

# Umweltziele von Schweizer Unternehmen 2021

Analyse der Umweltziele von Schweizer Unternehmen basierend auf dem Focused Reporting Benchmark 2021



Im Auftrag des Bundesamtes  
für Umwelt (BAFU)  
Zürich, 16.3.2022

**engageability**  
engage and  
create opportunities

**n|w**

Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Wirtschaft

# Impressum

**Auftraggeber:**

Bundesamt für Umwelt (BAFU)

Abt. Ökonomie und Innovation

CH-3003 Bern

Das BAFU ist ein Amt des Eidg. Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK)

**Auftragnehmer:**

engageability

Rämistrasse 28

CH-8001 Zürich

**Autoren:**

Norina Furrer, Beraterin, engageability

Dr. Barbara Dubach, Geschäftsführerin und Gründerin, engageability

Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub, Dozent für nachhaltige Unternehmensführung, Fachhochschule Nordwestschweiz

Katharina Reblitz, Beraterin, engageability

Vanessa Scheungraber, Junior Beraterin, engageability

**Hinweis:**

Diese Publikation wurde im Auftrag des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) verfasst.

Für den Inhalt sind allein die Auftragnehmer verantwortlich.

**Begleitung BAFU:**

Susanna Fieber (Projektleitung)

Josef Känzig

Nicolas Schmidt

**Design:**

red Gráfica, Zürich und Palma

**Fotos:**

Shutterstock

**Copyright:**

engageability 2022

**Weitere Informationen:**

[www.focusedreporting.ch](http://www.focusedreporting.ch)

**Erscheinungsdatum:**

16.3.2022

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</b>	<b>4</b>	<b>6. Diskussion, Schlussfolgerung und Empfehlungen</b>	<b>32</b>
<b>Best-Practice-Verzeichnis</b>			
<b>1. Vorwort</b>	<b>6</b>	<b>Anhang 1 – Einbettung und Methodik</b>	<b>35</b>
<b>2. Die wichtigsten Resultate auf einen Blick</b>	<b>8</b>	a. Einbettung dieser Studie	36
<b>3. Ausgangslage, erwartete Erkenntnisse und Vorgehen</b>	<b>10</b>	b. Abgrenzung zu vorherigen Analysen	36
a. Ausgangslage	10	c. Hintergrund und Entwicklung des Focused Reporting Benchmarkings	38
b. Erwartete Erkenntnisse und Inhalte der Studie	10	d. Angewendete Methode	38
<b>4. Methodik</b>	<b>11</b>	<b>Anhang 2 – Unternehmen des Focused Reporting Benchmarking</b>	<b>39</b>
<b>5. Ergebnisse</b>	<b>14</b>	<b>Anhang 3 – Sektoren des Focused Reporting Benchmarking</b>	<b>41</b>
a. Allgemeine Ergebnisse	14	<b>Anhang 4 – Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>41</b>
b. SMARTness und Wirkungsorientierung	16		
c. Deep-Dive: Themenspezifische Ziele	18		
d. Zielsetzung zu den Hotspots in der Wertschöpfungskette	26		

# Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

## Best-Practice-Verzeichnis

### Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	<b>Anzahl Unternehmen pro Sektor im Focused Reporting Benchmarking 2021</b>	11
Abb. 2	<b>Das “Hochzeitstorten-Modell”</b>	12
Abb. 3	<b>Verteilung der Gesamtbewertung in 2021 versus 2019</b>	14
Abb. 4	<b>Berichterstattung gemäss internationaler Rahmenbedingungen und ESG Reporting Frameworks</b>	14
Abb. 5	<b>Durchschnittliche Zielebewertung der Unternehmen je nach Performancekategorie</b>	15
Abb. 6	<b>Prozentuale Verteilung der Unternehmen nach Art der Zielsetzungen</b>	16
Abb. 7	<b>Aufteilung der verwendeten Zielorientierung je Sektor im Focused Reporting Benchmarking 2021</b>	16
Abb. 8	<b>Erfüllungsgrad ausgewählter SMART-Kriterien aller untersuchten Unternehmen im Focused Reporting Benchmarking 2021</b>	17
Abb. 9	<b>Anteil Unternehmen, die sich Ziele zu den jeweiligen SDGs setzen, sowie Anteil der Unternehmen, die sich qualitative, SMARTe und wirkungsorientierte Ziele setzen</b>	18
Abb. 10	<b>Anteil Unternehmen pro Sektor mit Zielsetzung zu SDG 13 “Massnahmen zum Klimaschutz” Themen</b>	20
Abb. 11	<b>Anteil Unternehmen pro Sektor mit Zielsetzung zu SDG 12 “Nachhaltiger Konsum und Produktion” Themen</b>	23
Abb. 12	<b>Anteil Unternehmen pro Sektor mit Zielsetzung zu SDG 9 “Industrie, Innovation und Infrastruktur” Themen</b>	24
Abb. 13	<b>Themen der Innovationszielsetzung (SDG 9 Industrie, Innovation, Infrastruktur) nach Häufigkeit</b>	24
Abb. 14	<b>Häufigkeit der Berichterstattung zu Umweltthemen in der Wertschöpfungskette durch Unternehmen im Focused Reporting Benchmarking 2021</b>	26
Abb. 15	<b>Häufigkeit der Zielsetzung zu Umweltthemen in der Wertschöpfungskette durch Unternehmen im Focused Reporting Benchmark 2021 (nicht auf Hotspots beschränkt)</b>	27
Abb. 16	<b>Häufigk. der Berichterstattung und Zielsetzung zu Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette</b>	27
Abb. 17	<b>Häufigkeit der Berichterstattung und Zielsetzung sowie Art der Zielsetzung zu Biodiversität entlang der Wertschöpfungskette</b>	29
Abb. 18	<b>Fussabdruck in der Wertschöpfungskette pro Umweltbereich</b>	30
Abb. 19	<b>Hotspotanalyse der Rohstoffgewinnung für den Lebensmittelhandel</b>	31
Abb. A 1	<b>Konsultiertes Expertengremium im Focused Reporting Benchmarking 2021</b>	37
Abb. A 2	<b>Methode der Focused Reporting Analyse</b>	38

### Tabellenverzeichnis

Tab. 1	<b>SMART-Kriterien.</b>	13
Tab. 2	<b>Anteil der Unternehmen, die sich Ziele zu den jeweiligen SDGs setzen</b>	19
Tab. 3	<b>Anzahl der Unternehmen, die sich wissenschaftsbasierte (SBTi verifizierte) Ziele gesetzt haben</b>	21
Tab. 4	<b>Anzahl der Unternehmen, die nicht bei SBTi registriert sind und CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele haben</b>	21
Tab. 5	<b>Schweizer Unternehmen und ihre Ziele zur 1.5°C Business Ambition der Science-based Target Initiative</b>	22
Tab. A 1	<b>Liste der Unternehmen des Focused Reporting Benchmarking 2021</b>	39

### Best-Practice-Verzeichnis

Best Practice Beispiel 1: <b>Incentivierung des Erreichens von Nachhaltigkeitszielen</b>	17
Best Practice Beispiel 2: <b>Ambitionierte Zielsetzung für SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion</b>	23
Best Practice Beispiel 3: <b>Ambitionierte Zielsetzung für SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur</b>	25
Best Practice Beispiel 4: <b>Berichterstattung zu Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette</b>	28
Best Practice Beispiel 5: <b>Berichterstattung zu Biodiversität in der Wertschöpfungskette</b>	29



# 1. Vorwort

Als sich vor rund 20 Jahren ein Forschungsteam unter meiner Leitung an die Erarbeitung der ersten Studie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung Schweizer Unternehmen machte, stand die Frage im Fokus, wie weit sich diese damals noch recht junge Form der Unternehmensberichterstattung zehn Jahre nach dem globalen Umweltgipfel in Rio entwickelt hatte. Von den damals 76 untersuchten Berichterstattenden hatten gerade einmal sieben einen Nachhaltigkeitsbericht im engeren Sinne vorgelegt; der "Klassiker" des nicht-finanziellen Berichterstattens war damals noch der Umweltbericht. Über die Zeit, in der wir unsere Untersuchung anschliessend jährlich durchführten, bildete eine Beobachtung einen roten Faden: Es mangelte den meisten Berichten an eindeutigen, klar formulierten und – auch in einem Branchenvergleich – messbaren Zielen.

Umso erfreuter waren wir, als das BAFU 2016 eine Studie ausschrieb, in der eben jenen konkreten und messbaren Zielen in der Unternehmensberichterstattung nachgespürt werden sollte. So durfte ich mich im Team mit Kollegen vom Center for Corporate Responsibility der ZHAW unter der damaligen Leitung von Herbert Winistörfer einige Wochen lang mit rauchenden Köpfen über die Berichte der Unternehmen beugen – und erfreut feststellen, dass sich hinsichtlich messbarer Ziele durchaus etwas getan hatte. Noch nicht genug, doch immerhin. Als ein Jahr später das Team von engageability damit begann, die Berichterstattung Schweizer Unternehmen mit Hilfe der "Focused Reporting" Benchmarking Analyse zu untersuchen, führte es damit die "alte" Art der Berichterstattungsanalyse hinüber in eine neue Zeit, in der es immer mehr darum ging festzustellen, ob in den schönen und eloquent formulierten Berichten auch wirklich darüber Rechenschaft abgelegt wird, was sich ein Unternehmen an Zielen selbst gesetzt hat. So lag es nahe, bei der aktuellen Analyse 2021 den Focus auf die Ziele der Unternehmen zu richten und damit zugleich eine Aktualisierung unserer Studie von vor fünf Jahren zu leisten. Es freut mich sehr, dass dies so überzeugend gelungen ist und es bleibt nur noch ein Wunsch: dass diese Analyse künftig alle zwei Jahre wiederholt werden möge. Denn nur dann erhält die Politik die notwendigen Daten, aus denen sie ablesen kann, ob Schweizer Unternehmen einen von ihnen zu erwartenden, ausreichenden Beitrag leisten zu den Bemühungen der Schweiz um eine Bewältigung der globalen ökologischen Herausforderungen.



**Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub,**  
Dozent für nachhaltige  
Unternehmensführung,  
Fachhochschule  
Nordwestschweiz

«Es freut mich sehr, dass die aktuellen Analyse 2021 so überzeugend gelungen ist und es bleibt nur noch ein Wunsch: dass diese Analyse künftig alle zwei Jahre wiederholt werden möge.»

Claus-Heinrich Daub

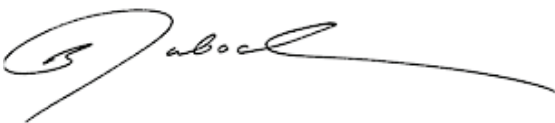
Seit 2015 analysieren wir Nachhaltigkeits- und Jahresberichte von Schweizer Unternehmen anhand der 'Reporting Matters' Methode des World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Um eine transparente Berichterstattung über die wesentlichen Themen und Herausforderungen weiter zu fördern, wurde die Methode über die Jahre erweitert und mit einer Analyse der Wirkungsorientierung der Nachhaltigkeitsziele ergänzt. Der Festlegung von Nachhaltigkeitszielen kommt im Rahmen der Transformation zu einer zukunftsfähigen Wirtschaft eine zentrale Rolle zu. Während die Nachhaltigkeitsberichterstattung die Transparenz und Glaubwürdigkeit der unternehmerischen Tätigkeiten unterstützt, ermöglichen die Umsetzung von ambitionierte und wirkungsorientierte Ziele eine tatsächliche positive Wirkung des Unternehmens auf die Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft.

Unternehmen sind gefordert ambitionierte und langfristige Ziele zu setzen, damit sie nicht nur ihren Fussabdruck reduzieren, sondern diesen verbessern. Bei der Festlegung der Ziele muss darauf geachtet werden, dass sich Unternehmen nicht nur an den Risiken und Chancen der eigenen Geschäftstätigkeit orientieren, sondern auch die gesamte Wertschöpfungskette – also Zulieferer wie auch Kunden oder Konsumenten – in Betracht ziehen. Wichtig ist auch die Erwartungen der Stakeholder, die sogenannte Outside-in Perspektive zu berücksichtigen. So erwarten beispielsweise Investoren, dass Unternehmen ihre Klimaziele offenlegen und wissenschaftsbasierte Ziele setzen. Je nach Unternehmenstätigkeit sind die Emissionen in der Lieferkette (Scope 3) besonders relevant.

Damit die Umsetzung der Ziele sichergestellt werden kann, müssen sie von der Geschäftsleitung wie auch vom Verwaltungsrat verabschiedet werden, ein integraler Bestandteil der Anreizsysteme sein wie auch von soliden Umsetzungsplänen begleitet werden. Nicht zu vernachlässigen ist auch die transparente Berichterstattung über die Zielerreichung. Im Rahmen dieser Studie legen wir offen inwieweit die analysierten Schweizer Unternehmen diese Kriterien erfüllen und wo noch Handlungsbedarf beziehungsweise Verbesserungspotential besteht.

«Unternehmen sind gefordert ambitionierte und langfristige Ziele zu setzen, damit sie ihren Fussabdruck verbessern. Bei der Festlegung der Ziele muss darauf geachtet werden, dass sie sich nicht nur an den Risiken und Chancen der eigenen Geschäftstätigkeit orientieren, sondern auch die gesamte Wertschöpfungskette in Betracht ziehen.»

Barbara Dubach



**Dr. Barbara Dubach,**  
Geschäftsführerin und Gründerin  
engageability – ein Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit und Stakeholder Engagement

## 2. Die wichtigsten Resultate auf einen Blick

Im Rahmen des Focused Reporting Benchmarking 2021 wurde die Unternehmens- und Nachhaltigkeitsberichterstattung von über 150 Unternehmen analysiert.

Seit der ersten Analyse 2017 hat sich die Berichterstattung in der Schweiz kontinuierlich verbessert. Die für Unternehmen wichtigsten Erkenntnisse werden im Folgenden zusammengefasst:

### SDGs und GRI sind die am meisten verwendeten Rahmenwerke und Berichterstattungsstandards

Auf internationaler Ebene wird eine Harmonisierung der Vielzahl von internationalen Standards und Rahmenwerke zur Nachhaltigkeitsberichterstattung angestrebt. Im Rahmen des Focused Reporting Benchmarking 2021 konnte festgestellt werden, dass eine Mehrheit der Unternehmen sich an die Global Reporting Initiative (GRI) (75%) und die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs) (66%) anlehnen. Interessant zu vermerken ist auch, dass das Interesse an der Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD) um 25% und am Sustainability Accounting Standards Board (SASB) um 15% gestiegen ist.

### Stakeholder Engagement und Wesentlichkeitsanalyse als wichtige Voraussetzungen für ambitionierte, wirkungsorientierte Nachhaltigkeitsziele und gute Berichterstattung

Sowohl der Einbezug der Stakeholder als auch die Analyse der wesentlichen Themen sind relevante Bestandteile für ambitionierte, wirkungsorientierte Ziele sowie gute Nachhaltigkeitsberichterstattung. 79% der analysierten Unternehmen führen Wesentlichkeitsanalysen durch, wobei bei 10% nicht klar ist, wie die wesentlichen Themen identifiziert wurden. Im Rahmen der Analyse konnte gezeigt werden, dass Unternehmen mit besserem Wesentlichkeitsprozess eindeutig besser zum Thema Nachhaltigkeit berichten. In Anbetracht neuer Regulierungen (z.B. die neue EU Corporate Sustain-

ability Reporting Directive) wie auch Anforderungen von TCFD sind Unternehmen gefordert in Zukunft den Grundsatz der doppelten Wesentlichkeit zu verfolgen. Das heisst, die Auswirkungen, die beispielsweise der Klimawandel auf das Unternehmen hat wie auch in welcher Weise das Unternehmen auf das Klima einwirkt, sind zu analysieren.

Wichtig ist auch, inwieweit Stakeholder in diesen Prozess einbezogen werden. 53% der Unternehmen haben ein gutes bis sehr gutes Stakeholder Engagement. Im Sinne des Stakeholder Kapitalismus<sup>1</sup> ist es wichtig, die Stakeholder zu konsultieren wie auch Kooperationen und Partnerschaften in der Wertschöpfungskette einzugehen. Hier besteht noch Potential bei den Schweizer Unternehmen: 10% führen regelmässig Stakeholder Panels oder Workshops durch und 38% berichten über Partnerschaften.

### SMARTe und wirkungsorientierte Zielsetzungen treiben den Wandel zu zukunftsfähigen Unternehmen an

SMARTe und wirkungsorientierte Zielsetzungen werden benötigt, um eine nachhaltige Wirtschaft innerhalb der planetaren Belastbarkeitsgrenzen zu ermöglichen und die Klimaziele zu erreichen. Die gute Nachricht ist, dass 90% der analysierten Unternehmen mindestens ein Nachhaltigkeitsziel oder Commitment zu Nachhaltigkeit veröffentlichten und 77% der Unternehmen ein Ziel im Klimabereich formuliert haben. Die Analyse zeigt jedoch auch, dass nur 25% der gesetzten Ziele SMART<sup>2</sup> und impactorientiert sind.

Im Rahmen der Analyse konnte gezeigt werden, dass Unternehmen mit SMARTer und wirkungsorientierter Zielsetzung besser zum Thema Nachhaltigkeit berichteten. Das einhergehende Nachhaltigkeits-Commitment und die Wahrung der Glaubwürdigkeit können den Wandel zu einem zukunftsfähigen Unternehmen weiter vorantreiben. Empfohlen wird deshalb das Setzen von SMARTen, wirkungsorientierten wie auch ambitionierten Zielen wie dies beispielsweise von der Science Based Targets initiative (SBTi) verlangt wird.

<sup>1</sup> Stakeholder Kapitalismus als neue Wirtschaftsform, in der Unternehmen eine gesamtgesellschaftliche Verantwortung tragen

<sup>2</sup> SMART- Kriterien: Specific (Spezifisch) – Measurable (Messbar) – Achievable (Erreichbar) – Relevant (Angemessen) – Time-bound (Terminiert)



### Ziele setzen bei den wichtigsten Verantwortungs- und Einflussbereichen

Neben der Auswahl von Fokusthemen und entsprechenden Umweltzielen ist es für Unternehmen entscheidend da anzusetzen, wo die Wirkung der jeweiligen Massnahmen am grössten ist. Oft ist dies nicht die eigene Geschäftstätigkeit selbst, sondern in der Wertschöpfungskette. Die Focused Reporting Benchmarking Analyse 2021 zeigt, dass Unternehmen sich sowohl in ihrer Berichterstattung als auch bei der Zielsetzung weitgehend auf das eigene Unternehmen konzentrieren und die Möglichkeiten von grösserer positiver Wirkung bei der Rohstoffgewinnung, den vorgelagerten oder direkten Zulieferern nicht wahrnehmen. Eine branchenspezifische Orientierung der grössten Umwelthotspots in der Wertschöpfungskette bietet der 2020 publizierte Umweltatlas des BAFU.

### Bedarf an Incentivierung und Massnahmenplänen zur Zielerreichung

Für die glaubwürdige Umsetzung der Ziele ist die Verknüpfung der Vergütung bzw. Incentivierung von Vorstand und Führungskräften wie auch Massnahmenpläne zur Umsetzung der Ziele von Bedeutung. Hier wurde im Rahmen der Analyse festgestellt, dass lediglich 16 (10.6%) der 151 Unternehmen die Ziele mit den Anreizsystemen verknüpfen. Zudem haben nur ein knappes Drittel (32%) der Unternehmen auch einen Umsetzungs- oder Massnahmenplan zur Zielerreichung offengelegt.

