkeitsberichte der vier EVU werden mittels der Software MAXQDA analysiert und die kodierten Ziele und Absichtserklärungen einer der abgeleiteten Kategorien zugeordnet.⁵⁰ Für die Zuordnung ist entscheidend, worauf sich das formulierte Zielausmaß bezieht. Werden beispielsweise CO₂-Emissionen durch die Erneuerung der Kraftfahrzeugflotte reduziert, wird dieses Ziel der Kategorie *Treibhausgasemissionen* – und nicht *Transport* – zugeordnet, da die Flottenerneuerung lediglich die Maßnahme darstellt.

Ein Textbestandteil wird grundsätzlich immer dann kodiert, wenn darin eine geplante, aber noch nicht abgeschlossene Handlung in Bezug auf das ökologische Vorgehen des Unternehmens beschrieben wird. Eine Ausnahme stellen jedoch solche beabsichtigten Handlungen dar, die keine konzernweite Gültigkeit haben, sondern sich lediglich auf eine Sparte, einen Standort oder eine Region beziehen. Diese werden aufgrund ihrer lokalen Gültigkeit nicht in die Untersuchung aufgenommen. Um der Zielsetzung dieses Artikels gerecht zu werden, nämlich die Transparenz und die

⁵⁰ Vgl. Kuckartz (2010).

Kontinuität der Kommunikation über einen Zeitraum von 14 Jahren zu analysieren, wird in Anlehnung an *Schewe et al.* (2012) eine Unterscheidung zwischen operationalisierten Zielen und Absichtserklärungen vorgenommen.⁵¹ Sofern ein Unternehmen genau angibt, (a) welches Ergebnis, (b) auf welcher Basis und (c) bis wann erreicht werden soll, wird von einem Ziel gesprochen. Das heißt, es müssen die Dimensionen (a) Inhalt, (b) Ausmaß und (c) Zeitbezug exakt angegeben werden.⁵² Dies ist beispielsweise der Fall, wenn *E.ON* kommuniziert, dass das Unternehmen eine Senkung der CO₂-Emissionen (Inhalt) um 50 % (Ausmaß) über einen Zeitraum von 40 Jahren (von 1990 bis 2030) erreichen möchte.⁵³ Sind diese Dimensionen nicht vollständig angegeben, handelt es sich um eine Absichtserklärung. Eine solche liegt etwa vor, wenn *Vattenfall* ankündigt, in Zukunft mehr Strom aus Windenergie erzeugen zu wollen.⁵⁴ Durch diese Unterteilung in Ziele und Absichtserklärungen gelingt es, die Kommunikation detaillierter zu untersuchen und konkrete Ergebnisse für die Transparenzbewertung abzuleiten.

Für die Bewertung der Nachhaltigkeitsberichte reicht eine einfache deskriptive Vorgehensweise, wie sie bereits in zahlreichen existierenden Ansätzen zum Einsatz gekommen ist, nicht aus.⁵⁵ So zeigt *Kolk* (2004), dass eine fundierte Einschätzung hinsichtlich der Berichterstattungs-transparenz über einfachste deskriptive Scoring-Schemata mit der Unterscheidung „wird berichtet / wird nicht berichtet“ hinausgehen muss.⁵⁶ Diese Notwendigkeit anerkennend wird hier ein aufwändigeres Bewertungsverfahren durchgeführt, indem sämtliche Ziele und Absichtserklärungen nicht zu einem Zeitpunkt, sondern über eine Zeitperiode beurteilt werden. Wird ein Ziel oder eine Absichtserklärung in einem Nachhaltigkeitsbericht erstmalig genannt, findet eine Bewertung anhand der Kommunikation desselben Ziels oder Absichtserklärung in den folgenden Berichten statt. Ein Vorgehen wird als transparent eingestuft, wenn Ziel oder Absichtserklärung ohne eine negative Veränderung von Zeitbezug oder Ausmaß verfolgt werden, bis sie erreicht sind. Die offene Kommunikation einer Zielverfehlung oder einer Änderung von Zeitbezug oder Ausmaß, aus welchen Gründen auch immer, wird ebenso als transparent gewertet. Als intransparent wird dagegen angesehen, wenn Ziele oder Absichtserklärungen ohne Begründung nicht weiter verfolgt, also abgebrochen, werden oder eine Zielverfehlung nicht kommuniziert wird. Zudem werden alle nicht begründeten Veränderungen bzw. Weglassungen (De-Operationalisierung) von Zeitbezug oder Ausmaß als intransparent angesehen.

Um Intercoder-Reliabilität gewährleisten zu können, wurden sämtliche Kodierungen von zwei voneinander unabhängigen Personen vorgenommen. Die Ergebnisse zeigen,

51 Vgl. *Schewe et al.* (2012), S. 7.

52 Vgl. *Adam* (1996).

53 Vgl. *E.ON* (2008), S. 3

54 Vgl. *Vattenfall* (2005), S. 21.

55 Ein derartiges Scoring-Modell findet sich beispielsweise bei *Wiseman* (1982), S. 55 f.; für eine Übersicht siehe *Kuo et al.* (2012), S. 277.

56 Vgl. *Kolk* (2004), S. 61.

dass sich die beiden Codierungsergebnisse lediglich marginal unterscheiden, weshalb von einer prinzipiell reliablen Kodierung gesprochen werden kann.⁵⁷

3.2 Stichprobe

Die Stichprobe dieser Untersuchung umfasst die vier großen Energiekonzerne in Deutschland: *EnBW*, *E.ON*, *RWE* und *Vattenfall*. Alle Unternehmen weisen eine jahrzehntelange Tradition der Stromerzeugung, teilweise in differenzierten Teilgesellschaften auf, auch wenn sie aufgrund der Fusionswelle im Nachgang zur Liberalisierung der Strommärkte verhältnismäßig jung in ihrer jetzigen Konzernstruktur sind. Daneben ist allen Unternehmen eine verhältnismäßig große Nähe zum Staat zu attestieren, da sie entweder aus staatlichem Besitz (*E.ON*, *RWE*) hervorgegangen sind oder sich noch in vollem (*Vattenfall*) oder teilweisem (*EnBW*) Staatsbesitz befinden.

Ebenso soll aber an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass dieser Gruppe auch eine gewisse Heterogenität zu Grunde liegt. So gilt *E.ON* als der größte nicht-staatliche Energiekonzern der Welt und ist aus der Fusion der staatsnahen Konglomerate *VEBA* und *VIAG* Anfang des Jahrtausends entstanden.⁵⁸ Ähnlich tradierte und weitflächige Wurzeln hat der *RWE*-Konzern, der ursprünglich aus der dezentralen Energieversorgung der Montanindustrie in der Rhein- und Ruhrregion hervorging.⁵⁹ Anders stellt sich die Lage bei der *EnBW* dar, die aus der Fusion von mehreren lokalen EVU im Raum Baden-Württemberg Ende der 1980er Jahre entstand. Dieser lokale Fokus auf Südwestdeutschland besteht prinzipiell weiterhin in der Geschäftstätigkeit.⁶⁰ *Vattenfall* dagegen ist ein schwedisches Energieunternehmen, das sich vollständig in der Hand des schwedischen Staates befindet.⁶¹ Im Deutschlandgeschäft ist der Fokus von *Vattenfall* auf die nördlichen und östlichen Bundesländer wie Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern oder Brandenburg gelegt. Diese lokale Orientierung ist auf die historische Zusammensetzung der Deutschlandaktivitäten aus den ehemals kommunalen EVU *Bewag*, *HEW*, *Laubag* und *VEAG* zurückzuführen.⁶²

Diese unterschiedlichen strukturellen Aspekte der Unternehmen werden in der Diskussion berücksichtigt. Für eine Übersicht der Merkmale dieser vier Unternehmen zeigt die nachfolgende Tabelle 2 die wesentlichen zentralen Geschäftsparameter der betrachteten Unternehmen auf.

57 Dabei zeigten sich Unterschiede von weniger als fünf Prozent zwischen den Ergebnissen beider Kodierungen, die sich in einer abschließenden Diskussion sämtlich klären ließen.

58 Vgl. *E.ON* (2014b).

59 Vgl. *RWE* (2014a).

60 Vgl. Pfeiffer (2005), S. 17.

61 Vgl. *Vattenfall* (2014a).

62 Vgl. *Vattenfall* (2014b).

Tabelle 2: Unternehmensinformationen

	EnBW*	E.ON*	RWE*	Vattenfall*
Umsatz	21,37 Mrd. €	122,45 Mrd. €	54,07 Mrd. €	19,38 Mrd. €
EBIT	1,02 Mrd. €	5,68 Mrd. €	5,88 Mrd. €	- 0,73 Mrd. €
Produzierte Strommenge	51,7 Mrd. kWh	245,2 Mrd. kWh	216,7 Mrd. kWh	181,7 Mrd. kWh
Produzierte Strommenge aus erneuerbaren Energien	6,3 Mrd. kWh (12,2 % der Eigenzeugung)	30,8 Mrd. kWh (12,6 % der Eigenzeugung)	13,8 Mrd. kWh (6,4 % der Eigenzeugung)	41,9 Mrd. kWh** (23,1 % der Eigenzeugung)
Produktionskapazität Strom	12.653 MW	62.809 MW	49.036 MW	k. A.
...davon Produktionskapazität Strom aus erneuerbaren Energien	1.059 MW (8,4 %)	10.414 MW (16,6 %)	3.496 MW (7,1 %)	k. A.
CO ₂ -Emissionen aus Stromerzeugung	403 g/kWh	450 g/kWh	765 g/kWh	412 g/kWh
CO ₂ -Emissionen aus Stromerzeugung (gesamt)	22,7 Mio. t	114,3 Mio. t	165,7 Mio. t	88,4 Mio. t
Anzahl Mitarbeiter (gesamt)	19.822	65.416	66.341	31.819
Anzahl Mitarbeiter (Deutschland)	k. A.	13.939	39.268	k. A.

Anmerkung: *Basis: letztes Geschäftsjahr. Stand: November 2014. Quellen: EnBW (2014a), EnBW (2014b), E.ON (2014d), RWE (2014b), RWE (2014c), Vattenfall (2014c); **Summe aus versch. Energiequellen: Wasserkraft 35,6 Mrd. kWh, Windenergie 3,9 Mrd. kWh, Biomasse und Abfälle 2,4 Mrd. kWh.

Um die Transparenz der Nachhaltigkeitsberichterstattung beurteilen zu können, werden alle veröffentlichten Berichte der vier Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit über den Zeitraum 2000 bis 2013 analysiert. Als solches gelten Veröffentlichungen, die durch die Unternehmen als Nachhaltigkeitsbericht⁶³ benannt werden und in gedruckter Form oder als PDF zur Verfügung stehen. Zudem müssen die Berichte in deutscher Sprache vorliegen. Auch ergänzend zu den Nachhaltigkeitsberichten veröffentlichte Statusberichte sind Teil der Stichprobe. Diese können ohne Einschränkung in die Analyse einfließen, da sie, wie die Nachhaltigkeitsberichte auch, Ziele und Absichtserklärungen beinhalten. Der Unterschied liegt vielmehr darin, dass in Statusberichten häufig auf Reportagen und ausführliche Erläuterungen zu Nachhaltig-

63 Ebenso die Bezeichnungen Umweltbericht und Corporate Responsibility-Bericht.

keitsthemen verzichtet wird, weshalb sie in der Regel vom Umfang kürzer sind. Solche Reportagen oder Erläuterungen haben aber für die vorliegende Untersuchung in der Regel keine Relevanz, da sie selten Ziele oder Absichtserklärungen beinhalten. In den Jahren 2012 und 2013 haben sowohl *EnBW* als auch *Vattenfall* begonnen, ihren Nachhaltigkeitsbericht mit ihrem Geschäftsbericht zu kombinieren. Auch diese integrierten Berichte werden für die Analyse genutzt, da das Thema Ökologie darin behandelt wird. Um sicherzustellen, dass sämtliche veröffentlichten Berichte zur Verfügung stehen, werden sowohl die Unternehmenswebseiten untersucht als auch die Unternehmen direkt kontaktiert. Stichtag für den Eingang in die Analyse ist der 01.10.2014.

Nicht in die Analyse mit aufgenommen werden Informationen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, die zusätzlich auf den Webseiten der Unternehmen gegeben werden. Dies hat zwei Gründe: Erstens sind diese Informationen, anders als gedruckte Berichte, einfach und kurzfristig durch die Unternehmen veränderbar und dienen so nicht als Basis für eine Transparenzbewertung. Zweitens sind gerade aus dem Beginn der Betrachtungsperiode keine Webseiten mehr verfügbar. Würden dementsprechend nur aktuelle Informationen genutzt, ist eine longitudinale Vergleichbarkeit nicht mehr gegeben.

In der nachfolgenden Tabelle 3 werden sämtliche identifizierten Nachhaltigkeitsberichte in Hinblick auf den Erscheinungszeitpunkt als auch die Geltungsdauer zwischen 2000 und 2013 dargestellt. In Klammern sind die jeweiligen Seitenanzahlen der Publikationen aufgeführt, um den Umfang der einzelnen Berichte der Unternehmen zu verdeutlichen. Insgesamt werden 38 Berichte mit einer Gesamtzahl von 3.836 Seiten analysiert.

