

Hochschule Hannover
University of Applied Sciences and Arts
Fakultät III – Medien, Information und Design

Zwischen Pflicht und Freiwilligkeit: Determinanten der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung

–

Eine empirische Untersuchung der nichtfinanziellen Erklärung (NfE)

Masterarbeit

zur Erlangung des Grades Master of Arts in

Kommunikationsmanagement

eingereicht von:

Paul Vista

Geburtsdatum: 12. Juni 1996

Matrikelnummer: 1668662

am 17. August 2023

Gutachter: Herr Prof. Dr. Ulrich Bernhard

Zweitgutachter: Herr Prof. Dr. Johannes Berendt

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	IV
Abstract	V
1 Einführung: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Spannungsfeld von Freiwilligkeit und Regulierung	1
2 Theorie: Unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung	5
2.1 <i>Der Nachhaltigkeitsbericht</i>	5
2.1.1 Corporate Social Responsibility als Grundlage der Nachhaltigkeitsberichterstattung	5
2.1.2 Von Freiwilligkeit zur Pflicht: Die Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts	8
2.2 <i>Regulatorischer Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung</i>	12
2.2.1 CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz	12
2.2.2 Berichterstattungsrahmenwerke	16
2.2.3 EU-Taxonomie	18
2.2.4 Zwischenfazit	19
2.3 <i>Freiwilliger Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung</i>	20
2.3.1 Legitimitätstheorie.....	20
2.3.2 Stakeholder-Theorie	22
2.3.3 Theorie der Ressourcenabhängigkeit	24
2.3.4 Zwischenfazit	26
3 Forschungsstand	28
4 Forschungshypothesen und Forschungsfragen	34
5 Methodisches Vorgehen	40
5.1 <i>Untersuchungsgegenstand</i>	40
5.2 <i>Quantitative Inhaltsanalyse</i>	41
5.2.1 Operationalisierung	41
5.2.2 Pretest und Durchführung	46
6 Ergebnisdarstellung	48
6.1 <i>Deskriptive Statistik</i>	48
6.2 <i>Hypothesenüberprüfung</i>	51

7	Diskussion und Limitationen.....	61
7.1	<i>Diskussion.....</i>	<i>61</i>
7.2	<i>Limitationen.....</i>	<i>67</i>
8	Fazit und Ausblick.....	69
	Literaturverzeichnis.....	71
	Abbildungsverzeichnis.....	VI
	Tabellenverzeichnis.....	VII
	Anhang	VIII

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Bedeutung
Abs.	Absatz
BMJ	Bundesministerium der Justiz
BRSR	Business Responsibility & Sustainability Reporting Format
CSR	Corporate Social Responsibility
CSR-RUG	CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
DAX	Deutscher Aktienindex
DNK	Deutscher Nachhaltigkeitskodex
EFFAS	European Federation of Financial Analysts Societies
ESG	Environmental, Social und Governance
GRI	Global Reporting Initiative
HGB	Handelsgesetzbuch
MDAX	Mid-Cap-DAX
NfB	Nichtfinanzieller Bericht
NfE	Nichtfinanzielle Erklärung
NFRD	Non-Financial Reporting Directive
SEC	United States Securities and Exchange Commission
SFDR	Sustainable Finance Disclosure Regulation
UNGC	United Nations Global Compact

Abstract

Die verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung ist auf dem Weg das Nachhaltigkeitsreporting von Unternehmen zu verändern. Eine wachsende Zahl an Unternehmen muss immer häufiger Informationen offenlegen, die sie vormals bewusst nicht publizierten. Einige Unternehmen könnten dies als ein Hindernis sehen, andere erkennen darin womöglich eine Chance für die Unternehmenskommunikation. Indem sie über gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus publizieren und sich damit für eine umfassendere und transparentere Berichterstattung entscheiden, könnten Unternehmen von Profilierungsmöglichkeiten und Wettbewerbsvorteile profitieren. Das Ziel dieser Arbeit ist die Frage zu beantworten, welche Determinanten die freiwillige Offenlegung von Informationen, die über die gesetzlichen Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung (NfE) hinausgehen, beeinflussen. Um die Forschungsfrage zu beantworten, wurde eine quantitative Inhaltsanalyse von 200 nach dem § 289b Handelsgesetzbuch (HGB) berichtspflichtigen Unternehmen durchgeführt. Hierzu wurden die nichtfinanziellen Erklärungen und weitere nachhaltigkeitsbezogene Informationen auf ihrer Unternehmenswebsite analysiert. Zudem wurde ein Offenlegungsscore konzipiert, um den Grad der zusätzlichen freiwilligen Offenlegung zu messen. Anschließend wurde untersucht, inwieweit Einflussfaktoren eine über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehende Offenlegung erklären können. Die Ergebnisse zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen den Determinanten Unternehmensgröße, Berichtshistorie, Vorstandsgröße sowie dem Anteil ausländischer Vorstandsmitglieder und dem Offenlegungsgrad von freiwilligen zusätzlichen nichtfinanziellen Informationen. Hingegen konnte kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Offenlegungsgrad und den Determinanten Branchenzugehörigkeit, Kapitalmarktorientierung und Frauenanteil im Vorstand beobachtet werden.

1 Einführung: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Spannungsfeld von Freiwilligkeit und Regulierung

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung hat sich in den letzten Jahren zu einem essenziellen Instrument des Kommunikationsmanagements entwickelt, um die sozialen und ökologischen Auswirkungen von Unternehmen transparent zu machen (Benameur et al., 2023, S. 2). Nicht zu berichten, stellt heutzutage beinahe die Ausnahme dar. Das Nachhaltigkeitsreporting ist für die meisten Unternehmen zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Wer dieser Erwartung nicht gerecht wird, sieht sich schnell mit reputationsschädlichen Unterstellungen konfrontiert - das Unternehmen kümmere sich nicht um gesellschaftliche Belange oder möchte gar etwas verbergen (Fifka, 2018, S. 140). Dieser Trend wird nicht nur von Gesellschaft und Industrie befeuert, sondern findet ebenfalls Ausdruck in Form von gesetzlichen Regulationen. Allerdings betrifft dies nicht nur den europäischen Kontinent. Vielmehr ist ein weltweit ein klarer Trend zu mehr Regulatorik erkennbar (Frese & Colman, 2018, S. 94). Das zweite Jahrzehnt stellt eine Zäsur im Nachhaltigkeitsreporting dar. Indien weitet seine verpflichtende Berichterstattung massiv aus. Mit der Business Responsibility & Sustainability Reporting Format (BRSR) verschärft Indien ihre bisherigen Anforderungen an die Berichterstattung und fordert noch mehr Transparenz von Unternehmen (Majumdar, 2023). Im anglo-sächsischen Raum arbeiten Neuseeland und Kanada an Gesetzesentwürfen zur stärkeren Regulierung der Offenlegung von nachhaltigkeitsbezogenen Informationen (CPA, 2023; Ministry for the Environment, 2023). Sogar in den Vereinigten Staaten, dessen Nachhaltigkeitsberichterstattung historisch steht von einer freiwilligen, eher marktorientierten Kultur getrieben wurde, ändert sich die regulatorische Landschaft rapide. Befeuert durch die die United States Securities and Exchange Commission (SEC) - die US-Börsenaufsichtsbehörde für die Kontrolle des Wertpapierhandels - der Biden-Administration sowie neuen Vorschriften auf Bundesstaatenebene hat die Debatte in den USA gerade erst begonnen (Silk & Lu, 2023). Auch die Volksrepublik China, die zweitgrößte Volkswirtschaft und zugleich größter CO₂-Emittent der Welt, arbeitet derzeit an einer gesetzlichen Verpflichtung zur Offenlegung von ESG-Informationen (Cao, 2023). Mit den bisher tiefgreifendsten Regulationen verpflichtet die EU-Kommission mit der Non-Financial Reporting Directive (NFRD) Mitgliedsstaaten zur Umsetzung einer verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung. Seither müssen große kapitalmarktorientierte Unternehmen, eine nichtfinanzielle Erklärung (NfE) im Lagebericht des veröffentlichen (Fifka, 2018, S. 140). Schon nach relativ kurzer Zeit verkündet die EU-Kommission ihre ambitionierten Reformpläne für die derzeitige noch geltende Berichtspflicht: Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) soll

ab 2023 in Kraft treten. Sie stellt eine Weiterentwicklung der NFRD dar und strebt eine Gleichstellung mit der Finanzberichterstattung (Plass, 2023). Sobald die Parlamente die Richtlinie in nationales Recht umsetzen, wird sich das Reporting in Europa verändern: mehr Unternehmen, mehr Themen und mehr Standardisierung. Eine Entscheidung, die zu hitzigen Diskussionen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft geführt hat. Diese Entwicklung zeigt, dass die vormals freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung eine zunehmend regulatorische Form annimmt. Denn die verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung beeinflusst nicht nur ihre strategischen Entscheidungen, sondern prägt auch maßgeblich das Image von Unternehmen. Mit einer freiwilligen Offenlegung von Informationen wird eine über das Pflichthandeln hinaus gegebene Identität des Unternehmens sichtbar. Durch ihr sozial verantwortliches Handeln sichern sich Unternehmen ein identifikationsstiftendes Alleinstellungsmerkmal (Eisenegger & Schranz, 2011, S. 74) Mit einer glaubhaften Berichterstattung über die die gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen ihres wirtschaftlichen Handelns gewinnen Unternehmen Vertrauen bei ihren Stakeholdern und sichern sich damit letztlich ihren Geschäftserfolg. Eine allumfassende Berichterstattung, die alle Interessen der Stakeholder berücksichtigt, dient der Imagepflege und schafft die Legitimation ihres Geschäftsmodells (Jasch, 2015, S. 823). Daraus ergibt sich die übergeordnete Forschungsfrage: Welche Determinanten beeinflussen die freiwillige Offenlegung von Informationen, die über die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung (NfE) hinausgehen?

Die Forschungsfrage, die sich auf die Determinanten bezieht, die Unternehmen dazu führen, über die gesetzlichen Mindestanforderungen der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung hinaus zu berichten, ist von wissenschaftlicher und praktischer Relevanz. Denn während der gesetzlichen Vorgaben einen wichtigen Schritt in Richtung Transparenz und Verantwortlichkeit darstellen, reicht dies oft nicht aus, um die komplexen und vielschichtigen Herausforderungen sowie Erwartungen im Nachhaltigkeitsmanagements angemessen anzugehen. Eine freiwillige umfassendere Offenlegung von Informationen, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen, können mit Wettbewerbsvorteilen und einem Markenimages einhergehen. Unternehmen heben sich vom Wettbewerb ab und hinterlassen einen positiven Eindruck bei ihren Stakeholdern. Die Untersuchung von Determinanten für diese Form der erweiterten Nachhaltigkeitsberichterstattung kann dabei helfen, die strategischen Gründe zu identifizieren, die Unternehmen dazu motivieren, diesen zusätzlichen Aufwand zu betreiben. Diese Erkenntnis kann dabei helfen, unternehmerisches Handeln besser einzuordnen. Die politische und regulatorische Landschaft bezüglich der Nachhaltigkeitsberichterstattung befindet sich in ständigem

Wandel. Vor dem Hintergrund der Zunahme solcher Regulierungsvorhaben wird diese Frage in naher Zukunft an Bedeutung gewinnen. Zudem können durch die Analyse der Determinanten für eine freiwillige erweiterte Berichterstattung Erkenntnisse gewonnen werden, die potenziell in die Gestaltung und Weiterentwicklung von regulatorischen Instrumenten einfließen können. Diese Forschungsarbeit kann maßgeblich dazu beitragen, das Verständnis dafür zu erweitern, warum einige Unternehmen über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen und einen erweiterten Berichtsumfang über ihre Nachhaltigkeitsleistungen veröffentlichen. Die Ergebnisse könnten Unternehmen, Stakeholdern¹ und politischen Entscheidungsträger:innen wertvolle Einblicke liefern und zur Förderung von verantwortungsvollem Unternehmertum und nachhaltiger Entwicklung beitragen. Darüber hinaus schließt diese Forschungsarbeit an bisherige Forschungen zur Determinantenforschung an. Der Forschungsstand zu Determinanten zur nichtfinanziellen Erklärung, also in Deutschland, ist äußerst dünn. Dennoch kann in Anbetracht der kommenden CSRD sowie dem weltweiten Regulationstrend angenommen werden, dass sich die Forschung hierzu in den nächsten Jahren intensivieren wird. Mithin wird die Forschungslücke deutlich, an welche diese Arbeit ansetzen möchte. Sie kann eine Grundlage für weitere Determinantenforschung darstellen und neue Determinanten für weiteren Untersuchung liefern, welche im Rahmen der verpflichtenden Berichterstattung von Bedeutung sind.

Zur Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage wird zunächst die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen vorgestellt. Hierzu befasst sich das nachfolgende Kapitel 2.1 zunächst mit dem grundlegenden Trägerkonzept Corporate Social Responsibility (CSR), auf welches das moderne Verständnis der Nachhaltigkeitsberichterstattung beruht. Es erfolgen eine definitorische Auseinandersetzung sowie eine theoretische Einordnung des Konzepts. Um den Wandel von der freiwilligen hin zur verpflichtenden Berichterstattung in Deutschland zu beleuchten, wird anschließend die historische Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts bis zur Gegenwart skizziert. Kapitel 2.2 befasst sich mit der rechtlichen Situation der Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland. Ziel dieses Kapitels ist es, die rechtlichen Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung (NfE) bzw. der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung insgesamt zu identifizieren. Dabei werden die zentralen gesetzlichen Normen und Vorgaben herausgearbeitet und in einen rechtlichen Gesamtkontext gesetzt. Im Fokus steht hierbei die Pflicht zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach § 289b HGB. Neben dem rechtlichen

¹ Wo immer möglich, werden geschlechtsneutrale Ausdrücke und Personenbezeichnungen genutzt. Gelegentlich werden geschlechtsspezifische Begriffe zur Klarheit oder zur Beibehaltung der Bedeutung spezifischer Forschungsergebnisse verwendet. Aus dem Englischen stammende Personenbezeichnungen werden nicht gegendert.

Rahmen wird ebenfalls der freiwillige Rahmen der Nachberichterstattung betrachtet. Kapitel 2.3 stellt ausgewählte Theorieansätze vor, die eine freiwillige Offenlegung von zusätzlichen Informationen erklären könnten. Vorgestellt werden Theorien, die sich mit dem Legitimationsidee befassen sowie Gedanken zur Stakeholder-Theorie. Des Weiteren wird die in der Organisationstheorie populäre Theorie der Ressourcenabhängigkeit erläutert. Anschließend wird der empirische Forschungsstand umfassend dargestellt. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf die Determinantenforschung im Rahmen von Nachhaltigkeitsberichten. Auf Basis dieser empirischen Erkenntnisse sowie der theoretischen Ausarbeitungen können sieben Hypothesen und zu möglichen Determinanten abgeleitet werden, die im weiteren Verlauf der Arbeit untersucht werden. Hierzu wurden mit einer quantitativen Inhaltsanalyse 200 Unternehmen untersucht, die 2021 in Deutschland eine verpflichtende nichtfinanzielle Erklärung abgeben mussten. Das 5. Kapitel stellt den Untersuchungsgegenstand sowie das methodische Vorgehen vor. Neben der detaillierten Beschreibung der Operationalisierungen wird auch die Datenerhebung beschrieben. Das darauffolgende Kapitel präsentiert die Ergebnisse der angewendeten Methode. Es zeigt zu einen auf, inwieweit berichtspflichtige Unternehmen über rechtliche Mindestanforderungen hinaus Informationen offenlegen und prüft zum anderen die aufgestellten Hypothesen mithilfe von Regressionsanalysen. Hieraus lassen sich Determinanten bestimmen, welche im darauffolgenden Diskussionskapitel interpretiert werden. Zum Schluss werden Limitationen vorgestellt sowie ein kurzes Fazit hinsichtlich der Ergebnisse gezogen.

2 Theorie: Unternehmerische Nachhaltigkeitsberichterstattung

Das folgende Kapitel zielt darauf ab, theoretische Grundlagen zu erläutern, die der vorliegenden Untersuchung zugrunde liegen. Durch die Beleuchtung relevanter Schlüsselkonzepte und Theorien wird der Kontext für die darauffolgenden Kapitel geschaffen und eine Basis für die spätere Auswertung und Interpretation der Forschungsergebnisse gebildet.

2.1 Der Nachhaltigkeitsbericht

Zunächst erfolgt eine definitorische Auseinandersetzung und eine theoretische Verortung des Nachhaltigkeitsberichts. Anschließend wird die historische Entwicklung des Berichtes skizziert, um das Spannungsfeld zwischen dem freiwilligen Charakter und dem zunehmend regulierenden Charakter des Nachhaltigkeitsberichts zu verdeutlichen.

2.1.1 Corporate Social Responsibility als Grundlage der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Unternehmen setzen sich zunehmend Ziele, um ihrer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung gerecht zu werden. Dabei berücksichtigen sie die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Gesellschaft und die Umwelt sowie den Beitrag, den sie zur nachhaltigen Entwicklung leisten können (Tai & Chuang, 2014, S. 117). Im wissenschaftlichen Diskurs existieren verschiedene Konzepte, um diese Idee der unternehmerischen Nachhaltigkeit und der gesellschaftlichen sowie ökologischen Verantwortung von Unternehmen zu beschreiben (van Marrewijk, 2003, S. 95). Dadurch gibt es eine Vielzahl von Begriffen wie Corporate Social Responsibility, Corporate Sustainability, Corporate Governance, Corporate Citizenship, Organizational Responsibility oder Corporate Philanthropy, die teilweise vermischt oder synonym verwendet werden. Trotz dieser Unterschiede haben sie alle gemeinsam, dass sie Elemente des Leitbilds der nachhaltigen Entwicklung beinhalten, auch wenn dies je nach Konzept unterschiedlich stark ausgeprägt ist (Prexl, 2010, S. 86). Der Brundtland-Bericht von 1987 der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen gilt als Meilenstein der modernen Nachhaltigkeitsdebatte und beinhaltet die erste Definition von nachhaltiger Entwicklung. Durch die Arbeit der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung fand die Idee der nachhaltigen Entwicklung ab Beginn der 1990er-Jahre weitere Verbreitung in die unternehmerische und öffentliche Agenda (Grunwald & Kopfmüller, 2012, S. 24).