### Leading Practice Beispiele

Während Standards und Richtlinien, sowie Konzepte und Kriterien wertvolle Inputs für die Umweltzielsetzung liefern können, sind es oft Beispiele aus der Praxis, welche Unternehmen in der Ausarbeitung und Formulierung von Umweltzielen am meisten voranbringen. Im Rahmen des Focused Reporting Benchmarkings 2021 wurden solche vorbildlichen Praxisbeispiele gesammelt und nach Sektor und/oder Themengebiet sortiert. Ein Teil dieser Beispiele sind in diesem Bericht zu finden, weitere werden auf der Focused Reporting Webseite zur Verfügung gestellt.



# 3. Ausgangslage, erwartete Erkenntnisse und Vorgehen

## a. Ausgangslage

Aktuell steht die Menschheit vor noch nie dagewesenen Herausforderungen in Form einer Klima- und Umweltkrise, einer wachsenden sozialen Ungleichheit, einer globalen Pandemie sowie neuen geopolitischen Spannungen. Die notwendigen weltweiten Fortschritte bei der Bewältigung ersterer Krisen treten aufgrund letzterer derzeit in den Hintergrund<sup>3</sup>, weshalb eine Verlangsamung des Prozesses mit all den damit verbundenen Konsequenzen, wie einer rascheren Erreichung gefährlicher Kipppunkte<sup>4</sup>, droht. Experteneinschätzungen zum COP26 Klimagipfel in Glasgow<sup>5</sup> gestehen zwar ein, dass wichtige Fortschritte in Bezug auf die Klimakrise gemacht wurden, konstatieren jedoch, dass diese nicht ausreichen, um irreversible Konsequenzen für diesen Planeten und die Menschheit zu verhindern. Politische Vorstösse und unterstützende Konzepte zur gemeinsamen Bewältigung der genannten Herausforderungen wurden beispielsweise in Form der Agenda 2030 und dem Pariser Klimaabkommen auf politischer Ebene oder auch dem wissenschaftlichen Konzept der planetaren Belastbarkeitsgrenzen formuliert<sup>6</sup>. Alle beinhalten die Notwendigkeit der Beteiligung aller Akteure, seien es Staaten, Unternehmen oder Individuen. Der Wirtschaft und somit Unternehmen kommt eine zentrale Rolle in der Bewältigung der globalen Herausforderungen zu. Mit der Herstellung und Bereitstellung von Produkten und Dienstleistungen generieren Unternehmen nicht nur einen Mehrwert, sondern belasten die Umwelt durch den Verbrauch von Energie und Rohstoffen. Unternehmen sind gefordert Verantwortung für die Auswirkungen ihrer Tätigkeiten, sowohl im eigenen Betrieb als auch für ihre Wertschöpfungsketten zu übernehmen. Damit der Beitrag von Unternehmen zur Erreichung der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung eingeschätzt werden kann, ist die Formulierung und konsequente Umsetzung SMARTer und wirkungsorientierter Unternehmenszielsetzungen unabdingbar. Nur klar formulierte Ziele liefern eine hinreichende Grundlage zur Messung und Bewertung eines konkreten Beitrags.

Die Unternehmens- und Nachhaltigkeitsberichterstattung ermöglicht es Unternehmen ihre Beiträge zu den Herausforderungen darzulegen und ihre strategischen Ziele und Verpflichtungen zu kommunizieren. Durch regulatorische Vorgaben, Investorenerwartungen wie auch Kunden-

bedürfnisse werden immer mehr Unternehmen zu einer transparenten und glaubwürdigen Berichterstattung angegert. Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden anhand von öffentlich zugänglichen Unternehmens- und Nachhaltigkeitsberichten die Ziele und Verpflichtungen im Bereich Umwelt und Klima von über 150 Schweizer Unternehmen analysiert. Die Unternehmensberichterstattung liefert entscheidungsrelevante Informationen sowohl über die Ambitionen der Unternehmen als auch darüber, welche Fortschritte bereits erzielt wurden oder noch vorgesehen sind, um den Übergang zu einer nachhaltigen und regenerativen Wirtschaft voranzutreiben. Sie bilden mithin eine gute Grundlage für interne wie auch externe Anspruchsgruppen (Stakeholder), um die Nachhaltigkeitsambitionen und -leistungen von Unternehmen zu beurteilen.

## b. Erwartete Erkenntnisse und Inhalte der Studie

Das Focused Reporting Benchmarking untersucht in der Nachhaltigkeitsberichterstattung generelle Trends, identifiziert Risiken und Chancen und formuliert entsprechend Empfehlungen. Der Fokus dieses Berichts liegt auf den Nachhaltigkeits- und Umweltzielen der analysierten Unternehmen und wie SMART sowie wirkungsorientiert diese sind. Zusätzlich wurde untersucht, ob es Korrelationen zwischen vorbildlicher Zielsetzung und der Gesamtbewertung der Nachhaltigkeitsberichte gibt.

Weiter soll aufgezeigt werden, welche Umweltstandards und Initiativen wie zum Beispiel die Science Based Targets initiative (SBTi) von Unternehmen umgesetzt werden und wo Potenzial besteht. Zusätzlich soll analysiert werden, inwiefern die Zielsetzung des Samples mit regulatorischen und modellbasierten Vorgaben (zum Beispiel durch Planetare Grenzen) vereinbar ist und welche Schritte notwendig sind, um diese zu erfüllen. Zudem wird auf die Zielsetzung und Berichterstattung in der Wertschöpfungskette eingegangen sowie Leading Practice Beispiele aufgezeigt. Nach der Präsentation der Ergebnisse werden diese diskutiert, Schlussfolgerungen gezogen und Empfehlungen abgegeben.

<sup>3</sup> z.B. Coronavirus and Climate Change – C-CHANGE | Harvard T.H. Chan School of Public Health

<sup>4</sup> <https://www.nature.com/articles/d41586-019-03595-0>

<sup>5</sup> z.B. <https://www.wri.org/insights/cop26-key-outcomes-un-climate-talks-glasgow>

<sup>6</sup> <http://www.ecologyandsociety.org/vol14/iss2/art32/>

## 4. Methodik

Details zur Einbettung der Studie, zu Hintergrund und Entwicklung des Focused Reporting Benchmarkings sowie der verwendeten Methodik finden sich im [Anhang 1 – Einbettung und Methodik](#). Im Folgenden wird der Untersuchungsgegenstand 2021 kurz erläutert.

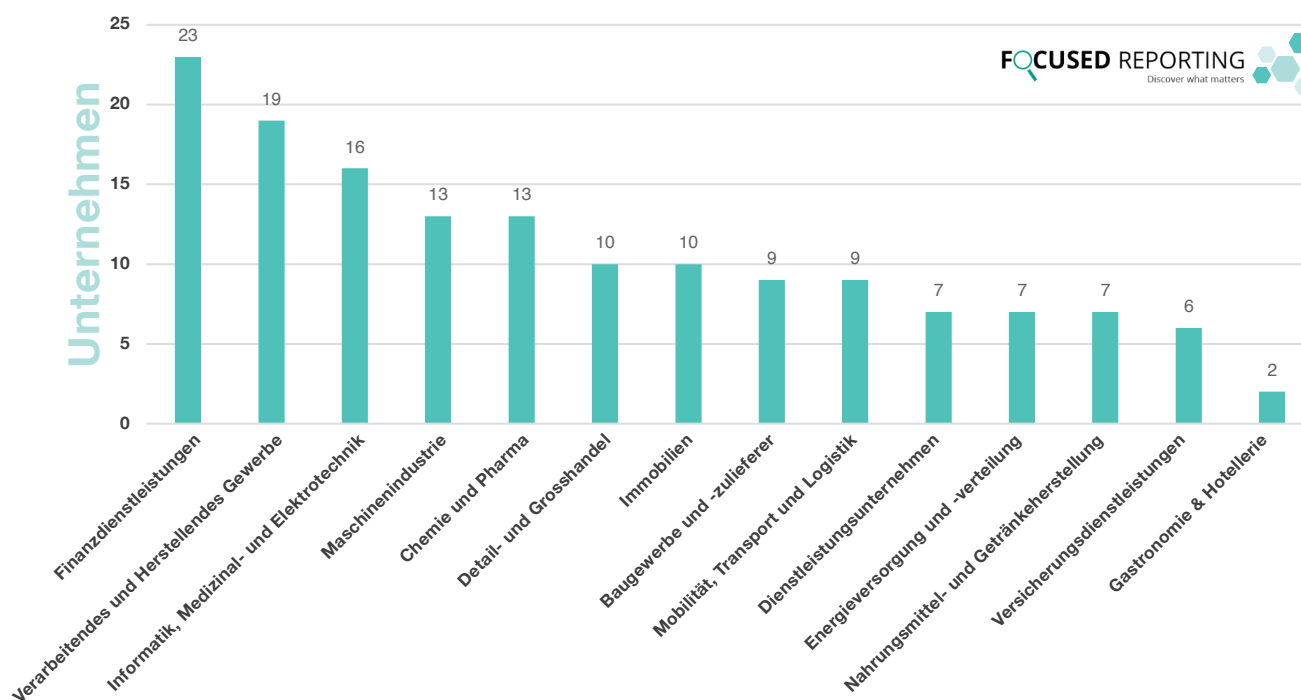
Für die Unternehmensauswahl des Focused Reporting Benchmarking 2021 wurden verschiedene Kriterien mit einbezogen. Unter anderem wurde vorausgesetzt, dass Nachhaltigkeitsinformationen in Form eines Berichts bis Anfang August 2021 öffentlich publiziert wurden. Insgesamt konnten 151 Schweizer Unternehmen in die Analyse inkludiert werden, wovon ein Grossteil bereits in vorhergehenden Analysen untersucht wurde. Alle untersuchten Unternehmen wurden per E-Mail über die Analyse informiert und hatten die Möglichkeit, nicht in die Stichprobe aufgenommen zu werden, was jedoch von keinem der angefragten Unternehmen beantragt wurde.

Von den insgesamt 151 Unternehmen, sind 140 Grossunternehmen (> 250 Mitarbeitende) und 11 KMU. Zusammengenommen haben diese Unternehmen mehr als

3 Millionen Mitarbeitende, was einen relevanten Teil der ungefähr 5.1 Millionen Erwerbstätigen in der Schweiz in 2020 ausmacht<sup>7</sup>. Alle untersuchten Unternehmen haben entweder ihren Hauptsitz in der Schweiz oder publizieren einen Nachhaltigkeitsbericht für ihre Schweizer Niederlassung. Bei der Auswahl der Unternehmen wurde festgestellt, dass 128 der 213 an der SIX Swiss Exchange kotierten Unternehmen Nachhaltigkeitsinformationen offenlegen (Datum Prüfung: 27.7.2021). Dies entspricht 60.1%. In Anbetracht der regulatorischen Berichterstattungspflicht dieser Unternehmen ab Berichtsjahr 2023 ist dies eine überraschend tiefe Zahl. 112 davon wurden in der Analyse berücksichtigt.

Die Unternehmen wurden fünfzehn Branchen<sup>8</sup> (siehe [Anhang 3 – Sektoren des Focused Reporting Benchmarking](#)) zugeordnet. Der Sektor mit den meisten Unternehmen ist der Finanzdienstleistungssektor, derjenige mit der geringsten Anzahl an Unternehmen die Gastronomie und Hotellerie (siehe Abbildung 1). Diese Kategorisierung der Unternehmen wurde sowohl für die Auswertung der Berichterstattung als auch der Zielsetzungen verwendet.

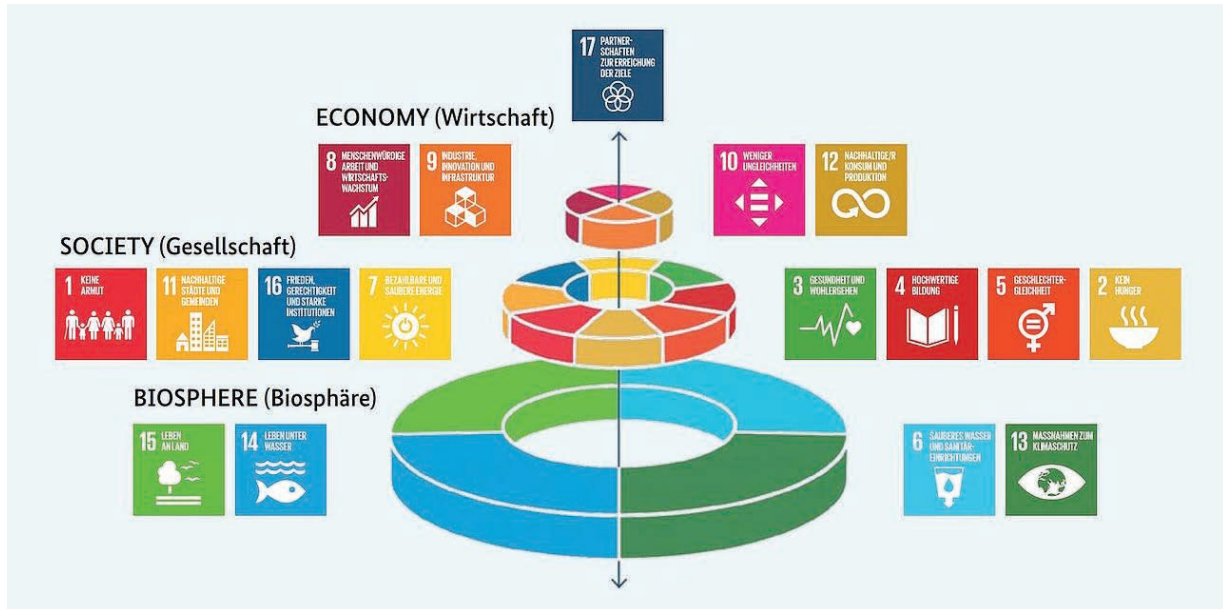
Abb. 1 Anzahl Unternehmen pro Sektor im Focused Reporting Benchmarking 2021



<sup>7</sup> <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/industrie-dienstleistungen/unternehmen-beschaefigte/beschaefigungsstatistik/beschaefigte.html>

<sup>8</sup> Die Brancheneinteilung des Focused Reporting Benchmarkings wurde in Anlehnung an die von öbu definierten Branchen vorgenommen.

Abb. 2 Das "Hochzeitstorten-Modell"



©Azote Images for Stockholm Resilience Centre, Stockholm University

Die untersuchten Umweltthemen wurden den folgenden Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) zugeordnet: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen (SDG 6), Bezahlbare und saubere Energie (SDG 7), Industrie, Innovation und Infrastruktur (SDG 9), Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11), Nachhaltige/r Konsum und Produktion (SDG 12), Massnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Leben unter Wasser (SDG 14) und Leben an Land (SDG 15)<sup>9</sup>. Die SDGs wurden im Rahmen dieser Arbeit vor allem deshalb berücksichtigt, weil sie als weit verbreitetes und einfach verständliches Konzept zur Kategorisierung von Themen auch von Unternehmen aufgegriffen und in deren Berichterstattung referenziert werden. Konzeptionell liegt der Fokus dieser Studie jedoch auf dem wissenschaftlichen Modell der planetaren Belastbarkeitsgrenzen<sup>10</sup>. Zur Verknüpfung dieser zwei Konstrukte wird auf das "Hochzeitstorten-Modell" (siehe Abbildung 2) von Carl Folke, Johan Rockström und anderen Forschern verwiesen. Ausgangspunkt des

Modells ist die Tatsache, dass Wirtschaftssysteme und Gesellschaften in die Biosphäre eingebettet und daher vom Erhalt der Biosphäre abhängig sind. Das Modell ist eine Abkehr vom sektoriellen Ansatz, in dem die soziale, wirtschaftliche und ökologische Entwicklung getrennt betrachtet werden. Es nimmt stattdessen die Wirtschaft als integrativen Teil unserer Gesellschaft in den Blick, der sich ausschliesslich innerhalb der planetaren Grenzen entwickeln darf<sup>11</sup>.

Basis dieser Darstellung sind vier, gemäss Modell, nicht verhandelbare planetare Grenzen, nämlich: Trinkwasser, Klima, Biodiversität und Meere. Die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler messen damit den SDGs 6, 13, 14 und 15 eine grundlegende Bedeutung zu. Neben diesen Zielen wurden weitere stark mit Umweltthemen verknüpfte Ziele in diesem Bericht untersucht (SDG 7, 9, 11, 12).

<sup>9</sup> Rajagopalan, R. D., et al. Understanding the SDGs in sustainable investing. Berenberg, 2018, [www.berenberg.de/en/institutional-clients/asset-management/sustainable-investing/esg-publications/](http://www.berenberg.de/en/institutional-clients/asset-management/sustainable-investing/esg-publications/)

<sup>10</sup> <https://stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>

<sup>11</sup> <https://www.bmu.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/nachhaltigkeit/integriertes-umweltprogramm-2030/planetare-belastbarkeitsgrenzen>

Tab. 1 SMART-Kriterien

Kriterium	Beschreibung
<b>Specific (Relevant)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Systematische Wesentlichkeitsüberlegungen bzw. Wesentlichkeitsmatrix vorhanden</li> <li>• Orientierung des Umweltthemas an Wesentlichkeitsüberlegungen/-matrix</li> </ul>
<b>Measurable (Messbar)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quantifizierte Ziele, absolut oder relativ, vorgegeben</li> <li>• Basis- bzw. Bezugswert vorhanden</li> </ul>
<b>Achievable (Erreichbar)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relevanter Massnahmen- oder Umsetzungsplan vorhanden</li> <li>• Rechenschaftspflichtig</li> </ul>
<b>Relevant (Angemessen)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trend der Leistungsentwicklung zum Umweltthema aus vergangenen Perioden erkennbar und Ziel im Bereich dessen, was Fortschreitung des Trends erwarten lässt<sup>12</sup></li> </ul>
<b>Time-bound (Terminiert)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klarer Zeitpunkt zur Zielerreichung definiert</li> <li>• Unterscheidung zwischen kurz-, mittel- und langfristigen Zielen (kurzfristige Ziele: 1-2 Jahre, mittelfristige Ziele: 2-5 Jahre, langfristige Ziele: mehr als 5 Jahre)</li> </ul>

Die Zielsetzung wurde zum einen daraufhin untersucht, ob die SMART-Kriterien erfüllt sind und zum anderen, ob die Ziele wirkungsorientiert formuliert wurden. Bezüglich SMARTness der angeführten Ziele wird nach den fünf in der Abkürzung enthaltenen Kriterien "spezifisch", "messbar", "erreichbar", "angemessen" und "zeitlich gebunden" unterschieden (siehe Tabelle 1).

Wirkungsorientierte Ziele sind definiert als solche, die bei Input-Output-Outcome-Impact<sup>13</sup> ansetzen und somit zu möglichst hoher Umweltqualität führen (für das Thema Klimawandel z.B. ausgedrückt in einem Wert wie "Tonnen CO<sub>2</sub> pro produzierte Einheit"). Neben den wirkungsorientierten Zielen werden in den Berichten

der Unternehmen aber auch häufig Output- bzw. Outcome-Ziele formuliert (z.B. "Anzahl Unternehmensfahrzeuge mit Elektromotor") oder Input-Ziele (z.B. "Investierter Betrag in Massnahmen für Konsumentenbewusstsein").

Für die qualitative Bewertung der Ziele wurden Punktwerte festgelegt, die abhängig von Kriterium und definierten Ausprägungen unterschiedlich hoch sein können (minimal 1, maximal 4 Punkte). Wurde kein Ziel formuliert, wurde 1 Punkt vergeben, für ein qualitatives Ziel 2 Punkte, für ein SMARTes Ziel 3 Punkte und für ein SMART und zugleich wirkungsorientiert formuliertes Ziel 4 Punkte.