Tabelle 3: Erscheinungszeitpunkte und Geltungsdauer der Nachhaltigkeitsberichte

Jahr	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Summe
EnBW	-	-	-	-	NB (136)	NB (113)		SB (37)	NB (62)		NB (66)	NB (82)	GB + NB (174)	GB + NB (162)	12
						SB (38)	SB (40)		SB (29)	SB (30)					
E.ON	-	-	-	-	NB (98)	NB (56)	NB (64)	NB (68)	NB (144)	NB (147)	NB (163)	NB (137)	NB (210)	NB (276)	10
RWE	NB (140)	NB (100)	-	NB (48)	-	NB (88)	SB (28)	NB (88)	SB (32)	NB (104)	NB (70)	NB (142)	NB (155)	NB (83)	12
Vattenfall	-	-	-	-	-	NB (70)	-	-	NB (84)	-	-	-	GB + NB (135)	GB + NB (137)	4

Anmerkungen: NB = Nachhaltigkeitsbericht, SB = Statusbericht zur Nachhaltigkeit, GB = Geschäftsbericht

Der Vergleich der Veröffentlichungshäufigkeit der einzelnen EVU zeigt zunächst, dass *EnBW* und *RWE* gleich viele Berichte über den Betrachtungszeitraum veröffentlicht haben (jeweils 12), während *E.ON* lediglich 10 Berichte zu verzeichnen hat. Dies ist insofern erstaunlich, als dass alle drei Unternehmen deutliche Größenunterschiede aufweisen. *E.ON* ist bezogen auf den Umsatz mehr als doppelt so groß wie *RWE* und mehr als fünfmal so groß wie *EnBW* (vgl. Tabelle 2). Empirische Studien zeigen, dass die Größe eines Unternehmens positiv mit der Tendenz zu Veröffentlichungen zum Thema Nachhaltigkeit korreliert.⁶⁴ *E.ON* veröffentlicht im Verhältnis gesehen also relativ wenige Berichte. *Vattenfall* hat im gleichen Zeitraum lediglich vier Berichte herausgegeben. Dafür könnte eine Begründung sein, dass *Vattenfall* als schwedisches Unternehmen, das nur einen Teil seines Umsatzes in Deutschland erwirtschaftet, aus Kostengründen weniger Berichte als die in Deutschland ansässigen Unternehmen hier veröffentlicht. Um den Anforderungen der Stakeholder nach einer regelmäßigen Berichterstattung allerdings nachzukommen, veröffentlicht *Vattenfall*, genauso wie die verhältnismäßig kleine *EnBW*, ab 2012 die Nachhaltigkeitsberichte in Kombination mit den Geschäftsberichten.

Bei der Betrachtung des Seitenumfangs der Berichte fällt auf, dass diese nicht nur zwischen den Unternehmen deutlich variieren können, sondern auch bei einem Unternehmen je nach Jahr der Veröffentlichung. Bei *E.ON* zeigt sich zum Beispiel ein deutlicher Anstieg des Seitenumfangs von 2007 auf 2008. Solche Veränderungen gilt es dahingehend zu hinterfragen, ob es sich um strukturelle Veränderungen, strategische Entscheidungen des Managements oder eine Zu- oder Abnahme des ökologischen Engagements des Unternehmens handelt. Bei *E.ON* ist dieser Anstieg wahrscheinlich auf die Restrukturierung der Berichtstypologie von ursprünglich gedruckten Büchern hin zu Internetberichten (online und als PDF) zurückzuführen.

4 Ergebnisse

4.1 Unternehmensübergreifende Perspektive

Im Folgenden soll zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage zunächst eine unternehmensübergreifende und zeitlich verdichtete Perspektive eingenommen werden, um aufzuzeigen, wie sich die betrachteten EVU insgesamt in Bezug auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung verhalten. Die folgende Tabelle 4 stellt die gesamte Anzahl der Ziele und Absichtserklärungen je Kategorie unabhängig vom Unternehmen dar. Auf diese Weise kann erschlossen werden, über welche Kategorien die Unternehmen viel, weniger oder gar nicht kommunizieren. Zudem werden diese Ziele und Absichtserklärungen den einzelnen Unternehmen zugeordnet, um einen detaillierteren Überblick zu geben.

⁶⁴ Vgl. *Trotman/Bradley* (1981); *Guthrie/Parker* (1990); *Patten* (1991) sowie *Adams et al.* (1998).

Tabelle 4: Aufschlüsselung der Kategorien

Zeilenbeschriftungen	Ziele	Absichts- erkl.	EnBW	E.ON	RWE	Vatten- fall	Gesamt
Treibhausgasemissionen	16	7	8 (1)*	2 (1)	4 (4)	2 (1)	23
Erneuerbare Energien	11	4	2 (2)	4 (0)	3 (2)	2 (0)	15
<i>Strategische Konzepte</i>	2	12	1 (0)	0 (4)	1 (7)	0 (1)	14
Energieverbrauch	5	6	1 (2)	1 (0)	2 (4)	1 (0)	11
<i>Kontrolle ökol. Aspekte</i>	1	9	-	1 (2)	0 (7)	-	10
Biodiversität	1	8	1 (0)	0 (1)	0 (5)	0 (2)	9
Produktverantwortung	1	6	0 (1)	0 (3)	1 (2)	-	7
Ökologische Lieferkette	3	3	0 (1)	2 (0)	1 (2)	-	6
Abfall	-	5	0 (1)	0 (1)	0 (1)	0 (2)	5
Compliance ökol. Aspekte	2	3	0 (2)	1 (0)	1 (1)	-	5
Fossile Energien	2	2	-	2 (0)	0 (2)	-	4
Luftemissionen	1	2	1 (0)	0 (1)	-	0 (1)	3
Kernenergie	-	2	-	0 (1)	0 (1)	-	2
Transport	1	1	0 (1)	-	1 (0)	-	2
Wasser	-	2	-	0 (1)	-	0 (1)	2
Material	-	1	-	0 (1)	-	-	1
Signifikante Verschmutzungen	-	1	-	-	-	0 (1)	1
Abwasser	-	-	-	-	-	-	0
Beschwerdemanagement ökol. Aspekte	-	-	-	-	-	-	0
	46	74	14 (11)	13 (16)	14 (38)	5 (9)	120

Anmerkung: *Vorne: Anzahl Ziele; in Klammern: Anzahl Absichtserklärungen.

Während 17 der in Tabelle 4 aufgezeigten Kategorien aus dem GRI-Schema abgeleitet wurden, sind im Zuge der Codierung zwei weitere Kategorien (kursiv dargestellt) in das Schema aufgenommen worden, da sich einige Ziele und Absichtserklärungen nicht den ursprünglichen Kategorien zuordnen ließen. Hierbei handelt es sich um: (1) *Strategische Konzepte* und (2) *Kontrolle ökologischer Aspekte*. Unter die Kategorie *Strategische Konzepte* werden sämtliche Ziele und Absichtserklärungen subsummiert, die die strategische Herangehensweise an ökologische Anforderungen beinhalten, beispielsweise durch die Implementierung von Umweltmanagementsystemen. In die Kategorie *Kontrolle ökologischer Aspekte* werden all solche Ziele und Absichtserklärungen einsortiert, die sich auf unternehmerische Tätigkeiten im Sinne der Nutzung von Kennzahlen beziehen. Darunter fällt beispielsweise die Absichtserklärung von RWE, ein Umweltkennzahlensystem zur Früherkennung aufzubauen.

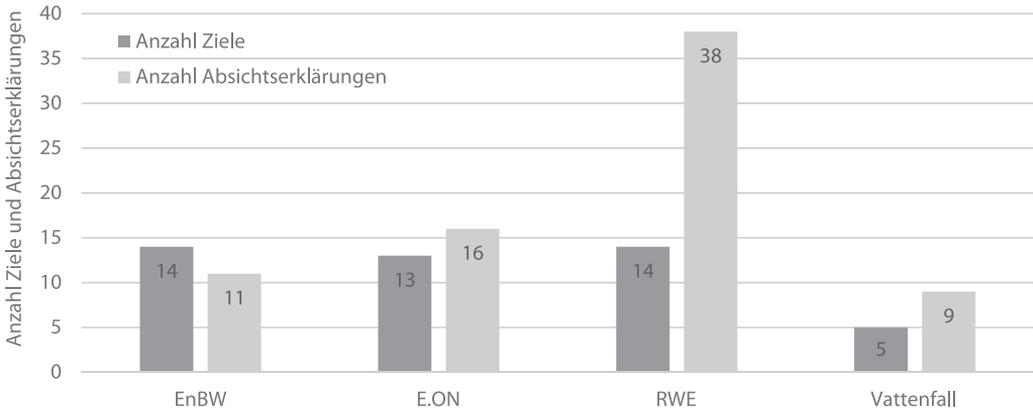
Insgesamt ergeben sich somit 19 Kategorien, in denen 120 Ziele und Absichtserklärungen auftreten, wovon 38,3 % Ziele und 61,7 % Absichtserklärungen sind. Der Blick auf die Aufteilung aller Ziele und Absichtserklärungen zwischen den vier EVU zeigt, dass bestimmte Themengebiete von allen Unternehmen berücksichtigt werden, während andere Bereiche keinerlei Erwähnung finden oder nur bei einzelnen Unternehmen vorkommen. Alle Unternehmen berichten zu den klimaschutzrelevanten Kategorien *Treibhausgasemissionen*, *Erneuerbare Energien* und *Energieverbrauch*, die von großem allgemeinem Interesse sind. Mehr als die Hälfte der Ziele können diesen drei Kategorien zugeordnet werden. Vor dem Hintergrund der Debatte um den Klimaschutz macht es aus unternehmerischer Sicht Sinn, diese Themengebiete ausführlich darzustellen. Gleichzeitig können in diesen Kategorien Ziele gut quantifizierbar dargestellt werden, wie beispielsweise anhand der Reduktion der CO₂-Emissionen bis zu einem bestimmten Zeitpunkt oder der Erhöhung der installierten Leistung an erneuerbaren Energien. Die konkrete Nennung von Ausmaß und Zeitbezug ist dagegen für unternehmensinterne Vorhaben sowohl schwieriger als auch von geringerem Interesse für die Öffentlichkeit, so dass in den Kategorien *Strategische Konzepte* und *Kontrolle ökologischer Aspekte* fast ausschließlich auf Absichtserklärungen zurückgegriffen wird.

Ziele und Absichtserklärungen im Bereich *Biodiversität* sind häufig von Interesse für Stakeholder, die in unmittelbarer Nähe zu Kraftwerken wohnen, da in dieser Kategorie primär Vorhaben in Bezug auf die Rekultivierung von Kraftwerksflächen ausgedrückt werden. Die Berichterstattung zum Thema *Abfall* lässt sich dagegen kaum mit einem gesteigerten Interesse der Stakeholder erklären. Hier ist zu vermuten, dass dieser Bereich aufgrund verhältnismäßig strenger gesetzlicher Regulierung⁶⁵ ohnehin schon einer obligatorischen Dokumentation unterliegt und daher relativ leicht zu berichten ist.

Auffällig ist, dass keine Ziele und nur wenige Absichtserklärungen in den Kategorien *Kernenergie* und *Signifikante Verschmutzungen* vorhanden sind, obwohl diese von großem öffentlichem Interesse sind. Eine solch zurückhaltende Berichterstattung könnte zweierlei Ursachen haben. Zum einen kann es auf der technischen Ebene verhältnismäßig schwierig sein, Berichterstattung über diese Kategorien zu leisten. Zum anderen kann aber auch ein bewusstes Ausklammern vorliegen, zum Beispiel weil eine große Unsicherheit zukünftiger Ereignisse vorliegt oder für das Unternehmen unangenehme Sachverhalte berichtet werden müssten.

Der Vergleich aller vier EVU in Abbildung 1 verdeutlicht, dass die Anzahl der Ziele und Absichtserklärungen unabhängig von der Größe des Unternehmens ist. *E.ON* als mit Abstand umsatzstärkstes Unternehmen (122,45 Mrd. EUR) hat in etwa eine gleich hohe Anzahl Ziele und Absichtserklärungen formuliert wie die deutlich kleinere *EnBW* (21,37 Mrd. EUR) (vgl. Tabelle 2). *RWE* (54,07 Mrd. EUR) hat ebenso viele Ziele

65 Vgl. *Jahnel* (2006); *Klein* (1998), S. 25 f.

Abbildung 1: Anzahl der Ziele und Absichtserklärungen der EVU

wie *EnBW* und *E.ON* veröffentlicht, aber alleine mehr Absichtserklärungen als andere Unternehmen der Stichprobe zusammen genannt. *Vattenfall* (19,38 Mrd. EUR) ist mit insgesamt 14 Zielen und Absichtserklärungen zurückhaltender in der Formulierung als beispielsweise *EnBW*, obwohl eine ähnliche Umsatzgröße vorliegt. Obgleich verschiedene Studien aufzeigen konnten, dass die Größe eines Unternehmens die Berichterstattungstätigkeit tendenziell positiv beeinflusst, gilt dies nicht für die Anzahl von veröffentlichten Zielen und Absichtserklärungen in der vorliegenden Stichprobe.⁶⁶

Absichtserklärungen müssen tendenziell differenziert betrachtet werden. So gibt es Bereiche, für die eine explizite Zielformulierung schwierig erscheint, zum Beispiel weil es einen sehr unklaren technologischen Erwartungshorizont oder unsichere politische Entwicklungen gibt, die nicht in der Hand des Unternehmens liegen. Daneben gibt es aber Bereiche, für die ein Unternehmen sehr wohl in der Lage sein müsste, ein verbindliches operationalisiertes Ziel zu verfassen, dieses aber bewusst nicht macht, um daran nicht gemessen werden zu können. Insbesondere wenn die Anzahl an Absichtserklärungen – wie beispielsweise im Fall von *RWE* – relativ gesehen sehr hoch ist, kann vermutet werden, dass das zweite Argument der geringeren öffentlichen Nachprüfbarkeit von Absichtserklärungen auch mit zum Tragen kommt.