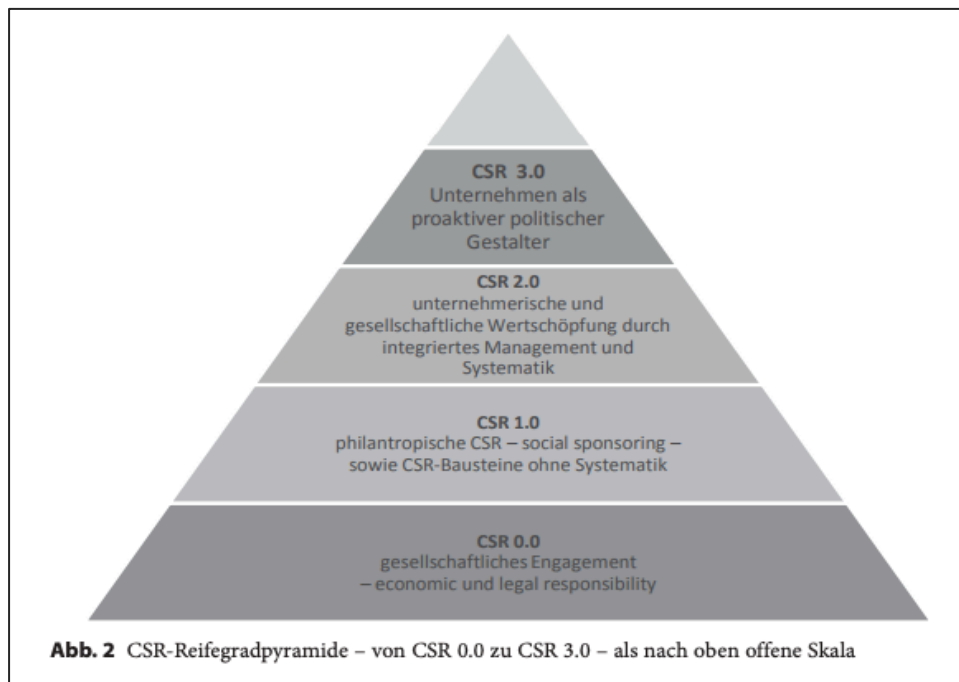
Corporate Social Responsibility (CSR) kann als ältestes Konzept in der Entwicklung des unternehmerischen Verantwortungsgedanken betrachtet werden. Bereits 1953 befasste sich Bowens

Werk *Social Responsibilities of the Buisnessman* zum ersten Mal mit der Verantwortung von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft (Bowen, 1953). Archie B. Carroll hat einen frühen Ansatz zur Erklärung entwickelt, wonach Unternehmen in der sogenannten Verantwortungspyramide ökonomische, rechtliche, ethische und philanthropische Anforderungen erfüllen sollten (Carroll, 1991, S. 42). CSR beschränkte sich zunächst nur auf sozial-gesellschaftliche Fragestellungen. Diese Ansätze gelten allerdings als überholt und werden zudem in kein Managementkonzept eingebunden (Schneider, 2015, S. 32). Aus dem späteren Umweltschutzgedanken entwickelte sich der Nachhaltigkeitsaspekt von CSR. Das Konzept fokussierte sich fortan auf Umweltprobleme (Lienbacher, 2013, S. 27). Diese Sichtweise wurde als zu eng angesehen, da ökonomische und soziale Herausforderungen eng mit Umweltaspekten verbunden sind (Hauff & Jörg, 2012, S. 67). Deshalb wird Nachhaltigkeit heutzutage meistens in Form eines Drei-Säulen-Modells operationalisiert (Prexl, 2010, S. 42), das eine ökologische, eine soziale und eine ökonomische Dimensionen umfasst. Eine gängige Definition von CSR ist die Definition der Europäischen Kommission aus dem Jahre 2001 (Schneider, S. 2015, S. 24). Das im Grünbuch der Europäischen Kommission festgehaltene Verständnis definiert CSR als Konzept, "das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Tätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren" (Europäische Kommission, 2001, S. 7). Ein Jahrzehnt später stellte die Europäische Kommission eine Weiterentwicklung des Begriffs vor. Zwar wurden viele Charakteristika aus der ursprünglichen Fassung in die neue Definition von 2011 übernommen, doch hebt die letztere nicht mehr auf die Freiwilligkeit von Unternehmen ab. Dieser Aspekt fällt in der neueren Auffassung deutlich bescheidener aus. Vielmehr spricht die neue Fassung von CSR als „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft" (Europäische Kommission, 2011, S. 7). Um den eingangs eingebrachten Umstand der Konzeptvarietät gerecht zu werden, soll für die vorliegende Arbeit Corporate Social Responsibility als Trägerkonzept für unternehmerische Nachhaltigkeitskommunikation gewählt werden. Begründet wird dies damit, dass unternehmerische Nachhaltigkeit in der Praxis meist Ausdruck im Konzept der Corporate Social Responsibility findet (Halkos & Nomikos, 2021, S. 2; Reilly & Weirup, 2012, S. 2). Zudem entspringt der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz) direkt dem CSR-Verständnis der Europäischen Kommission (Fink & Kajüter, 2021, S. 331).

Schneider (2015) beschreibt die Grundcharakteristika von CSR und führt ein Reifegradmodell ein, das auf verschiedenen Konzepten beruht - hierunter auch auf Carrolls (1991) Verantwortungspyramide - und das Engagement von Unternehmen in unterschiedlichen Stufen einsortiert.

Das Modell von unterschiedlichen CSR-Reifegraden soll das Spektrum zwischen gesellschaftlicher und unternehmerischer Wertschöpfung aufzeigen und differenzieren (Abbildung 1). Damit systematisiert es die Intensität, die ein Unternehmen im Rahmen des CSR-Managements verfolgen kann. Je höher der Reifegrad, desto größer ist zudem der Nutzen und der Mehrwert sowohl für die Gesellschaft als auch Unternehmen. Das Modell soll Unternehmen motivieren, sich weiterzuentwickeln und einen höheren CSR-Reifegrad zu erreichen (Schneider, 2015, S. 32–33).

Abbildung 1: CSR-Reifegradpyramide



Quelle: Schneider, 2015, S. 33

CSR 0.0 ist kein echtes CSR, da es kein bewusstes Management beinhaltet. Es handelt sich eher um eine Art gesellschaftliches Engagement, das entweder von Natur aus durch die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens entsteht oder durch Zufall eine gesellschaftliche Wirkung hat, wie z.B. die Schaffung von Arbeitsplätzen. Dies ist eine passive gesellschaftliche Verantwortung, die sich auf die Einhaltung von Gesetzen und die rein wirtschaftliche Funktion des Unternehmens beschränkt (Schneider, 2015, S. 32–33).

CSR 1.0 bezieht sich auf philanthropische CSR, die Aktivitäten wie Spenden, Sponsoring und Mäzenatentum umfasst, die sich nicht direkt auf das Kerngeschäft eines Unternehmens auswirken oder eine unmittelbare Auswirkung auf dessen Geschäftsstrategie haben. Philanthropische CSR kann als Einstiegspunkt für Unternehmen dienen, um ihr soziales Engagement zu zeigen,

oft motiviert durch den Wunsch, der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Sie wird jedoch als etwas anderes als CSR betrachtet, da sie sowohl für die Gesellschaft als auch für das Unternehmen keinen direkten oder indirekten wirtschaftlichen Nutzen erfüllen, abgesehen von einem kurzfristigen positiven Imagewert (Schneider, 2015, S. 33–34).

CSR 2.0 ist ein zukunftsorientiertes und integriertes Managementkonzept, das im Kerngeschäft des Unternehmens umgesetzt werden muss, um langfristig gesellschaftliche Wertschöpfung zu erzielen. Als qualitätsorientierte CSR verfolgt sie das Ziel des gesellschaftlichen Mehrwerts und des wechselseitigen Nutzens auf Unternehmens-, Gesellschafts- und Umweltebene. Das Konzept erfordert ein Verantwortungsmanagement, das strategische Prozesse und operative Tätigkeiten mit der Verantwortungswahrnehmung des Unternehmens verbindet. Die Gewinnerzielung erfolgt langfristig und nachhaltig. CSR 2.0 ist eine unternehmensbezogene CSR-Aktivität, die die Geschäftsstrategie des Unternehmens direkt beeinflusst und einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung fördert (Schneider, 2015, S. 35–37).

CSR 3.0 eine weiterentwickelte Version von CSR 2.0 und versteht sich als politisches Konzept, das die Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft und das Verhältnis zwischen Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft neu definiert und überdenkt. Es handelt sich um eine globale, lokal handelnde und vernetzte CSR, die Verantwortung für die Marktbedingungen mit einem ganzheitlichen Ansatz zur sozialen Verantwortung übernimmt. Es umfasst ein proaktives Themenmanagement in der Kommunikation und wird nicht von kurzfristigen Trends angetrieben, sondern von sozialen Herausforderungen und Megatrends, was es zu einem Kernbestandteil des zukünftigen Geschäftsmodells eines Unternehmens macht. CSR 3.0 greift gesellschaftsrelevante Themen auf, die sich auch in einem erweiterten und indirekten Sinne auf die Aktivitäten eines Unternehmens auswirken und langfristigen Mehrwert für das Unternehmen generieren (Schneider, 2015, S. 37–39).

2.1.2 Von Freiwilligkeit zur Pflicht: Die Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts

Die Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts korrespondiert mit der Verständniseentwicklung von unternehmerischer Nachhaltigkeit. Der Ursprung der Nachhaltigkeitsberichterstattung lässt sich in Westeuropa der 1970er-Jahre verorten. Wachsende internationale Großunternehmen gerieten durch ihre zunehmende Wirtschaftsmacht in die öffentliche Kritik. Aus diesem gesellschaftlichen Zwang heraus begannen sie sogenannte Sozialbilanzen zu publizieren. Diese Urform des heutigen Nachhaltigkeitsberichts enthielt Informationen zu sozialen Leistungen des Unternehmens - beispielsweise geschaffene Arbeitsplätze, Steuerzahlungen, karitatives

Engagement und Produktqualitätsinformationen. Geprägt durch die ökologischen Krisen der 1980er-Jahre wie z. B. den Atomunfällen in Harrisburg in den USA, Tschernobyl oder die Exxon Valdez Ölkatastrophe in Alaska, rückte der öffentliche Fokus auf die ökologischen Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten. Gleichzeitig wuchs der Umweltschutzgedanke durch welche sich ein neues gesellschaftliches Bewusstsein entwickelte. Die Unternehmen erkannten in dieser Entwicklung unternehmerische Chancen für sich (Fifka, 2014, S. 3). Um daraus Image- und Reputationsvorteile zu schöpfen, konzentrieren sie sich zunehmend auf die Berichterstattung über umweltbezogene Themen. Sie sahen im Reporting eine Differenzierungsstrategie, sich vom Wettbewerb abzuheben. Zudem erhoffen sie sich Zustimmungszuwachs bei den Stakeholdern, um ihre Geschäftstätigkeit zu legitimieren. Nicht zuletzt dient sie als Möglichkeit, Compliance zu demonstrieren (Azzone et al., 1997, S. 699).

Das moderne Verständnis der nachhaltigkeitsbezogenen Berichterstattung entwickelte sich ab Beginn des 21. Jahrhundert. Es kennzeichnet sich durch die Integration von sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekten (Fifka, 2014, S. 3). Eine einheitliche Definition des Nachhaltigkeitsbegriffs sucht man allerdings vergeblich (Fifka, 2018, S. 141). Fifka spricht von einer "willkürliche[n] Begriffskonjunktur" (2014, S. 4) als mögliche Ursache für diesen Umstand. In der Praxis finden sich eine Vielzahl unterschiedlicher Titel für den Nachhaltigkeitsbericht: *Corporate (Social) Responsibility Report*, *Corporate Citizenship Report*, *Sustainability Report*, *Corporate Citizenship Report* oder schlicht *Nachhaltigkeitsbericht*. Zu beobachten ist, dass sich die Bezeichnungen *Nachhaltigkeitsbericht* und *Corporate (Social) Responsibility Report* als Titel des Berichts durchgesetzt haben. Trotz der Vielzahl an unterschiedlichen Bezeichnungen eint alle Berichte die gleichen Inhalte. Was jedoch einen Nachhaltigkeitsbericht kennzeichnet, ergibt sich nicht aus den Bezeichnungen (Fifka, 2014, S. 3-4). Fifka (2018) versucht sich daher an einer Definition, wonach "Nachhaltigkeitsreporting die freiwillige oder gesetzlich eingeforderte Offenlegung unternehmensbezogener sozialer, ökologischer und ökonomischer Informationen quantitativer sowie qualitativer Natur umfasst, die an Stakeholder und Shareholder gerichtet ist" (S. 142). Dabei berücksichtigt der Autor den freiwilligen Charakter des Nachhaltigkeitsbericht, der sich aus der historischen Entwicklung ableiten lässt. Gleichzeitig bedenkt er die aktuelle Entwicklung der zunehmenden gesetzlichen Verpflichtung zur Berichterstattung als weiteres Charakteristikum, auf welches im folgenden Kapitel näher eingegangen wird. Eine weitere, weitgehend kongruente Definition zu Fifka (2014) liefern Christensen et al. (2021). Das auf CSR beruhende CSR-Reporting wird verstanden als "the measurement, disclosure, and communication of information about CSR and sustainability topics, including a firm's

CSR/ESG activities, risks and policies. [...] CSR reports (or the relevant sections in the annual report) contain a broad range of qualitative and quantitative, but not necessarily monetary, information" (S. 1181). Durch die zunehmende gesetzliche Regulierung erfolgt auch eine stärkere Quantifizierung durch die verpflichtende Offenlegung von durch Messung gewonnenen Kennzahlen. Eine rein qualitative Beschreibung der unternehmerischen Verantwortung genügt mit hin nicht mehr (Fifka, 2018, S. 141). Albertini (2014) stellt fest, dass Nachhaltigkeitsberichte im Zeitverlauf deutlich präziser und technischer wurden. Die Publikationen nutzen zur Darstellung vermehrt Dashboards und Reportingsysteme (S. 245). Schließlich richtet sich der Nachhaltigkeitsbericht an eine spezifische Zielgruppe. Grundsätzlich erfolgt eine umfassende Berücksichtigung der Stakeholder im Rahmen des Reportings. Dabei bezieht sich Fifka (2018) auf die Informationsbedürfnisse der Stakeholder, die aus einer zuvor durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse ermittelt werden (Wördenweber, 2017, S. 293). Dabei gilt die Annahme als veraltet, dass sich klassische Geschäftsberichte an die Shareholder und der Nachhaltigkeitsbericht an die restlichen Stakeholder richtet (Fifka, 2018, S. 142). Kapitalanlegende sind vermehrt daran interessiert, dass Unternehmen mit ihrem investierten Geld keine ökologisch oder sozial schädlichen Aktivitäten fördern (Fink & Kajüter, 2021, S. 331). Des Weiteren haben Shareholder ein Interesse daran, dass Unternehmen nicht zur Zielscheibe einer negativen Medienberichterstattung werden auf Grund nicht nachgekommener ökologischer und sozialer Belange werden. Durch ein Nachhaltigkeitsreporting können sich Unternehmen entlasten und folglich finanzielle Folgeschäden vorbeugen (Fifka, 2018, S. 142).

Bei der Untersuchung der Nachhaltigkeitsberichterstattung liegt es nahe, Nachhaltigkeitsberichte zu analysieren. Dieses Vorgehen wird auch von der Mehrheit der vergangenen Studien verfolgt (Unerman, 2000, S. 669). Jährliche Nachhaltigkeitsberichte gelten als wichtigste Quelle aufgrund der ihnen zugeschriebenen hohen Glaubwürdigkeit (Tilt, 1994, S. 64). Dennoch wird an diesem Ansatz auch Kritik geübt. Kritisiert wird, dass Nachhaltigkeitsberichte kein vollständiges Bild der Nachhaltigkeitsberichterstattung eines Unternehmens abgeben können (Roberts, 1991, S. 63). Für die Kommunikation von bestimmten Aktivitäten und Informationen eignen sich andere Medien besser als Nachhaltigkeitsberichte. Hierzu könnten z. B. gesonderte Broschüren oder Werbung gehören (Zéghal & Ahmed, 1990, S. 43). Trotz der ausschließlichen Fokussierung auf Nachhaltigkeitsberichte wurden in der Vergangenheit Studien durchgeführt, die zur Beurteilung der Berichterstattung neben dem Nachhaltigkeitsbericht auch weitere Publikationen herangezogen haben (Amoako et al., 2022; Guthrie & Parker, 1989; A. H. Reilly & Larya, 2018; Simmons & Neu, 1996).

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen hatte immer einen freiwilligen Charakter, auch wenn das Reporting eher aus reaktiven Gründen erfolgte, um externe Informationsbedürfnisse zu befriedigen (Fifka, 2018, S. 142). Die Auseinandersetzung auf europäischer Ebene mit CSR, wie im vorherigen Kapitel beschrieben, liegt eine tiefgreifendere gesellschaftliche Entwicklung zu Grunde. Historisch konzentrierten sich Unternehmen bei der Berichterstattung über rein monetäre Entwicklungen vorrangig auf ihre kreditgebenden und kapitalanlegenden Stakeholder. Diese enge Eingrenzung wurde allerdings den Informationsbedürfnissen einer wachsenden Gruppe nicht mehr gerecht. Auch Mitarbeitende, Kundschaft, Behörden, Anwohnende und andere Anspruchsgruppen bekundeten ihr Interesse an fundierten Informationen zu den ökologischen und sozialen Auswirkungen eines Unternehmens (Fifka, 2018, S. 141–142; Jasch, 2015, S. 823). Die zunehmende Bedeutung von Unternehmen in der Gesellschaft hatte zur Folge, dass nicht nur Shareholder als primäre Zielgruppe der Rechnungslegung galten, sondern die Gruppe um weitere Stakeholder erweitert wurde. Dies veränderten Erwartungen der Stakeholder und die zunehmende Nachfrage nach mehr Transparenz ebneten den Weg zur verpflichtenden Berichterstattung nichtfinanzieller Informationen (Fink & Kajüter, 2021, S. 331). In Deutschland fehlte bis 2017 faktisch eine Verpflichtung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Andere europäische Staaten hingegen, wie Frankreich oder Dänemark, hatten bereits früh gesetzliche Vorgaben zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (Bannier, 2023, S. 161). Eine solche Rechtspflicht in Deutschland lässt sich am frühesten im Jahr 2004 datieren. Hintergrund war die EU-Modernisierungsrichtlinie 2003/51/EG, die eine Änderung des Art. 46 der EU-Bilanzrichtlinie 78/660/EWG bewirkte. Die überarbeitete Bilanzrichtlinie enthielt Änderungen bezüglich der geforderten Inhalte von Geschäfts- und Lageberichten vor - hierunter fiel die Angabe von nichtfinanziellen Informationen. Mithin verlangten §§ 289 und 315 HGB ausdrücklich, dass börsennotierte Unternehmen in ihren Lageberichten nichtfinanzielle Leistungsindikatoren darstellen, wie Informationen über Umwelt- und Arbeitnehmerbelange (Fink & Kajüter, 2021, S. 7). Allerdings nur soweit sie für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Ergebnisses oder der Lage der Gesellschaft notwendig war (Fifka, 2018, S. 140). Erst die 2014 von der EU erlassene sogenannte CSR-Richtlinie (2014/95/EU) stellt eine konkrete Rechtspflicht dar. Die Richtlinie änderte die Bilanzrichtlinie und stellt Anforderungen an die Berichterstattung über ökologische, soziale und ökonomische Belange. Die Richtlinie musste bis zum 06.12.2016 von allen EU-Mitgliedstaaten in nationales Recht umgesetzt werden. In Deutschland folgte im September 2016 der Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung von Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten, dem CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG). Es trat schließlich am 19.04.2017 in Kraft und ist nahezu

deckungsgleich mit der CSR-Richtlinie (Fink & Kajüter, 2021, S. 331). Seitdem wird die die nichtfinanzielle Berichterstattung im deutschen Recht in §§ 289b–289e HGB (Pflicht zur nichtfinanziellen Erklärung) und §§ 315b–315c (Pflicht zur nichtfinanziellen Konzernklärung) geregelt. Dennoch war diese Regelung alles andere als ein Novum für deutsche Unternehmen, die von dieser Verpflichtung betroffen wurden. Große deutsche Unternehmen publizieren bereits seit des Jahrtausendwechsels freiwillig Nachhaltigkeitsberichte, welche die derzeit geltenden gesetzlichen Mindestanforderungen bei weitem übertreffen. Hingegen fallen auch Unternehmen unter die Berichtspflicht, die nicht zu den großen kapitalmarktorientierten Unternehmen gehören - allen voran Kreditinstitute und große Sparkassen. Diese Unternehmen verfügen grundsätzlich über keine Tradition der jahrelangen freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung. Sie haben sich zum ersten Mal mit einem solchen Reporting auseinandersetzen müssen (Fifka, 2018, S. 143).