<sup>12</sup> Da dieses Kriterium nur von Expertinnen und Experten für die jeweilige Branche eingeschätzt werden kann, wurde es nicht in die Analyse einbezogen.

<sup>13</sup> Theory of Change (ToC): Theory of Change Done Right - Guide to Maximize Social Impact (sopact.com)



# 5. Ergebnisse

In den folgenden Abschnitten werden die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung erläutert und interpretiert.

## a. Allgemeine Ergebnisse

Im Vergleich mit früheren Analysen gab es Veränderungen in der Gesamtpformance, Art der Nachhaltigkeitsberichterstattung und der Häufigkeit der Verwendung von Standards bzw. Rahmenwerken. Die Anzahl an Unternehmen, die ihre Berichte extern validieren liessen, blieb nahezu unverändert:

- Die Berichterstattung hat sich seit 2017 kontinuierlich verbessert, wobei die durchschnittliche Gesamtbewertung 2019 45% betrug und 2021 49% (Abbildung 3).
- Die Global Reporting Initiative ist der meistverwendete Berichterstattungsstandard in der Schweiz: Die Analyse zeigt, dass die Global Reporting Initiative (GRI) und die Sustainable Development Goals (SDGs) die wichtigsten Standards bzw. Rahmenwerke darstellen. Zum einen berichten die meisten Unternehmen gemäss dieser, zum anderen ist eine deutliche Zunahme der Verwendung im Vergleich zu den Benchmarking Analysen 2017 und 2019 beobachtbar. Ebenfalls eine deutliche Zunahme ist in Bezug auf die Verwendung des Sustainability Accounting Standards Board (SASB) und der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) feststellbar (Details siehe Abbildung 4).

- 2021 wurden 42% (2019: 46%) der Berichte extern geprüft und validiert. Der Unterschied zwischen 2021 und 2019 ist auf den erweiterten Unternehmenspool im Benchmarking 2021 zurückzuführen (2019: 123 Unternehmen, 2021: 151 Unternehmen). Werden die neu aufgenommenen Unternehmen nicht in die Auswertung einbezogen, stagnieren die Daten auf ähnlichem Niveau. Interessant ist, dass die Gesamtpformance der Unternehmen, welche eine externe Prüfung vornehmen liessen, eindeutig höher ist. Die Gesamtbewertung von Unternehmen mit externer Prüfung beläuft sich im Durchschnitt auf 57%, während sie bei Unternehmen ohne externe Prüfung lediglich 44% erreicht.

Abb. 3 Verteilung der Gesamtbewertung in 2021 versus 2019

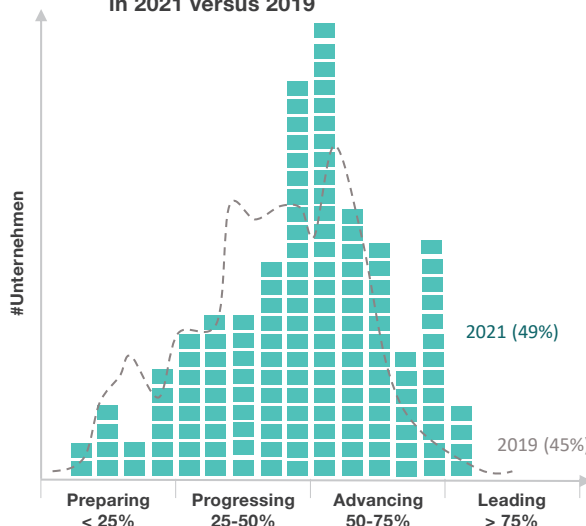
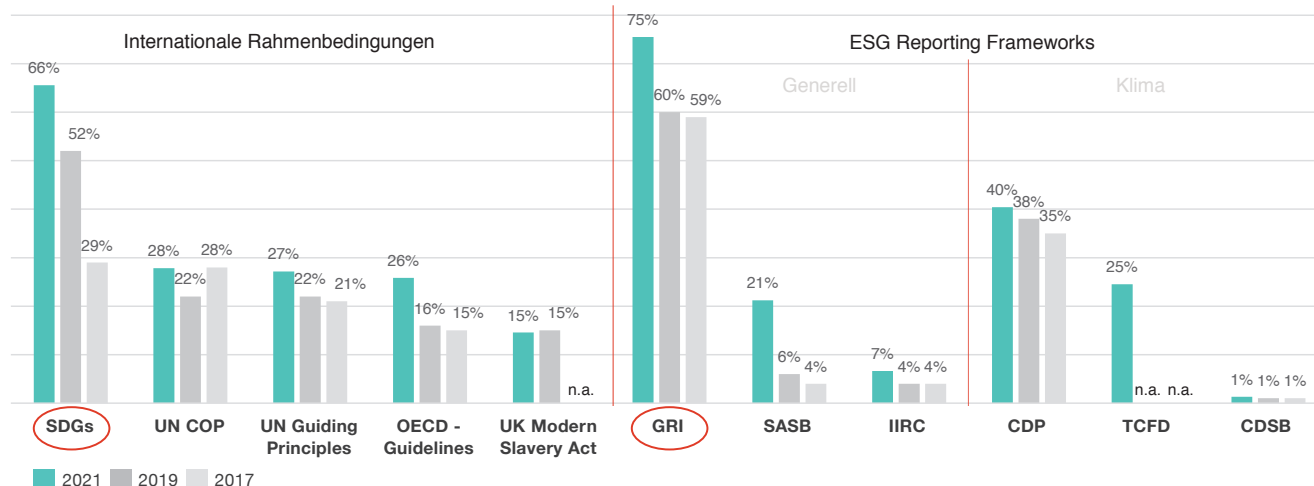


Abb. 4 Berichterstattung gemäss internationaler Rahmenbedingungen und ESG<sup>14</sup> Reporting Frameworks



<sup>14</sup> ESG = Environmental (Umwelt), Social (Soziales), Governance (Unternehmensführung)

### Wesentlichkeitsanalyse

Ein essenzieller Bestandteil glaubwürdiger und wirkungsorientierter Nachhaltigkeitsberichterstattung ist die Wesentlichkeitsanalyse, in welcher für das Unternehmen und dessen Stakeholder relevante Themen identifiziert werden.

- Im Focused Reporting Sample haben 79% der Unternehmen eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt, wobei 10% den zugrunde liegenden Prozess unzureichend und 34% die Ermittlung der Wesentlichkeit nur moderat beschrieben haben. Somit kann nicht oder nur unvollständig nachvollzogen werden, wie die wesentlichen Themen identifiziert wurden.
- 35% der Unternehmen berichten deutlich über den Prozess der Wesentlichkeitsanalyse, so dass die einzelnen Schritte nachvollzogen werden können und verstanden werden kann, wie die wesentlichen Themen ermittelt wurden. Vorbildliche Berichterstattung im Bereich der Wesentlichkeitsanalyse inkludiert idealerweise eine doppelte und dynamische Wesentlichkeitsanalyse. Themen, die für ökologische und soziale Ziele wesentlich sind, können im Laufe der Zeit zu finanziellen Auswirkungen führen und sollten von Unternehmen anerkannt und diskutiert werden.

### Zielsetzungstrends

Das wohl wichtigste Ergebnis dieser Studie ist der Anteil der Unternehmen, die Nachhaltigkeitsziele und als Teil davon Umweltziele veröffentlichen:

- 90% der untersuchten Unternehmen veröffentlichen mindestens ein Nachhaltigkeitsziel oder Commitment zu Nachhaltigkeit. 2019 waren es 80% der 123 Unternehmen und 2017 76% der 101 Unternehmen, was einen Trend zu mehr Zielsetzung im Nachhaltigkeitsbereich aufzeigt (ähnliche Werte bei Beibehaltung der Stichprobenunternehmen der Analyse 2017).

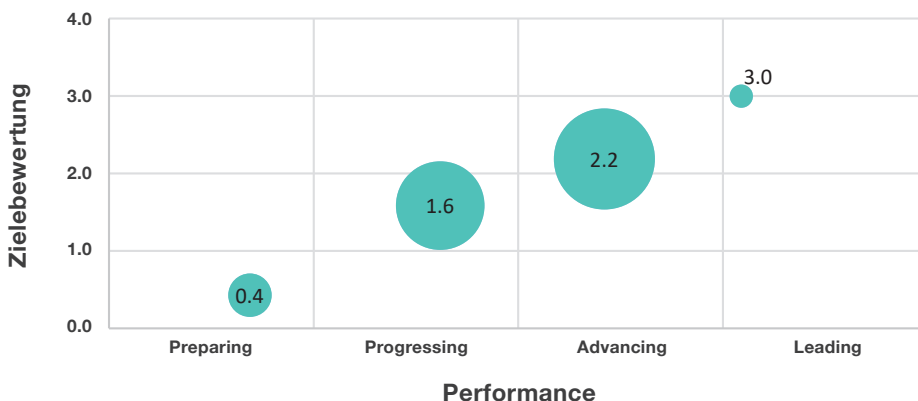
- 84% der Unternehmen haben mindestens ein Ziel im Umweltbereich veröffentlicht. Informationen zu internen, nicht veröffentlichten Zielen (z.B. im Zusammenhang mit einem existierenden Umweltmanagementsystem) sind nicht Bestandteil dieser Studie.
- 77% der Unternehmen haben ein Ziel im Klimabereich formuliert, aber nur 25% davon sind SMART und wirkungsorientiert.
- 90% der Unternehmen haben in etlichen relevanten Umweltbereichen noch kein wirkungsorientiertes Ziel formuliert.

Die hohe Anzahl an Unternehmen im Focused Reporting Benchmarking 2021, welche sich Nachhaltigkeits- und Umweltziele setzen, steht im Kontrast zu dem Eindruck, welche die 2016 verfasste Studie Umweltziele von Unternehmen in der Schweiz hinterliess. In dieser stellten die Autoren fest, dass 88 der Top-500 Schweizer Unternehmen, also lediglich 18%, Umweltziele veröffentlichte. Da das Basissample der genannten Studie und des Focused Reporting Benchmarkings 2021 sich stark unterscheiden, können die Werte nicht direkt miteinander verglichen werden.

### Zusammenhang Nachhaltigkeitsziele und Gesamtbewertung der Nachhaltigkeitsberichte

Unternehmen, die sich in der Kategorie Preparing befinden, setzen sich in der Regel keine Ziele (Durchschnittliche Zielebewertung: 0.4), wohingegen Unternehmen der Kategorie Leading sich zumindest SMARTe Ziele setzen (Durchschnittliche Zielebewertung: 3.0) (siehe Abbildung 5). Es ist zu beachten, dass nur vier Unternehmen eine Gesamtbewertung der Leading-Kategorie erreichten.

Abb. 5 **Durchschnittliche Zielebewertung der Unternehmen je nach Performancekategorie**  
Kreisumfang indiziert Anzahl der Unternehmen in den jeweiligen Performancekategorien  
(Preparing: 0-25%; Progressing: 25-50%; Advancing: 50-75%; Leading: 75-100%)

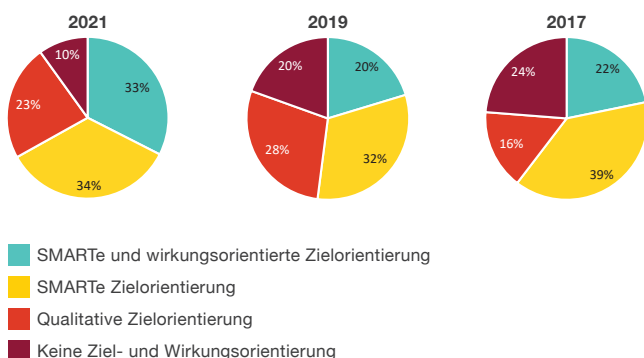


## b. SMARTness und Wirkungsorientierung

Trotz unterschiedlicher Basissamples in den drei durchgeführten Analysen (2017: 101 Unternehmen, 2019: 123 Unternehmen, 2021: 151 Unternehmen, wobei 2017 und 2019 analysierte Unternehmen grossteils wieder einbezogen wurden), kann ein eindeutiger Trend zu mehr SMARTer und wirkungsorientierter Zielsetzung festgestellt werden.

- Während 2017 noch knapp ein Viertel aller untersuchten Unternehmen keine Ziele im Nachhaltigkeitsbereich veröffentlichten (24%), war es im 2021 Benchmarking nur noch jedes zehnte Unternehmen (10%).
- Zudem hatte gemäss Benchmarking Analysen 2017 und 2019 nur rund jedes fünfte Unternehmen über ein SMARTes und wirkungsorientiertes Ziel berichtet, während es in 2021 bereits ein knappes Drittel (32%) sind (siehe Abbildung 6).

Abb. 6 Prozentuale Verteilung der Unternehmen nach Art der Zielsetzungen

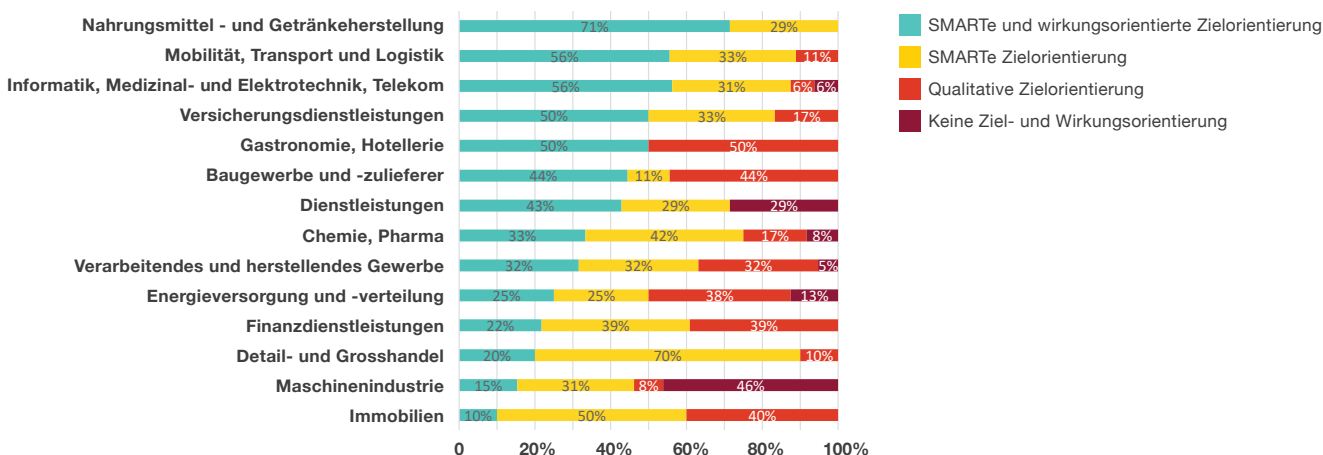


Wenngleich ein eindeutiger Trend zur besseren Zielsetzung beobachtbar ist, sind grosse Unterschiede zwischen den verschiedenen Sektoren sichtbar (siehe Abbildung 7).

- Alle Unternehmen im Bereich Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung haben zumindest ein SMARTes Ziel.
- Der Sektor Mobilität, Transport und Logistik fällt durch die hohe Anzahl an Unternehmen auf, die wirkungsorientierte Ziele setzen – knapp über die Hälfte der Unternehmen (56%) haben sich ein wirkungsorientiertes Ziel gesetzt und lediglich jedes zehnte Unternehmen (11%) hat nur ein qualitatives Ziel.
- Im Detail- und Grosshandel sind es zwar nur 10% der Unternehmen, welche ein qualitatives Ziel gesetzt haben, jedoch haben auch nur 20% ein wirkungsorientiertes Ziel.
- Sowohl in der Maschinenindustrie als auch in der Immobilienbranche wie auch im Sektor Gastronomie und Hotellerie haben rund die Hälfte der untersuchten Unternehmen keine oder lediglich qualitative Ziele gesetzt.

Bezüglich Zielsetzung unterscheiden sich KMU und Grossunternehmen kaum – zwar gibt es bei den Grossunternehmen einen leicht grösseren Prozentsatz an Unternehmen, welche wirkungsorientierte Ziele setzen, aber gleichzeitig auch mehr Unternehmen ohne Zielsetzung oder mit lediglich qualitativer Zielsetzung. Dabei muss betont werden, dass die Auswahl der KMU und deren Anzahl im Vergleich zur Anzahl Grossunternehmen nicht repräsentativ für die Schweizer Unternehmenslandschaft ist.

Abb. 7 Aufteilung der verwendeten Zielorientierung je Sektor im Focused Reporting Benchmarking 2021



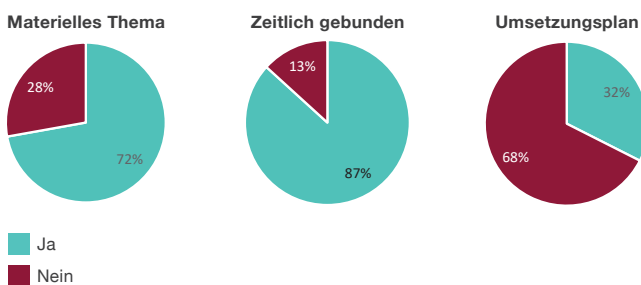


Neben der generellen Untersuchung der Ziele in Bezug auf ihre Qualität, können die SMART-Kriterien genauer betrachtet werden – insbesondere die Kriterien Spezifisch (Specific) sowie Zeitlich gebunden (Time-bound). Zudem kann untersucht werden, inwiefern ein Umsetzungsplan vorhanden ist, welcher für die Erfüllung des Kriteriums Erreichbarkeit (Achievable) notwendig ist. Für das Kriterium Spezifisch wird die Verknüpfung des Ziels mit einem wesentlichen Thema vorausgesetzt. Während der Grossteil der untersuchten Unternehmen mindestens ein Ziel mit den wesentlichen Themen verknüpft (72%) und zeitlich bindet (87%), kommunizierte

nur ein knappes Drittel (32%) auch einen Umsetzungs- oder Massnahmenplan zur Zielerreichung (siehe Abbildung 8).

Ein weiterer Indikator für die glaubwürdige Umsetzung gesetzter Ziele ist die Verknüpfung der Vergütung beziehungsweise Incentivierung von Vorstand und Führungskräften durch das Erreichen von Nachhaltigkeitszielen. Hier wurde im Rahmen der Analyse festgestellt, dass lediglich 16 (10.6%) der 151 Unternehmen bereits eine solche Vergütung beziehungsweise Incentivierung vornehmen.

Abb. 8 **Erfüllungsgrad ausgewählter SMART-Kriterien aller untersuchten Unternehmen im Focused Reporting Benchmarking 2021**



## Best Practice Beispiel 1: Incentivierung des Erreichens von Nachhaltigkeitszielen

### Firmenich

To secure our industry leadership in ESG performance, we have decided to add two critical ESG criteria to the Long Term Incentive plan for Senior Leaders, based on CO<sub>2</sub> reduction and gender & ethnic diversity of Senior Leaders.

Printscreen aus Unternehmensbericht

### Erläuterung

#### Vorbildliche Aspekte der Berichterstattung

Das Unternehmen integriert zwei relevante ESG Kriterien im langfristigen Bonusprogramm für Führungskräfte.

#### Verbesserungsmöglichkeiten

Die Beschreibung der Anreizstrukturen ist relativ unspezifisch und generell. Hier könnten mehr Details kommuniziert werden.