4.2 Individuelle Perspektive

Im Folgenden werden individuelle Auswertungen hinsichtlich dessen, worüber die vier EVU Ziele und Absichtserklärungen in Hinblick auf ihr ökologisches Engagement formulieren und worüber nicht (Forschungsfrage 1), sowie der Berichterstat-

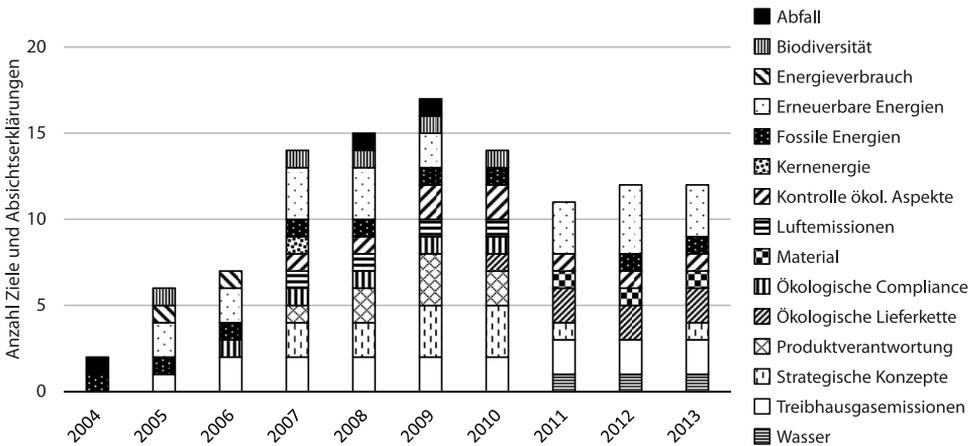
⁶⁶ Vgl. für Größeneffekte in der Berichterstattung zu Nachhaltigkeits- und Sozialthemen u.a. *Trotman/Bradley* (1981); *Guthrie/Parker* (1990); *Patten* (1991); *Adams et al.* (1998).

tungstransparenz der Unternehmen (Forschungsfrage 2) präsentiert. Zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage werden dabei Ziele und Absichtserklärungen herangezogen, um eine möglichst große Datenbasis zur Verfügung zu haben. Aufgrund der Tatsache, dass die Analyse einer longitudinalen transparenten Kommunikation nur auf Basis von klar definierten Kriterien (wie es im Fall der operationalisierten Ziele der Fall ist) stattfinden kann, konzentriert sich die Untersuchung der zweiten Forschungsfrage auf die kommunizierten Ziele der vier EVU. Aus diesem Grund wird die Bewertung im zweiten Teil der unternehmensindividuellen Analyse jeweils anhand der insgesamt 46 identifizierten Ziele durchgeführt.⁶⁷

4.2.1 E.ON

E.ON als umsatzstärkstes Unternehmen aller betrachteten Energieversorger steht als Erstes im Fokus der Analyse. Anhand von Abbildung 2 wird deutlich, dass E.ON die Anzahl an Zielen und Absichtserklärungen in den Jahren 2007 bis 2010 gegenüber den ersten drei betrachteten Jahren deutlich ausgebaut und ab 2011 auf ein etwas geringeres Niveau gesenkt hat. In 2013 wurden zuletzt 13 Ziele und Absichtserklärungen in acht Kategorien berichtet. Die Anzahl der Kategorien ist gegenüber dem ersten Berichtsjahr 2004 deutlich gestiegen. Allerdings wurden in den Jahren 2007 bis 2009 auch schon mal in zehn Kategorien Ziele und Absichtserklärungen formuliert.

Abbildung 2: Longitudinale Betrachtung der berichteten Kategorien bei E.ON



Anmerkung: Nur die von E.ON tatsächlich berichteten Kategorien sind hier dargestellt.

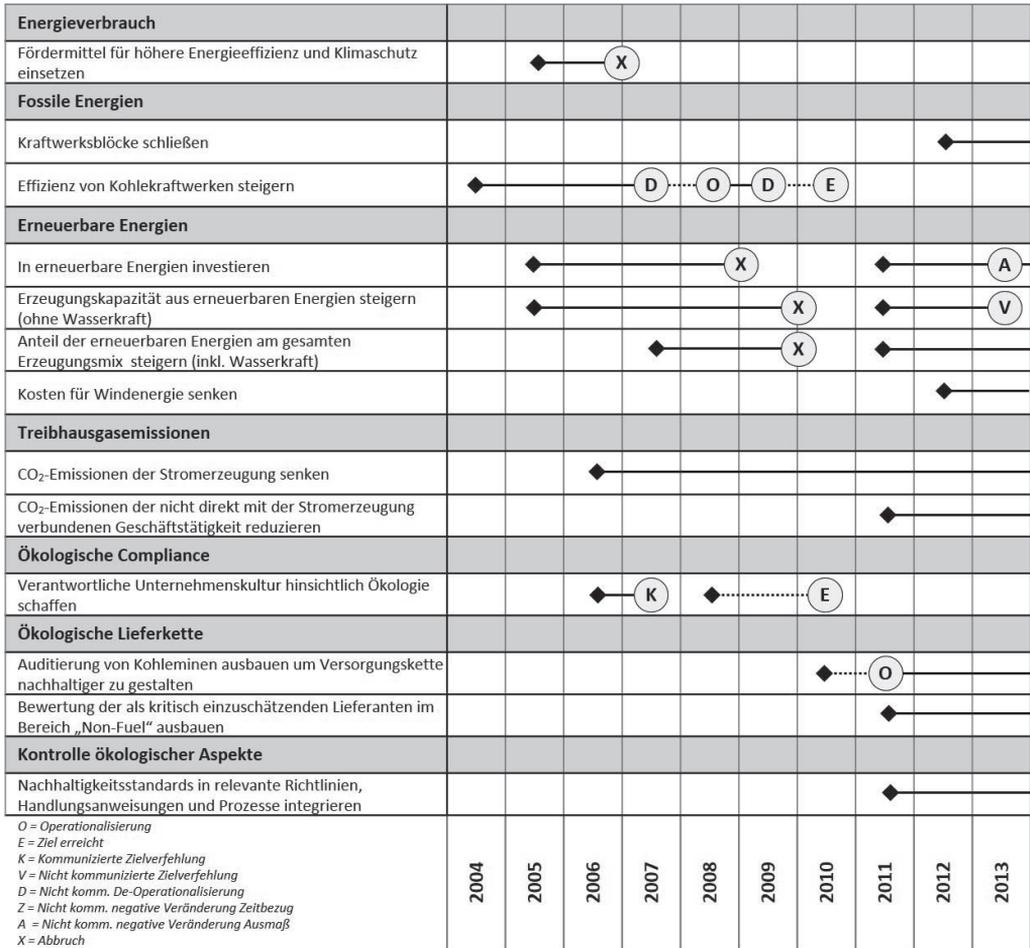
67 Hinsichtlich der Aussagefähigkeit der Ergebnisse soll noch einmal ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass die Ergebnisse ausschließlich Aussagen hinsichtlich einer zeitlich konsistenten Kommunikation der ökologischen Nachhaltigkeit zulassen, nicht aber Aussagen über die faktisch ökologischen Nachhaltigkeitsbestrebungen der Unternehmen ermöglichen.

Bei einer genauen Betrachtung der einzelnen Kategorien und der entsprechend ausgegebenen Ziele in Abbildung 2 fällt erstens auf, dass ab dem Jahr 2005 mit wenigen Ausnahmen durchgängig über Ziele und Absichtserklärungen in den Themenbereichen *Erneuerbare Energien*, *Fossile Energien* sowie *Treibhausgasemissionen* berichtet wird. Diese Berichterstattungsbereiche erscheinen für ein großes EVU nicht weiter verwunderlich, da sie angesichts von Klimawandel und Ressourcenknappheit zum Kernbereich des Stakeholder-Interesses gehören. Auch Ziele und Absichtserklärungen zu *Fossilen Energien* werden, wenn auch mit geringer Intensität, kontinuierlich thematisiert. Ein wohl ebenso großes öffentliches Interesse besteht beim Thema *Kernenergie*. Hierzu veröffentlicht *E.ON* jedoch lediglich im Nachhaltigkeitsbericht 2007 die Absichtserklärung, sich verstärkt für Kernenergie einsetzen zu wollen, ohne darauf in den folgenden Jahren nochmals einzugehen.

Zweitens zeigt sich, dass die Kommunikation der ausgegebenen operationalisierten Ziele bei *E.ON* für den untersuchten Zeitraum relativ transparent ist. Sämtliche in den Jahren 2011 und 2012 neu formulierten Ziele werden bis einschließlich des Jahres 2013 ohne Unterbrechung kommuniziert (vgl. Tabelle 3). Da diese zum *E.ON* Arbeitsprogramm 2012–2015 gehören, lässt sich vermuten, dass auch in den kommenden Jahren von einer relativ transparenten Kommunikation bei *E.ON* auszugehen ist. Aber auch in Hinblick auf Ziele, die bereits deutlich vor 2011 und 2012 formuliert wurden, lässt sich ein ähnliches Bild aufzeigen. Ein Beispiel für ein seit 2006 transparent kommuniziertes Ziel ist die *Senkung der CO₂-Emissionen der eigenen Stromerzeugung*. Dieses Ziel ist ursprünglich von der Europäischen Union herausgegeben worden und es wurde von *E.ON* als eigenes Ziel im Jahr 2006 in den Nachhaltigkeitsbericht übernommen. Im Jahr 2011 ist der Zeithorizont um fünf Jahre erweitert worden, so dass das einst gesetzte Ziel 2020 auf das Jahr 2025 verlängert wurde. Diese Verlängerung wird jedoch mit dem Atomausstieg begründet und somit offen kommuniziert. Eine vergleichbare positive Bewertung kann für das Ziel *Schaffung einer verantwortlichen Unternehmenskultur* hinsichtlich des Themas Ökologie abgegeben werden. Hier sollte die Anzahl der Mitarbeiter, die das Unternehmen als verantwortlich einschätzen, erhöht werden. Dieses Ziel wurde im angestrebten Zeitraum bis 2007 nicht erreicht. Allerdings wird diese Zielverfehlung offen kommuniziert und ist daher als transparent zu bewerten. Es wurde darüber hinaus angekündigt, zusätzliche Schulungen und Maßnahmen zur Förderung einer verantwortungsvollen Unternehmenskultur einzuführen, damit das Ziel final im Jahre 2010 erreicht werden konnte.

Ein geringes Niveau an Transparenz muss allerdings in Hinblick auf drei der vier Ziele der Kategorie *Erneuerbare Energien* postuliert werden. *E.ON* kündigt in 2005 beispielsweise an, 5 Mrd. Euro in erneuerbare Energien investieren zu wollen. Die Kommunikation der geplanten Investitionen in diesem Bereich wird zunächst fortgeführt, jedoch in den Jahren 2009 und 2010 nicht mehr aufgegriffen. Das Ziel wird in 2011 mit dem Zeithorizont 2016 und einer geplanten Investitionssumme von 7 Mrd. Euro wieder aufgenommen, jedoch in 2013 abermals unkommentiert geändert, indem

Abbildung 3: Kommunikation der operationalen Ziele bei E.ON



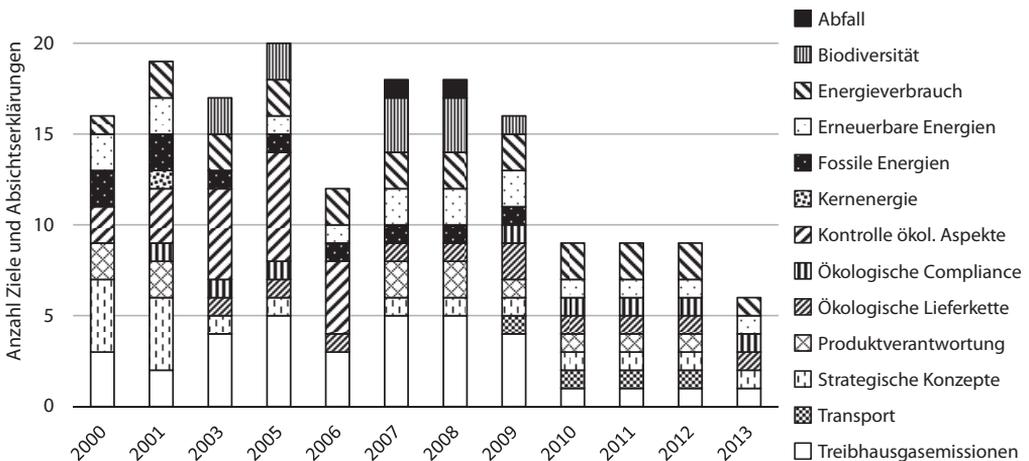
lediglich die jährliche Investitionssumme für das folgende Jahr 2014 bekannt gegeben wird. Ähnliche Muster lassen sich für die beiden Ziele *Erzeugungskapazität aus erneuerbaren Energien steigern* (ohne Wasserkraft) und *Anteil der erneuerbaren Energien am gesamten Erzeugungsmix steigern* (inkl. Wasserkraft) erkennen. Diese vergleichbaren Muster lassen sich gegebenenfalls damit erklären, dass die drei Ziele inhaltlich miteinander in Verbindung stehen. Können beispielsweise Investitionen in erneuerbare Energien nicht vorgenommen werden, kann sich die Erzeugungskapazität selbiger nicht erhöhen.