2.2 Regulatorischer Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Das folgende Unterkapitel dient zur Durchdringung der rechtlichen Situation zur Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Bundesrepublik Deutschland. Dabei werden die zentralen Mindestanforderungen der regulatorische Nachhaltigkeitsberichterstattung herausgearbeitet.

2.2.1 CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz

Als zentrale Norm der nichtfinanziellen Berichterstattung gilt die 2014 von der EU erlassene sogenannte CSR-Richtlinie (2014/95/EU). Die nichtfinanzielle Berichterstattung wird im deutschen Recht in §§ 289b–289e HGB (Pflicht zur nichtfinanziellen Erklärung) und §§ 315b–315c (Pflicht zur nichtfinanziellen Konzernklärung) geregelt. Das Gesetz sieht vor, dass umsatzgroße Unternehmen im Rahmen ihres jährlichen (ebenfalls verpflichtenden) Lageberichts eine zusätzliche Erklärung über die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf nichtfinanzielle Aspekte veröffentlichen müssen. Während bei der klassischen (finanziellen) Lageberichterstattung der Geschäftsverlauf, die Unternehmenslage und die zukünftige Geschäftsentwicklung im Vordergrund der Betrachtung stehen, lenkt die nichtfinanzielle Lageberichterstattung die Aufmerksamkeit auf nichtfinanzielle Informationen - konkret die Folgen der Geschäftstätigkeit auf ökologische, soziale und ökonomische Belange (Kajüter, 2017a, S. 618). Die nichtfinanzielle Erklärung kann grundsätzlich in zwei Formen veröffentlicht werden. Die vom Gesetzgeber vorgesehene Standardvariante ist die Aufnahme der Angaben in den Lagebericht. Dies kann als eigener Abschnitt erfolgen oder in integrierter Form. Bei der integrierten Form werden die

nichtfinanziellen Angaben mit den klassischen Angaben des Lageberichts zusammenhängend dargestellt. Im Falle der Aufnahme im Lagebericht ist die Rede von einer *nichtfinanziellen Erklärung*. Ferner bietet das Gesetz die Möglichkeit einer gesonderten Publikation. Hierbei wird die Erklärung in einem gesonderten Bericht außerhalb des Lageberichts veröffentlicht. Dies erfolgt entweder als eigenständiger Bericht als oder in einem bereits bestehenden Bericht (z.B. Geschäftsbericht oder ein separater Nachhaltigkeitsbericht) als eigener Abschnitt oder in integrierter Form wie beim Lagebericht. Diese gesonderte Form wird als *nichtfinanzieller Bericht*² bezeichnet. (Fink & Kajüter, 2021, S. 337-339). Nicht für alle Unternehmen, die zu einer finanziellen Lageberichterstattung verpflichtet sind, besteht die Pflicht zur nichtfinanziellen Erklärung. Der Unternehmenskreis kann sich unterscheiden, weil § 289b Abs. 1 HGB andere Verpflichtungsbedingungen setzt.

Das Gesetz formuliert konkrete Voraussetzungen, welche ein Unternehmen erfüllen muss, damit es zur Publikation einer nichtfinanziellen Erklärung verpflichtet wird (Abbildung 2). Demnach müssen folgende Kriterien kumulativ erfüllt sein:

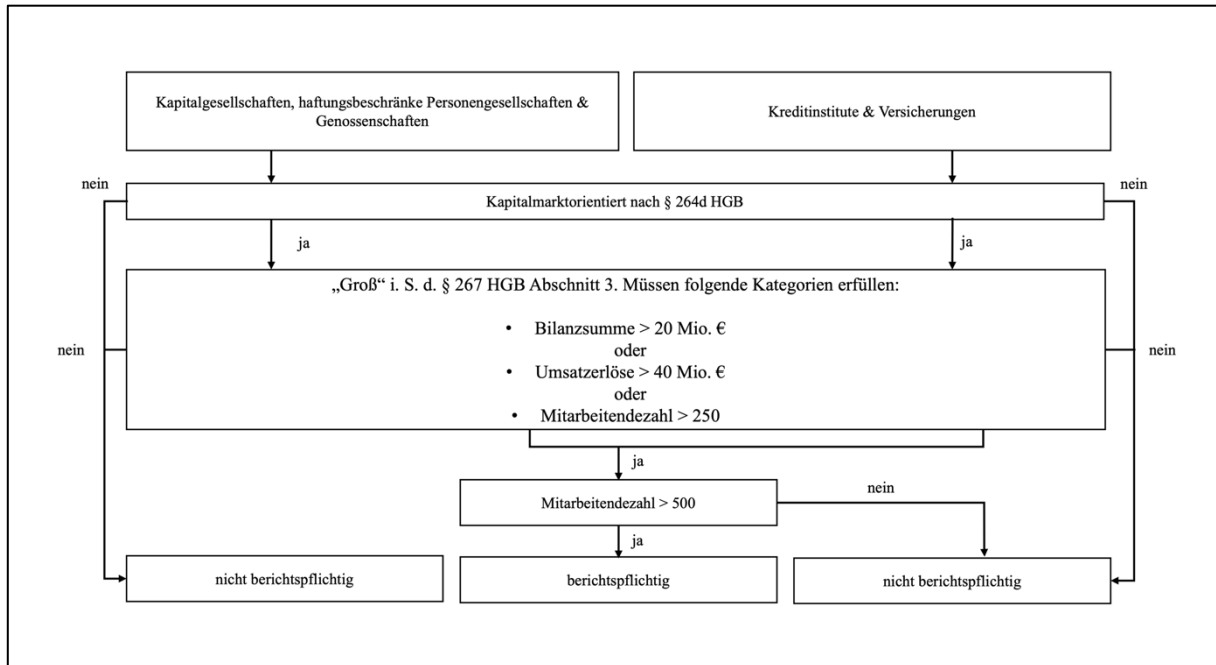
- Große Kapitalgesellschaften im Sinne des § 267 Abs. 3 S. 1 HGB: Gemeint werden damit Unternehmen, die entweder eine Bilanzsumme von 20 Millionen Euro oder einen Umsatz von 40 Millionen Euro überschreiten. Diese Kriterien müssen an zwei aufeinander folgenden Abschlussstichtagen erfüllt sein.
- Das Unternehmen muss kapitalmarktorientiert sein im Sinne des § 264d HGB. Hierunter fallen Kapitalgesellschaften, Genossenschaften (§ 336 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 i. V. m. § 289b Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 HGB) und haftungsbeschränkte Personenhandelsgesellschaften (§ 289b Abs. 1 Nr. 2 HGB i. V. m. § 264a HGB). Ausgenommen sind Kreditinstituten und Versicherungsunternehmen.
- Mehr als 500 Arbeitnehmende sind im Jahresdurchschnitt beschäftigt (§ 289b Abs. 1 S. 1 Nr. 3, § 340 Abs. 1a und § 341a Abs. 1a HGB).

Alle drei Kriterien müssen erfüllt sein, damit das Unternehmen unter die Berichtspflicht fällt. Eine Ausnahme stellen hier Kreditinstituten und Versicherungsunternehmen dar, bei denen eine

² Aus Gründen der Einfachheit wird in dieser Arbeit von der nichtfinanziellen Erklärung gesprochen, wenn beide Publikationsformen gemeint sind (als Erklärung im Lagebericht bzw. als gesonderter Bericht). Wird ausdrücklich auch der nichtfinanzielle Bericht gemeint, werden beide Formen ausgeschrieben.

Kapitalmarktorientierung nicht gegeben sein muss. Diese Ausnahme begründet sich aus der gesellschaftlichen Bedeutung dieser Branchen (Velte, 2017, S. 114).

Abbildung 2: Voraussetzungen für eine Berichtspflicht



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an enumion, o. J.)

§ 289c Abs. 1 HGB definiert explizite Pflichtinhalte der nichtfinanziellen Erklärung:

- Beschreibung des Geschäftsmodells der berichtspflichtigen Gesellschaft (§ 289c Abs. 1 HGB)
- Angaben zu nichtfinanziellen Belangen (§ 289c Abs. 2 Nr. 1–5 HGB)
- Erläuterung, sofern zu bestimmten Belangen kein Konzept verfolgt wird (Comply or Explain-Prinzip) (§ 289c Abs. 4 HGB)

Die Beschreibung des Geschäftsmodells, wie in §289c Abs. 1 HGB geregelt, fordert eine kurze Beschreibung, bei der bereits die Darstellung der wesentlichen Merkmale ausreichend ist. Sie dient dazu, Informationen zu vermitteln, die bedeutsam sind für das Verständnis der nichtfinanziellen Aspekte. Obwohl die Geschäftsmodellbeschreibung im Lagebericht nicht verpflichtend ist, kann in der nichtfinanziellen Erklärung auf das ggf. bereits im Lagebericht beschriebenen Geschäftsmodell verwiesen werden (Fink & Kajüter, 2021, S. 343). Den Kern der nichtfinanziellen Erklärung stellen die Angaben zu den nichtfinanziellen Belangen dar. § 289c Abs. 2 Nr. 1–5 HGB schreibt fünf Belange vor: Angaben zu Umweltbelangen,

Arbeitnehmerbelangen, Sozialbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Der Gesetzgeber verzichtet auf eine Präzisierung der Belange. Genannt werden lediglich nicht abschließende Beispielthemen, die unter diese Kategorien fallen könnten (Tabelle 1). Diese sind allerdings als Orientierungshilfe zu verstehen und keinesfalls bindend (Fink & Kajüter, 2021, S. 347). Zu jedem Aspekt gemäß § 289c Abs. 3 HGB müssen sechs konkrete Angaben gemacht werden:

1. verfolgte Konzepte (einschließlich Due-Diligence-Prozesse)
2. Ergebnisse dieser Konzepte
3. wesentliche Risiken, die mit der eigenen Geschäftstätigkeit verknüpft sind und die sehr wahrscheinlich negative Auswirkungen auf die Aspekte haben oder haben werden, sowie die Handhabung dieser Risiken
4. wesentliche Risiken der Geschäftsbeziehungen, den Produkten und Dienstleistungen und Handhabung dieser
5. bedeutsamste nichtfinanziellen Leistungsindikatoren
6. soweit für das Verständnis erforderlich, Hinweise auf im Jahresabschluss ausgewiesene Beträge und zusätzliche Erläuterungen dazu

Dabei handelt es sich um Beschreibungen. Unter einem Konzept werden die angestrebten Ziele und die geplanten oder ergriffenen Maßnahmen für einen Aspekt verstanden. Wenn Unternehmen kein Konzept verfolgen, müssen sie das in ihrer Erklärung begründen (Kajüter, 2017, S. 55). Trotz der lakonischen Eingrenzung verfügen die Unternehmen über keinen beliebigen Interpretationsspielraum. Die konkret zu berichtenden Sachverhalte ergeben sich aus dem speziellen Wesentlichkeitsgrundsatz nach § 289c Abs. 3 HGB, welches die nichtfinanziellen Berichtspflichten begrenzt und gleichzeitig ausweiten kann. Gemäß diesem Grundsatz sollten nur solche Angaben gemacht werden, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage der Kapitalgesellschaft sowie der Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die fünf nichtfinanziellen Aspekte erforderlich sind (Fink & Kajüter, 2021, S. 342). Was wesentlich für ein Unternehmen ist, wird in der Praxis durch eine Wesentlichkeitsanalyse bestimmt, die unterschiedliche Faktoren wie Stakeholder oder das Unternehmensumfeld berücksichtigt (Fink & Kajüter, 2021, S. 342). So können in manchen Fällen aufgrund des Geschäftsmodells weitere Belange wesentlich sein, die dann als berichtspflichtig gelten. Zugleich können aber einige der obligatorischen fünf Belange unwesentlich für ein Unternehmen sein und mithin nicht berichtspflichtig (Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee, 2017, S. 25). Damit wird eine

zentrale Unterscheidung deutlich, die auch relevant für diese Arbeit ist. Ein Nachhaltigkeitsbericht ist nicht synonym mit der nichtfinanzielle Erklärung nach §§ 289b–289e HGB zu verstehen. Der spezielle Wesentlichkeitsgrundsatz, der den Rahmen des Berichtsumfang bestimmt, und die besonderen Prüfungspflicht des Aufsichtsrats nach §171 Abs. 1 AktG machen die nichtfinanzielle Erklärung zu einer spezifischen Form des Nachhaltigkeitsberichts (Kajüter, 2017a, S. 621). Unternehmen können zusätzlich zur verpflichtenden nichtfinanziellen Erklärung, die im Normalfall ein Bestandteil des jährlichen Lageberichts ist, einen separaten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen. Unternehmen sind hierbei frei in der Auswahl ihrer Themen.

Table 1: Grundsätzlich obligatorische Mindestaspekte der NfE

Nicht-finanziel-ler Aspekt	Umweltbelange	Arbeitnehmerbelange	Sozialbelange	Achtung der Menschenwürde	Bekämpfung von Korruption und Bestechung
Beispielhafte Themen	Treibhausemissionen, Wasserverbrauch, Luftverschmutzung, Nutzung von (nicht) erneuerbaren Energien, Schutz biologischer Vielfalt	Maßnahmen zur Gewährung der Geschlechtergleichstellung, Arbeitsbedingungen, Umsetzung der grundlegenden Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation, Achtung der Rechte der Belegschaft sowie Gewerkschaften, Gesundheitsschutz und Arbeitsschutz	Dialog auf kommunaler oder regionaler Ebene, Maßnahmen zur Sicherstellung des Schutzes und der Entwicklung lokaler Gemeinschaften	Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen	Vermeidung von Menschenrechtsverletzungen
Angaben (je Aspekt)	verfolgten Konzepte; Ergebnisse dieser Konzepte; wesentliche Risiken durch die Geschäftstätigkeit; wesentliche Risiken durch Geschäftsbeziehungen, Produkte und Dienstleistungen; bedeutsamste nichtfinanziellen Leistungsindikatoren; Hinweise auf im Jahresabschluss ausgewiesene Beträge				

Quelle: Eigene Darstellung

2.2.2 Berichterstattungsrahmenwerke

Rahmenwerke dienen zur Unterstützung bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen, indem sie standardisierte Rahmenthemen vorgeben, über welche Unternehmen berichten sollen. Sie tragen damit zur Standardisierung der Berichterstattung bei und folglich zur besseren Vergleichbarkeit zwischen Unternehmen. (Fifka, 2014, S. 7). Zu den am häufigsten

genutzten Rahmenwerken zählen die Anforderungen der Global Reporting Initiative (GRI), des deutschen Nachhaltigkeitskodexes (DNK) oder die der UN Global Compact (Banner, 2023, S. 165). Die aufwendigen Leitlinien des GRI sind international als der maßgebliche Standard für Nachhaltigkeitsberichte anerkannt. Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine Stiftung, die im Jahr 1997 ins Leben gerufen wurde. Durch die GRI-Leitlinien wird angestrebt, globale Nachhaltigkeitsberichte durch einheitliche Voraussetzungen miteinander vergleichbar zu gestalten. Die Leitlinien werden unter Berücksichtigung von Unternehmen als auch gesellschaftlichen Institutionen stetig angepasst. Organisationen, die ihre Nachhaltigkeitsreporting in Übereinstimmung mit den GRI-Richtlinien aufbauen, legen weitreichende Informationen bezüglich ihrer Organisationsstruktur, ihrem Managementsystem, sowie Informationen zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten offen. (Thomas, 2019, S. 54–55). Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) wurde 2011 eingeführt. Er beinhaltet 20 klar definierte Kriterien, welche sich in die Segmente Strategie, Prozessmanagement, Umweltbelange und Gesellschaft aufteilen. Unternehmen entscheiden sich zwischen zwei Sets von Leistungsindikatoren, entweder nach den GRI-Richtlinien oder nach den Vorgaben der EFFAS (European Federation of Financial Analysts Societies) (Arnold et al., 2019, S. 150). Der United Nations Global Compact (UNGC) wurde 2000 ins Leben gerufen. Ziel ist eine gerechte und nachhaltige Globalisierung. Weltweit gilt sie als größte Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung. Das Rahmenwerk umfasst zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeit, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung, denen sich die Teilnehmenden verpflichten. Der UNGC stützt sich außerdem auf die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals) (Thomas, 2019, S. 51).

Unternehmen können sich auf Grund der Vielzahl der Rahmenwerke ein zugeschnittenes Nachhaltigkeitsreporting erstellen, das genau zum Leistungsstand sowie den Ansprüchen der Stakeholder passt (Frese & Colman, 2018, S. 94). § 289b HGB (Pflicht zur nichtfinanziellen Erklärung) erfordert lediglich die Offenlegung grundlegender nichtfinanzieller Informationen. Berichterstattungsrahmenwerke wie das GRI oder der DNK umfassen hingegen detaillierte Anweisungen zur Offenlegung von Informationen zu Umweltauswirkungen, Sozialleistungen, Stakeholder-Engagement, Lieferkettenmanagement, Produktverantwortung, Vielfalt und Inklusion sowie anderen relevanten Nachhaltigkeitsaspekten und gehen damit weit über die Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung hinaus (Fifka, 2018, S. 147; Theis, 2018, S. 42). Dass sich berichtspflichtige Unternehmen bei der Erstellung ihrer nichtfinanziellen Erklärung an bereits bestehende Berichterstattungsrahmenwerke orientieren, wird explizit in § 289b HGB geraten. Wird kein Rahmenwerk genutzt, muss dies allerdings nach dem Comply-or-

Explain-Prinzip begründen werdet - entweder erfolgt die geforderte Angabe (Comply) oder das Unternehmen begründet, warum die Angabe nicht möglich ist (Explain) (Frese & Colman, 2018, S. 90). Bereits aus dieser Regelung wird die Intention des Gesetzgebers deutlich, sich nicht nur auf die vorgegeben Mindestangaben zu beschränken. Berichterstattungsrahmenwerke sind damit ein Element, das eher der freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung zuzuschreiben ist. Solche Rahmenwerke funktionieren ebenfalls nach einem Wesentlichkeitsprinzip. Die zu berichteten Themen müssen zunächst einer Wesentlichkeitsanalyse unterzogen werden, um dem Standard der Berichterstattungsrahmenwerke zu genügen. Themen, die nicht als wesentlich identifiziert wurden und dennoch genannt werden, stellen damit eine freiwillige zusätzlich Angabe dar.