**Industriesektor:** Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung

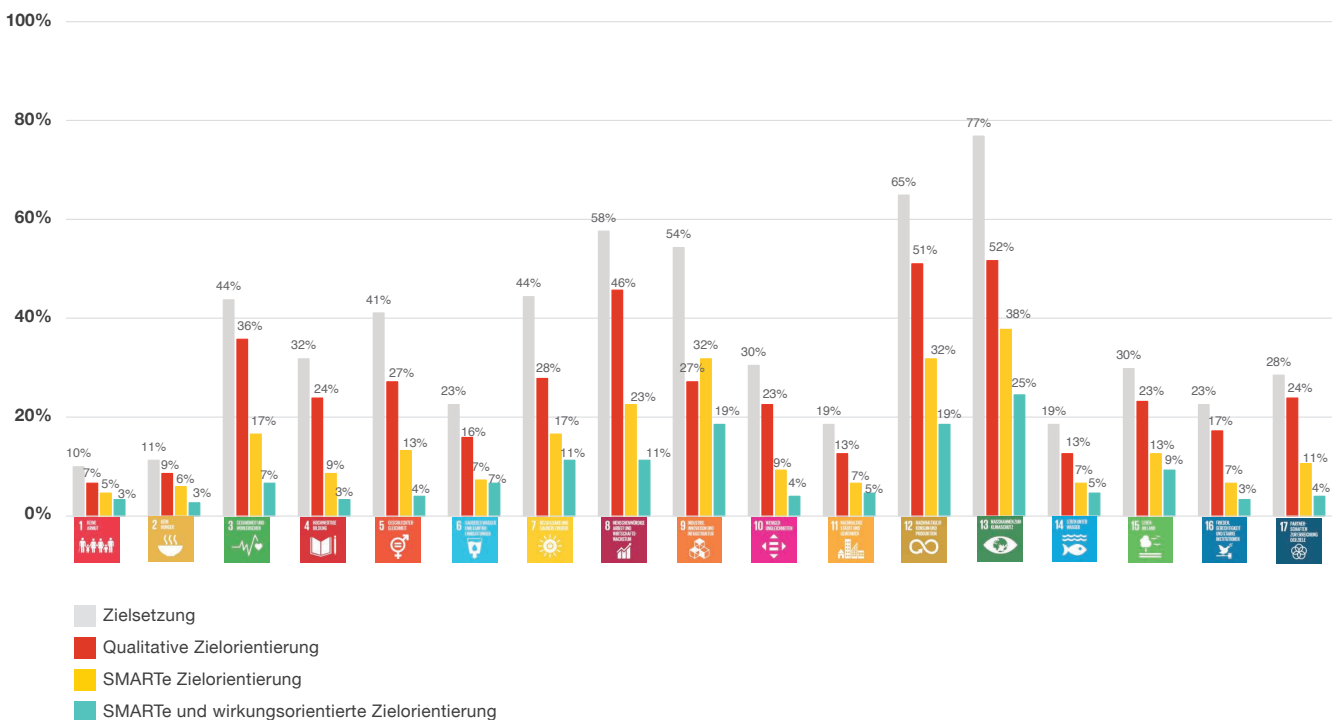
**Quelle:** Nachhaltigkeitsbericht 2021, S.8

### c. Deep-Dive: Themenspezifische Ziele

Im Rahmen dieser Studie werden Einblicke in die Zielsetzung von Unternehmen anhand der 17 Ziele der Agenda 2030 geboten. Dabei sollte beachtet werden, dass nicht die konkrete Berichterstattung und Zielsetzung gemäss den Indikatoren der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen untersucht wurde, sondern diese als Rahmenwerk für die thematische Kategorisierung oder Einbettung verwendet wurden. In Bezug auf die Zielsetzung pro Thema gibt es grosse Unterschiede (siehe Abbildung 9):

- Drei von vier Unternehmen (77%) haben ein Ziel in Bezug auf *Massnahmen zum Klimaschutz* (SDG 13) definiert.
- 65% der untersuchten Unternehmen haben ein Ziel in Bezug auf *Nachhaltigen Konsum und Produktion* (SDG 12) und 58% ein Ziel zu *Menschenwürdiger Arbeit und Wirtschaftswachstum* (SDG 8) gesetzt.
- Die relative hohe Anzahl an Unternehmen, die Ziele zu *Gesundheit und Wohlergehen* (SDG 3) gesetzt haben (44%), sind mit grosser Wahrscheinlichkeit auf die Covid-19 Pandemie zurückzuführen. Dies lässt vermuten, dass Unternehmen fähig sind, in relativ kurzer Frist neue Verpflichtungen einzugehen oder neue Ziele zu definieren.
- Auch die Abdeckung der Themen von SDG 9 *Industrie, Innovation und Infrastruktur* (54%) und SDG 7 *Bezahlbare und saubere Energie* (44%) ist relativ gut.
- Auffallend wenige Unternehmen setzen jedoch Ziele zu SDG 6 *Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen* (23%), SDG 11 *Nachhaltige Städte und Gemeinden* (19%) und SDG 14 *Leben unter Wasser* (19%).
- Zudem setzt lediglich knapp ein Drittel der untersuchten Unternehmen ein Ziel zu SDG 15 *Leben an Land* beziehungsweise Biodiversität (30%) und
- Lediglich jedes zehnte Unternehmen hat ein Ziel zu den Themen *Keine Armut* und *Kein Hunger* (SDG 1 und 2) gesetzt.

Abb. 9 Anteil Unternehmen, die sich Ziele zu den jeweiligen SDGs setzen (grau), sowie Anteil der Unternehmen, die sich qualitative (orange), SMARTe (gelb) und wirkungsorientierte (petrol) Ziele setzen



Neben der generellen Zielsetzung der Unternehmen zu den genannten Nachhaltigkeitsthemen wurde untersucht, inwiefern die gesetzten Ziele den SMART-Kriterien entsprechen und wirkungsorientiert sind.

- Der Bereich *Massnahmen zum Klimaschutz* (SDG13) weist den grössten Anteil an Unternehmen auf, die sich ein SMARTes und wirkungsorientiertes Ziel setzen, allerdings sind dies lediglich 25% der analysierten Unternehmen.
- Nur 19% der Unternehmen haben ein SMARTes und wirkungsorientiertes Ziel im Bereich *Nachhaltige/r Konsum und Produktion* (SDG12) und *Industrie, Innovation und Infrastruktur* (SDG 9) formuliert.
- Für die weiteren Nachhaltigkeitsthemen bewegt sich der Anteil von Unternehmen mit mindestens einer SMART und wirkungsorientiert formulierten Zielsetzung zwischen 5% und 11%.

- Über 90% der Unternehmen haben in etlichen relevanten Umweltbereichen noch kein wirkungsorientiertes Ziel formuliert.
- Ähnlich sind die Werte für SMARTe Zielsetzung. Ein gutes Drittel aller untersuchten Unternehmen (38%) formuliert mindestens ein SMARTes Ziel für Themen in Bezug auf *Massnahmen zum Klimaschutz* (SDG13) und ein knappes Drittel (32%) für Themen im Bereich *Nachhaltiger Konsum und Produktion* (SDG12). Die Werte für SMARTe Zielsetzung der weiteren umweltbezogenen SDGs bewegen sich auf tieferem Niveau (siehe auch Abbildung 9 und Tabelle 2).

Beispiele zur Zielsetzung in den unterschiedlichen Umweltbereichen werden im Folgenden vorgestellt. Dabei wird erläutert, welche Aspekte besonders positiv auffallen und welches Verbesserungspotenzial besteht.



### Zielsetzungen zum Klimaschutz (SDG 13)

Wie bereits erwähnt, haben 77% der untersuchten Unternehmen über ein Ziel im Bereich SDG 13 berichtet, was die höchste themenbezogene Abdeckung bedeutet. Trotzdem sind entscheidende sektorbedingte Unterschiede beobachtbar:

- Während im Detail- und Grosshandel, dem verarbeitenden und herstellenden Gewerbe sowie in der Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung alle Unternehmen ein Ziel zu Klimaschutzmassnahmen veröffentlichten, ist es bei der Maschinenindustrie nur knapp jedes dritte Unternehmen (31%).
- Die Ziele fokussieren dabei zum Grossteil auf die Branche selbst beziehungsweise Scope 1 und 2<sup>15</sup> Emissionen.
- Der Klimaschutz ist neben den drei genannten Sektoren ausserdem für die Sektoren Energieversorgung und -verteilung, Chemie und Pharma sowie Baugewerbe und Zulieferer gemäss SASB äusserst relevant (in petrol markiert in Abbildung 10). Für die Schweiz sind aber die kritischsten Sektoren Transport (verantwortlich für 32% der CO<sub>2</sub> Emissionen), Gebäude (24%) und Industrie (24%)<sup>16</sup>.

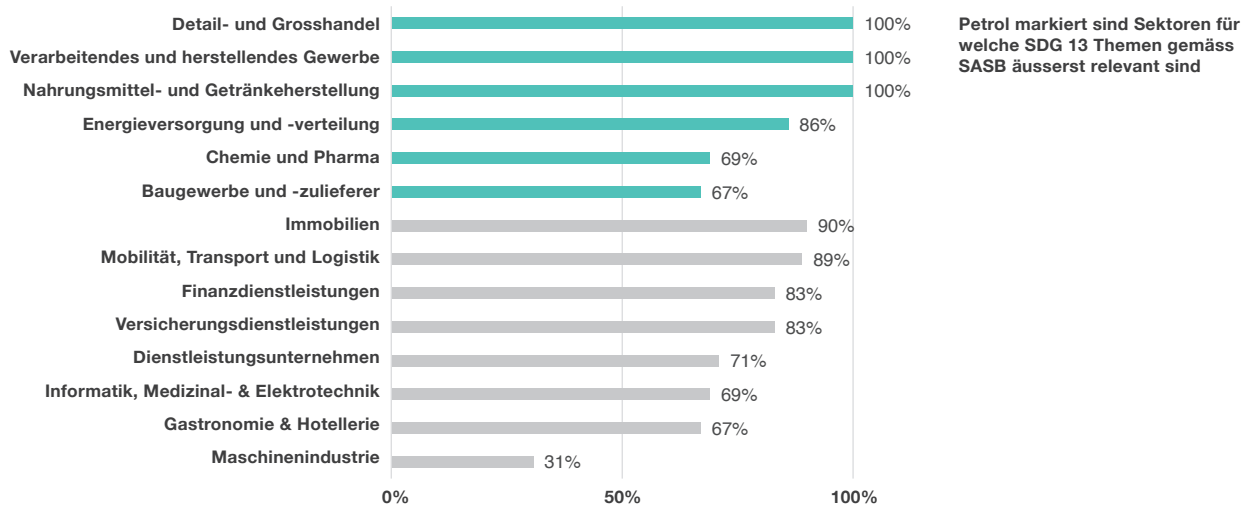
Tab. 2 Anteil der Unternehmen, die sich Ziele zu den jeweiligen SDGs setzen, sowie Anteil Unternehmen, die sich qualitative, SMARTe und wirkungsorientierte Ziele setzen (fett markiert > 50%)

SDG	Zielsetzung	Qualitative Ziel-orientierung	SMARTe Ziel-orientierung	SMART und wirkungsorientiert
SDG 1	10%	7%	5%	3%
SDG 2	11%	9%	6%	3%
SDG 3	44%	36%	17%	7%
SDG 4	32%	24%	9%	3%
SDG 5	41%	27%	13%	4%
SDG 6	23%	16%	7%	7%
SDG 7	44%	28%	17%	11%
SDG 8	<b>58%</b>	46%	23%	11%
SDG 9	<b>54%</b>	27%	32%	19%
SDG 10	30%	23%	9%	4%
SDG 11	19%	13%	7%	5%
SDG 12	<b>65%</b>	<b>51%</b>	32%	19%
SDG 13	<b>77%</b>	<b>52%</b>	38%	25%
SDG 14	19%	13%	7%	5%
SDG 15	30%	23%	13%	9%
SDG 16	23%	17%	7%	3%
SDG 17	28%	24%	11%	4%

<sup>15</sup> <https://ghgprotocol.org/corporate-standard>

<sup>16</sup> <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/zustand/daten/treibhausgasinventar.html>

Abb. 10 Anteil Unternehmen pro Sektor mit Zielsetzung zu SDG 13 "Massnahmen zum Klimaschutz" Themen



Im Rahmen des Focused Reporting Benchmarkings 2021 wurde zudem analysiert, ob Firmen die Anforderungen der Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) und der Science Based Targets initiative (SBTi) erfüllen.

Die Offenlegungsempfehlungen der TCFD sind in vier Themenbereiche gegliedert: Governance, Strategie, Risikomanagement sowie Kennzahlen und Ziele. Die SBTi ihrerseits fördert ehrgeizige Klimaschutzmassnahmen in der Privatwirtschaft und fordert Unternehmen auf wissenschaftlich fundierte Emissionsreduktionsziele festzulegen. Diese wiederum unterstützen die Schweizer Wirtschaft in der Erfüllung des Übereinkommens von Paris bis 2030 (-50% Treibhausgasemissionen und -35% Treibhausgasemissionen inklusive Massnahmen im Ausland<sup>17</sup>) sowie bis 2050 ("Netto-Null": Quellen und Senken von Treibhausgasen im Gleichgewicht<sup>18</sup>).

- Im untersuchten Sample orientierten sich 30 Unternehmen (20%) an TCFD. Diese zeigen eine eindeutig bessere Leistung in der Berichterstattung zu den vier Bereichen Governance, Strategie, Risikomanagement sowie Kennzahlen und Ziele (77%-83% der 30 Unternehmen berichten zu den jeweiligen Bereichen).

- In Bezug auf die SBTi haben sich schweizweit (Stand März 2022) 65 Unternehmen registriert<sup>19</sup>. Davon haben 33 Unternehmen bereits Ziele gesetzt (16 davon zur 1.5°C Business Ambition) und 32 Unternehmen haben sich verpflichtet, dies demnächst zu tun (16 davon zur 1.5°C Business Ambition).
- Im Focused Reporting Benchmarking 2021 haben sich 24 Unternehmen bereits wissenschaftsbasierte Ziele gesetzt und 15 Unternehmen dazu verpflichtet demnächst Ziele zu setzen. Insgesamt entspricht dies 39 Unternehmen (26%) innerhalb des Samples (siehe Tabelle 3). Eine Übersicht über die 1.5°C Ziele einiger Unternehmen, die im Focused Reporting Benchmarking 2021 analysiert wurden, findet sich in Tabelle 5.
- 112 der 151 Unternehmen der Focused Reporting Analyse sind nicht auf der SBTi- Plattform registriert, 61 haben jedoch ebenfalls CO<sub>2</sub>-Emissionsreduktionsziele. Davon streben 4 Unternehmen an bis 2030 klimaneutral zu sein (Scope 1+2), zwei streben netto-null ihrer Scope 1 Emissionen bzw. ein Unternehmen strebt netto-null seiner Scope 2 Emissionen an (siehe Tabelle 4). Die Mehrzahl der Unternehmen haben jedoch Emissionsreduktionsziele mit einem späteren Zielhorizont als 2030.

<sup>17</sup> <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-76206.html>

<sup>18</sup> <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-76206.html>

<sup>19</sup> <https://sciencebasedtargets.org/>

Tab. 3 **Anzahl der Unternehmen, die sich wissenschaftsbasierte (SBTi verifizierte) Ziele gesetzt haben.**

	Gesamtzahl Unternehmen	Zielstatus SBTi		Zielambition		
		Ver- pflichtet	Ziele gesetzt	1.5 C	Deutlich unter 2°C	2°C
<b>#Schweizer Unternehmen, die bei SBTi registriert sind (Stand 2.3.2022)</b>	65	32	33	25	7	1
<b>#Unternehmen Focused Reporting Sample 2021 bei SBTi registriert</b>	39	15	24	16	6	2

Tab. 4 **Anzahl der Unternehmen, die nicht bei SBTi registriert sind und CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele haben**

#Unternehmen Focused Reporting Sample 2021 nicht bei SBTi registriert	112	Scope <sup>20</sup>			# Unternehmen (Ziele ohne Scope- spezifizierung)
		1	2	3	
<b>... davon #Unternehmen mit mit CO<sub>2</sub>-Emissions- reduktionszielen</b>	61	25	21	6	29
<b>#Unternehmen mit Zielambitionen</b>	<b>&lt; 50% Reduktion bis 2030</b>	4	2	2	6
	<b>&gt; =50% Reduktion bis 2030</b>	0	0	0	2
	<b>net zero<sup>21</sup> bis 2030</b>	6	5	0	0

<sup>20</sup> Scope 1: umfasst die direkte Freisetzung klimaschädlicher Gase im eigenen Unternehmen.  
Scope 2: umfasst die indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase durch Energielieferanten.  
Scope 3: umfasst die indirekte Freisetzung klimaschädlicher Gase in der vor- und nachgelagerten Lieferkette.  
(Mehrfachnennungen möglich).

<sup>21</sup> 4 Unternehmen streben an, ihre Emissionen für ihre Scope 1 und 2 Aktivitäten auf null zu reduzieren. Zwei Unternehmen haben zum Ziel netto-null Emissionen lediglich für ihre Scope 1 Emissionen zu erreichen bzw. ein Unternehmen hat dies nur für seine Scope 2 Emissionen zum Ziel.