4.2.2 RWE

Der RWE-Konzern ist das einzige Unternehmen der Stichprobe, das bereits ab dem Jahr 2000 Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht hat. Mit Ausnahme der Jahre 2002 und 2004 wird dies jährlich fortgeführt. In den Jahren 2006 und 2008 werden Statusberichte anstelle von Nachhaltigkeitsberichten veröffentlicht. Die Anzahl der Kategorien, in denen berichtet wird, variiert in der Betrachtungsperiode zwischen sechs und neun Kategorien. Dabei geht die Anzahl veröffentlichter Ziele und Absichtserklärungen jedoch tendenziell zurück. So wird insbesondere ab dem Jahr 2010 über deutlich weniger Ziele und Absichtserklärungen berichtet als in den ersten Jahren.

Vergleichbar zu E.ON fokussiert RWE sich mit seinen kommunizierten Zielen und Absichtserklärungen auf klimaschutzrelevante Bereiche. Gerade die Kategorien *Treibhausgasemissionen* und der *Energieverbrauch* stechen hier hervor (vgl. Abbildung 4). Die Kategorie *Erneuerbare Energien* kann dagegen, gerade im Vergleich zu den anderen EVU, verhältnismäßig wenige Ziele und Absichtserklärungen verzeichnen.

Abbildung 4: Longitudinale Betrachtung der berichteten Kategorien bei RWE



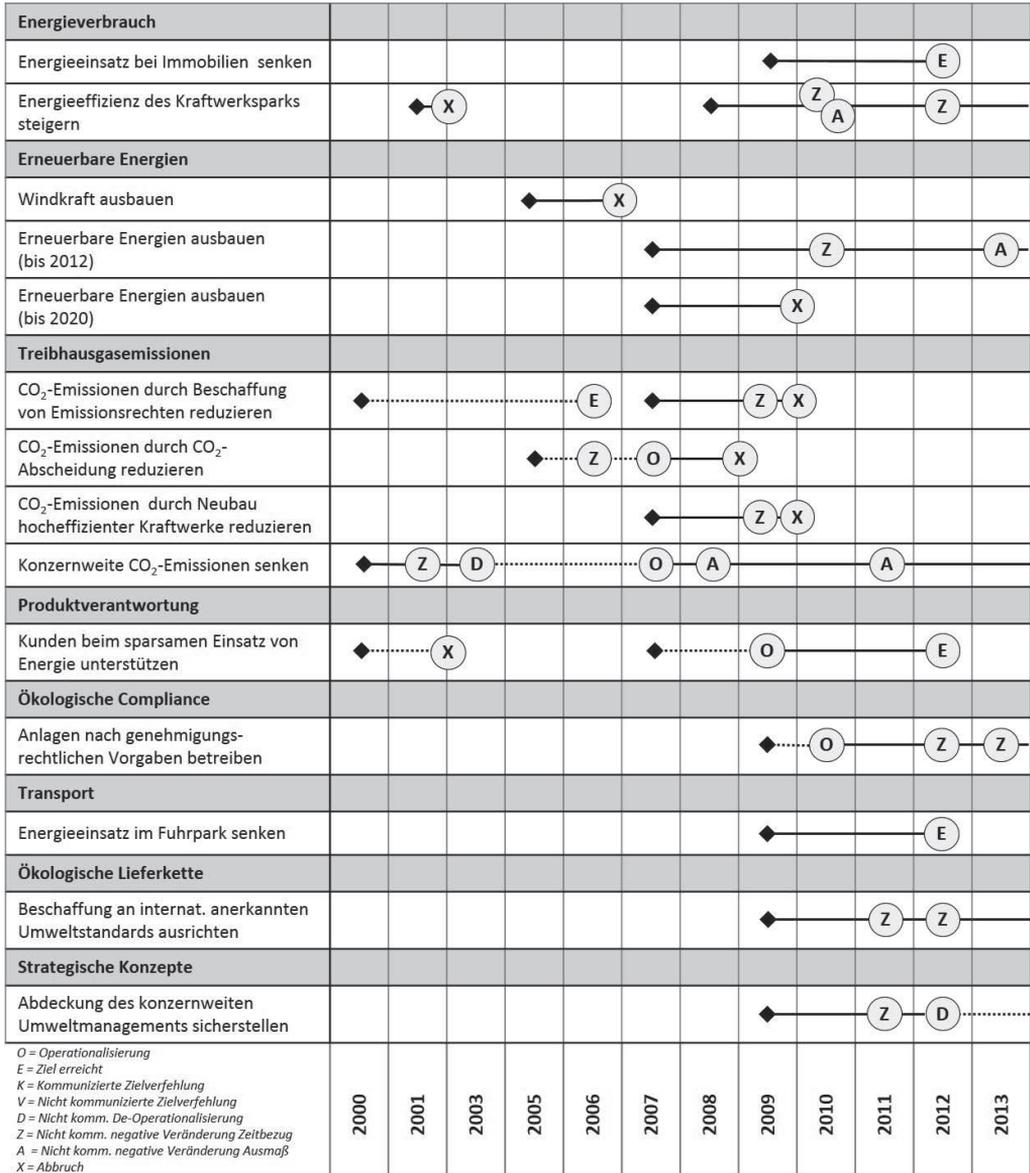
Anmerkung: Nur die von RWE tatsächlich berichteten Kategorien sind hier dargestellt.

Zu Beginn der Betrachtungsperiode werden neben den genannten klimaschutzrelevanten Kategorien auch eine erhebliche Anzahl an Zielen und Absichtserklärungen aus den Kategorien *Strategische Konzepte* und *Kontrolle ökologischer Aspekte* veröffentlicht. Unter dem Oberthema Umweltmanagement definiert RWE in den Nachhaltigkeitsberichten eine Reihe von Zielen und Absichtserklärungen, beispielsweise das Ziel *Anpassung des Umweltmanagements an die veränderten Konzernstrukturen*

oder *Aufbau eines Umweltkennzahlensystems zur Früherkennung*. Diese sind zwar mit einem Zeitbezug von meist zwei Jahren sehr kurzfristig angelegt, werden aber größtenteils transparent kommuniziert. Die Beispiele deuten darauf hin, dass *RWE* dem Aspekt einer ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung eine zentrale Stellung im Unternehmen einräumt und dies zu Beginn der Betrachtungsperiode auch nach außen kommunizieren möchte. Es stellt sich jedoch die Frage, wieso die Anzahl der Ziele und Absichtserklärungen dieser Kategorien nach 2006 deutlich geringer wird. Ab dem Jahr 2007 wird hier lediglich noch eine Absichtserklärung ausgesprochen, nämlich das Umweltmanagementsystem weiterentwickeln zu wollen. Diese Absichtserklärung wird jedoch im Jahr 2008 nicht weiter kommuniziert. Stattdessen wird ein operationales Ziel ausgegeben, dass eine 100-prozentige Abdeckung des konzernweiten Umweltmanagements sichergestellt werden soll.

Im Zuge der Analyse hinsichtlich einer transparenten Kommunikation zeigt sich, dass *RWE* über operationale Ziele weniger transparent als *E.ON* berichtet. Lediglich drei von vierzehn Zielen werden erreicht. Besonders auffällig sind die vielen nicht kommentierten negativen Änderungen des Zielausmaßes und des Zeitbezugs. Dies lässt sich an einer Vielzahl von Zielen verdeutlichen. Beispielsweise werden in 2007 die beiden Ziele genannt: *Ausbau der erneuerbaren Energien um 4,5 Gigawatt* (in Bezug auf die installierte Leistung) bis zum Jahr 2012 und *um bis zu 10 Gigawatt* bis zum Jahr 2020 (vgl. Abbildung 5). Letzteres Ziel wird lediglich bis einschließlich zum Jahr 2009 berichtet und dann unkommentiert nicht weiter verfolgt. Beim ersten Ziel ändert *RWE* im Jahr 2010 den Zeitbezug von 2012 auf 2014, ohne hierfür einen Grund zu nennen. Im Jahr 2013 wird das Ziel abermals unkommentiert angepasst. Das Ausmaß der geplanten installierten Leistung wird – wenn auch minimal – von 4,5 Gigawatt auf 4,3 Gigawatt gesenkt. Auch im Bereich der *Treibhausgasemissionen* muss ein sehr intransparentes Kommunikationsverhalten von *RWE* konstatiert werden. So lässt sich ab dem Jahr 2000 das Ziel finden: *Senkung der konzernweiten CO₂-Emissionen*, welches aber im Jahr 2003 de-operationalisiert und als Absichtserklärung formuliert wird. In dieser Absichtserklärung spricht *RWE* dann nur noch vage davon, die CO₂-Emissionen möglichst weit senken zu wollen. In den folgenden Jahren werden zwei Mal die Zielausmaße unkommentiert geändert. Insbesondere im Jahr 2011 muss hier von einer sehr intransparenten Kommunikation gesprochen werden. Das Ziel, die *CO₂-Intensität der Stromerzeugung bis 2020 auf 450 g CO₂/kWh zu senken*, wird auf 620 g CO₂/kWh erhöht. Diese unkommentierte Erhöhung des Ausmaßes stellt eine drastische Veränderung derjenigen Kennzahl dar, die den Stakeholdern einen Vergleich der EVU bezüglich der CO₂-Emissionen der Stromerzeugung hauptsächlich ermöglicht. Interessant ist vor diesem Hintergrund zudem, dass *RWE* im Jahr 2013 mit 765 g CO₂/kWh deutlich höhere CO₂-Emissionen pro Kilowattstunde aufweist als *E.ON* (450 g CO₂/kWh), *Vattenfall* (412 g CO₂/kWh) und *EnBW* (403 g CO₂/kWh) (vgl. Tabelle 2).

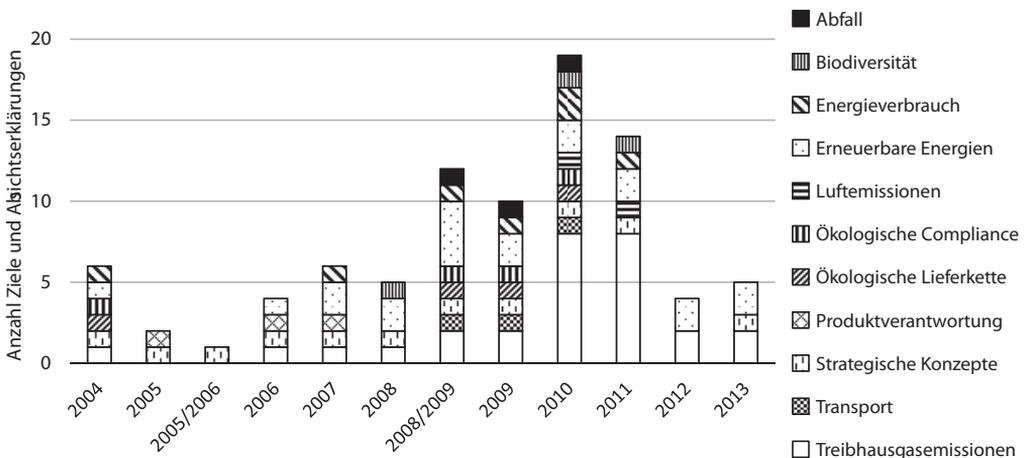
Abbildung 5: Kommunikation der operationalen Ziele bei RWE



4.2.3 *EnBW*

EnBW hat seit 2004 jährlich über Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit berichtet. Die Nachhaltigkeitsberichte 2005/2006 und 2008/2009 werden jeweils von Statusberichten, die in den Jahren 2005 bis 2009 herausgegeben wurden, flankiert. In den Jahren 2012 und 2013 sind Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht integriert. Weiterhin lässt sich feststellen, dass insbesondere im Gegensatz zu den Jahren 2010 und 2011 deutlich weniger Ziele und Absichtserklärungen kommuniziert werden. Bis zum Jahr 2010 zeigt sich hingegen ein starker Anstieg der kommunizierten Ziele und Absichtserklärungen. Auffällig ist zudem, dass in den letzten beiden Jahren der Betrachtungsperiode, ähnlich wie zu Beginn, nur in wenigen Kategorien Ziele und Absichtserklärungen veröffentlicht wurden.

Abbildung 6: Longitudinale Betrachtung der berichteten Kategorien bei *EnBW*



Anmerkung: Nur die von *EnBW* tatsächlich berichteten Kategorien sind hier dargestellt.