2.2.3 EU-Taxonomie

Die Europäische Union hat sich das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu werden. Um dies zu erreichen, hat die EU-Kommission im Rahmen ihres Aktionsplans *Sustainable Finance* eine Reihe von Maßnahmen festgelegt. Diese Maßnahmen sollen dazu dienen, Kapitalflüsse in ökologisch nachhaltige Aktivitäten zu lenken. Um die Voraussetzungen dafür zu schaffen, hat die EU-Kommission die Verordnung 2020/852 erlassen - bekannt als EU-Taxonomie (Brandmeier et al., 2023, S. 146). In dieser Verordnung ist genau beschrieben, was als ökologisch nachhaltige Aktivität gilt und nach welchen Kriterien eine Wirtschaftstätigkeit als ökologisch nachhaltig eingestuft wird. Mit der Verordnung verpflichtet die EU zudem, die nichtfinanzielle Berichterstattung, um weitere taxonomiebezogene Kennzahlen zu erweitern. Konkret sieht die Verordnung vor, dass Unternehmen die Anteile ökologisch nachhaltiger Wirtschaftsaktivitäten an den Umsatzerlösen, Investitionsausgaben (capex) und Betriebskosten (opex) angeben (Fink & Kajüter, 2021, S. 358). Damit gehören Angaben zur Taxonomie zu den Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung, obgleich sie nicht in §§ 289b–289e HGB geregelt sind. Eine Wirtschaftsaktivität, die als ökologisch nachhaltig gilt, muss einen wesentlichen Beitrag zur Erfüllung von mindestens einem der sechs Umweltziele leisten und dabei keines der anderen fünf Umweltziele signifikant beeinträchtigen. Zu den sechs Umweltzielen gehören: Klimaschutz, Anpassung an den Klimawandel, die nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen, der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung, der Schutz und die Wiederherstellung der Biodiversität und der Ökosysteme (Brandmeier et al., 2023, S. 152). Berichtspflichtige Unternehmen müssen ab dem Geschäftsjahr 2021 erstmalig Angaben in ihrer Erklärung zur Taxonomie machen. Hierbei müssen lediglich die taxonomiefähigen und nicht-taxonomiefähigen

Wirtschaftstätigkeiten offengelegt werden. Dies gilt nur für die beiden klimabezogenen Umweltziele, nämlich Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel. Erst ab dem Jahr 2023 werden Angaben zu den restlichen vier Umweltzielen verpflichtend. Die sogenannten delegierten Rechtsakte zu den Umweltzielen definieren die Anforderungen und Kriterien, die mit einem Ziel verbunden sind (Auer & Möller, 2022). Da sich der Berichtsumfang hinsichtlich der Taxonomie in den kommenden Jahren erweitern wird, könnte vermutet werden, dass eine freiwillige Berichterstattung zu den nicht verpflichtenden Zielen möglich ist. Diesem Gedanken könnte das Argument entgegengestellt werden, dass zum Zeitpunkt der Untersuchung (Geschäftsberichte von 2021) die Rechtsakte für die vier anderen Ziele noch nicht publiziert worden sind. Sofern könnte den Unternehmen aufgrund der noch fehlenden Rahmenbedingungen der Anreiz gefehlt haben, die weiteren Ziele freiwillig in ihrer Berichterstattung für 2021 zu berücksichtigen.

2.2.4 Zwischenfazit

An dieser Stelle werden die Ausführungen der beiden Abschnitte 2.1 und 2.2 zusammengefasst und die zentralen rechtlichen Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung genannt. Der historische Überblick zeigt, dass der derzeitigen Situation der Nachhaltigkeitsberichterstattung eine jahrzehntelange Entwicklung zu Grunde liegt. Aus einer vormals freiwilligen Praxis entwickelte sich ein professionelles messorientiertes Reporting. Diese Weiterentwicklung wurde hauptsächlich durch einen wachsenden gesellschaftlichen Druck vorangetrieben, der aus einem zunehmenden Sozial- und Umweltbewusstsein resultierte. In der unternehmerischen Praxis sowie Theorie findet sich dieser Nachhaltigkeitsgedanke im Konzept CSR wieder, welches eine freiwillige Verantwortungsübernahme von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft und Umwelt meint. Auf Basis dieser Idee beruht heute die Praxis der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Gleichzeitig lässt sich ein neues Verständnis des freiwilligen Charakters von CSR beobachten mit einer zunehmenden Regulierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung beobachten. Auf EU-Ebene führte die 2014 erlassene sogenannte CSR-Richtlinie (2014/95/EU) dazu, dass in allen EU-Mitgliedstaaten bestimmte Unternehmen zu verpflichtend einen Nachhaltigkeitsbericht abgeben müssen. In Deutschland erfolgte die Umsetzung durch das CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG). Seitdem wird die nichtfinanzielle Berichterstattung in §§ 289b–289e HGB geregelt. Konkret sieht sie die Veröffentlichung einer nichtfinanziellen Erklärung (NfE) für eine bestimmte Gruppe von Unternehmen vor. Es konnten vier große Aspekte herausgearbeitet werden, welche die gesetzlichen Mindestanforderungen ausmachen. Durch eine zuvor durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse bestimmen Unternehmen die für sie

berichtspflichtigen Themen (Belange). Zu diesen obligatorischen Belangen müssen bestimmte inhaltliche Angaben gemacht werden, um zu erklären, wie Unternehmen diese Themen angehen - hierunter zählen beispielsweise die sogenannten Konzepte oder Risiken. Des Weiteren können Unternehmen von Berichterstattungsrahmenwerke wie dem GRI oder dem deutschen Nachhaltigkeitskodex Gebrauch machen. Diese bieten neben einer Orientierungsstütze auch eine umfassendere Berichterstattung, welche die Offenlegung weiterer Aspekte erforderlich macht. Zudem müssen seit 2021 berichtspflichtige Unternehmen taxonomiebezogene Kennzahlen offenlegen (Taxonomie). Hierbei werden die Anteile ökologisch nachhaltiger Wirtschaftsaktivitäten an den Umsatzerlösen, Investitionsausgaben und Betriebskosten angegeben. Diese Angaben, für taxonomiefähige sowie nicht-taxonomiefähigen Wirtschaftstätigkeiten, müssen für die beiden Umweltziele Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel offenlegen. Die vier weiteren Umweltziele werden erst ab 2023 berichtspflichtig. Schließlich besteht für Unternehmen die Möglichkeit, weitere freiwillige Publikationen neben der nichtfinanziellen Erklärung zu veröffentlichen. Unternehmen können im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung unterschiedliche Medien nutzen. Sie stellen keinen verpflichtenden Bestandteil der Erklärung dar, können aber ergänzend publiziert werden. Da die nichtfinanzielle Erklärung lediglich eine besondere Form eines Nachhaltigkeitsberichts darstellt, können Unternehmen beispielsweise weitere Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen, die sie inhaltlich frei gestalten können.

2.3 Freiwilliger Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Das folgende Kapitel stellt zentrale Theorieansätze vor, die eine gesellschaftsorientierte Argumentation der freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung verfolgen. Auf ihrer Grundlage und den bisherigen theoretischen Ausarbeitungen werden in den folgenden Kapiteln Forschungshypothesen entwickelt.

2.3.1 Legitimitätstheorie

Die Legitimitätstheorie gilt als eine zentrale Theorie in der CSR-Literatur. Sie wird besonders häufig herangezogen, um die freiwillige Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen zu erklären (Dyduch & Krasodomska, 2017, S. 7; Mobus, 2005, S. 495; Reverte, 2009, S. 352). Die Legitimitätstheorie argumentiert, dass Organisationen, einschließlich Unternehmen, von ihren Stakeholdern eine soziale Lizenz zum Handeln erhalten und aufrechterhalten müssen. Das langfristige Überleben und der Erfolg eines Unternehmens hängen davon ab, ob es in einer

Weise operieren kann, die von der Gesellschaft als legitim wahrgenommen wird (Deegan, 2019, S. 2315). Die Legitimitätstheorie geht stark einher mit der Theorie des sozialen Vertrags, der zwischen Unternehmen und der Gesellschaft geschlossen wird. Unternehmen haben demnach nur ein Existenzrecht, wenn ihre Werte mit den gesamtgesellschaftlichen Vorstellungen übereinstimmen (Magness, 2006, S. 541–542). Die Legitimitätstheorie geht davon aus, dass Unternehmen in einem sozialen Kontext existieren und die Erwartungen ihrer Stakeholder erfüllen müssen, um Legitimität zu erlangen. Wenn die Handlungen eines Unternehmens als unrechtmäßig oder unvereinbar mit sozialen Normen oder Werten wahrgenommen werden, kann dies Konsequenzen haben (Suchman, 1995, S. 574). Diese Konsequenzen erfolgen mittels gesellschaftlichen Sanktionen, beispielsweise in Form von Reputationsverlust, geringere Kundentreue oder auch eine geringere Arbeitsmoral (Deegan, 2019, S. 2315). Stakeholder erachten Unternehmensaktivitäten als legitim, sofern sie ethisch-korrektes Verhalten demonstrieren können (Young & Marais, 2012, S. 435). Durch die Offenlegung in Form von jährlichen Nachhaltigkeitsberichten lassen Unternehmen ihre Bereitschaft zur Beibehaltung ihrer Legitimität erkennen. Dadurch entlasten sie sich dem externen Druck (Mobus, 2005, S. 495). Vergangene Studien bestärken die Argumentation der Theorie, dass Unternehmen die freiwillige Offenlegung von nichtfinanziellen Informationen in ihren jährlichen Abschlussberichten als strategisches Instrument zur Steuerung ihrer Legitimität nutzen (Chen et al., 2008; Farache & Perks, 2010; Raimo et al., 2021). Obgleich andere Studien belegen, dass die Offenlegung von sozialen und ökologischen Informationen vorwiegend aus existenz- und profitorientierten Gründen erfolgt, statt aus dem aufrichtigen Willen heraus, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen (Deegan, 2019, S. 2317; Young & Marais, 2012, S. 435).

Die Legitimitätsansprüche unterscheiden sich zwischen den Unternehmen. So verfügen manche über einen höheren legitimatorischen Druck als andere. In Studien konnten verschiedene Faktoren identifiziert werden. Vor allem die Unternehmensbranche scheint eine entscheidende Rolle zu spielen. Insbesondere umweltsensible und sozial belastete Branchen sind größeren Transparenzaufforderungen seitens der Gesellschaft ausgesetzt. Häufig müssen sie sich auch mit strengeren regulatorischen Vorgaben auseinandersetzen als andere Branchen. Diese Unternehmen sind mithin einem höheren Druck zur Aufrechterhaltung ihrer Legitimität ausgesetzt (Young & Marais, 2012, S. 435). So gelten Unternehmen in ökologisch sensiblen Branchen als Vorreiter in der Nachhaltigkeitsberichterstattung (Jasch, 2015, S. 832). Unternehmen aus den Bereichen Bergbau, Mineralöl, Chemie und Energie weisen eine umfangreichere Offenlegung von umweltbezogenen Informationen vor. Andererseits legen die Finanz- und Dienstleistungsbranche ihren Schwerpunkt auf sozial nachhaltige Themen. Darüber hinaus gilt auch die

Konsumgüterindustrie als eine durch Stakeholder stärker beobachtete Branche. (Young & Marais, 2012, S. 435).

Neben der Branchenzugehörigkeit bestimmt auch die Unternehmensgröße die Legitimationsansprüche. Im Allgemeinen sind größere Unternehmen aufgrund ihrer Größe, der Anzahl ihrer Stakeholder und ihrer Gesamtauswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft mit größerer Wahrscheinlichkeit gesellschaftlich exponiert. Folglich stehen größere Unternehmen oft unter größerem Druck, Informationen über ihre Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken offenzulegen, um ihre Geschäftsaktivitäten zu legitimieren (Hahn & Kühnen, 2013, S. 10). Kapitalmarktorientierte Unternehmen sind im besonderen Maße gesellschaftlicher Beobachtung unterworfen. Entsprechend sind kleinere Unternehmen nicht in gleichem Maße gesellschaftlich exponiert und verspüren daher nicht den gleichen Druck, ihre Existenz durch erhöhte Transparenz zu legitimieren (Dienes et al., 2016, S. 168).

2.3.2 Stakeholder-Theorie

Neben der Legitimationstheorie gilt die Stakeholder-Theorie als weitere zentrale Theorie zur Erklärung von Nachhaltigkeitsberichten (Chen & Roberts, 2010, S. 651; Frynas & Yamahaki, 2016, S. 262; C. Spence et al., 2010, S. 79). Bis in die 1970er Jahren dominierte Friedmans (1970) aktionärsorientiertes Verständnis von Unternehmensführung. Seinem Shareholder-Ansatz zufolge besteht die einzige Verantwortung eines Unternehmens darin, den Gewinn für seine Aktionär:innen zu maximieren. Die Stakeholder-Theorie wird oft als Gegensatz zur traditionellen Shareholder-Theorie betrachtet (Karmasin, 2015, S. 342). Die Stakeholder-Theorie argumentiert hingegen, dass ein Unternehmen nicht nur eine finanzielle Verantwortung gegenüber seinen Aktionär:innen hat (Shareholder), sondern für alle anderen Beteiligten (Stakeholder) eine soziale Verantwortung trägt (Laplume et al., 2008, S. 1153; L. Spence et al., 2001, S. 332). Die Stakeholder-Theorie konzentriert sich auf die Beziehungen zwischen Organisationen und ihren verschiedenen Stakeholder, die das Umfeld bilden. Unternehmen sollten sich bemühen, einen ausgewogenen Geschäftsansatz zu verfolgen und die Bedürfnisse aller Stakeholder auszugleichen und dabei gleichzeitig eine positive wirtschaftliche Leistung zu erbringen (Ruf et al., 2001, S. 145). Die klassische Definition nach Freeman (2010) versteht Stakeholder als "any group or individual who can affect or is affected by the achievement of a corporation's objectives" (S. 46). Die Theorie unterteilt sie in Gruppen mit unterschiedlichen Ansprüchen und unterschiedlicher Relevanz für die Organisation. Clarkson (1995) liefert eine enge Definition und unterteilt Stakeholder in primäre und sekundäre Stakeholder. Primäre Stakeholder sind diejenigen, ohne welche das Unternehmen nicht weiterbestehen kann, weil sie direkt beteiligt sind

am Unternehmenserfolg (Clarkson, 1995, S. 106). Hierzu können Mitarbeitende, Lieferant:innen, Kund:innen, die Kommunen und Anteilseigner:innen zählen (Spence et al., 2001, S. 332). Die sekundären Stakeholder sind hingegen unbeteiligt. Zu ihnen zählen alle Gruppen oder Individuen, die vom Unternehmen beeinflusst werden oder Einfluss auf das Unternehmen haben. Dennoch sind sie nicht unabdingbar für die Unternehmensexistenz (Clarkson, 1995, S. 107). Die Auswirkungen der einzelnen Stakeholdergruppen auf die Organisation sind demnach nicht gleich. So sind ebenfalls Erwartungen der verschiedenen Gruppen nicht nur unterschiedlich, sondern können auch widersprüchlich sein (Clarkson, 1995, S. 106). Grundsätzlich steht die Theorie der Idee ablehnend gegenüber, dass Shareholder eine privilegierte Anspruchsgruppe gegenüber anderen sind. Sie soll alle Gruppen berücksichtigen, die Ansprüche gegen eine Organisation erheben (Orts & Strudler, 2002, S. 220). Nichtsdestotrotz wird weitgehend anerkannt, dass manche Stakeholdergruppen einflussreicher sind als andere und daher vom Management besonders berücksichtigt werden. So zählen Stakeholder mit Kapitalbeteiligung als primäre Stakeholdergruppe, da ohne ihre Beteiligung das Unternehmen nicht funktionieren würde (Mishra & Suar, 2010, S. 318). Im Kontext der unternehmerischen Nachhaltigkeit sind sozial verantwortliche Investor:innen besonders wichtig. Über diese Gruppe wird gesagt, dass sie an den sozialen und umweltbezogenen Initiativen des Unternehmers interessiert sind, welche sich positiv auf ihren langfristigen Wert und gleichzeitig auf ihre Anlagerendite auswirken (Salehi et al., 2019, S. 42).

Des Weiteren hängen die Beziehungen zu den Stakeholdern eines Unternehmens eng mit der Branche zusammen, in der es tätig ist. Studien haben gezeigt, dass die Branche ein wesentlicher Faktor für die Offenlegungspolitik eines Unternehmens ist (Fifka, 2013; Gamerschlag et al., 2011; Ho & Taylor, 2007; Salehi et al., 2019). Unternehmen müssen je nach Branche spezifische Informationsbedürfnisse ihrer Stakeholder erfüllen. Unternehmen, die in umweltsensiblen Branchen tätig sind, erhalten beispielsweise mehr Aufmerksamkeit von umweltbewussten Stakeholdern. Diese Stakeholder haben die Macht, Politik und die Öffentlichkeit zu beeinflussen und damit Kosten für Unternehmen mit schlechter Umweltleistung zu verursachen (Zarzycka & Krasodomska, 2022, S. 144). Daher haben jene Unternehmen einen Anreiz, nicht-finanzielle Informationen offenzulegen, um diese Kosten zu reduzieren (Gamerschlag et al., 2011, S. 234). Konsumorientierte Branchen stehen ebenfalls unter einer stärkeren Beobachtung ihrer Stakeholder und müssen einen größeren Aufwand zur Wahrung ihrer Reputation aufbringen (Cowen et al., 1987, S. 113). Um diesen Branchendruck zu verringern, müssen sich jene Unternehmen proaktive und insgesamt eher nachkommend verhalten (Bowman & Haire, 1975, S. 55).

2.3.3 Theorie der Ressourcenabhängigkeit

Während die Legitimationstheorie und die Stakeholder-Theorie eher gesellschaftsorientierte Erklärungsversuche liefern, bietet der Ressourcenabhängigkeitsansatz eine organisationsbezogene Argumentation. Sie wurde insbesondere durch Pfeffer & Salancik (1978) geprägt und gilt seitdem als eine der wichtigsten Organisationstheorien (Hillman et al., 2009, S. 1404). Die Theorie der Ressourcenabhängigkeit geht davon aus, dass Organisationen keine in sich geschlossenen Einheiten sind, sondern von externen Ressourcen abhängig sind, um zu überleben und zu florieren. Nach der Theorie sind Organisationen bestrebt, ihre Abhängigkeit von externen Ressourcen zu minimieren und die Kontrolle über die von ihnen benötigten Ressourcen zu behalten (Pfeffer & Salancik, 1978, S. 47). Weiter argumentiert die Theorie, dass Organisationen durch die Machtdynamik beeinflusst und geformt werden, die sich aus ihren Beziehungen zu Ressourcenanbietern ergibt (Pfeffer, 1987, S. 27). Zu den kritischen Schlüsselressourcen können Finanzkapital, Rohstoffe, Wissen, Technologie, Informationen, Humanressourcen und Legitimität gehören (Gales & Kesner, 1994, S. 272). Die Theorie besagt, dass Organisationen aufgrund ihrer Abhängigkeit von externen Ressourcen mit Unsicherheit und Anfälligkeit konfrontiert sind (Pfeffer & Salancik, 1978, S. 68). Veränderungen in der Verfügbarkeit, der Qualität oder den Kosten von Ressourcen können erhebliche Auswirkungen auf die Lebensfähigkeit und den Wettbewerbsvorteil einer Organisation haben. Folglich müssen Organisationen ihre Ressourcenabhängigkeit aktiv managen und Strategien entwickeln, um Risiken zu mindern und die Ressourcenversorgung zu sichern. (Pfeffer, 1987, S. 26). Der Ressourcenabhängigkeitsansatz betont dabei die besondere Aufgabe der Unternehmensführung bzw. der Vorstandsmitglieder, für die Sicherstellung von kritischen Ressourcen zu sorgen, um Unsicherheiten und externen Abhängigkeiten zu entgegenzuwirken (Frynas & Yamahaki, 2016, S. 259; Pfeffer & Salancik, 1978, S. 20). Der Vorstand entscheidet über die strategische Unternehmensausrichtung und damit auch über die CSR-Politik des Unternehmens (Fernandez-Feijoo et al., 2014, S. 353). Mithin hat der Vorstand einen Einfluss auf die CSR-Aktivitäten sowie der Offenlegung jener Informationen (Haniffa & Cooke, 2005, S. 400).