Tab. 5 Schweizer Unternehmen und ihre Ziele zur 1.5°C Business Ambition der Science Based Targets initiative

Unternehmen	1.5°C-Ziel
<b>ABB</b>	<p>ABB verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1 und 2 THG-Emissionen bis 2030 um 80% zu reduzieren, ausgehend von einem Basisjahr 2019</li> <li>• die absoluten Scope 3 THG-Emissionen im selben Zeitraum um 15% zu reduzieren</li> </ul> <p>Die Zielvorgabe umfasst biogene Emissionen und den Abbau aus Bioenergieerohstoffen.</p>
<b>Coca-Cola</b>	<p>Coca-Cola HBC verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen um 55% und die Scope-3-THG-Emissionen um 21% bis 2030 zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2017</li> </ul>
<b>Denner</b>	<p>Denner verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1 und 2 THG-Emissionen bis 2030 um 50% zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2018</li> <li>• dass 73% seiner Lieferanten nach Emissionen für gekaufte Waren bis 2024 wissenschaftlich fundierte Ziele haben werden</li> <li>• die absoluten Scope-3-THG-Emissionen in den Bereichen vorgelagerter Transport und Vertrieb, Geschäftsreisen und Pendeln der Mitarbeiter bis 2030 um 15 % gegenüber dem Basisjahr 2018 zu reduzieren</li> </ul>
<b>Emmi</b>	<p>Die Emmi Gruppe verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen bis 2027 um 45% zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2019</li> <li>• Scope-3-THG-Emissionen im gleichen Zeitraum um 25% pro kg Rohmilch zu reduzieren</li> </ul> <p>Die Zielvorgabe beinhaltet biogene Emissionen und den Abbau aus Bioenergieerohstoffen.</p>
<b>Firmenich</b>	<p>Das Duft- und Geschmacksstoffunternehmen Firmenich SA verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1 und 2 THG-Emissionen bis 2030 um 55% gegenüber dem Basisjahr 2017 zu reduzieren</li> <li>• die absoluten Scope-3-THG-Emissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen (Rohstofflieferanten) bis 2030 um 20% gegenüber dem Basisjahr 2017 zu reduzieren.</li> </ul>
<b>Givaudan</b>	<p>Givaudan verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1 und 2 THG-Emissionen bis 2030 um 70% zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2015</li> <li>• absoluten Scope-3-THG-Emissionen im selben Zeitraum um 20% zu reduzieren</li> </ul>
<b>Logitech</b>	<p>Logitech berichtet über folgende Ziele<sup>22</sup>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichen von Netto-Null für Scope-1- und Scope-2-Emissionen bis 2030 (72% Reduzierung gegenüber 2018)</li> <li>• Erreichen von Netto-Null für Scope 1, 2, 3 Emissionen bis 2050</li> <li>• Kennzeichnung aller Produkte bis 2025 mit Kohlenstofftransparenzetiketten</li> <li>• CDP-Berichterstattung der Klasse A bis 2023</li> <li>• Anwendung eines Design-Thinking-Ansatzes, um unseren Fußabdruck von heute an zu reduzieren</li> <li>• Kohlenstoffneutrale Gebäude und Reisen (100% erneuerbarer Strom bis 2030)</li> </ul>
<b>Migros</b>	<p>Die Migros-Gruppe verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope-1- und Scope-2-THG-Emissionen bis 2030 um 70% zu reduzieren, ausgehend von einem Basisjahr 2019</li> <li>• die absoluten Scope-3-Emissionen aus vorgelagerten Transporten und Vertrieb, Verwendung von verkauften Gütern und Investitionen im gleichen Zeitraum um 27,5 % zu reduzieren</li> <li>• bis 2026 für 67% ihrer Lieferanten wissenschaftlich begründete Ziele für die Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen festzulegen</li> </ul> <p>Die Zielvorgabe umfasst biogene Emissionen und den Abbau aus Bioenergieerohstoffen.</p>
<b>Nestlé</b>	<p>Nestlé verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1, 2 und 3 THG-Emissionen bis 2025 um 20% und bis 2030 um 50% zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2018</li> <li>• den jährlichen Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien von 40% im Jahr 2019 auf 100% im Jahr 2025 zu erhöhen</li> </ul> <p>Die Zielvorgabe umfasst biogene Emissionen und den Abbau aus Bioenergie-Rohstoffen.</p>
<b>Richemont</b>	<p>Die Compagnie Financière Richemont SA verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1 und 2 THG-Emissionen bis 2030 um 46% zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2019.</li> <li>• den jährlichen Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien von 64% im Jahr 2019 auf 100% bis 2025 zu erhöhen</li> <li>• die Scope-3-THG-Emissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen sowie Geschäftsreisen bis 2030 um 55% pro Dollar Wertschöpfung zu reduzieren (Basisjahr 2019)</li> <li>• dass 20% ihrer Zulieferer bis 2025 wissenschaftlich begründete Ziele für die Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen sowie für den vorgelagerten Transport und Vertrieb haben werden</li> </ul>
<b>STM</b>	<p>STMmicroelectronics verpflichtet sich:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die absoluten Scope 1 und 2 THG-Emissionen bis 2025 um 50% zu reduzieren, ausgehend vom Basisjahr 2018</li> <li>• den jährlichen Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien von 22% im Jahr 2018 auf 80% bis 2025 und 100% bis 2030 zu erhöhen</li> </ul>

<sup>22</sup> Logitech ist SBTi committed, Ziele sind allerdings noch nicht von SBTi bestätigt.

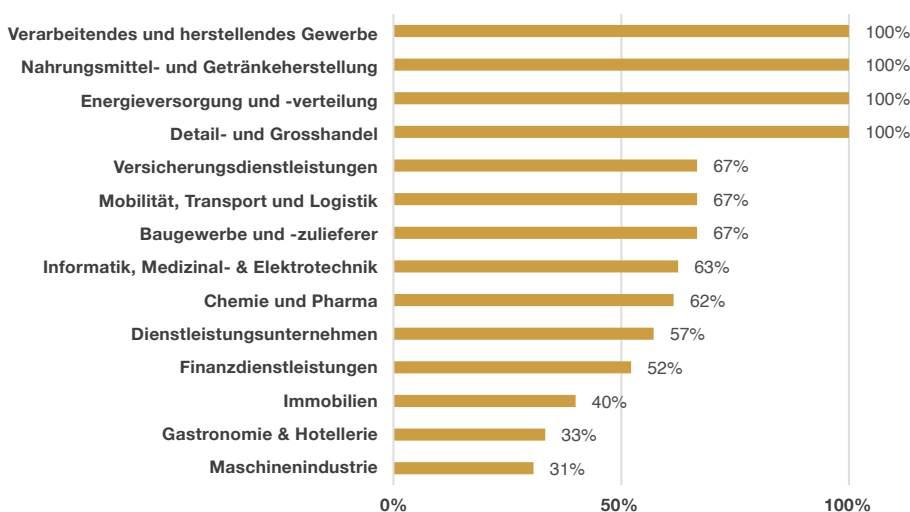


## Zielsetzungen zum nachhaltigen Konsum und Produktion (SDG 12)

Unternehmen dieser Analyse berichten am häufigsten zu Themen in Bezug zu *Nachhaltiger Konsum und Produktion* (63%) und setzen hierzu am zweitmeisten Nachhaltigkeitsziele (65%). Dies überrascht wenig in Anbetracht der Relevanz des Themas für Unternehmen und für die Schweiz, die in diesem Bereich als ein rohstoffarmes, aber konsumfreudiges Land gemäss dem aktuellen "Sustainable Development Report"<sup>23</sup> deutliche

Schwächen aufweist. Dementsprechend verwundert es nicht, dass alle Unternehmen der Sektoren verarbeitendes und herstellendes Gewerbe, Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung, Energieversorgung und -verteilung und Detail- und Grosshandel zum genannten Thema Ziele setzen. Trotz potenziell hoher Relevanz setzt hingegen lediglich ungefähr jedes dritte Unternehmen des Sektors Gastronomie und Hotellerie (33%) und Maschinenindustrie (31%) Ziele dazu (siehe Abbildung 11).

Abb. 11 Anteil Unternehmen pro Sektor mit Zielsetzung zu SDG 12 "Nachhaltiger Konsum und Produktion" Themen



## Best Practice Beispiel 2: Ambitionierte Zielsetzung für SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion

### Coca-Cola HBC

75%	help collect the equivalent of 75% of our primary packaging	44%	→ COVID-19 pandemic impact on: pack mix (less RGB more PET), and collection/sorting.
35%	of total PET used from recycled PET and/or PET from renewable material	9%	→ Move away from the use of bPET, COVID-19 pandemic-related changes in pack mix, channel mix, and lower volumes of packaged water.
100%	of consumer packaging to be recyclable <sup>3</sup>	99.9%	✓

Printscreen aus Unternehmensbericht

## Erläuterung

### Vorbildliche Aspekte der Berichterstattung

Es werden verschiedene Ziele gesetzt, um das Problem zukünftiger, aber auch bereits bestehender Abfälle zu lösen. Die Ziele sind SMART, mit kurz- und mittelfristigem Zeithorizont. Es wird ein Umsetzungsplan beschrieben, der Partnerschaften zur Entwicklung nationaler Sammelsysteme einschliesst. Die Organisation berichtet transparent über ihre Leistung in Bezug auf die gesetzten Ziele, obwohl das Unternehmen noch nicht überall auf dem Zielerreichungspfad ist.

**Industriesektor:** Verarbeitendes Gewerbe

**Zieljahre:** 2025, 2030

**Quelle:** [Integrated Annual Report 2020](#), S.46

<sup>23</sup> <https://dashboards.sdgindex.org/>



### Zielsetzungen zu Industrie, Innovation und Infrastruktur (SDG 9)

SDG 9 *Industrie, Innovation und Infrastruktur* belegt mit Blick auf die Anzahl der Unternehmen, die hierfür mindestens ein Ziel formuliert haben, Rang vier (54%). Dabei sind die Unterschiede zwischen den Sektoren auffällig gross. In den Sektoren Baugewerbe und -zulieferer, verarbeitendes und herstellendes Gewerbe sowie Energieversorgung und -verteilung haben ungefähr drei von vier Unternehmen ein Ziel gesetzt, während es für die Sektoren Maschinenindustrie, Finanzdienstleistungen, Detail- und Grosshandel, Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung sowie Gastronomie und Hotellerie maximal jedes fünfte Unternehmen war (siehe Abbildung 12).

Neben der unterschiedlichen Häufigkeit, mit der sich Firmen verschiedener Sektoren Ziele zu SDG 9 setzen, gibt es ausserdem auch eine Vielzahl an verschiedenen Themen, an welche sich diese Innovationsziele richten. Die meisten dieser Ziele (56%) beziehen sich dabei auf das Management und die Prozessverbesserung (siehe Abbildung 13). Ebenfalls oft genannte Innovationsziele beziehen sich auf die Themen Treibhausgase (33%), Energie (28%) sowie Kreislaufwirtschaft und Ressourcen (28%). Dies geht einher mit generellen Zielsetzungen zu anderen SDG Bereichen, wobei SDG 13 *Massnahmen zum Klimaschutz*, SDG 12 *Nachhaltiger Konsum und Produktion* sowie SDG 7 *Saubere Energie* zu den meistgenannten Bereichen gehören. Einzig zu SDG 8 *Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum* wurden zwar viele generelle Ziele gesetzt, diese jedoch nur begrenzt in Verbindung mit Innovationszielen gebracht.

Abb. 12 Anteil Unternehmen pro Sektor mit Zielsetzung zu SDG 9 "Industrie, Innovation und Infrastruktur" Themen

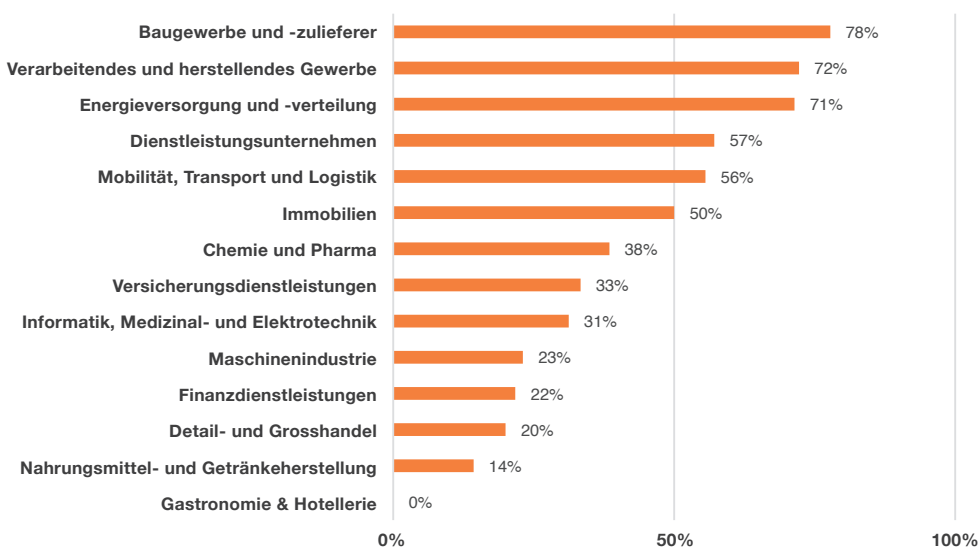
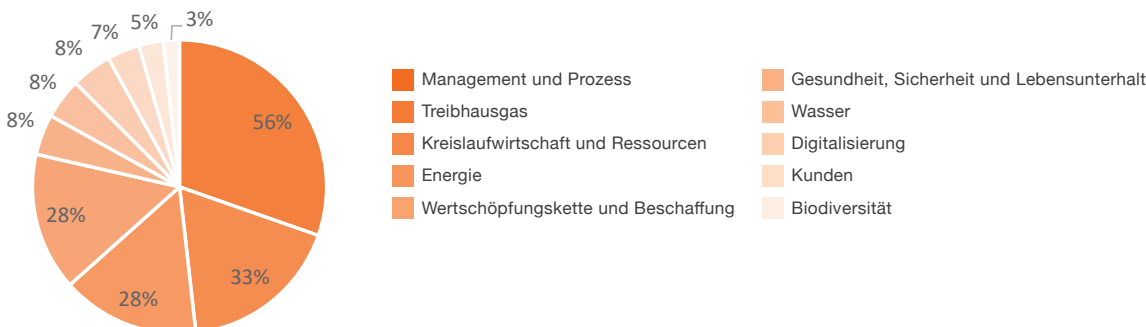


Abb. 13 Themen der Innovationszielsetzung (SDG 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur) nach Häufigkeit





## Best Practice Beispiel 3: Ambitionierte Zielsetzung für SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur

### Swiss Re

#### Building societal resilience ▼

Technological and economic development, population growth, ageing populations and other societal trends are putting people and assets in jeopardy. With our re/insurance solutions and investments we help reduce societal vulnerabilities. Our key objectives are:

- We provide affordable health and longevity solutions to our customers to ensure healthy lives and to promote wellbeing across all age groups.
- We support sustainable agriculture and enhance livelihoods across the re/insurance value chain through our risk knowledge and solutions.
- We facilitate sustainable and resilient infrastructure through our risk transfer products.

#### Our targets

- In cooperation with key stakeholders, create solutions to improve food security by giving farmers protection against natural perils.
- Advance our understanding of the societal impact of insurance and develop metrics to measure our impact on stakeholders.
- Adjusted: In partnership with Women's World Banking, bring life and health insurance to two million low-income customers by 2023.

#### Key achievements 2020

- Completed a number of innovative transactions providing insurance protection to smallholder farmers against various natural perils, eg in Vietnam ([Transactions: Asia-Pacific](#)).
- Further aligned our activities to the SDGs, both in re/insurance and our investments, to better understand our societal impact ([UN Sustainable Development Goals and Inclusion](#)).
- Jointly organised a four-part virtual event series with UNEP FI on Sustainability Leadership in Insurance ("[Sustainability Leadership in Insurance](#)" event series).
- By the end of 2020, brought life and health insurance protection to around 296 000 beneficiaries through our partnership with Women's World Banking ([Our commitments](#)).

Printscreen aus Unternehmensbericht

## Erläuterung

Swiss Re setzt sich für alle identifizierten Nachhaltigkeitsthemen Ziele. Sie beschreiben kurz, warum diese Themen für das Unternehmen wichtig sind, welche Ziele gesetzt wurden, was im Berichtsjahr erreicht wurde sowie welchen Bezug sie zu den SDGs haben. Zur Erreichung des SDGs 9 möchte Swiss Re u.a. Landwirten Schutz vor Naturgefahren bieten und so die Ernährungssicherheit verbessern sowie Lebens- und Krankenversicherungen für einkommensschwache Kunden anbieten.

### Vorbildliche Aspekte der Berichterstattung

Swiss Re erkennt Megatrends und potenzielle Auswirkungen dieser und setzt sich dementsprechende Ziele. Dabei werden verschiedene Aspekte des SDGs 9 berücksichtigt wie z.B. "Gesundheit, Sicherheit und Lebensunterhalt", "Biodiversität" und "Management und Prozesse".

Ziele sind teils SMART, teils qualitativ und haben einen kurzfristigen Zeithorizont.

### Verbesserungsmöglichkeiten

Alle Ziele sollten SMART formuliert werden, sowie mittel- und langfristige Zeithorizonte berücksichtigen.

**Industriesektor:** Versicherungsdienstleistungen

**Zieljahr:** 2023

**Quelle:** [Sustainability Report 2020](#), S.16

## d. Zielsetzung zu den Hotspots in der Wertschöpfungskette

In der heutigen globalisierten Welt sind die Umweltauswirkungen, die in der Lieferkette eines Unternehmens auftreten, oft grösser als diejenigen, die am Standort selbst entstehen. Unternehmen sind daher zunehmend gefordert, Auswirkungen und Risiken in der Lieferkette anzuerkennen und Transparenz auf den vorgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette zu schaffen. Wie im [Methodikabschnitt im Detail](#) erläutert, wurden im Rahmen des Focused Reporting Benchmarking 2021 sowohl die Berichterstattung als auch die Zielsetzung von Unternehmen in der Wertschöpfungskette zu den Umweltthemen: Treibhausgasemissionen (SDG 13), Biodiversität (SDG 14 und SDG 15), Wasser (SDG 6), Luftverschmutzung (SDG 7, SDG 11 und SDG 13), Eutrophierung (SDG 14), Nachhaltiger Konsum (SDG 12), saubere Energie (SDG 7) und Abfall (SDG 11 und SDG 12) untersucht. Während zuerst genannte Themen (bis und mit Eutrophierung) Teil des BAFU Umweltatlas sind, wurden letztere im Rahmen der Focused Reporting Analyse zusätzlich analysiert.

Bei der Berichterstattung zu den genannten Umweltthemen in der Wertschöpfungskette sind grosse Unterschiede feststellbar (siehe Abbildung 14).

- Die meisten Unternehmen fokussieren bei der Berichterstattung auf Treibhausgasemissionen (SDG 13), Nachhaltiger Konsum (SDG 12) und Saubere Energie (SDG 7).
- 40% der Unternehmen adressieren Treibhausgasemissionen in ihrer Wertschöpfungskette (Rohstoffgewinnung, vorgelagerte Zulieferer, direkte Zulieferer, Nutzung),
- 34% berichten über nachhaltigen Konsum in der Wertschöpfungskette und
- 23% über saubere Energie.
- Lediglich 1% der Unternehmen berichten über Eutrophierung.
- Ebenfalls nur von wenigen Unternehmen werden die Themen Luftverschmutzung und Biodiversität in der Wertschöpfungskette adressiert.