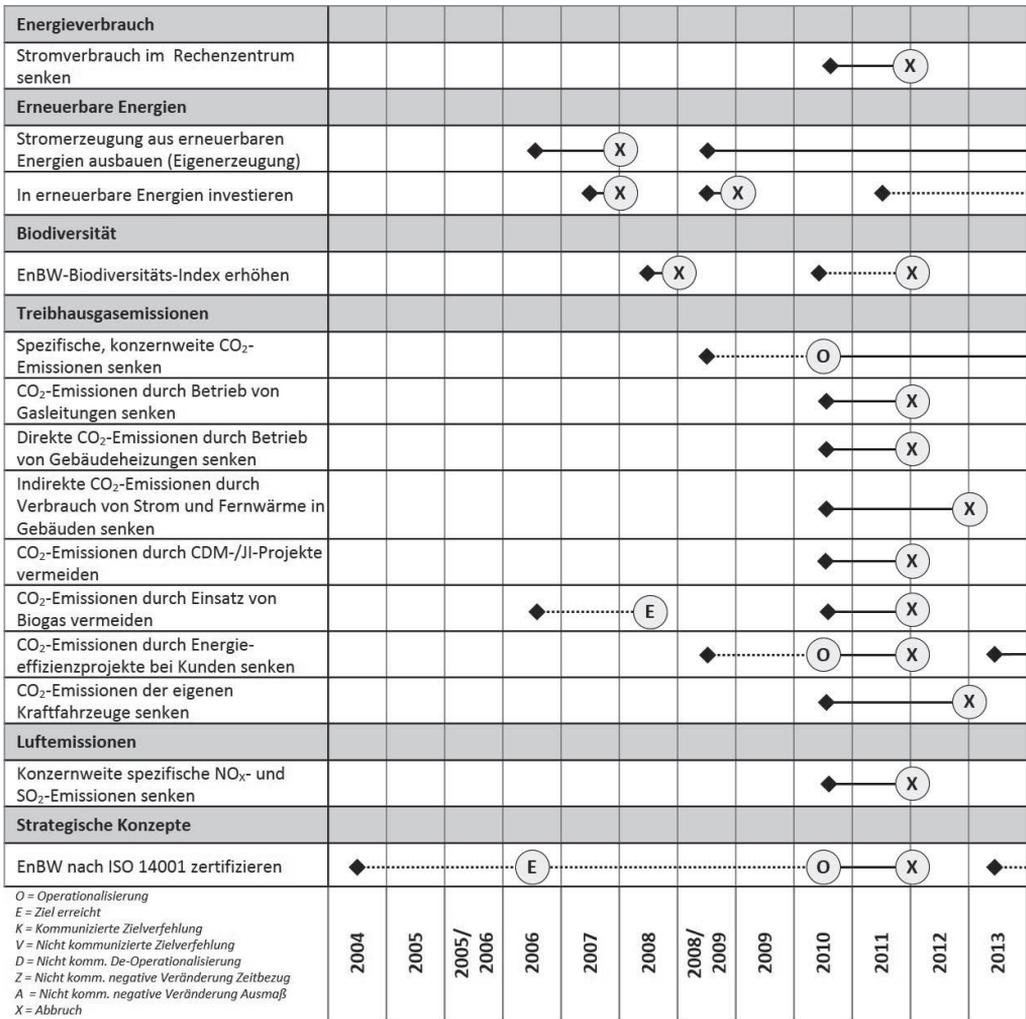
Bei der detaillierten Betrachtung der von *EnBW* ausgegebenen Ziele fällt zunächst auf, dass für *EnBW* in nur 11 der 19 Kategorien Ziele und Absichtserklärungen identifiziert werden konnten. So verzichtet das Unternehmen beispielsweise völlig auf die Formulierung von Zielen und Absichtserklärungen zu den Themen *Fossile Energien* und *Kernenergie* (vgl. Abbildung 6). Dies ist insofern überraschend, als dass *EnBW* eine Reihe von Steinkohlekraftwerken sowie zwei produzierende Kernkraftwerke betreibt.⁶⁸ Demgegenüber sind Ziele und Absichtserklärungen in den Kategorien *Erneuerbare Energien* und *Treibhausgasemissionen*, wie auch schon bei *E.ON*, die mit Abstand am häufigsten kommunizierten Kategorien. Insbesondere in der Kategorie

68 Vgl. *EnBW* (2014c); *EnBW* (2014d).

Treibhausgasemissionen werden Ziele und Absichtserklärungen bei *EnBW* auffallend häufig formuliert. Allein in den Jahren 2010 und 2011 können jeweils acht operationale Ziele dieser Kategorie zugeordnet werden, die im Rahmen des Zielprogramms zum Umweltschutz 2011–2015 formuliert werden.

Die Bewertung aller operationalisierten Ziele von *EnBW* zeigt ein sehr intransparentes Bild auf (vgl. Abbildung 7). Keines der identifizierten Ziele wird transparent als

Abbildung 7: Kommunikation der operationalen Ziele bei *EnBW*



erreicht oder verfehlt kommuniziert. So wird beispielsweise die *Erhöhung des EnBW-Biodiversitäts-Index* im Jahr 2010 erstmalig als operationales Ziel formuliert, nach 2011 aber nicht weiter verfolgt. Positiv hervorzuheben ist lediglich das Ziel, die *spezifischen, konzernweiten CO₂-Emissionen zu senken*. Nachdem 2008/2009 zunächst eine Absichtserklärung formuliert wurde, den CO₂-Ausstoß geringer als im Bundesdurchschnitt zu halten, hat EnBW das Ziel in 2010 operationalisiert, indem der Zeithorizont auf das Jahr 2015 festgelegt wurde. Allerdings bleibt das Ziel weiterhin etwas ungenau formuliert, da der Bundesdurchschnitt als Referenzgröße nicht stabil ist. Insgesamt sind die spezifischen CO₂-Emissionen von EnBW zwischen 2010 und 2013 aufgrund des Ausstiegs aus der Kernenergie um knapp 35 % angestiegen. Aus diesem Grund wird das einst ausgesprochene Ziel, die CO₂-Emissionen zu senken, im Jahr 2013 erneut hinsichtlich des Zeithorizontes neu formuliert. Der neue Zeithorizont strebt das Jahr 2020 an. Gleichzeitig ist die Referenzgröße auf 450 g CO₂/kWh in 2013 fixiert worden. Sämtliche Veränderungen sind transparent kommuniziert worden, weshalb hier von einem positiven Vorgehen gesprochen werden kann.

Daneben lassen sich jedoch auch eine Reihe von Zielen, primär zum Thema Treibhausgasemissionen, finden, die EnBW im Jahr 2010 für das Zielprogramm zum Umweltschutz 2011–2015 formuliert, jedoch nach 2011 nicht weiter kommuniziert hat. Anhand von Abbildung 7 wird deutlich, dass die Kombination von Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht nicht nur Auswirkungen auf die Form des Berichts hat, sondern auch inhaltlich eine Zäsur darstellt. Neun der vierzehn Ziele werden im Bericht 2012 nicht wieder aufgegriffen, u. a. die *Vermeidung von CO₂-Emissionen durch CDM-/JI-Projekte* (Handel von Emissionsrechten), die *Senkung der CO₂-Emissionen durch Betrieb von Gasleitungen* sowie die *Verringerung der konzernweiten spezifischen NO_x- und SO₂-Emissionen*.

Zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass EnBW im Bericht 2012 das Zielprogramm Umweltschutz 2011–2015 zwar als vorhanden benennt, die faktischen Ziele und Absichtserklärungen aber nicht wiedergibt. Vielmehr wird darauf hingewiesen, dass man innerhalb eines „Zielkorridors“ läge.⁶⁹ Selbst wenn ein derartiges Zielprogramm durch andere Medien zur Verfügung gestellt wird (beispielsweise auf der Webseite), erschwert dies dem Stakeholder die Beurteilung der Glaubwürdigkeit der Berichterstattung.

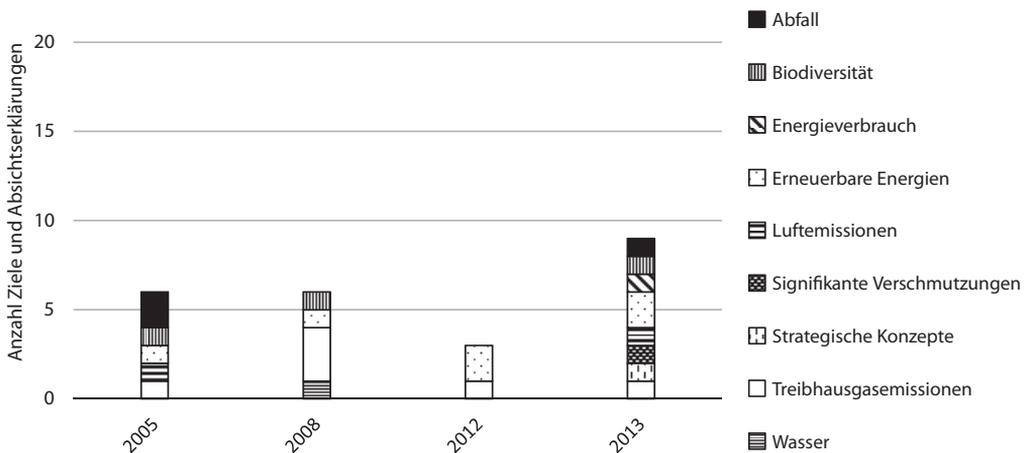
4.2.4 Vattenfall

Vattenfall ist innerhalb der Stichprobe als Sonderfall anzusehen, da das Unternehmen mit lediglich vier Berichten deutlich weniger Berichte als die anderen EVU veröffentlicht hat (siehe Abbildung 8). Während in den Jahren 2005 und 2008 jeweils Nachhaltigkeitsberichte veröffentlicht wurden, sind in den Jahren 2012 und 2013 wie bei EnBW jeweils Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht kombiniert worden.

⁶⁹ Vgl. EnBW (2013), S. 98.

Die bei *EnBW* zu beobachtende Tendenz, weniger Ziele und Absichtserklärungen durch die Einführung der integrierten Berichte (Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht) auszugeben, ist bei *Vattenfall* nur teilweise zu bestätigen. Zwar werden im Jahr 2012 lediglich drei Ziele und Absichtserklärungen in zwei Kategorien berichtet, diese Zahlen erhöhen sich aber in 2013 deutlich (vgl. Abbildung 8). In den beiden Jahren zuvor waren jeweils sechs Ziele und Absichtserklärungen in vier bzw. fünf Kategorien zu vermerken.

Abbildung 8: Longitudinale Betrachtung der berichteten Kategorien bei *Vattenfall*



Anmerkung: Nur die von *Vattenfall* tatsächlich berichteten Kategorien sind hier dargestellt.

Trotz der insgesamt nur fünf Ziele und neun Absichtserklärungen lassen sich dennoch einige Aussagen zu inhaltlichen Schwerpunkten der Berichterstattung treffen. Die Ziele und Absichtserklärungen teilen sich auf insgesamt neun Kategorien auf. Hervorzuheben ist, dass *Vattenfall* als einziges Unternehmen über die Kategorie *Signifikante Verschmutzungen* berichtet. *Vattenfall* gibt in dieser Kategorie die Absichtserklärung ab, *aktive Prävention zur Verunreinigungen von Boden und Wasser* durchführen zu wollen. Insgesamt zeigt sich, dass bei *Vattenfall*, ebenso wie auch bei allen anderen EVU, der Fokus auf Zielen und Absichtserklärungen der Kategorien *Treibhausgasemissionen* und *Erneuerbare Energien* liegt. Dies spiegelt sich auch in der Analyse der operationalisierten Ziele wieder. Vier von fünf Zielen lassen sich den beiden genannten Kategorien zuordnen.

Bei einer genaueren Betrachtung der einzelnen ausgegebenen Ziele (vgl. Abbildung 9) muss zunächst konstatiert werden, dass eine eindeutige Transparenzbeurteilung auf Basis von fünf formulierten Zielen nicht möglich ist. Nichtsdestotrotz sollen die Ziele konkret beurteilt werden. Die beiden Ziele in der Kategorie *Klimaschutz* zeigen ein eher uneinheitliches Vorgehen in Hinblick auf eine transparente Kommunikation.

Abbildung 9: Kommunikation der operationalen Ziele bei Vattenfall

Energieverbrauch	2005	2008	2012	2013
Energieeffizienz verbessern				◆
Erneuerbare Energien				
In Windkraft investieren	◆		○	
Wachstumsrate der installierter Leistung an erneuerbaren Energie erhöhen (ohne Wasserkraft)			◆	
Treibhausgasemissionen				
Unternehmensweite CO ₂ -Emissionen reduzieren (bis 2030)		◆		
Unternehmensweite CO ₂ -Emissionen reduzieren (bis 2050)		◆	⊗	

O = Operationalisierung
E = Ziel erreicht
K = Kommunizierte Zielverfehlung
V = Nicht kommunizierte Zielverfehlung
D = Nicht komm. De-Operationalisierung
Z = Nicht komm. negative Veränderung Zeitbezug
A = Nicht komm. negative Veränderung Ausmaß
X = Abbruch

Während das eine Ziel lautet, die *unternehmensweiten CO₂-Emissionen bis 2030 um 50 % zu reduzieren*, strebt *Vattenfall* mit dem zweiten Ziel dieser Kategorie an, *bis 2050 die CO₂-Emissionen um bis zu 80 % zu reduzieren*. Letzteres Ziel wird nach 2008 nicht wieder aufgegriffen, hat allerdings aufgrund seines Zeithorizonts auch eher visionären Charakter. Das Ziel einer 50 prozentigen Reduktion der CO₂-Emissionen wird dagegen auch in den folgenden Berichten konsequent aufgegriffen. Allerdings spricht *Vattenfall* nicht länger vor einer Reduktion gegenüber dem Niveau des Jahres 1990, sondern nennt das konkrete Reduktionsziel in absoluter Höhe. So will das Unternehmen seine jährlichen CO₂-Emissionen auf 65 Mio. t CO₂ senken, was einer 50 prozentigen Reduktion gegenüber 1990 entspricht. Zudem soll dieses nicht erst im Jahr 2030, sondern bereits im Jahr 2020 erreicht werden. Diese grundsätzlich positiv zu bewertende Zielveränderung ist allerdings insofern als problematisch einzustufen, als dass die Nachvollziehbarkeit für Stakeholder in Bezug auf das Zielausmaß erschwert wird. Insbesondere deshalb, weil es sich um eine positive Veränderung handelt, die nicht kommuniziert wird, stellt sich die Frage nach dem „warum“. Hinsichtlich der drei weiteren Ziele ist eine Transparenzbeurteilung aufgrund des kurzen Zeithorizonts nicht möglich. Die beiden Ziele der Kategorien *Erneuerbare Energien* (*Investition in Windkraft* und *Erhöhung der Wachstumsrate der installierten Leistung an erneuerbaren Energien*) werden erst im Jahr 2012 operationalisiert bzw. gestartet. Das Ziel, die *Energieeffizienz zu erhöhen* beginnt erst im Jahr 2013.