Vor dem Hintergrund der Ressourcenabhängigkeitstheorie wird argumentiert, dass die Zusammensetzung des Vorstands einen Einfluss auf das Management von Unternehmen hat. Pfeffer & Salancik (1978) argumentieren, dass die Vorstandsgröße Abhängigkeiten minimieren und den Ressourcenzugang vergrößern kann (S. 167). Größere Vorstände können Kompetenzdefizite ausgleichen. Ein größerer Vorstand kann eine größere Vielfalt an Perspektiven, Fachwissen und Kenntnissen beinhalten, was zu einer effektiveren Entscheidungsfindung beitragen kann (Abeysekera, 2010, S. 513). Durch die größere Anzahl von Personen erfolgt ein breiterer

Austausch von Ideen und Erfahrungen, wodurch Unternehmen sich besser in CSR-Aktivitäten einbringen können und folglich umfangreicher darüber berichten (Chapple & Moon, 2005, S. 438). In größeren Vorständen sind eher erfahrenere und sachkundigere Mitglieder vertreten, die über bessere Fachkenntnisse im Umgang mit CSR-Themen verfügen. Vorstandsmitglieder mit solchen Erfahrungen können den Rest des Gremiums hinsichtlich der damit verbundenen Herausforderungen und Chancen beraten. Nicht zuletzt erleichtern größere Vorstände den Zugang zu kritischen finanziellen Ressourcen, sodass ein größerer finanzieller Spielraum für CSR-Initiativen besteht (de Villiers et al., 2011, S. 1645). Neben dieser gemischten Verteilung von Kompetenzen und Erfahrungen können größere Vorstände die Arbeitslast besser verteilen. Hierdurch kann sich das Management besser mit CSR-Aktivitäten beschäftigen und eine effizientere Kommunikation der CSR-Informationen an ihre Stakeholder gewährleisten (Gallego-Álvarez & Ortas, 2017, S. 14).

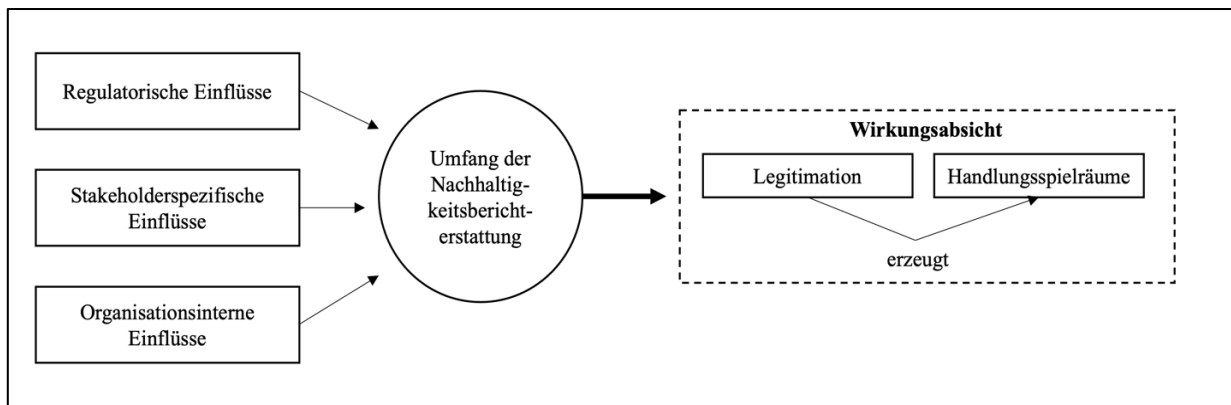
Pfeffer and Salancik (1978) nennen zudem eine diverse Vorstandszusammensetzung als weitere Möglichkeit, Ressourcen zu maximieren. Hinsichtlich der Geschlechterverteilung argumentieren Hillman et al., dass eine höherer Frauenanteil in Vorständen die Ressourcen erhöhen und zu einem Wettbewerbsvorteil hinsichtlich CSR-Reportings führen (2000, S. 243). Dabei verbessert sich die Unternehmensperformance aufgrund anderer Wertvorstellungen, Überzeugungen, Perspektiven und Erfahrungen, die Frauen mitbringen (Eagly et al., 2003, S. 586). Weil Frauen häufig einen anderen Bildungsweg einschlagen als Männer, können sie die Vorstandsarbeit aus anderen Perspektiven betrachten mit Auswirkung auf die CSR-Aktivitäten des Unternehmens (Bear et al., 2010, S. 211). Frauen wird allgemein zugeschrieben, dass sie hilfsbereiter, freundlicher, sympatischer und empatischer als Männer sind (Eagly et al., 2003, S. 572). Da sie als sozialorientierter im Vergleich zu Männern gelten, sind sie eher bereit, die Ansprüche der Stakeholder in den Vordergrund zu stellen und Entscheidungen zugunsten CSR-Themen zu fällen (Cabeza-García et al., 2018, S. 562). Schultz (2001) kommt zu dem Ergebnis, dass Frauen im Vergleich zu Männern tendenziell altruistischer und ökologisch orientierter sind. Aufgrund ihrer stärkeren moralischen Orientierung als Männer neigen weibliche Vorstandsmitglieder CSR-Themen viel ernster zu nehmen. Empirische Untersuchungen kommen zu dem Ergebnis, dass geschlechtliche Diversität im Vorstand einen positiven Effekt auf die CSR-Aktivitäten eines Unternehmens (Schultz, 2001) sowie auch auf die Offenlegung von CSR-Informationen (Cabeza-García et al., 2018; Dyduch & Krasodomska, 2017; Fernandez-Feijoo et al., 2014) hat.

Des Weiteren kann auch die Zusammensetzung von Vorstandsmitgliedern hinsichtlich ihrer Nationalität eine Ressource darstellen. Laut Lau et al. haben Vorstandsmitglieder mit Auslandserfahrung, insbesondere in Industrieländern, in der Regel ein besseres Verständnis für CSR-Praktiken. Durch Erfahrung mit ausländischen Märkten und ihren weitreichenden Netzwerken erleichtern sie Verbindungen zu internationalen Unternehmen. Infolgedessen können Unternehmen neue Umweltinnovationen ausländischer Unternehmen schneller übernehmen und ihre Berichtspraxis verbessern (2016, S. 77). Ausländische Mitarbeitende bereichern das Unternehmen durch die Heterogenität ihrer Erfahrungen, Ideen und Innovationen (Fields & Keys, 2003, S. 13). Ein positiver Zusammenhang zwischen der ethnischen Diversität von Vorständen und CSR-Aktivitäten konnte in vergangenen Studien festgestellt worden (Moneva & Llana, 2000; Williams, 2003). Coffey und Wang (1998) begründen eine solche Korrelation damit, dass eine diverse Vorstandszusammensetzung die Reaktionsfähigkeit der Mitglieder auf verschiedene Stakeholder erhöht. Guthrie und Parker (1990) stellen in ihrer Studie fest, dass das Vorhandensein ausländischer Vorstandsmitglieder die Qualität der CSR-Offenlegung verbessert. Jüngere Studien können ebenfalls einen positiven Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein von ausländischen Vorstandsmitgliedern und der Offenlegung von CSR-Informationen feststellen (Dyduch & Krasodomska, 2017; Khan, 2010).

2.3.4 Zwischenfazit

Die Ausarbeitungen aus Kapitel 2 haben gezeigt, dass berichtspflichtige Unternehmen verschiedenen Einflüssen ausgesetzt sind, welche über den Umfang der Nachhaltigkeitsberichterstattung bestimmen. Dabei bestimmen die Einflüsse, wie unterschiedlich stark eine Wirkungsabsicht mithilfe einer umfassenderen, über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehende Berichterstattung erreicht werden möchte. Dabei geht es ihnen bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung stets um die Schaffung von Legitimation, um Handlungsspielräume für das Unternehmen zu erzeugen. Auf dieser Basis wurde ein idealtypisches Modell erarbeitet (Abbildung 3). Durch regulatorische Vorgaben werden Unternehmen überhaupt erst berichtspflichtig. Diese geben nicht nur die inhaltliche Ausgestaltung vor, sondern regen Unternehmen gleichzeitig an, ihren Berichtsrahmen freiwillig zu erweitern. Hierzu stellt das Gesetz verschiedene Optionen zur Verfügung. Diese Zusatzoptionen können als eine nicht bindende Erwartung seitens der Gesetzgebung verstanden werden und gleichzeitig aber auch zu Erwartungen der Stakeholder führen. Berichtspflichtige Unternehmen müssen sich demnach strategisch mit der Frage auseinandersetzen, ob sie diesen Erwartungsdruck Folge leisten oder nicht, um mögliche Reputationseinbußen zu vermeiden.

Abbildung 3: Modell zur Erklärung des Umfangs der Nachhaltigkeitsberichterstattung



Eigene Darstellung.

Des Weiteren stehen Unternehmen unter einem durch ihre Stakeholder verursachten Legitimationsdruck. Die komplexen Stakeholderansprüche ergeben sich aus den verschiedenen Charakteristika des Unternehmens, hierzu gehören beispielsweise die Branchenzugehörigkeit oder die Größe des Unternehmens. Die Stakeholder erheben dann Begründungsansprüche, wenn diese Merkmale in unterschiedlicher Weise auf die Umwelten der Stakeholder einwirken. Die Aufrechterhaltung durch diese Merkmale beeinflusste Geschäftsaktivitäten müssen gerechtfertigt werden, um die Unternehmensexistenz weiterhin zu legitimieren und Handlungsspielräume zu erzeugen. Zur Entlastung dieses Druckes können Unternehmen von einer umfangreichere Berichterstattung Gebrauch machen und spezifische Stakeholderansprüche berücksichtigen, die nicht von den gesetzlichen Mindestanforderungen abgedeckt werden.

Schließlich wirken ebenfalls unternehmensinterne Einflüsse auf die Berichterstattung eines Unternehmens ein. Hierunter fällt die Zusammensetzung der Unternehmensführung, dessen Merkmale den Umgang mit CSR-Themen beeinflussen können. Organisationsstrukturelle Anpassungen des Unternehmens gehören ebenfalls zu den unternehmensinternen Einflüssen. Unternehmen, die bereits komplexe Managementsysteme zur Datengewinnung und Berichterstattung etabliert haben, verfügen bereits über entsprechende Strukturen und können sich rascher an Umweltveränderungen anpassen - beispielsweise Änderung der rechtlichen Rahmenbedingungen an die Berichterstattung. Dies kann sich auf den Umfang und die Qualität der offengelegten Daten auswirken. Eine Berichterstattung, die die rechtlichen Mindestvorgaben übertrifft, stellt hierbei einen Steuerungsversuch der Einflüsse dar, um Legitimationsansprüche zu erfüllen und dadurch Handlungsspielräume zu erzeugen.

3 Forschungsstand

Empirische CSR-Forschung lässt sich in drei Typen unterteilen. Die deskriptiven Studien befassen sich mit der Art und dem Umfang von CSR Berichten, mit einigen Vergleichen zwischen Ländern und Zeiträumen. Erklärende Studien konzentrieren sich auf mögliche Determinanten nachhaltigkeitsbezogener Berichterstattung. Der dritte Typ sind medienwirkungsbezogene Studien, welche die Wirkung von CSR-Informationen auf Marktteilnehmende untersuchen (Reverte, 2009, S. 352). Aufgrund der erst seit relativ kurzer Zeit geltenden Verpflichtung zur nichtfinanziellen Erklärung existiert wenig empirische Forschungsarbeit explizit zur nichtfinanziellen Erklärung. Insbesondere Untersuchung von Determinanten, die den Umfang der nichtfinanziellen Erklärung beeinflussen, sind nicht bekannt. Hinsichtlich der nichtfinanziellen Erklärung finden sich häufig Studien, welche die Umsetzung der CSR-Richtlinie untersuchten. Diese enthalten meistens deskriptive Ergebnisse über den Stand der Umsetzung, in etwa die genannten Aspekte und Themen, Art der Publikation oder die Nutzung von Rahmenwerken (Berndt & Jablowski, 2019; Bouten & Wiedemann, 2021; Deutsches Global Compact Netzwerk & econsense, 2018; Kajüter & Wirth, 2018). Lediglich einige wenige Studien untersuchten, ob berichtspflichtige Unternehmen über die gesetzlichen Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung hinaus berichteten. Die vom Bundesministerium der Justiz und für (BMJ) beauftragte CSR-Horizontalstudie kam zum Schluss, dass nahezu alle 100 untersuchten berichtspflichtigen Unternehmen über diese Mindestanforderungen hinaus berichteten (Young & Marais, 2012, S. 435). Kajüter und Wirth (2018) konnten feststellen, dass DAX30- sowie MDAX-Unternehmen grundsätzlich über die Mindestanforderungen hinaus berichten. Auf Grund ihrer Größe sind die im Aktienindex vertretenen Unternehmen meist berichtspflichtig. Eine weitere Auswertung untersuchte speziell den Aspekt der Umweltbelange der DAX30-Unternehmen und kam zum Ergebnis, dass die untersuchten Unternehmen beim Aspekt Umweltbelange über die vorgeschriebene Mindestanforderung hinaus berichteten (Graßmann et al., 2018). In größerer Zahl finden sich deskriptive Untersuchungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen in Deutschland. Untersucht wurden vorwiegend strukturelle Muster, wie beispielsweise der Umfang der Berichte, die Themenauswahl oder der Umgang mit Berichtsrahmenwerken. Diese Untersuchungen wurden allerdings vor dem Inkrafttreten der CSR-Richtlinie durchgeführt. Daher befassen sie sich ausschließlich mit freiwilligen Nachhaltigkeitsberichten und sind für diese Untersuchung weitgehend irrelevant (Gabriel, 2015; Gamerschlag et al., 2011; Quick & Knocinski, 2006).

Forschungsarbeiten zu Determinanten, welche den Umfang von Nachhaltigkeitsberichten bestimmen, sind seit den 1980er-Jahren zu verzeichnen. Dementsprechend existieren hierzu sehr viele Publikationen. Hahn und Kühnen analysierten systematisch 178 Studien, die Determinanten von Nachhaltigkeitsberichten untersuchten (2013). Fifka konnten allein in seiner Analyse bereits 186 Studien identifizieren. Besonders viele Studien stammen dabei aus dem nordamerikanischen sowie europäischen Raum (2013, S. 1.). Es können zwei Arten von Determinanten kategorisiert werden. Die Forschung unterscheidet zwischen internen Faktoren (Fifka, 2013, S. 3), z. B. Größe oder Branchenzugehörigkeit, und externen Faktoren, wie politische, ökonomische und soziale Rahmenbedingungen. (Dienes et al., 2016, S. 155). Studien, die den Umfang der Nachhaltigkeitsberichterstattung in Abhängigkeit von den Fundamentaldaten von Unternehmen untersuchten, konnten forschungsübergreifend Determinanten feststellen. Signifikante Zusammenhänge konnten insbesondere zwischen dem Berichtsumfang und der Unternehmensgröße, dem Unternehmensumsatz, der Branchenzugehörigkeit und der Unternehmensexposition nachgewiesen werden.

Tabelle 2: Forschungsarbeiten zu Determinanten hinsichtlich Fundamentaldaten

Autor (Jahr)	n	Land	Methode	Signifikante Determinanten
Cormier et al., (2005)	76	Deutschland	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Unternehmensgröße, Branche, öffentlicher Druck
Ho & Taylor (2007)	50	USA/Japan	Berichtsindex/Regressionsanalyse	Unternehmensgröße, Rentabilität, Liquidität, Branche
Tagesson et al. (2009)	169	Schweden	Berichtsindex/Regressionsanalyse	Unternehmensgröße, Rentabilität, Branche
Reverte (2009)	46	Spanien	Regressionsanalyse	Unternehmensgröße, Branche, Medienpräsenz
Gamerschlag et al. (2011)	130	Deutschland	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Unternehmensgröße, Branche, Unternehmenssichtbarkeit,

				Exposition zu US-Stakeholdern
Dyduch & Krasodomska (2017)	60	Polen	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Umsatz, Dauer der Börsennotierung, Umweltsensibilität der Branche, Anteil ausländischen Kapitals
Bazhair (2020)	20	Saudi-Arabien	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Unternehmensgröße, Umsatz
Fahad & Nidheesh (2021)	386	Indien	Bloomberg ESG Score/ Regressionsmodelle	Unternehmensgröße, Unternehmensalter, Unternehmensbeliebtheit, Export, Anteil ausländischer Shareholder

Andere Studien untersuchten Determinanten, die sich vorrangig oder zugleich auf Aspekte der Unternehmensführung beziehen, also die Corporate Governance. Wiederkehrende Determinanten sind vor allem die Zusammensetzung des Vorstands, beispielsweise in Hinblick auf die Vorstandsgröße oder der Anteil an inländischen bzw. ausländischen Vorstandsvorsitzenden.