Abb. 14 Häufigkeit der Berichterstattung zu Umweltthemen in der Wertschöpfungskette durch Unternehmen im Focused Reporting Benchmarking 2021

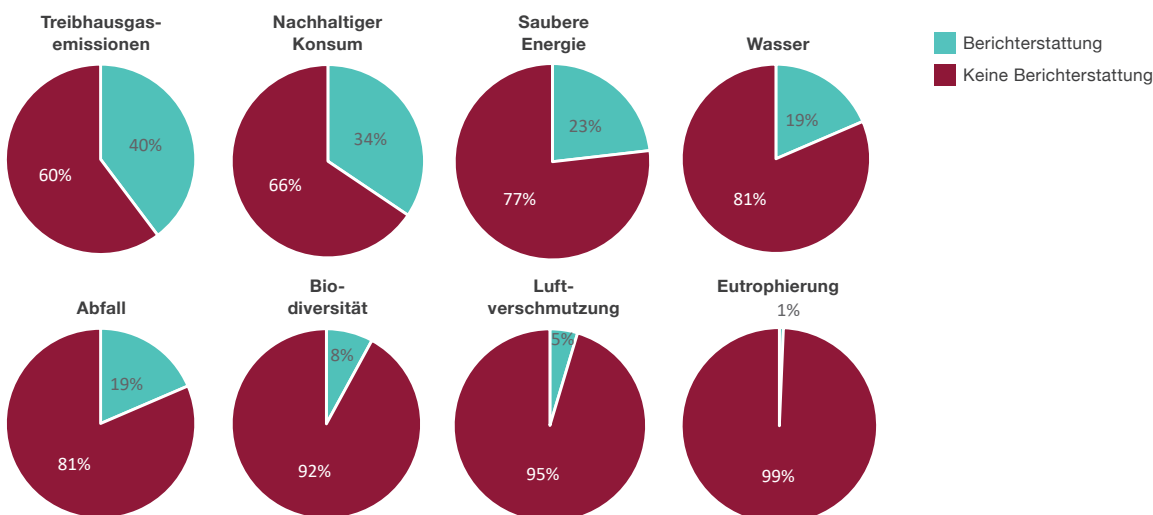
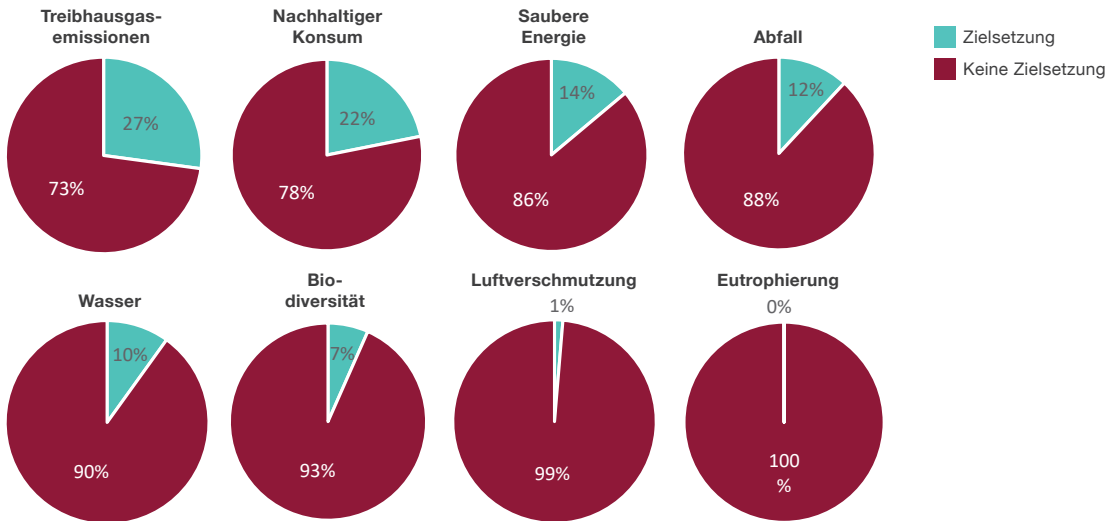


Abb. 15 Häufigkeit der Zielsetzung zu Umweltthemen in der Wertschöpfungskette durch Unternehmen im Focused Reporting Benchmark 2021 (nicht auf Hotspots beschränkt)



Im Gegensatz zu Berichterstattung ist der Anteil der Firmen, die sich auch Ziele zu den Hotspots in der Wertschöpfungskette setzen geringer (siehe Abbildung 15).

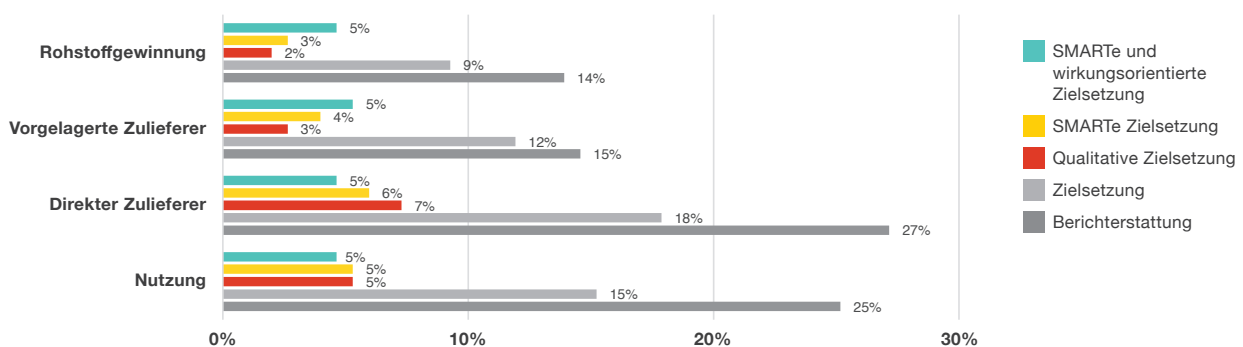
- 27% der Unternehmen setzen sich Ziele zu Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette.
- 22% weisen mindestens ein Ziel zu nachhaltigem Konsum auf.
- In den Bereichen Biodiversität, Luftverschmutzung und Eutrophierung haben höchstens 0-7% der Unternehmen ein Ziel.
- Dies spiegelt auch die Ergebnisse zur generellen Zielsetzung wider, wo 77% der Unternehmen Ziele für Treibhausgasemissionen gesetzt haben und bedeutend weniger für die weiteren Bereiche.

Im Folgenden wird beispielhaft auf die Berichterstattung und Zielsetzung der untersuchten Unternehmen in Bezug auf Treibhausgasemissionen und Biodiversität in der gesamten Wertschöpfungskette eingegangen.

**Treibhausgasemissionen**

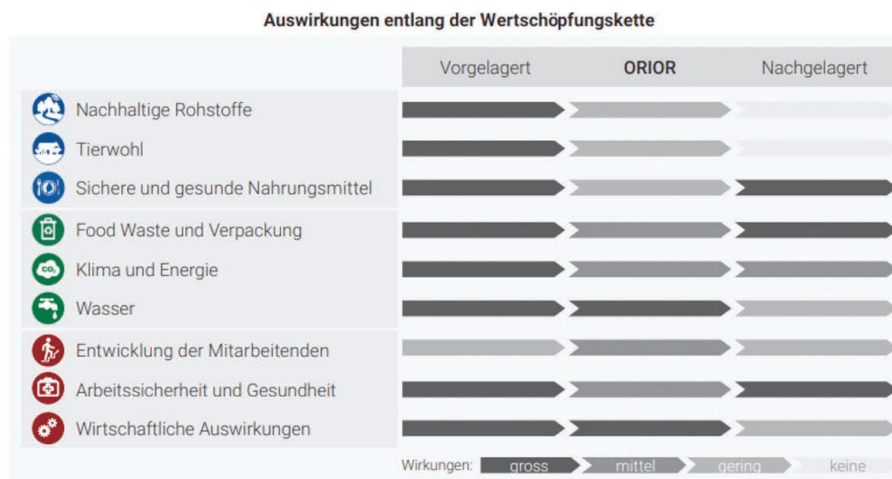
Im Bereich Treibhausgasemissionen zeigt die Analyse, dass sich die Berichterstattung in der Wertschöpfungskette vor allem auf die direkten Zulieferer (27%) und die Nutzungsphase (25%), konzentriert (siehe Abbildung 16). Die Zielsetzungen sind relativ ausgeglichen auf die verschiedenen Wertschöpfungsgebiete verteilt, wobei sie sich auf niedrigem Niveau (9%-18%) befinden, insbesondere im Vergleich zur Zielsetzung in der Branche selbst, wo 77% der Unternehmen ein Ziel in Bezug zu Treibhausgasemissionen setzen. Die untersuchten Unternehmen haben sowohl qualitative, SMARTe als auch wirkungsorientierte Ziele in der Wertschöpfungskette.

Abb. 16 Häufigkeit der Berichterstattung und Zielsetzung sowie Art der Zielsetzung zu Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette



## Best Practice Beispiel 4: Berichterstattung zu Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette

### Orior



Printscreen aus Unternehmensbericht

## Erläuterung

“Die strategischen Ambitionen der “ORIOR Verantwortung” sind auf diejenigen Nachhaltigkeitsthemen ausgerichtet, in denen die Gruppe die grössten Beiträge an eine nachhaltige Entwicklung leisten kann. [...] Die folgende Darstellung zeigt, auf welchen Stufen der Wertschöpfungskette die Auswirkungen hauptsächlich auftreten.”

### Vorbildliche Aspekte der Berichterstattung

- Orior erkennt an, dass die grösste Wirkung des Unternehmens in verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen in vor- oder nachgelagerten Bereichen der Wertschöpfungskette liegt und stellt diese übersichtlich graphisch dar
- Orior setzt ein SMARTes Ziel im Bereich Treibhausgasemissionen und legt transparent die bisherige Performance zum Ziel dar
- Die Zielsetzung bezieht sich auf die Scope 1 und 2 Emissionen, zudem wird ein qualitatives Ziel zu Scope 3 Emissionen kommuniziert.

### Verbesserungsmöglichkeiten

Graphische Darstellung der Auswirkungen entlang der Wertschöpfungskette und zugehörige Beschreibung lassen offen, wie das Unternehmen die Evaluation der verschiedenen Themen vorgenommen hat. Zudem sind die verschiedenen Levels (keine bis gross) schwierig fassbar. Weiter könnten die Upstream- und Downstreambereiche weiter spezifiziert werden (z.B. gemäss Einteilung des Umweltatlas Lieferketten Schweiz).

Die Zielsetzung wurde bereits erreicht und ist mittelmässig ambitioniert. Ein neues Ziel sollte formuliert werden, welches sich sowohl auf Scope 1 und 2 als auch Scope 3 Emissionen konzentriert.

**Industriesektor:** Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung

**Zieljahr:** keine Angabe

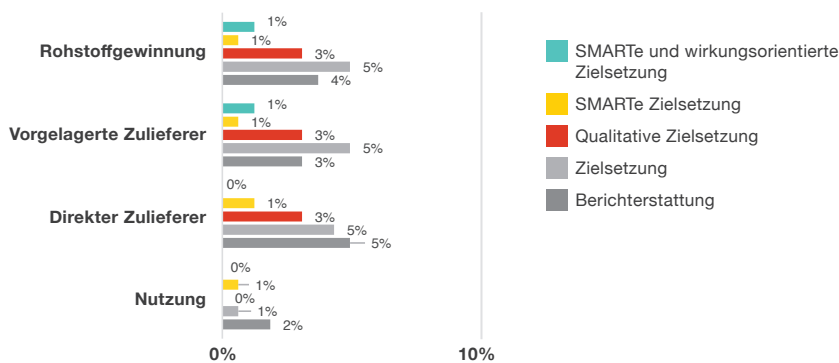
**Quelle:** Orior Nachhaltigkeitsbericht 2020, S.13

## Biodiversität

Während für die verschiedenen Wertschöpfungsbereiche im Bereich Treibhausgasemissionen jedes vierte bis achte Unternehmen darüber berichtet (14% bis 27%) sind es im Bereich Biodiversität lediglich jedes zwanzigste bis fünfzigste (2% bis 5%). Dementsprechend ist die Zielsetzung ebenfalls auf niedrigem Niveau – lediglich 1% bis 5% der Unternehmen setzen sich Biodiversitätsziele in den einzelnen Bereichen der Wertschöpfungskette (siehe Abbildung 17).

zigste bis fünfzigste (2% bis 5%). Dementsprechend ist die Zielsetzung ebenfalls auf niedrigem Niveau – lediglich 1% bis 5% der Unternehmen setzen sich Biodiversitätsziele in den einzelnen Bereichen der Wertschöpfungskette (siehe Abbildung 17).

Abb. 17 Häufigkeit der Berichterstattung und Zielsetzung sowie Art der Zielsetzung zu Biodiversität entlang der Wertschöpfungskette



## Best Practice Beispiel 5: Berichterstattung zu Biodiversität in der Wertschöpfungskette

### Richemont

#### BIODIVERSITY Context

Richemont's direct operations are not considered to have a high impact upon biodiversity. However, the Group's Maisons make use of renewable and non-renewable raw materials, such as gold, gemstones, leather and wood which have biodiversity impact. Through our value chain, we seek to source these materials in a manner that is consistent with the protection of the environment and the sustainable utilisation of natural resources. Examples include the very high level of recycled gold in our Maisons' products and the certified wood-based material in the packaging around them. We are also reviewing our use of plastics with the intention to eliminate single-use wherever possible.

Printscreen aus Unternehmensbericht

## Erläuterung

Das Unternehmen ist sich bewusst, dass seine eigenen Aktivitäten zwar keine grossen Auswirkungen auf die biologische Vielfalt haben, aber die seiner Zulieferer möglicherweise schon. Es wird erläutert, wo in der Lieferkette und wie solche Auswirkungen entstehen. Es wird ein Ansatz zur Überwachung und Verringerung dieser Auswirkungen auf die biologische Vielfalt und die Umwelt vorgestellt und es werden verschiedene von der Organisation ergriffene Massnahmen genannt. Die Lieferanten sind verpflichtet, das Übereinkommen über den internationalen Handel mit gefährdeten Arten (CITES) einzuhalten, das die biologische Vielfalt auf der ganzen Welt schützt. Für das Jahr 2022 sind Biodiversitätsziele für die gesamte Geschäftstätigkeit von Richemont geplant.

### Vorbildliche Aspekte der Berichterstattung

Das Unternehmen erkennt die Beeinträchtigung der biologischen Vielfalt durch seine Lieferkette an und handelt, um diese zu überwachen und zu reduzieren.

### Verbesserungsmöglichkeiten

Festlegung von SMART-Zielen für die biologische Vielfalt in der Lieferkette

**Industriesektor:** Verarbeitende Industrie

**Zieljahr:** keine Angaben

**Quelle:** Sustainability Report 2021, S.112-113

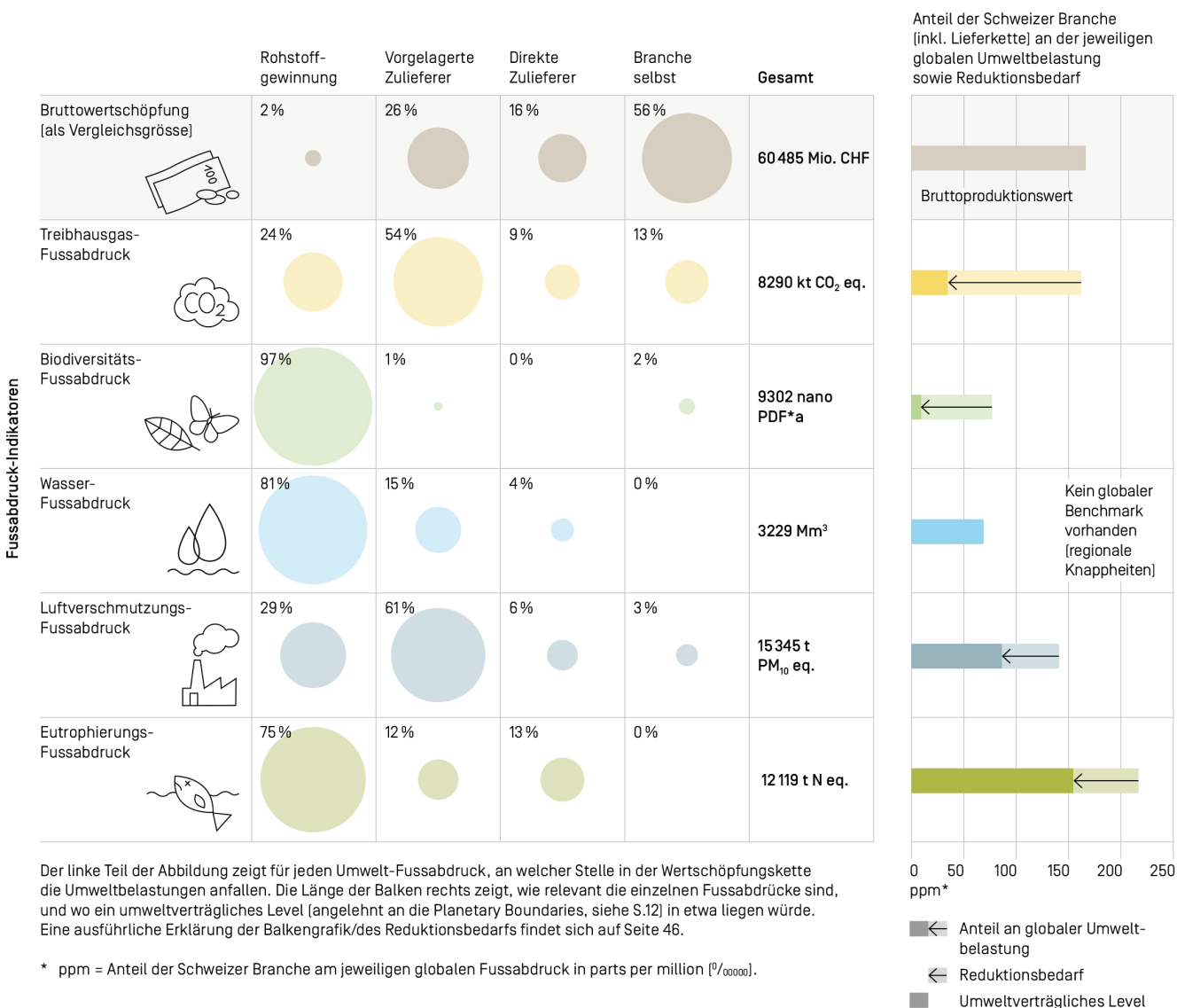
### Deep-Dive Lebensmittelhandel

Für die sektorspezifische Analyse wird beispielhaft auf den Sektor Lebensmittelhandel eingegangen. Dieser ist besonders interessant, da er die grössten absoluten

Umwelt-Fussabdrücke und Umweltintensitäten bei der Rohstoffgewinnung aufweist (siehe Abbildung 18). Im Rahmen der Focused Reporting Analyse 2021 konnten 16 Unternehmen diesem Sektor zugeordnet werden.

Abb. 18 Fussabdruck in der Wertschöpfungskette pro Umweltbereich<sup>24</sup>

#### Anteil der Wertschöpfungsstufen an den durch das Schweizer Gesundheitswesen ausgelösten Umweltbelastungen

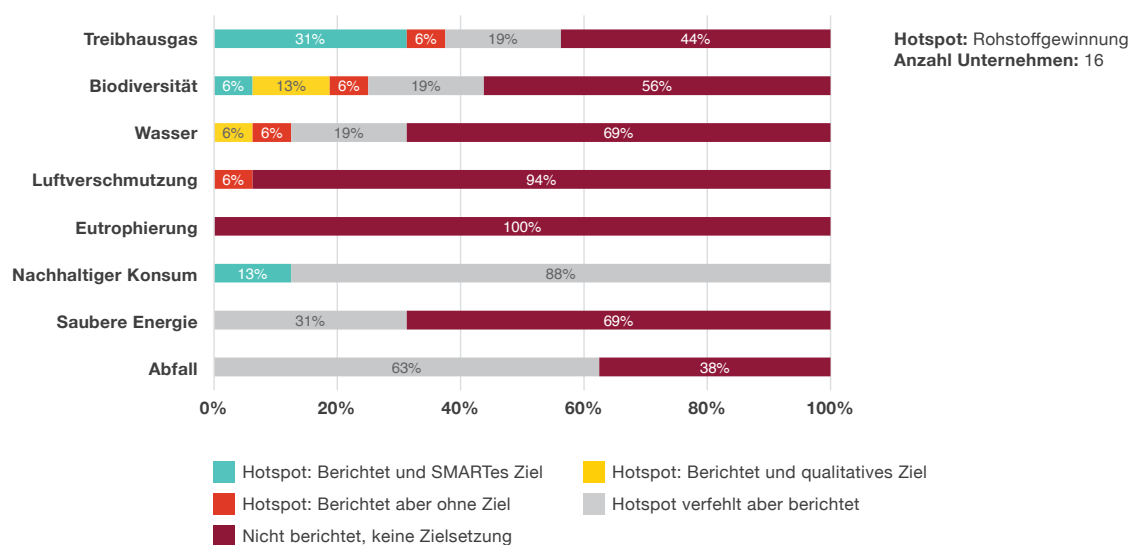


<sup>24</sup> BAFU Umweltatlas

Während für die Umweltbereiche Treibhausgas (37%) und Biodiversität (25%) mehr als ein Drittel bzw. ein Viertel der Unternehmen über den Hotspot Rohstoffgewinnung berichten und zum Teil ein SMARTes oder qualitatives Ziel haben, sind die Werte in den weiteren Bereichen eindeutig niedriger (siehe Abbildung 19). 12% der untersuchten Unternehmen berichten zumindest über den Umweltbereich Wasser in der Roh-

stoffgewinnung, 6% haben ein qualitatives Ziel und 6% berichten über das Thema, ohne ein Ziel zu setzen. 6% der untersuchten Unternehmen berichten über Luftverschmutzung bei der Rohstoffgewinnung, wobei keines ein Ziel dazu setzt. Im Bereich Eutrophierung haben Unternehmen weder zum Hotspot Rohstoffgewinnung noch in einem anderen Bereich der Wertschöpfungskette berichtet oder Ziele gesetzt.