4.3 Diskussion der Ergebnisse

In Hinblick auf die zwei Forschungsfragen lassen sich zentrale Erkenntnisse einer über den Zeitraum von 14 Jahren untersuchten transparenten Kommunikation ökologischer Nachhaltigkeit im Energiesektor festhalten.

Erstens zeigt sich ganz allgemein, dass die EVU in umfangreichem Maße zum Thema ökologische Nachhaltigkeit berichten. Hierdurch sichern sie der Legitimitätstheorie folgend primär zunächst ihr eigenes unternehmerisches Handeln ab.⁷⁰ Die Notwendigkeit regelmäßiger Berichtszyklen scheinen die EVU insofern anerkannt zu haben. Dies wird besonders auch daran deutlich, als dass in 2012 und 2013 erstmalig alle betrachteten Unternehmen in zwei aufeinanderfolgenden Jahren einen Bericht veröffentlicht haben. Zudem sind die Nachhaltigkeitsberichte seit diesem Zeitraum sowohl bei *Vattenfall* als auch bei *EnBW* Bestandteil der Geschäftsberichte geworden, was zusätzlich ein Hinweis darauf ist, dass die Relevanz dieses Themas erkannt wurde und durch die „Professionalisierung“ der Stellenwert dieser Berichte betont werden soll. Diese Vermutung findet Bestätigung in Aussagen, wie die von *EnBW*, dass man damit ein „ganzheitlicheres und aussagekräftigeres Bild“⁷¹ vermitteln will. Die vorliegende Analyse zeigt jedoch zumindest für *EnBW* auf, dass dies aus Sicht der Nachhaltigkeitsberichterstattung eher negative Auswirkungen hat. So stellt der kombinierte Bericht 2012 einen deutlichen Einschnitt dar, da ein Großteil der in 2011 kommunizierten Ziele und Absichtserklärungen nicht weiter verfolgt wird. Es lässt sich vermuten, dass *EnBW* sich aufgrund des Umfangs dieses Gesamtberichts von einer Vielzahl der einst formulierten Ziele und Absichtserklärungen trennen musste. Inwiefern die verbliebenen Ziele in den zukünftigen Jahren transparent kommuniziert werden, bleibt abzuwarten. Die Integration an sich hat auf jedem Fall eher zu Intransparenz geführt. Eine derartige Integration sollte folglich nur dann stattfinden, wenn durch betriebswirtschaftliche Themen Nachhaltigkeitsaspekte nicht in den Hintergrund gedrängt werden und Ziele ausreichend kommuniziert werden können.

Zweitens zeigt sich in Hinblick auf die GRI-Kategorien, dass das Thema Klimaschutz offensichtlich von den Unternehmen am bedeutsamsten eingeschätzt wird. Hierzu gehören die Kategorien *Treibhausgasemissionen* (16 Ziele), *Erneuerbare Energien* (11 Ziele) und *Energieverbrauch* (5 Ziele) (vgl. Tabelle 4). Neben dem starken öffentlichen Interesse an diesem Bereich ist die Vielzahl an Zielen auch damit zu begründen, dass die Themen relativ gesehen zu anderen Kategorien leichter quantifizierbar sind und so die Formulierung operationaler Ziele zulassen. Neben den drei genannten Kategorien werden operationale Ziele nur vereinzelt in weiteren Kategorien erwähnt. In Bereichen mit geringerem Stakeholder-Interesse lassen sich häufig wenige oder gar keine operationalen Ziele erkennen, da die Unternehmen hier scheinbar keine Notwendigkeit sehen, sich in Bezug auf Zeithorizont und Zielausmaß festzulegen. Ein Beispiel hierfür stellt die Kategorie *Strategische Konzepte* dar. Diese ist für Stakeholder nur von geringerem Interesse, da dort Ziele und Absichtserklärungen zu Themen des internen Managements unternehmerischer Nachhaltigkeit veröffentlicht werden. Entsprechend finden sich in der Kategorie lediglich zwei operationale Ziele, gleichzeitig aber insgesamt zwölf Absichtserklärungen. Auch werden keine Ziele in

⁷⁰ Vgl. Balmer et al. (2007); Vanhamme/Grobbe (2009).

⁷¹ *EnBW* (2013), S. 2.

der Kategorie *Abfall*, deren Themen in Deutschland wenig im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit steht, genannt. Es lässt sich dementsprechend vermuten, dass das Stakeholder-Interesse ausschlaggebend dafür ist, über welche Kategorien primär berichtet wird und die Unternehmen eine sehr bewusste Steuerung ihrer Kommunikationsstrategie in Abhängigkeit von den Erwartungen der Stakeholder vornehmen.

Die Ergebnisse der Analyse zeigen jedoch auch, dass ein vorhandenes Stakeholder-Interesse an Themengebieten offensichtlich nicht zwangsläufig ausschlaggebend dafür ist, ob Unternehmen zu diesen Themen konkrete Vorhaben in Form von Zielen oder Absichtserklärungen formulieren. So wird die Kategorie *Kernenergie* lediglich von *E.ON* und *RWE* jeweils nur einmal im Rahmen einer Absichtserklärung erwähnt. Über *Signifikante Verschmutzungen* berichtet ausschließlich *Vattenfall* einmalig in einer Absichtserklärung. Es stellt sich die Frage, aus welchem Grund diese Bereiche so häufig ausgeklammert werden, obwohl diese von großem öffentlichem Interesse sind und es den Unternehmen rein technisch ohne weiteres möglich wäre, zu derartigen Themen Ziele oder Absichtserklärungen zu formulieren. Eine Rolle spielt hier sicherlich die Unsicherheit zukünftiger Entwicklungen in Bezug auf gesellschaftliche und politische Rahmenbedingungen.⁷² Gerade der weitere Einsatz der Kernenergie ist für die EVU innerhalb der Betrachtungsperiode schwer absehbar gewesen. Die Voluntary Disclosure Theorie liefert hier einen Erklärungsansatz für das Zurückhalten von Informationen: sind durch die Veröffentlichung einer Information (hier: Ziele oder Absichtserklärungen) die zu erwartenden Kosten höher als der zu erwartende Nutzen, ist es rational über diese Themen nicht zu berichten. Gerade die Veröffentlichung von Zielen kann hohe Kosten nach sich ziehen, wenn beispielsweise durch das Nicht-Erreichen eines Ziels ein Glaubwürdigkeitsverlust vorliegt. Dem gegenüber steht lediglich ein geringer Glaubwürdigkeitsgewinn, wenn Ziele eingehalten werden. Es ist daher zu vermuten, dass gerade zum Thema Kernenergie nicht berichtet wird, da bei Zielverfehlung hohe Folgekosten zu befürchten sind. Um „riskante“ Kategorien wie die Kernenergie in der Berichterstattung zu umgehen, aber dennoch die Legitimität des unternehmerischen Handels aufrecht zu halten, lassen sich, wie von *Lindblom* (1994) vorgeschlagen, verschiedene Strategien in der Nachhaltigkeitskommunikation anwenden. Anhand der hier durchgeführten Analyse der Kategorien zeigt sich, dass die Unternehmen den Fokus von kritischen Themen (z.B. *Kernenergie*) auf unkritische Themenfelder (z.B. *Strategische Konzepte*) lenken, obwohl das Stakeholder-Interesse anders gelagert ist. Insgesamt kann durch die Studie somit gezeigt werden, dass die Unternehmen – je nach Kategorie – verschiedene Berichterstattungsstrategien anwenden.

Drittens lassen sich konkrete Erkenntnisse hinsichtlich der transparenten Kommunikation der herausgegebenen Ziele finden. Von einem verhältnismäßig hohen Niveau kann bei *E.ON* gesprochen werden, welches acht von dreizehn Zielen transparent kommuniziert. Zwar werden auch von *E.ON* Ziele abgebrochen, jedoch meist im folgenden Bericht wieder aufgegriffen. Hervorzuheben ist zudem, dass eine unkommen-

⁷² Vgl. *Servatius* (2012), S. 3.

tierte Änderung bzw. Löschung (De-Operationalisierung) von Zeithorizont oder Ausmaß nur bei zwei von insgesamt dreizehn Zielen stattfindet. Im Gegensatz zu *E.ON* findet bei *EnBW* bei keinem der ausgegebenen Ziele eine Veränderung der Zieldimensionen statt. Das Unternehmen bewegt sich dennoch auf einem geringeren Transparenzniveau als *E.ON*, da alleine elf der vierzehn Ziele abgebrochen und auch nicht wieder als operationales Ziel aufgenommen werden. Weitere zwei Ziele werden unterbrochen und in späteren Berichten als Ziel weitergeführt. Lediglich das Ziel, die *spezifischen, konzernweiten CO₂-Emissionen senken zu wollen*, kann als transparent eingestuft werden. Auch bei *RWE* muss insgesamt von einer relativ intransparenten Zielverfolgung gesprochen werden. Bei neun von vierzehn Zielen finden eine oder mehrere Veränderungen der Zieldimensionen statt. Eine Zielverfolgung ist so für den Stakeholder kaum möglich. Insbesondere bei dem schon in der Detailanalyse beschriebenen Ziel der Kategorie *Treibhausgasemissionen* führen die häufigen Veränderungen der Zieldimensionen zu dem Schluss, dass *RWE* wohl eher eine Strategie verfolgt, die nach der Klassifizierung von Lindblom als Ablenkungsstrategie gilt, um den eigenen Beitrag zum Klimaschutz in der Wahrnehmung der Stakeholder zu verbessern. Das Transparenzniveau von *Vattenfall* kann aufgrund der vorhandenen Ziele nicht abschließend geklärt werden. Der Vergleich der Veröffentlichungszyklen der Unternehmen zeigt jedoch, dass allein aufgrund der unregelmäßigen Berichterstattung kein hohes Transparenzniveau erreicht werden kann. Während *E.ON*, *RWE* und *EnBW* über den Betrachtungszeitraum jeweils zwischen 10 und 12 Berichte veröffentlicht und dabei 13 bzw. 14 operationale Ziele genannt haben, sind bei *Vattenfall* lediglich vier Berichte mit fünf Zielen vorhanden. Obwohl das Unternehmen allein in Deutschland eine höhere produzierte Strommenge als *EnBW* aufweist (vgl. Tabelle 2), tritt es mit der geringen Anzahl der Berichte und der niedrigen Intensität der formulierten Ziele in keinen ausreichenden Stakeholderdialog. Eine transparente Kommunikation nachhaltiger Aspekte der unternehmerischen Tätigkeit ist so nicht möglich. Dem Gedanken der Legitimitätstheorie folgend, sollte *Vattenfall* in regelmäßigeren Abständen Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen und konkrete Ziele in Bezug auf die ökologischen Herausforderungen der Energieversorgung nennen, um dadurch den Dialog mit Stakeholdern in Deutschland zu fördern.

Abschließend soll noch festgehalten werden, dass die Zielformulierung im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit deutlich optimistischer im Vergleich zu Geschäftsberichten ist. So werden in Geschäftsberichten zum Beispiel Umsatz- oder Gewinnziele wesentlich zurückhaltender formuliert und eine Veränderung dieser Werte in der Öffentlichkeit schnell und umfassend kommuniziert. Dies ist im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung noch nicht der Fall. Daher lässt sich schlussfolgern, dass eine Nichterreichung von Zielen im ökologischen Bereich bei Share- und Stakeholdern wohl noch nicht so stark im Interesse steht wie Umsatz- und Gewinnzahlen des Unternehmens. Während Eigen- und Fremdkapitalgeber bei schlechten Erfolgskennzahlen sofort Maßnahmen ergreifen, geschieht dies bei Zielverfehlungen zum Beispiel zur Nutzung von Wind- oder Solarenergie derzeit noch nicht.

4.4 Limitationen

Während wesentliche Erkenntnisse hinsichtlich des aktuellen Status quo der Transparenz von Nachhaltigkeitsberichterstattung im Bereich der Energieversorgung mit dieser Untersuchung gewonnen werden konnten, soll nicht unerwähnt bleiben, dass auch diese Untersuchung Grenzen hat. Zunächst muss angemerkt werden, dass *Vattenfall* eine deutlich geringere Anzahl ausgegebener Ziele und Absichtserklärungen aufweist, weshalb eine Vergleichbarkeit dieses Unternehmens mit den drei anderen EVU nicht vollkommen gewährleistet werden kann. Weiterhin ist zu beachten, dass es steigende Tendenzen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung im Internet gibt.⁷³ Aufgrund des Analyseziels der longitudinalen Transparenzbetrachtung wurden die Online-Medien jedoch bewusst außen vor gelassen, da diese nicht bis zu Beginn der Betrachtungsperiode zurückgreifen und erst in den letzten drei bis vier Jahren an Relevanz für die vorliegende Thematik gewonnen haben. Darüber hinaus schließt diese Untersuchung keine kleinen oder mittelständischen Unternehmen in die Analyse mit ein, sondern bezieht sich auf die vier großen Unternehmen in dieser Branche. Weitere Untersuchungen sind daher dahingehend aufzufordern, auch solche Unternehmen mit in die Analyse einzubeziehen. Zudem beschränkt sich diese Studie auf den Bereich der Energieversorgung, was zum einen den Vorteil hat, dass es möglich ist, sehr detaillierte Informationen hinsichtlich einer transparenten Kommunikation abzugeben, andererseits allerdings auch nicht erlaubt, eine Vielzahl von Unternehmen des gleichen Sektors oder aber sektorübergreifend zu analysieren. Allerdings stellt das entwickelte Framework in dieser Studie zur longitudinalen Analyse von Nachhaltigkeitsberichten, hier angewendet über einen Zeitraum von 14 Jahren, einen Leitfaden dar, der auch für Studien in andere Branchen genutzt werden kann. Auf diese Weise können weitere vergleichbare Studien erfolgen, die die Generalisierbarkeit der in dieser Analyse identifizierten Ergebnisse erhöhen. Darüber hinaus muss zudem festgehalten werden, dass sich aufgrund der strategischen und strukturellen Nähe der Unternehmen *E.On*, *RWE* und *EnBW*, wenn sie auch alle einer Branche angehören, zentrale Aussagen für Unternehmen vergleichbarer Größe ableiten lassen.