Tabelle 3: Forschungsarbeiten zu Determinanten hinsichtlich Corporate-Governance-Aspekte

Autor (Jahr)	<i>n</i>	Land	Methode	Signifikante Determinanten
Haniffa & Cooke (2005)	139	Malaysia	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Anteil der einheimischen Vorstandsvorsitzenden
Khan (2010)		Bangladesch	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Vorhandensein ausländischer Vorstandsvorsitzenden, Anteil weiblicher Vorstandsvorsitzender

Fernandez-Feijoo et al. (2014)	2400	22 Länder	Hauptkomponentenanalyse/ Regressionsanalyse	Anteil weiblicher Vorstandsvorsitzender
Giannarakis (2014)	366	USA		Vorstandsgröße
Dyduch & Krasodomska (2017)	60	Polen	Inhaltsanalyse/ Regressionsanalyse	Anteil ausländischer Vorstandsvorsitzenden, Anteil weiblicher Vorstandsvorsitzender, Vorstandsgröße
Anatami (2019)	200	Indonesien	Bewertungsskala, Regressionsanalyse	Vorstandsgröße
Bhatia & Makkar (2019)	48	Russland	Inhaltsanalyse/Regressionsanalyse	Vorstandsgröße, Vorstands-abhängigkeit

Nahezu vollkommen unbeachtet ist der Zusammenhang von Determinanten auf Berichtsaspekte von verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichten. Die Studien zu diesem Gebiet sind sehr rar. Dieser Umstand könnte der Tatsache geschuldet sein, dass lediglich wenige Staaten über eine gesetzliche CSR-Berichtspflicht verfügen. Ausgenommen hiervon sind die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union seit 2017. Dementsprechend könnte dieser Aspekt in der Vergangenheit nie forschungsrelevant gewesen. Eine frühere malaysische Studie untersuchte, welche Determinanten über die Qualität von verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichten bestimmen. Hierbei untersuchten sie die Nachhaltigkeitsberichte von in der größten malaysischen Börse gelisteten Unternehmen zwei Jahre vor und zwei Jahre nach der Einführung der gesetzlichen Berichterstattungspflicht in Malaysia im Jahre 2007. Die Studie kam zu dem Ergebnis, dass zwischen der Berichtsqualität und der Unternehmensgröße sowie der Fremdkapitalquote signifikante Zusammenhänge bestehen (Sulaiman et al., 2014). Schröders (2022) Untersuchung kommt dem Forschungsvorhaben dieser Arbeit am nächsten. Er untersuchte vor dem Hintergrund der CSR-URG, welche Determinanten die Qualität der nichtfinanziellen Erklärung beeinflussen. Hierzu untersuchte er allerdings den Bankensektor mit 100 berichtspflichtigen Banken. Die Ergebnisse zeigen, dass es einen signifikanten Zusammenhang gibt zwischen der

Berichtsqualität und dem Publikationsformat, der Nutzung von Rahmenwerken und der Tatsache, ob bereits in der Vergangenheit freiwillig Bericht erstattet wurde. Jedoch trennt Schröder (2022) nicht eindeutig zwischen den gesetzlichen Mindestangaben und den zusätzlich freiwilligen Angaben. Die Qualität bestimmt er durch die Menge der codierten Themen. Dadurch erkennt er allerdings den spezifischen Wesentlichkeitsgrundsatz der nichtfinanziellen Erklärung, wonach nicht die Menge der Themen entscheidend ist, sondern die spezifische Auswahl.

Es stellt sich die Frage, welche weiteren Berichtsaspekte von verpflichtenden Berichten durch Determinanten bestimmt werden könnten. Denkbar wäre neben der Qualität, auch die Quantität der Berichte einzubeziehen. Dies könnte in Form des Berichtsumfangs zum Ausdruck kommen, beispielsweise indem Unternehmen über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus berichten. Fraglich ist, ob von universal anwendbaren Determinanten auszugehen ist. Da der gesetzlich vorgeschriebene CSR-Berichtsumfang von Staat zu Staat unterschiedlich ist, könnte angenommen werden, dass die Faktoren länderspezifischen Einflüssen ausgesetzt sind. Somit bleibt zu prüfen, ob Determinanten, die den Umfang von freiwilligen Berichten bestimmen, die gleichen Zusammenhänge bei verpflichtenden Berichten aufweisen. Die Forschungserkenntnisse von Gray et al. (1995) sowie Guthrie und Parker (1990) bekräftigen diese Argumentation. Sie konstatieren, dass sich das Berichtsverhalten von Unternehmen mit freiwilligen bzw. verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichten unterscheidet. Die bisherigen Forschungsarbeiten konzentrierten sich stets auf die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen.

Welche Determinanten die freiwillige Offenlegung zusätzlicher Informationen neben den verpflichtenden Mindestinhalten der nichtfinanziellen Erklärungen bestimmen, wurden bislang nicht empirisch untersucht. Mithin wird die Forschungslücke deutlich, welche diese Arbeit schließen möchte. Diese Untersuchung soll identifizieren, welche Faktoren einen signifikanten Einfluss darauf haben, inwieweit deutsche Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus berichten. Vor dem Hintergrund der bisherigen Ausführungen stellt sich die Frage, ob die bisher untersuchten Determinanten der freiwilligen Berichterstattung auch signifikante Zusammenhänge bei der verpflichtenden Berichterstattung zeigen. Da die Berichterstattung über gesetzliche Mindestanforderungen eine Form der Freiwilligkeit darstellt, kann angenommen werden, dass die Determinanten den gleichen Mustern folgen. Neben der Überprüfung bereits untersuchten Determinanten lassen sich weitere ableiten, die einen direkten Bezug zur CSR-Richtlinie haben. Damit präsentiert diese Untersuchung neue Determinanten, die bisher nicht Gegenstand empirischer Untersuchungen waren. Wie bereits dargestellt, lässt sich ein weltweiter Trend zur verpflichtenden Berichterstattung erkennen. Einige Autor:innen erkennen

in dieser Entwicklung sogar eine Rekonzeptualisierung des freiwilligen CSR-Verständnisses hin zu einem regulativen Charakter (Gatti et al., 2019, S. 961). Es ist demnach davon auszugehen, dass dieses Feld in naher Zukunft deutlich an Bedeutung gewinnen wird.

4 Forschungshypothesen und Forschungsfragen

Auf Grundlage der theoretischen Ausarbeitungen und der bisherigen empirischen Untersuchungen zu den Determinanten von Nachhaltigkeitsberichten werden im weiteren Verlauf sieben Hypothesen und eine Forschungsfrage zu möglichen Determinanten abgeleitet.

Insgesamt legt die Legitimitätstheorie nahe, dass Unternehmen in einer Weise agieren müssen, die von der Gesellschaft als legitim wahrgenommen wird, um ihr langfristiges Überleben und ihren Erfolg zu sichern. Zudem zeigt die CSR-Literatur, dass Unternehmen als Grundvoraussetzung für ihr Daseinsberechtigung grundlegende gesellschaftliche Erwartungen erfüllen müssen. Hierzu zählt, dass sie eine rechtliche Verantwortung gegenüber der Gesellschaft übernehmen müssen (Suchman, 1995). In anderen Worten wird erwartet, dass sie sich an die für sie rechtlich bindenden Regeln halten (Compliance). Im Kontext der Nachhaltigkeitskommunikation erfolgt dies, indem sie durch die Publikation der jährlichen nichtfinanziellen Erklärung der Berichtspflicht nachkommen. Die CSR-Literatur legt zudem nahe, dass Unternehmen zusätzlich zur Einhaltung ihre gesetzlichen Pflichten philanthropische Unternehmensaktivitäten, bis hin zu einer proaktiven politischen Mitgestaltung anstreben sollten, um die unternehmerische Wertschöpfung zu erhöhen. Ein erhöhtes CSR-Engagement geht mit einer Mehrwertsteigerung für das Unternehmen einher (Schneider, 2015). Es lässt sich schlussfolgern, dass Unternehmen aus strategischer Motivation an einer freiwilligen Offenlegung von zusätzlichen CSR-Unternehmensaktivitäten interessiert sind. Die bisherigen sehr dünnen empirischen Untersuchungen lassen erkennen, dass deutsche berichtspflichtige Unternehmen tendenziell über rechtliche Mindestvoraussetzungen hinaus publizieren. Allerdings hatten die Untersuchungsschwerpunkte bisher einen eher qualitativen Charakter und konzentrierten sich auf bestimmte Branchen. Mit hin lässt sich aus den Überlegungen folgende Forschungsfrage ableiten.

***F1:** Inwieweit publizieren berichtspflichtige Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus?*

Ferner lässt sich aus den Implikationen der Legitimitätstheorien ableiten, dass die Größe eines Unternehmens Auswirkung auf die Legitimationsansprüche ausübt. Mit der steigenden Größe nehmen die Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft zu (Hahn & Kühnen, 2013). Große Unternehmen sind deshalb einer breiteren gesellschaftlichen Exposition ausgesetzt (Branco & Rodrigues, 2008, S. 161). Zudem indiziert die Stakeholder-Theorie, dass die Ansprüche der Stakeholder komplexer werden, je größer ein Unternehmen ist. Um den

Legitimationsdruck zu reduzieren, könnten sie durch eine umfangreiche Nachhaltigkeitsberichterstattung entlasten. Zudem haben bisherige Studien gezeigt, dass die Unternehmensgröße einen signifikanten Einfluss hat auf den Umfang von freiwilligen Nachhaltigkeitsinformationen hat. Um diese Determinante auch im Zuge der nichtfinanziellen Erklärung zu untersuchen, wird folgende Hypothese aufgestellt:

***H1:** Je größer ein berichtspflichtiges Unternehmen ist, umso umfangreicher berichten diese Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.*

Die Legitimationstheorie indiziert weiter, dass Unternehmen in umwelt- und sozialkritischen Branchen einem größeren gesellschaftlichen und regulatorischen Druck zur Legitimation ihrer Geschäftsaktivitäten ausgesetzt sind (Young & Marais, 2012). Es liegt daher nahe, dass jene Unternehmen zur einer umfassenderen Nachhaltigkeitsberichterstattung tendieren, um ihre Aktivitäten legitimieren. Die Stakeholder-Theorie zeigt weiter, dass die Ansprüche der Stakeholder komplexer werden, sobald Unternehmen in umweltkritischen oder sozial bedenklichen Branchen operieren. Diese Stakeholder haben die Macht, durch die Mobilisierung anderer gesellschaftlicher Akteure die schlechte Umweltleistung des Unternehmens zu sanktionieren (Zarzycka & Krasodomska, 2022). Um dies zu vermeiden, sind Unternehmen daran interessiert, durch Berichterstattung ihre Unternehmensaktivitäten transparent zu gestalten. Darüber hinaus gilt auch die Konsumgüterindustrie als eine durch Stakeholder stärker beobachtete Branche. Frühere Studien konnten wiederholt beweisen, dass die Branchenzugehörigkeit einen Einfluss hat auf das Berichtsverhalten von Unternehmen. Da signifikante Ergebnisse vor dem Hintergrund der nichtfinanziellen Erklärung noch fehlen, wird folgende Hypothese formuliert:

***H2:** Berichtspflichtige Unternehmen aus umweltsensiblen Branchen berichten umfangreicher über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus als berichtspflichtige Unternehmen aus nicht umweltsensiblen Branchen.*

Wie die Ausführungen zur Entwicklung des Nachhaltigkeitsberichts zeigen, haben bereits vor Inkrafttreten des CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes einige deutsche Unternehmen freiwillig nichtfinanzielle Informationen in Form von Nachhaltigkeitsberichten publiziert. Dabei ist zu beobachten, dass die Berichte im Zeitverlauf deutlich technischer geworden sind (Albertini, 2014, S. 245). Lock und Seele (2016, S. 19) konstatieren, dass die Expertise in der Berichterstattung umso umfangreicher ist, je mehr Erfahrung ein Unternehmen bei der Publikation von

Nachhaltigkeitsberichten gesammelt hat. Demnach können sich Unternehmen, die bereits mit der Berichtspraxis von nichtfinanziellen Informationen vertraut sind, schneller an die neuen Richtlinien anpassen (Zarzycka & Krasodomska, 2022, S. 146). Denkbar wäre, dass sie ihren zeitlichen und technischen Vorsprung als Wettbewerbsvorteil nutzen und eher über Informationen verfügen, die über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehen. Hingegen können sich nach Cormier et al. Unternehmen ohne Berichterstattungserfahrung aufgrund der tiefgreifenden organisatorischen Veränderungen, die beispielsweise durch die aufwendige technische Datengewinnung entstanden sind, nicht so rasch an die neuen gesetzlichen Bedingungen anpassen (2005, S. 12). Diesem Umstand geschuldet, beschränken sich diese Unternehmen womöglich eher auf die Erfüllung der Mindestanforderungen. Aus diesen Ausführungen wird folgende Hypothese abgeleitet:

***H3:** Berichtspflichtige Unternehmen berichten umfangreicher über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus, wenn sie vor Einführung der gesetzlichen Pflicht bereits freiwillig Nachhaltigkeitsberichte publiziert haben.*

Die theoretische Aufbereitung der Stakeholder-Theorie hat weiter gezeigt, dass Stakeholder in unterschiedlicher Weise Einfluss auf Unternehmen haben und daher vom Management unterschiedlich priorisiert werden (Mishra & Suar, 2010). Das Bestehen und der Erfolg eines Unternehmens hängen maßgeblich von den primären Stakeholdern ab. Unter ihnen nimmt die Gruppe der Shareholder eine entscheidende Position ein, die einen langanhaltenden profitablen Wachstumskurs sowie hohen Renditen erwarten. Hinzu kommen die Bedürfnisse der wachsenden Gruppe der nachhaltigkeitsorientierten Shareholder, die am Umgang des Unternehmens mit ihrem investierten Kapital interessiert sind (Fink & Kajüter, 2021). Die Legitimationstheorie bekräftigt zudem, dass Unternehmen ihre Aktivitäten legitimieren müssen, für welche das investierte Kapital genutzt wird. Um Informationsasymmetrien zu reduzieren, sind Unternehmen sowie Shareholder demnach an der Offenlegung von finanziellen, aber auch nichtfinanziellen Informationen interessiert. Der Gesetzgeber differenziert im Rahmen des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz zwischen kapitalmarktorientierten und nicht-kapitalmarktorientierten Unternehmen. Er erkennt an, dass die Geschäftsaktivitäten von großen (kapitalmarktorientierten) Unternehmen auf Umwelt und Gesellschaft einwirken und daher komplexeren Ansprüchen ihrer Stakeholder ausgesetzt sind. Zugleich werden nicht-kapitalmarktorientierte Unternehmen zur Berichterstattung verpflichtet. Sie werden vom Gesetzgeber als gesellschaftlich relevante Unternehmen betrachtet. Durch die fehlende Kapitalmarktorientierung müssen sie sich nicht mit

existenziellen relevanten Shareholder auseinandersetzen, wodurch ihre Geschäftsaktivitäten weniger stark legitimiert werden müssen. Die Überlegungen lassen vermuten, dass die Kapitalmarktorientierung eines Unternehmens mit einer erhöhten Berichtsaktivität einhergeht. Diese Unterteilung war bisher kein Untersuchungsgegenstand und stellt eine neue, speziell an die rechtliche Situation in Deutschland bezogene Determinante, dar. Es lässt sich folgende Hypothese aufstellen:

***H4:** Kapitalmarktorientierte Unternehmen berichten umfangreicher über gesetzliche Mindeststandards hinaus als nicht kapitalmarktorientierte Unternehmen.*

Gemäß der Ressourcenabhängigkeitstheorie sind Organisationen darauf angewiesen, externe Ressourcen zu sichern und ihre Abhängigkeit von ihnen zu minimieren, um ihre Lebensfähigkeit und ihren Wettbewerbsvorteil zu gewährleisten (Pfeffer & Salancik, 1978). Der Vorstand eines Unternehmens spielt dabei eine zentrale Rolle, da er für die Sicherstellung und den Zugang zu kritischen Ressourcen verantwortlich ist. Größere Vorstände bieten potenziell mehr Ressourcen für ein Unternehmen. Durch die größere Anzahl von Vorstandsmitgliedern kann ein breiterer Austausch von Ideen und Erfahrungen stattfinden, was es dem Unternehmen ermöglicht, sich besser in CSR-Aktivitäten einzubringen. Mögliche Kompetenzdefizite und eine bessere Arbeitsteilung sind weitere Vorteile, die mit einem größeren Vorstand einhergehen (Abeysekera, 2010). Insgesamt lässt sich also argumentieren, dass ein größerer Vorstand eines Unternehmens mehr Ressourcen, Fachkenntnisse und Zeit für CSR-Initiativen zur Verfügung haben kann. Dies könnte dazu führen, dass Unternehmen mit größeren Vorständen tendenziell mehr CSR-Initiativen durchführen und umfangreicher darüber berichten. Zwar wurde in früheren Studien die Vorstandsgröße als signifikante Determinante identifiziert, allerdings noch nicht im Rahmen der nichtfinanziellen Erklärung. Es lässt sich folgende Hypothese ableiten:

***H5:** Je größer der Vorstand eines berichtspflichtigen Unternehmens, umso umfangreicher berichtet das Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.*

Eine diverse Zusammensetzung des Vorstands stellt eine weitere Möglichkeit dar, Ressourcen zu maximieren. Die theoretischen Ausarbeitungen und empirische Forschungsergebnisse zeigen, dass Geschlechtervielfalt einen Einfluss auf CSR-Reporting von Unternehmen haben kann. Frauen bringen unterschiedliche Werte, Überzeugungen, Perspektiven und Erfahrungen mit, die sich positiv auf die Unternehmensperformance auswirken können. Sie betrachten die

Vorstandsarbeit oft aus anderen Perspektiven und können dadurch auch Einfluss auf die CSR-Aktivitäten des Unternehmens nehmen (Cabeza-García et al., 2018). Aufgrund ihrer sozialorientierten Eigenschaften sind sie eher bereit, die Ansprüche der Stakeholder in den Vordergrund zu stellen und Entscheidungen zugunsten von CSR-Themen zu treffen. Studien zeigen, dass weibliche Vorstandsmitglieder tendenziell altruistischer und ökologisch orientierter sind und CSR-Themen generell ernster nehmen als männliche Vorstandsmitglieder. Die moralische Orientierung von Frauen und ihre stärkere Ausrichtung auf soziale Aspekte tragen dazu bei, dass sie CSR-Aktivitäten ernsthafter verfolgen. Aufgrund dieser Erkenntnisse kann argumentiert werden, dass ein höherer Frauenanteil im Vorstand dazu führen kann, dass ein Unternehmen umfangreicher über seine CSR-Aktivitäten berichtet:

***H6:** Je höher der Anteil an Frauen im Vorstand, umso umfangreicher berichtet das Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.*

Schließlich kann im Sinne des Ressourcenabhängigkeitsansatzes die ethnische Zusammensetzung des Vorstands eine weitere Möglichkeit darstellen, Kontrolle über kritische Ressourcen zu behalten (Pfeffer & Salancik, 1978). Die Heterogenität der Erfahrungen, Ideen und Innovationen von ausländischen Vorstandsmitgliedern bereichert das Unternehmen. Eine diverse Vorstandszusammensetzung erhöht die Reaktionsfähigkeit der Mitglieder gegenüber verschiedenen Stakeholdern und verbessert die Qualität der CSR-Offenlegung (Fields & Keys, 2003). Vorstandsmitglieder mit Auslandserfahrung haben in der Regel ein besseres Verständnis für CSR-Praktiken. Durch ihre Erfahrung mit ausländischen Märkten und ihre weitreichenden Netzwerke erleichtern sie den Zugang zu internationalen Unternehmen und können neue Umweltinnovationen schneller übernehmen. Diese Verbindungen und Erfahrungen können dazu beitragen, dass Unternehmen ihre Berichtspraxis im Bereich CSR verbessern (Lau et al., 2016). Die Erfahrungen, das Wissen und die internationalen Verbindungen dieser Vorstandsmitglieder tragen dazu bei, dass das Unternehmen CSR-Praktiken besser versteht und umsetzt, was sich in einer umfangreicheren Berichterstattung über CSR-Aktivitäten widerspiegeln kann. Zudem bestätigen Studien einen positiven Zusammenhang zwischen der ethnischen Diversität von Vorständen und CSR-Aktivitäten. Es wurde auch festgestellt, dass das Vorhandensein ausländischer Vorstandsmitglieder die Offenlegung von CSR-Informationen verbessert (Guthrie & Parker, 1990). Unerforscht bleibt, ob die ethnische Zusammenstellung auch einen signifikanten Einfluss auf eine umfangreichere Offenlegung der nichtfinanziellen Erklärung hat. Es wird

argumentiert, dass ein höherer Anteil ausländischer Vorstandsmitglieder im Unternehmen dazu führen kann, dass das Unternehmen umfangreicher über ihre CSR-Aktivitäten berichtet:

H7: Je höher der Anteil an ausländischen Vorstandsvorsitzenden, umso umfangreicher berichtet das Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.