Abb. 19 Hotspotanalyse der Rohstoffgewinnung für den Lebensmittelhandel



# 6. Diskussion, Schlussfolgerung und Empfehlungen

Vor dem Hintergrund, dass in dieser Analyse 151 Unternehmen betrachtet wurden, welche zwar 3 Mio. Beschäftigte in der Schweiz abdecken, sind jedoch die vorliegenden Ergebnisse nur teilweise repräsentativ und dienen somit für gewisse Unternehmensgrössen oder spezifische Sektoren vielmehr als Orientierungshilfe. Basierend auf den Ergebnissen des Focused Reporting Benchmarking 2021 sowie der vorhergehenden Benchmarkings im Jahr 2017 und 2019 lässt sich als zentrale Erkenntnis festhalten, dass die Berichterstattung zu nichtfinanziellen Themen heute weit verbreitet ist und sich die formale Qualität der Berichterstattung gemäss der definierten Kriterien stetig erhöht. Dies trifft jedoch weder für alle Unternehmen noch für alle Unternehmensgruppen der verschiedenen Sektoren auf dieselbe Art und in demselben Umfang zu.

Während die Analyse zeigt, dass sich Unternehmen 2021 im Vergleich zu 2019 vermehrt SMARTe und wirkungsorientierte Ziele im Bereich Klimawandel setzen, ist es fraglich, ob die bisherigen Errungenschaften und gesetzten Ziele ausreichend sind, um die Verpflichtungen der Schweiz zur Reduktion ihrer Treibhausgasemissionen zu erreichen bzw. um kritische Kippunkte bezüglich verschiedenster Themen (z.B. Klimawandel, Biodiversitätsverlust) zu vermeiden.

## Berichterstattung zu Nachhaltigkeitsthematik hat durch stetige Verbesserung sowohl in Grossunternehmen als auch bei KMU Fuss gefasst

Die institutionellen und regulatorischen Rahmenbedingungen mit welchen Unternehmen heutzutage konfrontiert werden, haben sich in den letzten Jahren eindeutig verändert. Während 2015 am UN-Sondergipfel erstmals konkret über die Agenda 2030 diskutiert wurde, sind Nachhaltigkeitsthemen heute ein prävalentes Thema. Die CSR-Berichterstattungspflicht der EU bindet europäische Unternehmen seit 2017 an die Offenlegung nichtfinanzieller Informationen und das kürzlich von der IFRS Foundation angekündigte International Sustainability Standards Board (ISSB) wird in Zukunft eine umfassende und einheitliche Berichterstattung über nichtfinanzielle Unternehmensbereiche erleichtern. Auch in der Schweiz werden Unternehmen unter spezifischen Voraussetzungen ab 1.1.2022 durch den indirekten Gegenvorschlag zur Konzernverantwortungsinitiative<sup>25</sup> regulatorisch dazu verpflichtet über nichtfinanzielle In-

formationen zu berichten. Neben den regulatorischen Auflagen steigen die Informationsanfragen von Investoren im ESG-Bereich, wie beispielsweise die Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) verdeutlicht, und es werden klare, umfassende und qualitativ hochwertige Informationen über die Risiken und Chancen von Unternehmen in Bezug auf die Veränderung der Umwelt (Klimawandel, Biodiversitätsverlust, etc.) erwartet.

Diese Entwicklungen werden durch einen eindeutigen Trend zu fundierterer Nachhaltigkeitsberichterstattung untermauert (siehe 3.a. Ausgangslage). Neben der vermehrten Berichterstattung und dem Setzen von Zielen zu Nachhaltigkeitsthemen hat sich auch die Qualität der Reports eindeutig verbessert. Während 2017 knapp ein Viertel aller untersuchten Unternehmen (24%) keine Ziele im Nachhaltigkeitsbereich veröffentlichte, war es im 2021 Benchmarking nur noch jedes zehnte Unternehmen (10%). Zudem hat in den Benchmarking Analysen 2017 und 2019 nur rund jedes fünfte Unternehmen ein SMARTes und wirkungsorientiertes Ziel berichtet, während es 2021 bereits ein knappes Drittel (32%) sind. Dabei setzen sowohl Grossunternehmen als auch KMU gleichermaßen qualitativ hochwertige Ziele. Es gibt bei den Grossunternehmen lediglich einen leicht grösseren Prozentsatz an Unternehmen, welche wirkungsorientierte Ziele setzen, aber gleichzeitig auch mehr Unternehmen ohne oder lediglich einer qualitative Zielsetzung. Beachtet man dabei, dass diese kleineren Unternehmen weder zur Berichterstattung noch zur Zielsetzung verpflichtet sind, bestätigt sich der Eindruck von fundierteren Nachhaltigkeitsambitionen. Es besteht aber Verbesserungspotenzial und Bedarf, um die Ziele zu erreichen.

## Fokus Klima und Vernachlässigung anderer relevanter Themen

Der vorliegende Bericht zeigt, dass Unternehmen sich in ihrer Berichterstattung zu nichtfinanziellen Belangen weitgehend auf Treibhausgasemissionen und die damit verbundene Klimakrise fokussieren. Während 62% der Unternehmen zu Massnahmen zum Klimaschutz berichten, tun dies lediglich 33% zu Biodiversität, und 31% zum Thema Wasser. Verhältnismässig viele Unternehmen berichten wiederum zu SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen, was mit grosser Wahrscheinlichkeit auf die Covid-19 Pandemie zurückzuführen ist.

<sup>25</sup> [https://fedlex.data.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/cc/27/317\\_321\\_377/20210101/de/pdf-a/fedlex-data-admin-ch-eli-cc-27-317\\_321\\_377-20210101-de-pdf-a.pdf](https://fedlex.data.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/cc/27/317_321_377/20210101/de/pdf-a/fedlex-data-admin-ch-eli-cc-27-317_321_377-20210101-de-pdf-a.pdf)



Dies würde zeigen, dass Unternehmen fähig sind, in relativ kurzer Frist Commitments einzugehen oder neue Ziele zu definieren, was hoffentlich in naher Zukunft auch für Themen wie Biodiversität umgesetzt wird. Es könnte aber auch kritisch dahingehend interpretiert werden, dass Unternehmen gerne Trendthemen aufgreifen und sich zu diesen positionieren, um damit in der Öffentlichkeit positiv als verantwortliches Unternehmen wahrgenommen zu werden. Zukünftige Benchmarks werden zeigen, ob sich der aktuelle Trend zur Berücksichtigung des SDG 3 Gesundheit und Wohlergehen als dauerhaft erweisen wird.

### Ambitionierte Zielsetzung noch nicht ausreichend vorhanden

Während ein eindeutiger Trend zu SMARTer und wirkungsorientierter Zielsetzung beobachtbar ist (siehe Kapitel 5) und Unternehmen vereinzelt auch Ziele für Umwelthotspots in der Wertschöpfungskette setzen (siehe 5.d. Zielsetzung zu den Hotspots in der Wertschöpfungskette), zeigt die Analyse, dass ambitionierte Ziele nur zögerlich gesetzt werden und diese nicht ausreichen, um beispielsweise die Vorgaben des Konzepts der planetaren Grenzen zu erfüllen oder der Schweizer Verpflichtung in Bezug auf die Reduktion der Treibhausgasemissionen nach zu kommen.

Eindeutig am meisten wurden von Unternehmen Ziele in Bezug auf SDG 13 "Massnahmen zum Klimaschutz" gesetzt. 77% der Unternehmen haben Klimaschutzziele, wobei lediglich 25% davon wirkungsorientiert und SMART formuliert sind. Gleichzeitig haben sich 24 Unternehmen (16%) bereits Ziele im Rahmen der Science Based Targets initiative gesetzt und 15 Unternehmen (10%) haben sich dazu verpflichtet, dies zu tun. Eine genauere Betrachtung der gesetzten Ziele zeigt, dass dies jedoch nicht ausreichend ist, um die Schweizer Verpflichtung in Bezug auf Treibhausgasemissionen zu erfüllen. Lediglich ein Drittel der Unternehmen setzt ein Ziel, welches dem Ambitionsniveau der Schweiz gerecht wird. Ein Unternehmen hat sich ein klimapositives Ziel gesetzt: Logitech möchte bis 2030 klimapositiv werden und mehr CO<sub>2</sub> der Atmosphäre entnehmen, als dass das Unternehmen produziert.

Unternehmen des Focused Reporting Benchmarking 2021 haben eindeutig Verbesserungspotential, Ziele zu weiteren relevanten Umweltthemen wie SDG 15 "Leben an Land" oder SDG 14 "Leben unter Wasser" zu setzen. Diese SDGs mit starkem Bezug zu Biodiversität sollten

gemäss verschiedenster Rahmenwerke genau so hohe Priorität wie der Klimawandel haben (e.g. WEF Risk Report, Planetare Grenzen). Das Benchmarking zeigt jedoch, dass lediglich 30% der Unternehmen Ziele zu SDG 15 "Leben an Land" und 19% Ziele zu SDG 14 "Leben unter Wasser" setzen. Die SMARTe und wirkungsorientierte Zielsetzung ist dabei auf einem vernachlässigbar niedrigen Niveau von 9% (SDG 15) und 5% (SDG 14). Es besteht die Hoffnung, dass mit den Vorgaben der Task Force on Nature-Related Disclosure und dem vermehrten Fokus auf das Thema Biodiversität auch die Bedeutung in der Berichterstattung steigt und die Unternehmen auch in diesem Bereich SMARTe und wirkungsorientierte Ziele setzen.

Ein ähnliches Bild zeigt die Betrachtung weiterer Umweltbereiche. So haben beispielsweise lediglich 23% der Unternehmen ein Ziel zu SDG 6 "Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen" oder 19% zu SDG 11 "Nachhaltige Städte und Gemeinde".

### Fokus noch auf eigene Geschäftstätigkeit anstelle von Hotspots in der Wertschöpfungskette

Die Erkenntnisse aus dem Umweltatlas Lieferketten Schweiz<sup>26</sup> illustrieren, dass für die meisten untersuchten Branchen die Umweltbelastungen in den Lieferketten deutlich grösser sind als die Umweltbelastungen am Standort selbst. Dies verdeutlicht, wie wichtig das Lieferkettenmanagement für die Reduktion der Umweltbelastungen ist. Die genauere Betrachtung zeigt zudem auf, dass in der Regel frühe Phasen der Wertschöpfungskette (Rohstoffgewinnung, vorgelagerte Zulieferer) am meisten zum gesamten Umweltfussabdruck einer Branche beitragen, während auch die Nutzungsphase in einzelnen Bereichen sehr relevant sein kann. Der Umweltatlas Lieferketten Schweiz konkludiert zudem, dass der grösste Reduktionsbedarf beim Treibhausgas- und Biodiversitäts-Fussabdruck besteht, um die planetaren Belastbarkeitsgrenzen einzuhalten.

Die Analyse zeigt, dass Unternehmen nur sehr begrenzt zu Umweltthemen in der Wertschöpfungskette berichten und Ziele setzen. Zusätzlich gibt es abhängig vom Umweltthema grosse Unterschiede. Während 40% der untersuchten Unternehmen zu Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette berichten und 34% zu Nachhaltigem Konsum sind es 1% der Unternehmen, welche zu Eutrophierung und 5% welche zur Luftverschmutzung berichten, gleich gefolgt von Biodiversität, wo es 8% der Unternehmen sind. Bei der Zielsetzung ist ein ähnliches

<sup>26</sup> <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/klima/zustand/daten/treibhausgasinventar.html>

Muster erkennbar: 27% der Unternehmen setzen Ziele in der Wertschöpfungskette in Bezug auf Treibhausgasemissionen und kein Unternehmen setzt ein Ziel zur Eutrophierung. Der Umweltatlas Lieferketten Schweiz zeigt jedoch, dass gerade das Thema Eutrophierung für verschiedenste Branchen äusserst relevant ist. Im Falle der Eutrophierung sollte sowohl der Lebensmittelhandel als auch die Immobilienbranche auf das Thema eingehen.

### Unterstützung bei SMARTer und wirkungsorientierter Zielsetzung pro Thema und/oder pro Branche

Während es klare Vorgaben gibt, wie SMARTe und wirkungsorientierte Ziele formuliert werden sollten, ist es für Unternehmen oft nach wie vor schwierig, diese Vorgaben in konkrete Ziele pro wesentlichen Themenbereich und für die spezifische Branche zu formulieren. Hier bedarf es sowohl bei Grossunternehmen als auch bei KMU Unterstützung. Angestrebt werden sollte, dass Nachhaltigkeits- und Umweltziele generell auf einer Wesentlichkeitsanalyse basieren (die die Impact-Perspektive betrachtet), in die Unternehmensstrategie integriert werden und nach den genannten Vorgaben und Ambitionsniveau (SMART, wirkungsorientiert und gemäss Agenda 2030) formuliert werden.

Bei der Formulierung der Ziele können u.a. internationale Konzepte wie beispielsweise der Future-Fit Business Benchmark<sup>27</sup> helfen, der aus einer normativen Perspektive Zielvorgaben formuliert, die alle Unternehmen erreichen sollten. Er tut dies auf eine praxisorientierte Art indem ambitionierte und wirkungsorientierte Ziele aufgezeigt werden, wie beispielsweise 100% erneuerbare Energien für die eigenen Geschäftstätigkeiten wie auch weiterführende Ziele in der Wertschöpfungskette z.B. dass mehr Personen Zugang zu erneuerbaren Energien haben.

### Unterstützung bei Massnahmen und Umsetzung

Neben Unterstützung für die Definition und Integration von SMARTen und wirkungsorientierten Umweltzielen, zeigt die Analyse, dass es oft an konkreten Formulierungen und Offenlegung von Massnahmen und Umsetzungsmöglichkeiten besagter Ziele fehlt. Zu beobachten ist, dass zwar viele Unternehmen SMARTe Ziele formulieren, bei der Spezifikation von Massnahmen und Umsetzungsplänen jedoch oft auf generelle Aussagen und nicht konkrete Formulierungen zurückgreifen. Gründe dafür können sein, dass Unternehmen keine solchen Massnahmen- und Umsetzungspläne bestimmt haben und Unterstützung benötigen, oder, dass solche zwar vorhanden sind, jedoch nicht kommuniziert werden. Während dem Focus-

ed Reporting Workshop am Forum ö im Jahr 2021 wurde von den Teilnehmenden Unterstüztungsbedarf bei der Definition von Zwischenzielen sowie konkreten Massnahmen zur Umsetzung geäussert, welche beispielsweise den Anforderungen der Agenda 2030 entsprechen. Empfehlenswert ist deshalb im Rahmen von themen- oder branchenspezifischen Austauschmöglichkeiten sowohl Unterstützung bei der Formulierung und Umsetzung solcher konkreter Massnahmen zu bieten als auch ein Bewusstsein für die Wichtigkeit der transparenten Kommunikation darüber herzustellen.

### Aufbau einer Leading-Practice Beispielplattform

Bereits in der 2016 durchgeführten Studie wurde betont, dass sogenannte Best-Practice oder Leading-Practice Beispiele ähnlich wie pivotgoals.com aus Unternehmensperspektive äusserst wünschenswert und hilfreich wären. Der informelle Austausch mit Unternehmensvertretern im Rahmen des Focused Reporting Benchmarking bestätigt dies. Wichtig dabei wäre, dass sowohl für die unterschiedlichen Themenbereiche als auch für die einzelnen Sektoren sowie für Unternehmen unterschiedlicher Grösse Beispiele zur Verfügung gestellt werden. Je ähnlicher oder vergleichbarer Unternehmen sind, an deren Beispiel man sich orientieren kann, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass dies auch zu eigenen Aktivitäten führt. Dies bedeutet, dass sich z.B. ein KMU bevorzugt an anderen KMU orientieren möchte, wenn es um die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten wie Umweltzielen in die Geschäftsprozesse geht. Grossunternehmen mögen dabei zwar die objektiv betrachtet besseren Beispiele liefern, sie werden jedoch von den KMU als solche weniger akzeptiert, weil man von anderen Voraussetzungen ausgeht, die das grössere Unternehmen mitbringt: ein höheres Budget, einen anderen Erwartungsdruck der Stakeholder, eine andere Eigentümerstruktur usw.

Daraus ergibt sich als eine Empfehlung mit Blick auf eine Verbesserung der Umweltzielsetzungen in Schweizer Unternehmen, dass gezielt Best Practices für klar definierte Gruppen von Unternehmen und Sektoren identifiziert werden. Zu denken ist hier neben einer Plattform, auf welcher genannte Beispiele eingesehen werden können, insbesondere auch an Workshops und Veranstaltungen, bei welchen Unternehmensvertreter direkt über ihre Erfahrungen berichten.

**Weitere Ergebnisse der Focused Reporting Benchmarking 2021 können unter [focusedreporting.ch](https://focusedreporting.ch) eingesehen werden.**

<sup>27</sup> Future-Fit Business Benchmark ([futurefitbusiness.org](https://futurefitbusiness.org))

## Anhang 1 – Einbettung und Methodik



## Anhang 1 – Einbettung und Methodik

### a. Einbettung dieser Studie

Die Ergebnisse und Erkenntnisse dieser Studie basieren auf der von engageability durchgeführten Focused Reporting Benchmarking Analyse 2021<sup>28</sup>. Die Resultate der in den Jahren 2019 wie auch 2017 durchgeführten Focused Reporting Analysen wie auch die vom Bundesamt für Umwelt beauftragte Studie Umweltziele von Unternehmen in der Schweiz<sup>29</sup> werden ebenfalls einbezogen. Focused Reporting wurde 2015 von engageability, einem Kompetenzzentrum für innovative und zukunftsfähige Lösungen und Stakeholder Engagement, und von öbu<sup>30</sup>, dem Schweizer Verband für nachhaltiges Wirtschaften initiiert. Weitere Partner sind das Institute for Business Sustainability<sup>31</sup>, RepRisk<sup>32</sup>, die globale Datenbank zu Umwelt-, Sozial- und Führungsrisiken, sowie auch der World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)<sup>33</sup>. Um die Glaubwürdigkeit und Qualität des Benchmarkings zu gewährleisten, wurde ein Expertengremium eingerichtet, welches die Qualitätsprüfung der jeweiligen Analysen durchführte. Dieses besteht aus Persönlichkeiten aus der Wissenschaft sowie der Wirtschaft, welche sich intensiv mit den Themenbereichen der unternehmerischen Nachhaltigkeit auseinandersetzen (siehe Abbildung A 1).

Die 2016 durchgeführte Studie Umweltziele von Unternehmen in der Schweiz kann als Initialstudie für den vorliegenden Bericht betrachtet werden. Diese Studie fokussierte auf den Stand der Umweltzielsetzungen bei Unternehmen und die Frage, was in Zukunft getan werden muss, um von den Zielsetzungen zur Umsetzung und Realisierung der formulierten Ziele zu kommen.