5 Fazit

Diese Studie befasst sich mit dem in Forschung und Praxis derzeit stark diskutierten Thema der Kommunikation ökologischer Nachhaltigkeit. Aufbauend auf den theoretischen Ansätzen der Legitimitätstheorie, der Voluntary Disclosure Theorie und den Kommunikationsansätzen von Lindblom gelingt es in dieser Auswertung, wesentliche zusätzliche Erkenntnisse zur bestehenden Forschung zu gewinnen. Erstens handelt es sich bei dieser Analyse nicht um ein Projekt, das eine Vielzahl von Unternehmen untersucht und deshalb zwar umfangreich ist, aber auch nur eine relativ oberflächliche Auswertung zulässt. Diese Studie befasst sich ganz konkret mit vier

⁷³ Vgl. *Isenmann et al. (2007)*, *Godemann/Herzig (2012)*.

Unternehmen des Energiesektors und erlaubt so eine sehr detaillierte Auswertung jedes einzelnen ausgegebenen Ziels der Unternehmen. Zweitens handelt es sich bei dieser Studie um einen longitudinalen Ansatz. Es werden sämtliche Nachhaltigkeitsberichte (inklusive der Statusberichte) über einen Zeitraum von 14 Jahren analysiert, um tatsächliche Erkenntnisse dahingehend zu gewinnen, ob sich Intransparenzen in der Kommunikation über die Zeit finden. Hierdurch kann, basierend auf den bestehenden GRI-Aspekten, nicht nur aufgezeigt werden, über welche Kategorien berichtet oder nicht berichtet wird. Vielmehr wird detailliert gezeigt, über welchen Zeithorizont und in Hinblick auf welches Ausmaß konkrete Ziele erreicht werden, erreicht werden sollen und ob dies auch tatsächlich gelingt, d. h. ob die Kommunikation den Stakeholder transparent jedes Jahr über den Status quo informiert. Basierend auf dieser sehr detaillierten Analyse gelingt es, exakte Erkenntnisse dahingehend zu gewinnen, inwiefern die Unternehmen ihre Stakeholder transparent informieren oder eher „im Dunkeln“ lassen. Letzteres kann Lindblom zufolge absichtlich aber auch unabsichtlich geschehen. Allerdings stellen solche Intransparenzen in der Kommunikation immer ein Problem für Stakeholdergruppen dar. Deshalb sollten Unternehmen „unbeabsichtigte“ Intransparenzen auf jedem Fall vermeiden und sich bei „beabsichtigten“ Intransparenzen immer relativ sicher sein, dass die Kosten der Nicht-Kommunikation oder fälschlichen Kommunikation geringer sind als der Nutzen transparenter Kommunikation. Die Glaubwürdigkeit von Unternehmen ist relativ schwer zu messen. Es ist aber bekannt, dass diese sehr lange braucht, um aufgebaut zu werden, aber relativ schnell verschwinden kann, wenn Stakeholder erkennen, dass ein Unternehmen nicht ehrlich ist.⁷⁴ Deshalb sollten Unternehmen hinsichtlich ihrer Kommunikationsstrategie sehr genau überlegen, wie sie kommunizieren, damit sie ihre Glaubwürdigkeit gegenüber der Gesellschaft und damit ihre Legitimitätsgrundlage nicht riskieren.

Literatur

Adam, Dietrich (1996), Planung und Entscheidung: Modelle – Ziele – Methoden: mit Fallstudien und Lösungen, 4. Aufl., Wiesbaden.

Adams, Carol/Hill, Wan-Ying/Roberts, Clare B. (1998), Corporate Social Reporting Practices in Western Europe: Legitimizing Corporate Behaviour?, in: *The British Accounting Review*, Vol. 30, S. 1 - 21.

Alon, Ilan/Lattemann, Christoph/Fetscherin, Marc/Li, Shaomin/ Schneider, Anna-Maria (2010), Usage of public corporate communications of social responsibility in Brazil, Russia, India and China (BRIC), in: *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 5, No. 1, S. 6–22.

Baetge, Jörg/Hesse, Axel (2008), Best Practices bei SD-KPIs. Beispiele guter Berichterstattung zu „Sustainable Indicators“ (SD-KPIs) in Lageberichten 2006, New York City.

⁷⁴ Vgl. *Nienaber et al.* (2014).

Balmer, John M.T./Fukukawa, Kyoko/Gray, Edmund R. (2007), The nature and management of ethical corporate identity: a commentary on corporate identity, corporate social responsibility and ethics, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, No. 1, S. 7–15.

Bassen, Alexander/Jastram, Sarah/Meyer, Katrin (2005), Corporate Social Responsibility – Eine Begriffserläuterung, in: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Vol. 6, No. 2, S. 231 – 236.

Berthelot, Sylvie/Cormier, Denis/Magnan, Michel (2003), Environmental Disclosure Research: Review and Synthesis, in: *Journal of Accounting Literature*, Vol. 22, S. 1 – 44.

Bewley, Kathryn/Li, Yue (2000), Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: a voluntary disclosure perspective, in: *Advances in Environmental Accounting & Management*, Vol. 1, S. 201 – 226.

Borga, Francesca A./Citterio, Annalisa/Noci, Giuliano/Pizzurno, Emanuele (2009), Sustainability report in small enterprises: case studies in Italian furniture companies, in: *Business Strategy and the Environment*, Vol. 18, S. 162 – 176.

Bouten, Lies/Everaert, Patricia/van Liedekerke, Luc/Moor, Lieven de/Christiaens, Johan (2011), Corporate social responsibility reporting: A comprehensive picture?, in: *Accounting Forum*, Vol. 35, No. 3, S. 187 – 204.

Brundtland, Gro Harlem (1987), Volker Hauff [Hrsg.]: *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung*. Eggenkamp Verlag, Greven 1987.

Campbell, David/Craven, Barrie/Shrives, Philip (2003), Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 16, S. 558 – 581.

Cassell, Catherine/Symon, Gillian (2004), *Essential guide to qualitative methods in organizational research*, London u. a.

Clarkson, Peter M./Li, Yue/Richardson, Gordon D./Vasvari, Florin P. (2008), Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis, in: *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 33, No. 4, S. 303 – 327.

Deegan, Craig (2002), Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, S. 282 – 311.

Deegan, Craig/Gordon, Ben (1996), A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations, in: *Accounting and business research*, Vol. 26, No. 3, S. 187 – 199.

Deegan, Craig/Soltys, Sharon (2006), Social accounting research: An Australasian perspective, in: *Accounting Forum*, Vol. 31, S. 73 – 89.

Dowling, John/Pfeffer, Jeffrey (1975), Organisational Legitimacy: Social values and organizational behavior, in: *Pacific Sociological Review*, Vol. 18, S.122 - 136.

EnBW [Hrsg.] (2005), Ethik- und Nachhaltigkeitsbericht 2004 – Verantwortung übernehmen, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2006a), Unsere Verantwortung in Zahlen – Booklet 2005 zum Nachhaltigkeitsbericht 2005/2006, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2006b), Unsere Verantwortung – Nachhaltigkeitsbericht 2005/2006, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2007), Unsere Verantwortung in Zahlen – Booklet 2006 zum Nachhaltigkeitsbericht 2005/2006, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2008), Unsere Verantwortung in Zahlen – Booklet 2007 zum Nachhaltigkeitsbericht 2005/2006, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2009a), Booklet 2008 zum Nachhaltigkeitsbericht 2008/2009, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2009b), Nachhaltigkeitsbericht 2008/2009, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2010), Booklet 2009 zum Nachhaltigkeitsbericht 2008/2009, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2011), Nachhaltigkeitsbericht 2010 – Verantwortung, Innovation, Partnerschaft, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2012), Nachhaltigkeitsbericht 2011 – Das Prinzip Verantwortung, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2013), Bericht 2012 – Werte schaffen – gemeinsam und nachhaltig – Kurzfassung, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2014a), Bericht 2013, Energiewende. Sicher. Machen., 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW [Hrsg.] (2014b), Jahresabschluss des EnBW-Konzerns 2013, 1. Aufl., Karlsruhe.

EnBW (2014c), Standorte Fossile Energie der EnBW URL: <https://www.enbw.com/unternehmen/konzern/energieerzeugung/fossile-energie/standorte.html>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

EnBW (2014d), Kernkraft-Standorte der EnBW URL: <https://www.enbw.com/unternehmen/konzern/energieerzeugung/kernenergie/standorte.html>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

E.ON [Hrsg.] (2005), Gesellschaftliche Verantwortung 2004 - Energie, Effizienz, Engagement, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2006), Gesellschaftliche Verantwortung 2005 - Erfolgreich wirtschaften, verantwortlich handeln, 1. Aufl., Düsseldorf.

Kommunikation von ökologisch nachhaltiger
Unternehmensführung im Energieversorgungssektor

ZfU 1/2015, 54–97

E.ON [Hrsg.] (2007), *Gesellschaftliche Verantwortung 2006 – Changing Energy*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2008), *Gesellschaftliche Verantwortung 2007 – Teil des Problems oder Teil der Lösung? Den Herausforderungen des Energiesektors begegnen*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2009), *E.ON CR-Berichterstattung 2008*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2010), *E.ON CR-Bericht 2009*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2011), *E.ON CR-Bericht 2010*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2012), *E.ON Nachhaltigkeits-Bericht 2011*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2013), *E.ON Nachhaltigkeitsbericht 2012*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON (2014a), *E.On-Strategie*: URL: <http://www.eon.com/de/ueber-uns/strategie.html>, letzter Zugriff: 09.11.2014

E.ON (2014b), *E.On-Geschichte*: URL: <http://www.eon.com/de/ueber-uns/profil/geschichte.html>, letzter Zugriff: 09.11.2014

E.ON [Hrsg.] (2014c), *E.ON Nachhaltigkeitsbericht 2013*, 1. Aufl., Düsseldorf.

E.ON [Hrsg.] (2014d), *Geschäftsbericht 2013*, 1. Aufl., Düsseldorf.

Fifka, Matthias (2012), The development and state of research on social and environmental reporting in global comparison, in: *Journal für Betriebswirtschaft* Vol. 62, S. 45 – 84.

Gamerschlag, Ramin/Möller, Klaus/Verbeeten, Frank (2011), Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany, in: *Review of Managerial Science*, Vol. 5, No. 2–3, S. 233 – 262.

Gibson, Kathy/O'Donovan, Gary (2007), Corporate governance and environmental reporting: an Australian study, in: *Corporate Governance*, Vol. 15, S. 944 – 956.

Godemann, Jasmin/Herzig, Christian (2012), Das Internet als Medium der unternehmerischen Nachhaltigkeitskommunikation in Deutschland, in: *uwf – UmweltWirtschaftsForum*, Vol. 19, S. 237 – 243.

Gray, Rob/Owen, Dave/Maunders, Keith (1987), *Corporate social reporting: accounting and accountability*, Prentice-Hall, London.

Gray, Rob/Owen, Dave/Maunders, Keith (1988), Corporate Social Reporting: Emerging Trends in Accountability and the Social Contract, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 1, No. 1, S. 6 – 20.

Gray, Rob/Kouhy, Reza/Lavers, Simon (1995), Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8, No. 2, S. 47 – 77.

Gray, Rob (2002), The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society: Privileging Engagement, Imaginings, New Accountings and Pragmatism over Critique?, in: *Accounting Organizations and Society*, Vol. 27, No: 7, S. 687 - 707.

Grbac, Bruno/ Loncaric, Dina (2009), Ethics, social responsibility and business performance in a transition economy, in: *EuroMed Journal of Business*, Vol. 4, No. 2, S. 143-158.

GRI [Hrsg.] (2013a), G4 – Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung URL: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/German-G4-Part-One.pdf>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

GRI [Hrsg.] (2013b), G4 – Sector Disclosures – Electric Utilities URL: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G4-Electric-Utilities-Sector-Disclosures.pdf>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

Guthrie, James/Parker, Lee D. (1990), Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis, in: *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 3, S. 159 - 179.

Guthrie, James/Abeysekera, Indra (2006), Content analysis of social, environmental reporting: what is new?, in: *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 10, No. 2, S. 114 – 126.

Guthrie, James/Cuganesan, Suresh/Ward, Leanne (2007), Legitimacy Theory: A Story of Reporting Social and Environmental Matters within the Australian Food and Beverage Industry, Presented to the 5th Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting (APIRA) Conference, 8–10 July 2007, Auckland, New Zealand.

Guthrie, James/Cuganesan, Suresh/Ward, Leanne (2008), Industry specific social and environmental reporting: The Australian Food and Beverage Industry, in: *Accounting Forum*, Vol. 32, S. 1 – 15.

Hoffmann, Tim (2011), Unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung. Eine Analyse des GRI G3.1-Berichtsrahmens, EUL-Verlag, Köln.

Hughes, Susan B./Anderson, Allison/Golden, Sarah (2001), Corporate environmental disclosures: are they useful in determining environmental performance?, in: *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 20, S. 217 - 240.

Isenmann, Ralf/Bey, Christoph/Welter, Markus (2007), Online Reporting for Sustainability Issues, in: *Business Strategy and the Environment*, Vol. 16, S. 487 - 501.