Aus diesen Hypothesen können insgesamt sieben Determinanten abgeleitet werden: Unternehmensgröße, Branchenzugehörigkeit, Berichtshistorie, Kapitalmarktorientierung, Vorstandsgröße, Frauen im Vorstand und ausländische Vorstandsmitglieder. Der Einfluss dieser Determinanten auf den Umfang der Offenlegung von zusätzlich nichtfinanziellen Informationen, die über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinausgehen, wird im Folgenden empirisch untersucht und beschrieben.

5 Methodisches Vorgehen

Im vorliegenden Methodenteil wird die Durchführung einer quantitativen Inhaltsanalyse detailliert beschrieben. Hierbei werden der Untersuchungsgegenstand und die Stichprobe vorgestellt sowie die ausgewählte Methodik und die Datenerhebung beschrieben.

5.1 Untersuchungsgegenstand

Für die Untersuchung wurden die nichtfinanziellen Erklärungen von 200 deutschen Unternehmen analysiert, die gemäß § 289b HGB zur Erstellung einer jährlichen nichtfinanziellen Erklärung verpflichtet sind. Gemäß dieser Vorschrift müssen Unternehmen ihre jährliche Erklärung spätestens 6 Monate nach dem Abschlussstichtag auf ihrer Unternehmenswebsite veröffentlichen. Um sicherzustellen, dass zum Zeitpunkt der Stichprobenerhebung alle zu untersuchenden Unternehmen eine Erklärung vorliegen haben, werden jene für das Geschäftsjahr 2021 erhoben. Da die Erklärungen für mindestens 10 Jahre auf der Website abrufbar sein müssen, kann gewährleistet werden, dass alle Unternehmen in der Stichprobe eine Erklärung besitzen. Die Identifizierung der Grundgesamtheit der zu untersuchenden Unternehmen gestaltet sich schwierig, da keine regelmäßigen Daten darüber erhoben werden, welche und wie viele Unternehmen in Deutschland berichtspflichtig sind. Schätzungen der Betreiber des Bundesanzeigers zufolge sind derzeit über 500 Unternehmen von der CSR-Berichtspflicht betroffen (Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee, 2022, S. 3). Eine Studie im Auftrag der Hans Böckler Stiftung in Zusammenarbeit mit der Universität Jena ergab, dass zum Zeitpunkt der Untersuchung 536 Unternehmen der CSR-Richtlinie unterliegen (Stand 2017). Die Gesamtheit der berichtspflichtigen Unternehmen besteht nahezu zur Hälfte aus kapitalmarktorientierten Unternehmen (278) und nicht-kapitalmarktorientierten Kreditinstituten bzw. Versicherungen (258) (Kluge & Sick, 2016, S. 6). Die Stichprobenauswahl orientiert sich an den identifizierten Unternehmen aus der Studie der Hans Böckler Stiftung (Kluge & Sick, 2016). Auch andere Studien beziehen sich bei ihrer Stichprobenziehung ebenfalls auf letztere Studie (Deutsches Global Compact Netzwerk & econsense, 2018; Hobelsberger et al., 2018). Da die Studie der Hans Böckler Stiftung im Jahr 2016 kurz vor Inkrafttreten des CSR-Gesetzes veröffentlicht wurde, können einige Informationen mittlerweile nicht mehr aktuell sein. In der Zwischenzeit könnten Unternehmen nicht mehr unter die Berichtspflicht fallen, beispielsweise aufgrund von Insolvenz, Verkauf oder Fusion. Bei der Zufallsziehung wird daher zunächst überprüft, ob das gezogene Unternehmen zum Stichtag weiterhin berichtspflichtig war.

5.2 Quantitative Inhaltsanalyse

Die Inhaltsanalyse dient dazu, die soziale Realität zu erfassen, indem von den Eigenschaften einer offensichtlichen Textquelle auf die Merkmale eines nicht direkt ersichtlichen Zusammenhangs geschlossen wird (Merten, 1995, S. 59). Sie stellt die verbreitete Vorgehensweise zur Datengewinnung in der Kommunikationswissenschaft dar. Sie findet üblicherweise Anwendung zur Untersuchung von Medienprodukten und umfasst sämtliche Arten von massenmedialen schriftlichen und visuellen Botschaften (Brosius et al., 2016, S. 137–138). Hierbei werden qualitative und quantitative Methoden voneinander abgegrenzt. Während die qualitative Inhaltsanalyse explorativ vorgeht und einzelne Texte interpretiert, fokussiert sich die quantitative Inhaltsanalyse auf umfangreiche Textsammlungen. Dabei werden sowohl formale als auch inhaltliche Charakteristika dieser Texte erfasst, um Muster und Trends zu identifizieren (Brosius et al., 2016, S. 141). Die Inhaltsanalyse ermöglicht es, sowohl Muster zu identifizieren, die von bestehenden Theorien unterstützt werden, als auch neue Muster zu entdecken, um darauf basierend neue Theorien zu formulieren (Carlson et al., 1993, S. 29). Der Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit ist die nichtfinanzielle Erklärung. Diese standardisierte Erklärung wird von den Unternehmen online in Form eines Berichts veröffentlicht. Die Stichprobe enthält insgesamt 200 Berichte. Diese Berichte sollen auf festgelegte formale und inhaltliche Merkmale untersucht werden, um anschließend Rückschlüsse über das Berichtverhalten von Unternehmen zu gewinnen. Aus diesem Grund eignet sich die quantitative Inhaltsanalyse am besten, um die Forschungsfrage zu beantworten.

5.2.1 Operationalisierung

Die Variablen wurden deduktiv aus den theoretischen Ausarbeitungen abgeleitet. Für die Erhebung der zu untersuchenden Merkmale wurde ein Codebuch konzipiert (Anhang 1). Im Folgenden wird erklärt, wie die Kategorien bzw. Determinanten operationalisiert wurden. Konkrete Ausführungen zum Umgang während des Codierens mit den Kategorien sind im Codebuch enthalten. Zu Beginn wurden grundlegende formale Merkmale erfasst. Für jeden Fall bzw. jedes Unternehmen wurde zum Zwecke der Identifikation ein *Zahlencode* codiert. Anhang 2 enthält eine Liste mit allen Unternehmen, die für diese Untersuchung analysiert wurden.

Als nächstes wurde die Branchenzugehörigkeit (Variable *BR*) des Unternehmens erfasst, also die Branche, in welcher das Unternehmen tätig ist. Die Brancheneinteilung basiert auf die Einteilung nach dem deutschen Aktienindex (DAX) (Deutsche Börse, 2023) und dem Good-Company-Ranking von (Kirchhoff, 2018). Die Unternehmen wurden insgesamt in elf Branchen

eingeteilt sowie einer Residualausprägung. Für die eigentliche Codierung werden die Daten zunächst nach ihrer tatsächlichen Branchenzugehörigkeit codiert. Zum Zwecke der Datenanalyse wird die Variable (*BR*) zu der Dummy-Variable (*BR_DUMMY*) umcodiert. Diese Variable teilt die Branchen in zwei Gruppen auf, den umweltsensiblen Branchen und den nicht bzw. weniger umweltsensiblen Branchen. Auf Basis der Literatur werden die hiesigen Branchen Automobil, Handel und Konsum, Chemie, Pharmazie, Bio- und Medizintechnik, Energie und Rohstoffe, Logistik, Telekommunikation, Industriegüter und gemeinhin den umweltsensiblen Branchen zugerechnet (Christopher & Filipovic, 2008, S. 28; Tagesson et al., 2009, S. 354).

Zur Messung der Determinante Unternehmensgröße gibt es verschiedene Indikatoren, doch häufig ist nicht eindeutig, was die Variable Größe genau messen soll (Tagesson et al., 2009, S. 354). Meistens wird die Zahl der Mitarbeitenden oder betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie der Umsatz herangezogen (Tagesson et al., 2009, S. 356). Die CSR-Richtlinie definiert zwei verschiedene betriebswirtschaftliche Indikatoren zur Feststellung der Unternehmensgröße. Die Unternehmensgröße ergibt sich daraus, ob ein Unternehmen eine Bilanzsumme von über 20 Millionen Euro hat und/oder Umsatzerlöse von über 40. Millionen Euro erzielt. Gleichzeitig müssen alle Unternehmenstypen mehr als 500 Beschäftigten im Jahresdurchschnitt haben. Um einer Verzerrung entgegenzuwirken, wird für diese Untersuchung auf die Zahl der Mitarbeitenden zur Operationalisierung der Unternehmensgröße zurückgegriffen, da alle Unternehmen die gleichen Voraussetzungen erfüllen müssen. Da die Zahl der beschäftigten Mitarbeitenden für jedes berichtspflichtigen Unternehmens im Lagebericht veröffentlicht werden müssen, kann sichergestellt werden, dass diese Daten für jedes Unternehmen verfügbar sind (Variable *MA*).

Des Weiteren wird codiert, ob ein Unternehmen vor Inkrafttreten der CSR-Umsetzungsgesetz bereits freiwillig Nachhaltigkeitsberichte publiziert hatte, also über eine Berichtshistorie verfügt (Variable *HIST*). Entscheidend ist das Stichjahr 2016. Unbedeutend ist dabei, ob das Unternehmen auch vor dem Jahre 2016 regelmäßig freiwillig Bericht erstatten hat. Auf Grund der Tatsache, dass große Unternehmen schon seit zwei Jahrzehnten eine freiwillige Berichterstattung tätigen (Fifka, 2018, S. 143), wird angenommen, dass seit 2016 freiwillig berichtende Unternehmen diese Praxis wahrscheinlich seit längerer Zeit pflegen.

Zur Überprüfung der Hypothese 4 wurde codiert, ob es sich um ein kapitalmarktorientiertes Kapitalgesellschaft nach § 264d HGB handelt. Hierzu gehören konkret die Rechtsformen AG, GmbH, KGaA und SE, aber auch ihnen gleichgestellten Personenhandelsgesellschaften

nach § 264a HGB. Zu den nicht-kapitalmarktorientierten Unternehmen zählen in der Stichprobe (nicht kapitalmarktorientierte) Kreditinstitute und Versicherungen (Variable *TYP*).

Die Determinante Vorstandsgröße (Hypothese 5, Variable *VST*) erfordert die Anzahl der Vorstandsmitglieder. Diese Information kann aus jedem Lagebericht entnommen werden. Erhoben wird die absolute Anzahl an Vorstandsmitgliedern. Auch Merkmale bezüglich der Zusammensetzung des Vorstands hinsichtlich geschlechtlicher und ethnischer Vielfalt wurden erhoben. Diese dienen der Untersuchung der Determinanten *Frauen im Vorstand* und *ausländische Vorstandsmitglieder* (Hypothese 6 und Hypothese 7). Um den Anteil der Frauen im Vorstand zu codieren, wurde ihr prozentualer Anteil am Gesamtvorstand berechnet und anschließend codiert (Variable *FRAU*). Die gleiche Methode wurde für den Anteil ausländischer Vorstandsmitgliedern angewendet (Variable *AUSL*). Dabei definieren sich deutsche Vorstandsmitglieder durch den Besitz der deutschen Staatsbürgerschaft. Vorstandsmitglieder mit weiteren Staatsbürgerschaften neben der deutschen werden als deutsch codiert. Wurde im Geschäftsbericht keine Angabe über die Staatsbürgerschaft(en) der Personen gemacht, wurden eine Internetrecherche für die Ermittlung der Staatsbürgerschaft herangezogen. Tabelle 4 zeigt eine Zusammenfassung der Hypothesen sowie die dazugehörigen Determinanten und ihre Messmethode.

Tabelle 4: Operationalisierung der Determinanten

Hypothese	Determinante	Variable	Messung
H1	Unternehmensgröße	<i>MA</i>	Anzahl Mitarbeitende
H2	Branchenzugehörigkeit	<i>BA</i>	Nominalskala (1-12)
H3	Berichtshistorie	<i>HIST</i>	Dummy-Variable (0-1)
H4	Kapitalmarktorientierung	<i>TYP</i>	Dummy-Variable (0-1)
H5	Vorstandsgröße	<i>VST</i>	Anzahl Vorstandsmitglieder
H6	Frauen im Vorstand	<i>FRAU</i>	Anteil Frauen im Vorstand
H7	Ausländische Vorstandsmitglieder	<i>AUSL</i>	Anteil ausländischer Mitglieder im Vorstand

Der Umfang der zusätzlichen freiwilligen Offenlegung stellt einen zentralen Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit dar. Die Offenlegung von CSR-Informationen wird mehrheitlich in Form einer abhängigen Variable untersucht (Anatami, 2019; Bazhair, 2020; Dyduch & Krasodomska, 2017; Giannarakis, 2014; Khan, 2010; Schröder, 2022; Tagesson et al., 2009). In der Forschungspraxis lassen sich zwei dominierende Vorgehensweisen erkennen, mit denen der

Umfang der Offenlegung von Nachhaltigkeitsberichten bestimmt wird. CSR-Informationen wurden entweder als binäre Variable analysiert und dabei jeweils das Vorhandensein eines Aspektes codiert. Noch häufiger wird jedoch der Umfang in Form eines Indexes bzw. eines sogenannten Scores (z. B. CSR disclosure score, GRI disclosure score, sustainability disclosure score) erfasst (Vourvachis & Woodward, 2015, S. 13). Dabei umfasst dieser Score im Regelfall Items, welche die verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen messen. Jedoch untersuchten diese Studien freiwillige Nachhaltigkeitsberichte. Das bedeutet, dass die Themenauswahl bei der Erstellung der Indizes theoretisch frei ist. Diese Kategorien beruhen häufig auf die Kategorien des GRI-Standards. Diese Vorgehensweise eignet sich demnach nicht für das Untersuchungsziel dieser Arbeit. Wie aus den theoretischen Ausbreitungen zu entnehmen ist, kann die freiwillige Offenlegung zusätzlicher Informationen im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung auf verschiedenen Weisen erfolgen. Der Offenlegungsgrad bemisst sich durch die Anzahl der verwendeten Rahmenwerke, der unwesentlichen Belangen, der Umweltziele und der Anzahl zusätzlicher Publikationen. Diese Aspekte werden als vier Variablen zunächst separat codiert und können anschließend bei der Datenauswertung zu einem ungewichteten Index addiert werden. Die Messung des Offenlegungsgrades wurde durch diesen additiven Index vorgenommen, die abhängige Variable Offenlegungsscore *SCORE*. Sie setzt sich zusammen aus den Kategorien Rahmenwerke (K9 Variable *RHMW*), unwesentliche Belange (K10 Variable *BLG*), Umweltziele (K11 Variable *TAX*) und zusätzliche Publikationen (K12 Variable *PUBL*). Durch den Index ergibt sich ein Scorewert für jeden untersuchten Fall. Je höher der Score, umso umfangreicher ist die Offenlegung zusätzlicher freiwilliger Informationen. Im weiteren Verlauf dieses Kapitels werden die vier Kategorien des Indexes vorgestellt werden.

$$O_{Score} = \sum_{j=9}^{12} K_j$$

O_{Score} = Offenlegungsscore

K = Kategorie

Unternehmen wird nach § 289d HGB empfohlen, bei der Erstellung der nichtfinanziellen Erklärung auf nationale oder internationale Berichterstattungsrahmenwerke zurückzugreifen. Die Berichtsanforderungen dieser Rahmenwerke übersteigen die gesetzlichen Mindeststandards, da sie eine deutlich umfassende Offenlegung zu gleichzeitig mehr Aspekten verlangen (Beile et al., 2014, S. 155). Unternehmen können auch auf mehrere Rahmenwerke gleichzeitig

zurückgreifen. Daher indiziert die Verwendung von Rahmenwerken eine umfassendere Berichterstattung. Für die Variable Rahmenwerke (*RHMW*) wird die Anzahl verwendeter Rahmenwerke im Rahmen der nichtfinanziellen Berichterstattung codiert.

Ein zentraler Punkt ist die *Nennung unwesentlicher Belange* (Variable *BLG*). Die im Gesetz festgeschriebenen grundsätzlichen fünf Belange gelten als Mindestbelange. Gemäß den rechtlichen Vorgaben besteht die Verpflichtung, über jene Belange zu berichten, die als wesentlich gelten. Welche Belange allerdings wesentlich sind für das Unternehmen, ermitteln sie mithilfe einer Wesentlichkeitsanalyse. Aufgrund dieser besonderen Bedingung gibt die Anzahl der identifizierten wesentlichen Themen keine Auskunft darüber, wie freiwillig umfangreicher ein Unternehmen berichtet, da die wesentlichen Themen vor allem durch das Geschäftsmodell des Unternehmens bestimmt werden. Über Belange, die unwesentlich für das Unternehmen sind, muss nicht berichtet werden. Allerdings steht es den Unternehmen offen, diese Belange freiwillig zusätzlich in ihrer nichtfinanziellen Erklärung zu thematisieren. Daher wurde codiert, wie viele zusätzlich unwesentliche Belange ein Unternehmen publiziert hat.

Weiterhin wird codiert, wie viele zusätzliche *Umweltziele* im Sinne der Taxonomie-Angabe adressiert werden (Variable *TAX*). Neben der obligatorischen Umweltzielen Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel wurde aus den theoretischen Ausarbeitungen abgeleitet, dass zu den bisher fehlenden vier Umweltzielen, die ab 2023 obligatorisch werden, freiwillig Angaben gemacht werden könnten - auch wenn sie inhaltlich womöglich frei formuliert sein könnten, weil die delegierten Rechtsakte zur Definition der Umweltziele noch fehlen.

Diese Variable *Zusätzliche Publikationen* (Variable *PUBL*) wurde induktiv-deduktiv abgeleitet und codiert die Anzahl der zusätzlichen Publikationen, in denen Unternehmen auf freiwilliger Basis weitere nachhaltigkeitsbezogene Informationen offenlegen. Unternehmen haben die Möglichkeit, ihre nichtfinanzielle Erklärung durch weitere gesonderte Publikationen zu ergänzen. Die nichtfinanzielle Erklärung stellt eine besondere Form des Nachhaltigkeitsberichts dar, da bestimmte Informationen verpflichtend offengelegt werden müssen (Kajüter, 2017a, S. 621). Unternehmen können neben dieser verpflichtenden nichtfinanziellen Erklärung parallel einen weiteren eigenen Nachhaltigkeitsbericht publizieren, den sie inhaltlich allerdings eigenständig bestimmen. Andere Publikationen wie z. B. ESG-Ratings, Emissionsinventare oder ähnliche Dokumente mit methodologisch gewonnenen Daten zur Quantifizierung von Emissionen stellen weitere Möglichkeiten dar, mit denen Unternehmen ihr Nachhaltigkeitsmanagement

offenlegen. Da die Information über weitere Publikationen häufig nicht unmittelbar aus der nichtfinanziellen Erklärung entnommen werden können, muss hierfür die Website auf weitere Publikationen analysiert werden.