Bei der vorliegenden Studie liegt der Fokus auf dem aktuellen Stand der Nachhaltigkeitszielsetzungen (insbesondere in Bezug auf die Umwelt) von Unternehmen. Dabei wurden die von den Unternehmen gesetzten Umweltziele bewertet und mit der Einhaltung der planetaren Grenzen wie auch der Ziele der Agenda 2030 verglichen. Der Bezug zur vorhergehenden Studie (2016) wird, wenn immer möglich, hergestellt, um die erfolgten Entwicklungen aufzuzeigen.

Die Untersuchung liefert darüber hinaus eine Grundlage für mögliche zukünftige Studien, welche evaluieren können, inwiefern die unternommenen Anstrengungen ausreichen, um das in Paris vereinbarte 1.5 Grad Ziel zu erreichen bzw. was für eine nachhaltige Zukunft bis 2030 und die darauffolgenden Jahre noch angepasst werden muss.

### b. Abgrenzung zu vorherigen Analysen

Die im Jahr 2016 initiierte Studie Umweltziele von Unternehmen in der Schweiz fokussierte auf eine Bestandsaufnahme bezüglich Umweltzielsetzung von Schweizer Unternehmen. Hauptziel war es, aufzuzeigen, von welchen Arten von Unternehmen in welchen Bereichen bereits Ziele gesetzt wurden und welchen qualitativen Ansprüchen diese genügten. Dabei wurde als Grundgesamtheit die 500 grössten Schweizer Unternehmen verwendet und aus diesen diejenigen 88 herausgefiltert, die eine öffentliche Nachhaltigkeitsberichterstattung vorlegen und darin konkrete Umweltziele formulieren. Zusätzlich wurden jeweils acht kleine und mittlere Unternehmen (KMU) und multinationale Unternehmen (MNU) in das Sample einbezogen. Das Focused Reporting Sample besteht aus 151 Unternehmen, welches sowohl Grossunternehmen als auch KMU und MNU inkludiert. 117 Unternehmen der Focused Reporting Analyse 2021 sind Teil des Samples der Studie Umweltziele von Unternehmen in der Schweiz 2016.

Während die Studie von 2016 sowohl qualitative (z.B. Interviews) als auch quantitative Daten untersucht hat, werden in der Focused Reporting Analyse lediglich öffentlich zugängliche Informationen und Daten betrachtet.

Neben den genannten Unterschieden des Samples und der Vorgehensweise wird in beiden Studien eine sehr ähnliche Definition für die Qualifizierung der Ziele verwendet.

<sup>28</sup> Focused Reporting | Discover what matters

<sup>29</sup> <https://www.bafu.admin.ch/bafu/de/home/themen/wirtschaft-konsum/fachinformationen/ressourcenverbrauch.html#-1405956961>

<sup>30</sup> öbu - Der Verband für nachhaltiges Wirtschaften (oebu.ch)

<sup>31</sup> The Institute for Business Sustainability (the IBS)

<sup>32</sup> RepRisk | The world's largest reprisk company

<sup>33</sup> World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)

## Anhang 1 – Einbettung und Methodik

Abb. A 1 **Konsultiertes Expertengremium im Focused Reporting Benchmarking 2021**



**Olmar Albers**  
CEO, öbu



**Dr. Miron Avidan**  
Postdoktorand,  
Universität St. Gallen



**Balthasar Bänninger**  
Stv. Leiter  
Nachhaltigkeitsresearch,  
Forma Futura



**Till Berger**  
Stellvertretender Sektionschef,  
Bundesamt für Raumentwicklung  
ARE



**Prof. Dr. Claus-Heinrich Daub**  
Professor für Nachhaltiges Mgmt.  
und Marketing, FHNW



**Dr. Barbara Dubach**  
CEO und Gründerin,  
engageability



**Prof. em. Dr. Thomas Dyllick**  
Direktor The IBS, Prof. em.  
Universität St. Gallen



**Antonio Hautle**  
Geschäftsführender Direktor,  
Global Compact Netzwerk  
Schweiz & Liechtenstein



**Michael Liechi**  
Senior Partnership Account  
Manager, RepRisk AG



**Prof. Dr. Katrin Muff**  
Direktorin The IBS



**Prof. Dr. Gabriela Nagel**  
Leiterin Institut  
Finanzmanagement,  
ZHAW



**Damian Oettli**  
Leiter der Abteilung Wirtschaft &  
Verbrauch, WWF Switzerland



**Markus Ott**  
Leiter Nachhaltigkeitsforschung,  
Alternative Bank Schweiz



**Thomas Scheiwiler**  
Advisor & Board Member



**Dr. Mark Veser**  
Leiter Climate Change and  
Sustainability  
Services Schweiz, EY

## Anhang 1 – Einbettung und Methodik

### c. Hintergrund und Entwicklung des Focused Reporting Benchmarkings

Im Jahr 2017 wurde die erste Focused Reporting Benchmarking Analyse mit 101 Schweizer Unternehmen durchgeführt, 2019 erschien die zweite Edition mit 123 Unternehmen und 2021 wurde das Benchmarking mit 151 Unternehmen durchgeführt.

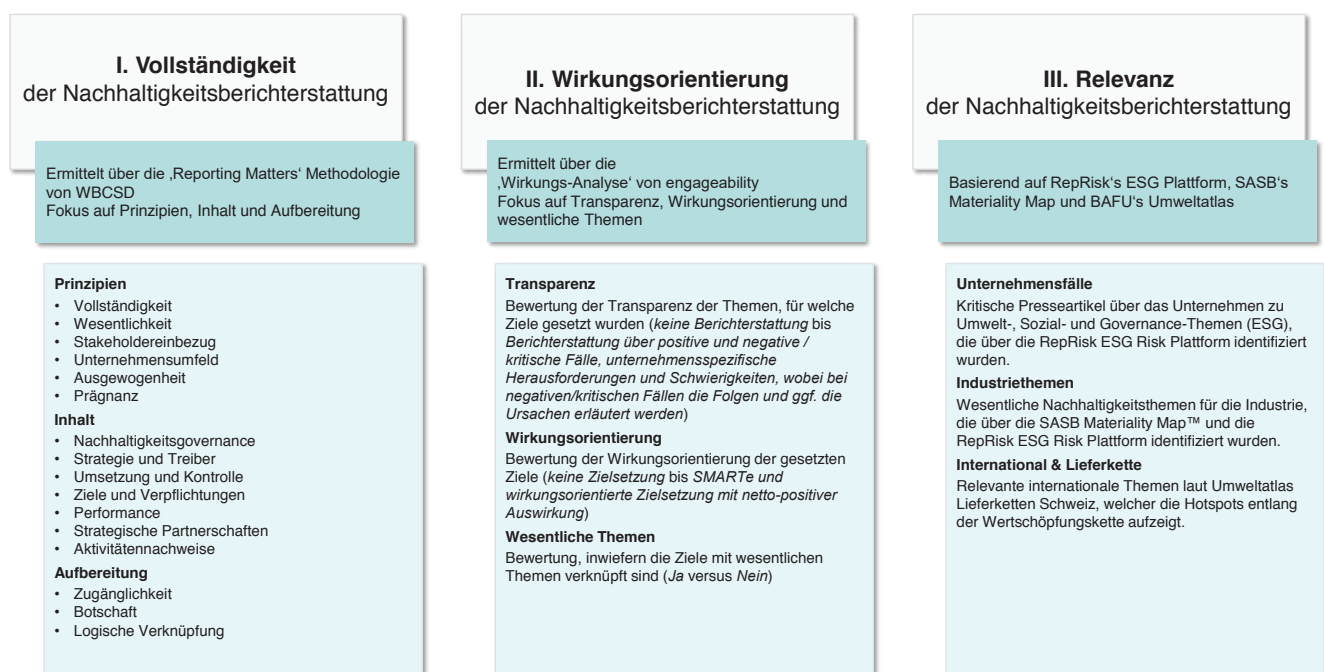
Die Vision von Focused Reporting ist es, die Schweizer Benchmarking Plattform für Nachhaltigkeitsberichterstattung zu sein. Dabei soll die Analyse eine kontinuierliche und langfristige Verbesserung der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Schweizer Unternehmen ermöglichen, wodurch die Schweizer Wirtschaft idealerweise nachhaltiger und innerhalb der planetaren Grenze stattfindet. Ein wichtiger Bestandteil ist die Bewertung der Nachhaltigkeitsziele der analysierten Unternehmen. Interessierte Unternehmen erhalten spezifische Rückmeldungen mit umsetzbaren Verbesserungspotenzialen.

Die Focused Reporting Analyse basiert auf dem Reporting Matters Framework des World Business Council of Sustainable Development (WBCSD), wobei dieses den Bereich Vollständigkeit der Analyse abdeckt. Weitere Dimensionen der Focused Reporting Analyse sind Wirkungsorientierung und Relevanz (siehe Abbildung A 2).

### d. Angewendete Methode

Die Vollständigkeitsanalyse deckt als einer der drei Bereiche der Focused Reporting Methodologie die drei Kategorien Prinzipien, Inhalt und Aufbereitung ab, wobei insbesondere die Unterkategorie Ziele und Verpflichtungen in der Kategorie Inhalt für die hier vorliegende Studie von Interesse ist. Im Rahmen der Wirkungsorientierung wurde auf die Ziele, welche sich ein Unternehmen gesetzt hat, eingegangen. Dabei werden die Ziele auf deren Transparenz geprüft, auf die Qualität des Ziels anhand der SMART-Kriterien eingegangen und analysiert, inwiefern das Ziel mit einem wesentlichen Thema des Unternehmens übereinstimmt. Weitere relevante Parameter wie das Ziel- und Basisjahr werden ebenfalls in Betracht gezogen. Im Relevanzteil wird überprüft, ob das Unternehmen über relevante Themen berichtet. Auf Unternehmensebene wird anhand der Onlinedatenbank von RepRisk untersucht, ob Unternehmen über ihre ESG Risiken berichten. Auf Industriebene wird analysiert, ob das Unternehmen Industrietemen, welche gemäss dem Sustainability Accounting Standards Board (SASB) sowie RepRisk relevant sind, aufnimmt. Anhand des Umweltatlas Lieferketten Schweiz<sup>34</sup> wird analysiert, inwiefern Unternehmen über die Hotspots in ihrer Wertschöpfungskette berichten und entsprechende Ziele setzen. Zudem wurde analysiert, ob Unternehmen anhand der Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) berichten oder sich Ziele im Rahmen der Science Based Targets initiative (SBTi) setzen.

Abb. A 2 Methode der Focused Reporting Analyse



<sup>34</sup> <https://www.bafu.admin.ch/bafu/en/home/topics/economy-consumption/info-specialists/resource-consumption.html#-2099368005>

## Anhang 2 – Unternehmen des Focused Reporting Benchmarking

Tab. A 1 Liste der Unternehmen des Focused Reporting Benchmarking 2021

Unternehmen	Sektor	Unternehmen	Sektor
Aargauische Kantonalbank	Finanzdienstleistungen	CPH Chemie + Papier Holding AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
ABB Group	Maschinenindustrie	Credit Suisse	Finanzdienstleistungen
Adecco Group AG	Dienstleistungsunternehmen	Dätwyler Holding AG	Baugewerbe und -zulieferer
ALDI Suisse AG	Detail- und Grosshandel	Denner AG	Detail- und Grosshandel
Allreal Holding AG	Immobilien	Dormakaba	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Alternative Bank Schweiz AG	Finanzdienstleistungen	DSV Panalpina	Mobilität, Transport und Logistik
Amstein & Walthert	Dienstleistungsunternehmen	Dufry Group AG	Detail- und Grosshandel
APG SGA	Dienstleistungsunternehmen	Elektrizitätswerk der Stadt Zürich ewz	Energieversorgung/-verteilung
armasuisse	Immobilien	Emmi	Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung
Ascom Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom	Endress + Hauser AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
AXA Versicherungen AG	Versicherungsdienstleistungen	Energie Wasser Bern ewb	Energieversorgung/-verteilung
Axpo Holding AG	Energieversorgung/-verteilung	F. Hoffmann-La Roche AG	Chemie/Pharma
Bachem Holding AG	Chemie/Pharma	Feintool International Holding AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Banc Cantonale Vaudoise	Finanzdienstleistungen	Fenaco Genossenschaft	Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung
Bank Julius Baer	Finanzdienstleistungen	Ferring Pharmaceuticals	Chemie/Pharma
Bank Safra Sarasin	Finanzdienstleistungen	Firmenich International SA	Chemie/Pharma
Bank Vontobel	Finanzdienstleistungen	Flughafen Zürich AG	Mobilität, Transport und Logistik
Barry Callebaut AG	Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung	Franke	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Basellandschaftliche Kantonalbank	Finanzdienstleistungen	Galenica AG	Chemie/Pharma
Basler Kantonalbank	Finanzdienstleistungen	Geberit International AG	Baugewerbe und -zulieferer
Belimo Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom	Georg Fischer AG	Maschinenindustrie
Bell Food Group	Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung	Girsberger Holding AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Berner Kantonalbank	Finanzdienstleistungen	Givaudan SA	Chemie/Pharma
BKW Energie AG	Energieversorgung/-verteilung	Glarner Kantonalbank	Finanzdienstleistungen
Bobst Group SA	Maschinenindustrie	Glencore	Detail- und Grosshandel
Bucher Industries AG	Maschinenindustrie	Graubündner Kantonalbank	Finanzdienstleistungen
Bühler Holding AG	Maschinenindustrie	Gurit Holding AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Burkhardt Compression Holding AG	Maschinenindustrie	Helvetia	Versicherungsdienstleistungen
Calida Holding AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe	HIAG Immobilien	Immobilien
Cargill International SA	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe	Hilti AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Clariant AG	Chemie/Pharma	Huber+Suhner AG	Mobilität, Transport und Logistik
Coca-Cola Hellenic	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe	Hunziker	Baugewerbe und -zulieferer
Coca-Cola Hellenic	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe	Implenia AG	Baugewerbe und -zulieferer
Conzzeta	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe		
Coop-Gruppe	Detail- und Grosshandel		

Unternehmen	Sektor
Industrielle Werke Basel IWB	Energieversorgung/-verteilung
Interholco	Baugewerbe und -zulieferer
Intershop Holding AG	Immobilien
Intersport International Corporation GmbH	Detail- und Grosshandel
Komax Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
KPMG	Dienstleistungsunternehmen
Kuhne & Nagel	Mobilität, Transport und Logistik
LafargeHolcim	Baugewerbe und -zulieferer
LandisGyr	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
LGT	Finanzdienstleistungen
Lidl Schweiz	Detail- und Grosshandel
Logitech International SA	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Lombard Odier	Finanzdienstleistungen
Lonza Group AG	Chemie/Pharma
Luzerner Kantonalbank	Finanzdienstleistungen
MCH Group AG	Dienstleistungsunternehmen
Menu and More AG	Gastronomie & Hotelerie
Metalor	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Meyer Burger Technology AG	Baugewerbe und -zulieferer
Migros Gruppe	Detail- und Grosshandel
Mobimo Holding AG	Immobilien
MSC mediterranean shipping company	Mobilität, Transport und Logistik
Nestlé	Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung
Novartis	Chemie/Pharma
OC Oerlikon Corporation AG	Maschinenindustrie
ORIOR Group	Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung
Partners Group Holding AG	Finanzdienstleistungen
Philip Morris International S.A.	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Phoenix Mecano Group	Maschinenindustrie
Planzer Transport AG	Mobilität, Transport und Logistik
Post CH AG	Mobilität, Transport und Logistik
PSP Swiss Property	Immobilien
Raiffeisen Gruppe	Finanzdienstleistungen
Repower AG	Energieversorgung/-verteilung
Richemont SA	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Romande Energie SA	Energieversorgung/-verteilung
RUAG MRO Holding Ltd.	Maschinenindustrie
Schaffner Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Schindler Holding AG	Maschinenindustrie
Schmolz + Bickenbach AG	Baugewerbe und -zulieferer

Unternehmen	Sektor
Schweizer Jugendherbergen	Gastronomie & Hotelerie
Schweizerische Bundesbahnen (SBB)	Mobilität, Transport und Logistik
SFS Group AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
SGS	Dienstleistungsunternehmen
Siegfried Holding AG	Chemie/Pharma
Sika AG	Baugewerbe und -zulieferer
Sonova Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
SQS	Dienstleistungsunternehmen
ST Microelectronics	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Starrag Group Holding AG	Maschinenindustrie
Straumann Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Sulzer AG	Maschinenindustrie
Swatch Group SA	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Swiss Finance & Property Group AG (SFPG)	Immobilien
Swiss Prime Site AG	Immobilien
Swisscom	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Swissport International AG	Mobilität, Transport und Logistik
Syngenta AG	Chemie/Pharma
Tecan Group AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Temenos Group AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Tetra Pak (Schweiz) AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Thurgauer Kantonalbank	Finanzdienstleistungen
Trafigura Group PTE LTD	Detail- und Grosshandel
u-blox Holding AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
UBS	Finanzdienstleistungen
Valiant	Finanzdienstleistungen
Valora Holding AG	Detail- und Grosshandel
VAT Group AG	Maschinenindustrie
Vetropack Holding AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Vifor Pharma Ltd.	Chemie/Pharma
VP Bank	Finanzdienstleistungen
V-Zug AG	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Warteck Invest AG	Immobilien
Weleda AG	Chemie/Pharma
Ypsomed AG	Informatik/Medizinal- & Elektrotechnik/Telecom
Zehnder	Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
Zug Estates Holding AG	Immobilien
Zuger Kantonalbank	Finanzdienstleistungen



## Anhang 3 – Sektoren des Focused Reporting Benchmarking

Übersicht über die Sektoren<sup>35</sup> des Focused Reporting Benchmarking 2021.

- Baugewerbe und -zulieferer
- Chemie und Pharma
- Detail- und Grosshandel
- Energieversorgung und -verteilung
- Finanzdienstleistungen
- Gastronomie und Hotellerie
- Informatik, Medizinal- und Elektrotechnik
- Telekommunikation
- Maschinenindustrie
- Mischkonzern
- Mobilität, Transport und Logistik
- Nahrungsmittel- und Getränkeherstellung
- Dienstleistungsunternehmen
- Verarbeitendes und herstellendes Gewerbe
- Versicherungsdienstleistungen
- Immobilienwesen

## Anhang 4 – Abkürzungsverzeichnis

**BAFU** – Bundesamt für Umwelt

**CDP** – Carbon Disclosure Project

**CDSB** – Carbon Disclosure Standards Board

**ESG** – Environmental Social Governance (Umwelt, Soziales, Unternehmensführung)

**GRI** – Global Reporting Initiative

**IIRC** – International Integrated Reporting Council

**ISSB** – International Sustainability Standards Board

**KMU** – Kleinere und mittlere Unternehmen

**MNU** – Multinationale Unternehmen

**SASB** – Sustainability Accounting Standards Board

**SBTi** – Science based Target Initiative

**SDG(s)** – Sustainable Development Goal(s)

**SMART Ziele** – Specific (Spezifisch) – Measurable (Messbar) – Achievable (Erreichbar) – Relevant (Angemessen) – Time-bound (Terminiert)

**TCFD** – Task Force on Climate Related Financial

**WBCSD** – World Business Council for Sustainable Development

<sup>35</sup> Die Brancheneinteilung des Focused Reporting Benchmarkings wurde in Anlehnung an die von öbu definierten Branchen vorgenommen.

1. Vorwort

2. Die wichtigsten  
Resultate auf  
einen Blick

3. Ausgangslage,  
erwartete Erkennt-  
nisse und Vorgehen

4. Methodik

5. Ergebnisse

6. Diskussion,  
Schlussfolgerung  
und Empfehlungen