Jahnel, Dietmar (2006), Abfallwirtschaftsrecht, in: *Bachmann, Susanne/Baumgartner, Gerhard/Feik, Rudolf/Giese, Karim J./Jahnel, Dietmar/Lienbacher, Georg* (Hrsg.), *Besonderes Verwaltungsrecht*, Wien, S. 265 - 276.

Jahnke, Alexander/Knauer, Thorsten/Wömpener, Andreas (2009), Umweltorientierte Unternehmensführung – hehre Zielsetzung ohne Rechenschaft?, in: *Zeitschrift für Umweltpolitik & Umweltrecht*, Vol. 32, S. 67 - 91.

Kilian, Thomas/Hennings, Nadine (2012), Unternehmerische Verantwortung zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Eine empirische Analyse der Kommunikation CSR-relevanter Aspekte in Geschäftsberichten der DAX-30-Unternehmen von 1998–2009, in: *uwf – UmweltWirtschaftsForum*, Vol. 19, S. 249 – 255.

Klein, Birte (1998), Umweltschutzverpflichtungen im Jahresabschluß – Umwelthaftungs-, Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz, 1. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden.

Kolk, Ans (2004), A decade of sustainability reporting: Developments and significance, in: *International Journal of Environment and Sustainable Development*, Vol. 3, S. 51 – 64.

Kolk, Ans (2008), Sustainability, accountability and corporate governance: exploring multinationals' reporting practices, in: *Business Strategy Environment*, Vol. 17, S. 1–15.

Kolk, Ans/Perego, Paolo (2010), Determinants of the adoption of sustainability assurance statements: an international investigation, in: *Business Strategy Environment*, Vol. 19, S. 182 – 198.

KPMG (2011), International survey of corporate responsibility reporting 2011, Amsterdam, URL: <http://www.kpmg.de/docs/Survey-corporate-responsibility-reporting-2011.pdf>, letzter Zugriff: 04.09.2012.

Krippendorff, Klaus (2004), Content Analysis - An Introduction to Its Methodology, 2. Aufl., Thousand Oaks et al.

Kuckartz, Udo (2010), Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten, 3. Aufl., Verlag für Sozialwissenschaften, Berlin.

Kuo, Lopin/Yeh, Chin-Chen/Yu, Hui-Cheng (2012), Disclosure of corporate social responsibility and environmental management: Evidence from China, in: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 19, No. 5, S. 273 – 287.

Laufer, William S. (2003), Social Accountability and Corporate Greenwashing, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 43, No. 3, S. 253 – 261.

Lee, Tanya M./Hutchinson, Paul D. (2005), The Decision to Disclose Environmental Information: A Research Review and Agenda, in: *Advances in Accounting*, Vol. 21, S. 83 – 111.

Li, Yue/Richardson, Gordon D./Thornton, Daniel B. (1997), Corporate disclosure of environmental liability information: theory and evidence, in: *Contemporary Accounting Research*, Vol. 14, No. 3, S. 435 – 474.

Lindblom, Cristi K. (1994), The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure, Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.

Mathews, Martin R. (1997), Twenty-five years of social and environmental accounting research: Is there a silver jubilee to celebrate?, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 10, S. 481 – 531.

- Mayring, Philipp (2010), *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*, 11. Aufl., Weinheim, Basel.
- Milne, Markus J./Adler, Ralph W. (1999), Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 12, No. 2, S. 237 – 256.
- Morhardt, J. Emil (2010), Corporate social responsibility and sustainability reporting on the Internet, in: *Business Strategy and Environment*, Vol. 19, S. 436 – 452.
- Neu, Dean/Warsame, Hussein/Pedwell, Kathryn (1998), Managing Public Impressions: Environmental Disclosures in Annual Reports, in: *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 23, No. 3, S. 265 – 282.
- Nienaber, Ann-Marie/Hofeditz, Marcel/Searle, Rosalind H. (2014), Do regulations play a significant role in the financial sector? Results of a meta-analysis, in: *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 32, No. 5, Special issue Building Trust in Financial Services, S. 367 – 407.
- Nienaber, Ann-Marie/Liesenkötter, Bernd/Adolphs, Cristian/Völker, Mario (2012), Green Leadership im DAX30 – aktueller Trend oder verbindliche Unternehmensführung?, in: *Zeitschrift Führung und Organisation*, Vol. 81, S. 86 – 90.
- Nielsen, Anne E./Thomsen, Christa (2009), Investigating CSR communication in SMEs: a case study among Danish middle managers, in: *Business Ethics: A European Review*, Vol. 18, No. 1, S. 83–93.
- O'Donovan, Gary (2002), Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, S. 344 – 371.
- Oberndorfer, Ulrich/Wagner, Marcus (2010), Die Rolle des Nachhaltigkeitsmanagements für den Börsenwert von Unternehmen: Eine ereignisstudiesbasierte Untersuchung der DAX-30, in: *Zeitschrift für Umweltpolitik & Umweltrecht*, Vol. 33, S. 341 – 363.
- Owen, David (2007), Chronicles of wasted time? A personal reflection on the current state of, and future prospects for, social and environmental accounting research, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 21, S. 240 – 267.
- Parguel, Béatrice/Florence Benoit-Moreau/Fabrice Larceneux (2011), How sustainability ratings might deter 'greenwashing': A closer look at ethical corporate communication, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 102, No. 1, S. 15 – 28.
- Parker, Lee D. (1986), Polemical Themes in Social Accounting: A Scenario for Standard Setting, in: *Advances in Public Interest Accounting*, Vol. 1, S. 67 – 93.
- Parker, Lee D. (2005), Social and environmental accountability research: A view from the commentary box, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 18, S. 842 – 860.
- Patten, Dennis M. (1991), Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure, in: *Journal of Accounting and Public Policy*, Vol. 10, S. 297 – 308.

Pfeiffer, Jörg (2005), Konzentration auf dem deutschen Strommarkt 1994 bis 2004, in: *Institut für Wirtschaftswissenschaft Universität Erlangen-Nürnberg* (Hrsg.), IWE Working Paper No. 2.

Prado-Lorenzo, Jose-Manuel/Gallego-Alvarez, Isabel/Garcia-Sanchez, Isabel M. (2009), Stakeholder engagement and corporate social responsibility reporting: the ownership structure effect, in: *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 16, S. 94 - 107.

Prencipe, Annalisa (2004), Proprietary costs and determinants of voluntary segment disclosure: evidence from Italian listed companies, in: *European Accounting Review*, Vol. 13, No. 2, S. 319 – 340.

Quick, Reiner/Knocinski, Martin (2006), Nachhaltigkeitsberichterstattung. Empirische Befunde zur Berichterstattungspraxis von HDAX-Unternehmen, in: *Zeitschrift für Betriebswirtschaft*, Vol. 76, S. 615 - 650.

Richardson, Alan J. (1987), Accounting as a Legitimizing Institution, in: *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 12, S. 341 - 355.

Richardson Alan J./Dowling, John B. (1986), An Integrative Theory of Organizational Legitimation, in: *Scandinavian Journal of Management Studies*, Vol. 3, No. 2, S. 91 - 109.

Rizk, Riham/Dixon, Robert/Woodhead, Anne (2008), Corporate social and environmental reporting: a survey of disclosure practices in Egypt, in: *Social Responsibility Journal*, Vol. 4, S.306 - 323.

RWE [Hrsg.] (2001), Umweltbericht 2000, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2002), Umweltbericht 2001, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2004), Unsere Verantwortung. Bericht 2003, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2006), Unsere Verantwortung. Bericht 2005, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2007), Unsere Verantwortung. Statusbericht 2006, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2008), Unsere Verantwortung. Bericht 2007, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2009), Vorweg gehen mit Verantwortung - Status 2008, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2010), Unsere Verantwortung. Bericht 2009 - Gutes bewegen für die Gesellschaft, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2011), Unsere Verantwortung. Bericht 2010 - Vorweg gehen heißt Herausforderung annehmen, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2012), Unsere Verantwortung. Bericht 2011 - Nachhaltig vorweg gehen, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2013), Unsere Verantwortung. Bericht 2012 - Die Energiewende nachhaltig gestalten, 1. Aufl., Essen.

RWE (2014a), Chronik des Konzern URL: <http://www.rwe.com/web/cms/de/8966/rwe/ueber-rwe/profil/geschichte/chronik/>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

RWE [Hrsg.] (2014b), Unsere Verantwortung. Bericht 2013 – Vertrauen verdienen, 1. Aufl., Essen.

RWE [Hrsg.] (2014c), Geschäftsbericht 2013, 1. Aufl., Essen.

Schaltegger, Stefan/Burritt, Roger L. (2006), Corporate sustainability accounting: a nightmare or a dream coming true?, in: *Business Strategy Environment*, Vol. 15, No. 5, S. 293 - 295.

Schewe, Gerhard/Nienaber, Ann-Marie/Buschmann, Ansgar/Liesenkötter, Bernd (2012), Alles nur Greenwashing? Wie glaubwürdig berichten Unternehmen über ihr Nachhaltigkeitsengagement?, in: *Zeitschrift für Umweltpolitik und Umweltrecht*, Vol. 35, S. 1 - 27.

Schneidewind, Uwe/Scheck, Hanna (2012), Zur Transformation des Energiesektors - ein Blick aus der Perspektive der Transition-Forschung, in: *Servatius, Hans-Gerd et al.* (Hrsg.), *Smart Energy*, Berlin, Heidelberg, S. 45 - 63.

Servatius, Hans-Gerd (2012), Wandel zu einem nachhaltigen Energiesystem mit neuen Geschäftsmodellen, in: *Servatius, Hans-Gerd et al.* (Hrsg.), *Smart Energy*, Berlin, Heidelberg, S. 3 - 43.

Suchman, Mark C. (1995), Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches, in: *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, S. 571 - 610.

Tagesson, Torbjörn/Blank, Veronica/Broberg, Pernilla/Collin, Sven-Olof (2009), What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations, in: *Corporate Social Responsibility Environmental Management*, Vol. 16, S. 352 - 364.

Trotman, Ken T./Bradley, Graham W. (1981), Associations Between Social Responsibility Disclosure and Characteristics of Companies, in: *Accounting, Organisations and Society*, Vol. 6, S. 355 - 362.

Umweltbundesamt (2009), Fakten zur Umwelt/Auszug aus Daten zur Umwelt, 1. Aufl., Dessau-Roßlau.

Unerman, Jeffrey (2000), Methodological issues-Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis, in: *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 13, No. 5, S. 667 - 681.

Vanhamme, Joëlle/Grobben, Bas (2009), Too good to be true! The effectiveness of CSR history in countering negative publicity, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 85, No. 2, S. 273-283.

Vattenfall [Hrsg.] (2005), Was uns bewegt - Umwelt 2005, 1. Aufl., Berlin.

Vattenfall [Hrsg.] (2008), Umwelt 2008 - Vattenfall in Deutschland - Was uns bewegt, 1. Aufl., Berlin.

Vattenfall [Hrsg.] (2013), Eine neue Energielandschaft - Geschäftsbericht 2012 inklusive Nachhaltigkeitsbericht, 1. Aufl., Stockholm.

Vattenfall (2014a), Vattenfall in Kurzform URL: <http://corporate.vattenfall.de/uber-uns/vattenfall-in-kurzform/>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

Vattenfall (2014b), Unternehmensgeschichte der Vattenfall Europe AG URL: <http://corporate.vattenfall.de/uber-uns/unternehmensgeschichte/>, letzter Zugriff: 09.11.2014.

Vattenfall [Hrsg.] (2014c), Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht 2013, 1. Aufl., Stockholm.

Verrecchia, Robert E. (1983), Discretionary disclosure, in: *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 5, S. 179 – 194.

Von Werder, Axel (2011), Neue Entwicklungen der Corporate Governance in Deutschland, in: *zfbf – Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, Vol. 63, S. 48 - 62.

Vuontisjärvi, Taru (2006), Corporate social reporting in the European context and human resource disclosure: an analysis of Finnish companies, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 69, No. 4, S. 331 - 354.

Weber, Robert Philip (1990), Basic content analysis, 49. Aufl., London.

Weber, Gabriel/Günther, Edeltraud/Nowack, Martin/Arndt, Stephanie (2009), Klima-berichterstattung: Offenlegung der Klimaleistung im Rahmen der Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Energie- und Zementbranche, in: *Wissenschaftliche Zeitschrift der Technischen Universität Dresden*, Vol. 58, S. 125 – 131.

Wiseman, Joanne (1982), An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports, in: *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 7, No. 1, S. 53 – 63.

Zeng, S. X./Xu, X. D./Dong, Z. Y./Tam, Vivian W. Y. (2010), Towards corporate environmental information disclosure: an empirical study in China, in: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 18, S. 1142 – 1148.

Abstract

The energy sector is one of the most important industries regarding the climate change and thus, of great interest for stakeholders and the wider society. Therefore, nowadays companies' sustainability reports are standard to show ecologically sustainable behaviour. But how do companies report their ecological engagement? Are we able to identify a transparent strategy or is „greenwashing“ a rather common practice? Based on the findings of the legitimacy theory, the voluntary disclosure theory and Lindblom's communication approaches, our study analyses the communication regarding sustainability of the main four companies in the energy sector in Germany: *E.ON*, *RWE*, *EnBW*, and *Vattenfall* over a time period of fourteen years. The study's longitudinal character allows to compare the different sustainability reports and to identify communication intran transparencies over time. We are able to show that almost all four companies' communication has to be improved since several kinds of intran transparency are prominent. Such intran transparencies reduce the companies' trust-worthiness and thus, should be avoided since a reduced or even broken trust-worthiness needs a long time and a huge amount of effort to be regained.