5.2.2 Pretest und Durchführung

Die statistische Auswertung der Daten wurde mithilfe der Statistik-Software IBM SPSS® Version 28.0 durchgeführt. Das Codebuch wurde im Juni 2023 zunächst einem Pretest unterzogen. Im Rahmen des Pretests wurden 10% der Stichprobe untersucht - also genau 20 Fälle. Durch den Pretest wurden Formulierungen im Codebuch präzisiert und Ausprägungen der Kategorien angepasst oder um weitere ergänzt. Für die Prüfung der Intracoderreliabilität wurden die ersten zwanzig Fälle (Zahlencodes 01-20) der Stichprobe etwa drei Woche nach der ersten Codierung am 01. Juli 2023 erneut codiert. Für die metrisch skalierte Variablen erfolgte die Berechnung des Intraklassenkorrelationskoeffizienten (Tabelle 5). Für die nominal skalierten Variablen wurde die Intracoderreliabilität nach Cohens Kappa berechnet (Tabelle 6).

Tabelle 5: Berechnung der Intraklassenkorrelation

Variable	Name	Intraklassenkorrelationskoeffizient
Mitarbeitende	MA	1
Vorstandsgröße	VST	1
Frauenanteil im Vorstand	FRAU	1
Ausländeranteil im Vorstand	AUSL	1
Rahmenwerke	RHMW	0.92
Unwesentliche Belange	BLG	-
Umweltziele	TAX	-
Zusätzliche Publikationen	PUBL	0.90

Tabelle 6: Berechnung der Intracoderreliabilität nach Cohens Kappa

Variable	Name	Cohens Kappa-Koeffizient
Branchenzugehörigkeit	BR	0.94
Kapitalmarktorientierung	TYP	1
Berichtshistorie	HIST	1
Mindestanforderungen	MIND	0.38

Die Berechnung des Intraklassenkorrelationskoeffizienten ergab eine hohe Reliabilität von mindestens 0.90. Damit befinden sich die Werte laut Koo und Li (2016, S. 4) in einem guten bis exzellenten Bereich befinden. Für die Variablen unwesentliche Belange und Umweltziele konnte kein sinnvoller Intraklassenkorrelationskoeffizienten berechnet werden, da in beiden Codierungen für alle Fälle die Ausprägung 0 vergeben wurde und damit eine Varianz fehlt. Bezüglich des Cohens Kappa-Koeffizienten erzielten alle Variablen eine nach Landis und Koch (1977, S. 165) sehr hohe Übereinstimmung von mindestens 0.94 oder höher. Ausgenommen ist die Variable Mindestanforderungen, die mit dem Kappa-Wert 0.38 eine mäßige Übereinstimmung ergab.

Nachdem der Pretest durchgeführt wurde, wurden kleinere Anpassungen im Codebuch vorgenommen. Unter anderem wurden weitere Ausprägungen der Branchenzugehörigkeit ergänzt. Die Erhebung der Daten fand zwischen dem 19. Juni 2023 und dem 29. Juni 2023 statt. Die Unternehmen wurden zunächst nach ihrer tatsächlichen Branchenzugehörigkeit codiert. Anschließend wurde sie zum Zwecke der Datenanalyse in eine binäre Variable umcodiert *BR_DUMMY*. Diese Variable teilt die Branchen in die Gruppe der umweltsensiblen Branchen und der nicht umweltsensiblen Branchen. Ferner wurden aus den Variablen K9, K10, K11 und K12 die abhängige Variable Offenlegungsscore *SCORE* umcodiert. Die Durchführung der Regressionsanalysen sowie weitere Testverfahren wurden ausschließlich mit der Index-Variablen *SCORE* durchgeführt. Die Stichprobenauswahl orientiert sich an den identifizierten Unternehmen aus der Studie der Hans Böckler Stiftung (vgl. Kluge & Sick, 2016). Dazu wurden die in der Studie aufgelisteten Unternehmen mit dem Zufallsgenerator auf www.random.org ausgewählt. Aus den über 500 Unternehmen der weitgehend bekannten Grundgesamtheit wurden mithilfe des Generators 200 zufällig ausgewählte Unternehmen gezogen. Gezogenen Unternehmen, die zum Untersuchungszeitraum 2021 nicht (mehr) berichtspflichtig waren, wurden entfernt und stattdessen erneut gezogen.

6 Ergebnisdarstellung

In diesem Kapitel werden die Resultate der Inhaltsanalyse in Bezug auf die einzelnen Forschungsfragen bzw. der Hypothesen vorgestellt, welche mithilfe von Regressions- und Korrelationsuntersuchungen ermittelt wurden.

6.1 Deskriptive Statistik

Zunächst werden die wichtigsten Merkmale der untersuchten Stichprobe sowie der Variablen kurz vorgestellt. Die deskriptiven Ergebnisse der Stichprobenanalyse werden in Tabelle 7 zusammengefasst.

Tabelle 7: Stichprobenzusammensetzung

<i>Stichprobe</i>			
Berichtspflichtige Unternehmen im Geschäftsjahr 2021			200
<i>Stichprobenzusammensetzung</i>			
Branchenzugehörigkeit	<i>n</i> (%)	Unternehmensform	<i>n</i> (%)
1. Finanzen und Versicherungen	103 (51,5%)	kapitalmarktorientiert	109 (54,5)
		nicht kapitalmarktorientiert	91 (45,5)
2. Automobil	5 (2,5)		
3. Handel und Konsum	18 (9,0)		
4. Elektronik und Software	14 (7,0)	<i>Berichtshistorie</i>	
		erstmaliger Bericht vor 2017	35 (17,5)
5. Chemie, Pharmazie, Bio- und Medizintechnik	13 (6,5)	erstmaliger Bericht ab 2017	165 (82,5)
6. Energie und Rohstoffe	12 (6,0)		
7. Logistik	4 (2,0)		
8. Telekommunikation	4 (2,0)		
9. Industriegüter	9 (4,5)		
10. Immobilien	5 (2,5)		
11. Maschinen- und Anlagenbau	8 (4,0)		
12. Sonstige	5 (2,5)		

Insgesamt wurden 200 berichtspflichtige Unternehmen untersucht, die im Jahr 2021 nach dem CSR-RUG berichtspflichtig waren. Die meisten Unternehmen gehören der Finanz- bzw.

Versicherungsbranche ($n = 103$) an. Die zweithäufigste Branche ist der Handels- bzw. Konsumbranche ($n = 18$), gefolgt von Elektronik und Software ($n = 14$), Chemie, Pharmazie, Bio- und Medizintechnik ($n = 13$), Energie und Rohstoffe ($n = 12$) Industriegüter ($n = 9$) und Maschinen- und Anlagenbau ($n = 8$). Zu den am wenigsten vertretenen Branchen gehören die Immobilienbranche ($n = 5$), die Logistikbranche ($n = 4$) sowie die Telekommunikationsbranche ($n = 4$). Fünf Unternehmen konnten keiner der elf Kategorien zugeordnet werden und wurden als Sonstige codiert ($n = 5$). Hierzu zählen eine Klinikgruppe, ein Fußballverein, ein Personaldienstleister, ein Infrastruktur- und Versorgungsunternehmen sowie ein Marktforschungsinstitut. Die Stichprobe setzt sich nahezu zur Hälfte aus jeweils kapitalmarktorientierten ($n = 109$) und nicht-kapitalmarktorientierten Unternehmen zusammen ($n = 91$) und gibt damit ein nahezu strukturgleiches Abbild der Grundgesamtheit wieder. Zu den nicht-kapitalmarktorientierten Unternehmen gehören die meisten Unternehmen der Finanz- und Versicherungsbranche an. Einige wenige Finanzinstitute und Versicherungen sind kapitalmarktorientiert, während alle restlichen Branchen nur kapitalmarktorientierte Unternehmen umfassen. Die große Mehrheit der Unternehmen (82,5 %) in der Stichprobe berichtete zum ersten Mal über nachhaltigkeitsbezogene Informationen in Form einer nichtfinanziellen Erklärung bzw. eines gesonderten nichtfinanziellen Berichts ($n = 165$) im Jahre 2017. Lediglich 17,5 % der Unternehmen in der Stichprobe haben bereits vor Einführung der Berichtspflicht einen freiwilligen Nachhaltigkeitsbericht publiziert ($n = 35$).

Tabelle 8 zeigt eine Zusammenfassung der deskriptiven Statistiken für alle Variablen, die in die Analyse einbezogen wurden. Die Ergebnisse zeigen eine starke Streuung der Daten um den Mittelwert für nahezu jede Variable. Die Unternehmen in der Stichprobe erzielen im Durchschnitt einen Offenlegungsscore von 1,89 Punkten. Der Vorstand hat im Durchschnitt eine Personengröße von 3,66. Der Anteil von Frauen in den Vorständen liegt durchschnittlich bei 11,83 %. Im Schnitt liegt der Anteil von Vorstandsmitgliedern ohne deutsche Staatsbürgerschaft bei 6,33 %. Des Weiteren werden z-Werte für Schiefe und Kurtosis aufgeführt, die eine Bewertung der Normalverteilung ermöglichen. z-Werte außerhalb des kritischen Bereichs von ± 2.58 (große Stichprobe) lassen auf eine signifikante Abweichung von der Normalverteilung schließen (Field, 2009, S. 139).

Tabelle 8: Deskriptive Statistiken

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>zS</i>	<i>zKurt</i>
Abhängige Variablen						
<i>RHMW</i>	0.87	0.57	1	3	5.6	11.25
<i>BLG</i>	0.06	0.66	0	5	30.04	83.63
<i>TAX</i>	0.00	0.00	0	0	.	.
<i>PUBL</i>	0.70	1.39	0	7	13.03	13.48
<i>SCORE</i>	1.89	2.02	0	11	12.32	13.57
Unabhängige Variablen						
<i>MA</i>	18722.01	74401.63	500	675800	39.27	148.57
<i>VOR</i>	3.66	1.68	1	9	6.49	30.2
<i>FRAU</i>	11.83	17.31	0	100	9.22	8.77
<i>AUSL</i>	6.33	15.96	0	100	16.35	24.52
Dichotome Variablen						
	<i>Ja (1)</i>	<i>Nein (0)</i>				
<i>BR_DUMMY</i>	0.36	0.63				
<i>TYP</i>	0.55	0.46				
<i>HIST</i>	0.35	0.65				

Anmerkung. *N* = 200. *zS* = z-Wert für Schiefe. Kurt = *zKurt* = z-Wert für Kurtosis.

Basierend auf den ermittelten z-Werten lässt sich bei keiner Variable eine Normalverteilung annehmen. Die Durchführung eines Kolmogorov-Smirnov-Tests kommt zu einer signifikanten Abweichung ($p = <.001$) von der Normalverteilung. Es ist wichtig zu beachten, dass der Test bei großen Stichprobengrößen sehr empfindlich ist, insbesondere beim Vorhandensein von Extremwerten. Eine visuelle Überprüfung kommt ebenfalls zu dem Schluss, dass keine Normalverteilung vorhanden ist.

Um die Zusammenhänge zwischen den genannten unabhängigen Variablen zu untersuchen und das Vorhandensein von Multikollinearität zu überprüfen, wurde eine Korrelationsmatrix erstellt. Aufgrund der fehlenden Normalverteilung der unabhängigen Variablen wurde auf eine nicht-parametrische Methode zurückgegriffen. Für die Überprüfung der Korrelationen wurde eine Rangkorrelation nach Spearman durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Korrelationsmatrix sind in Tabelle 9 dargestellt.

Tabelle 9: Korrelationsmatrix der unabhängigen Variablen

	<i>MA</i>	<i>BR_DUMMY</i>	<i>TYP</i>	<i>HIST</i>	<i>VST</i>	<i>FRAU</i>	<i>AUSL</i>
<i>MA</i>	–						
<i>BR</i>	0.17*	–					
<i>TYP</i>	0.21***	0.69***	–				
<i>HIST</i>	0.32***	0.28***	0.37***	–			
<i>VST</i>	0.46***	0.23***	0.30***	0.38***	–		
<i>FRAU</i>	0.09	0.27***	0.22**	0.28***	0.17*	–	
<i>AUSL</i>	0.23***	0.30***	0.33***	0.33***	0.30***	0.21***	–

Anmerkung. Korrelation nach Spearman (r_s). n = 200.

* $p < .05$, zweiseitig. *** $p < .001$, zweiseitig.

Eine Multikollinearität von 70 % oder mehr zwischen zwei Variablen ist in der Regel als kritisch zu werten. In der vorliegenden Studie beträgt der höchste Korrelationskoeffizient 69% Prozent zwischen der Kapitalmarktorientierung *TYP* und der Branchenzugehörigkeit *BR_DUMMY* und damit sehr nah am kritischen Wert.

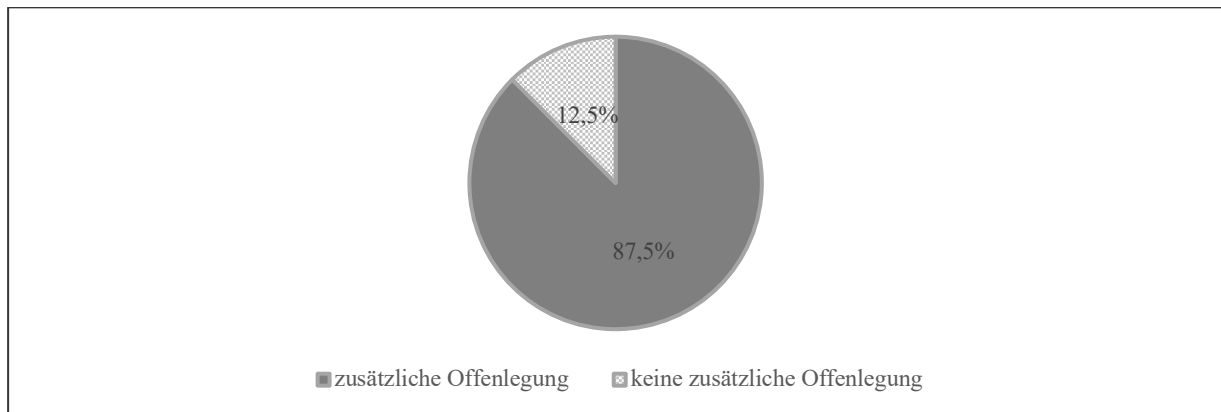
6.2 Hypothesenüberprüfung

Abschnitt 6.2 stellt die Ergebnisse der Regressions- und Korrelationsanalysen zu den Zusammenhängen zwischen dem Offenlegungsumfang und den Determinanten vor und beantwortet Forschungsfrage 1.

- **F1:** Inwieweit publizieren berichtspflichtige Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus?

Mit der Forschungsfrage 1 soll beantwortet werden, ob berichtspflichtige Unternehmen über gesetzliche Mindestvoraussetzungen hinaus berichten - also freiwillig weitere nichtfinanzielle Informationen offenlegen. Hierbei ist es unerheblich, in welchem Umfang sie berichten. Die Auswertung der Stichprobe zeigt, dass die freiwillige zusätzliche Offenlegung nahezu der Standard ist. In 175 von insgesamt 200 Fällen haben Unternehmen mindestens eine Information offengelegt, die gesetzlich nicht verpflichtend gewesen wäre. Lediglich 12,5 % der untersuchten Unternehmen verzichten auf eine umfassendere Berichterstattung und legen nur die von ihnen gesetzlich geforderten Informationen offen ($n = 25$) (Abbildung 4).

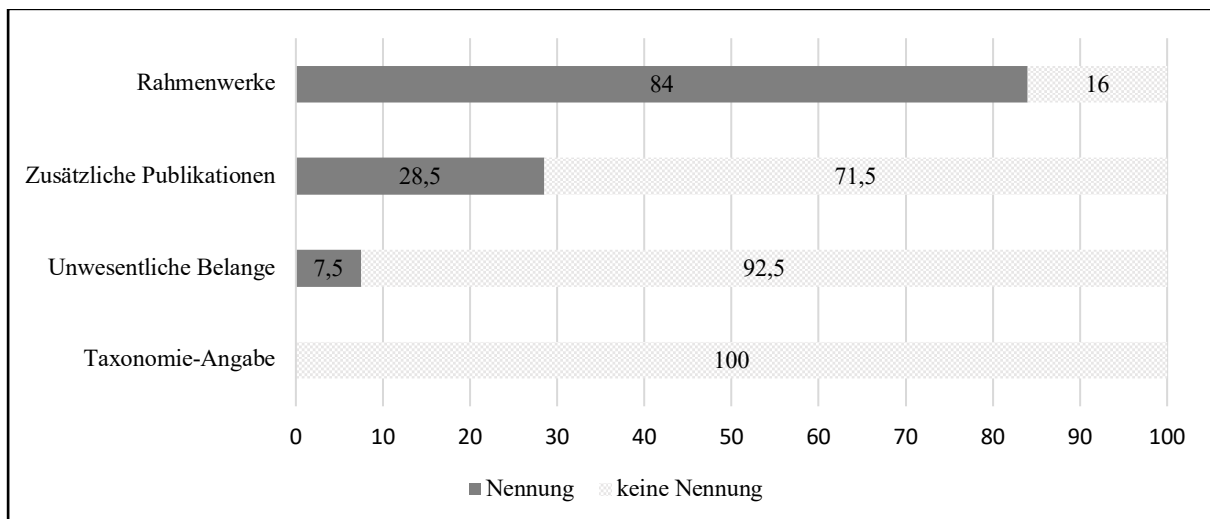
Abbildung 4: Häufigkeit der zusätzlichen Offenlegung nichtfinanzieller Informationen



N = 200

Die Daten zeigen weiter, dass die Unternehmen in der Stichprobe eine bestimmte Form der freiwilligen Offenlegung deutlich vorziehen als andere (Abbildung 5). Mit Abstand am häufigsten erreichen die Unternehmen in der Stichprobe eine übergesetzliche Berichterstattung durch die Verwendung von Berichterstattungsrahmenwerken (84 %). Diese Möglichkeit der Berichterstattung genießt bei den untersuchten Unternehmen die höchste Popularität. Unternehmen nutzen im Schnitt etwa ein Rahmenwerk (Tabelle 10).

Abbildung 5: Häufigkeit der verwendeten Arten zur freiwilligen Offenlegung in Prozent



N = 200

Unternehmen vergrößern den Berichtsumfang, wenn sie mehrere Rahmenwerke gleichzeitig nutzen. In 28,5 % der Fälle veröffentlichten Unternehmen neben der nichtfinanziellen Erklärung mindestens eine weitere gesonderte Publikation, die nachhaltigkeitsbezogene Informationen enthalten. Damit stellen zusätzliche Publikationen die zweithäufigste Methode dar, um

über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus zu berichten. Auch hier wird im Durchschnitt etwa ein weiteres Dokument publiziert. Nur sehr wenige Unternehmen in der Stichprobe berichteten über Belange, die im Sinne des Wesentlichkeitsgrundsatzes als unwesentlich gelten und mithin kein inhaltlicher Teil des (verpflichtenden) Berichts sind. In nur 15 Fällen (7,5 %) enthielt die nichtfinanzielle Erklärung Belange, die als unwesentlich für das identifiziert wurden. Kein einziges Unternehmen aus der Stichprobe veröffentlichte weitere als von ihnen rechtlich verlangte Taxonomie-Angaben. Neben den obligatorischen Taxonomie-Zielen Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel wurden keine weiteren Ziele zusätzlich genannt.

Tabelle 10: Deskriptive Statistiken für die Variablen des Offenlegungsscores

	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	min	max
Rahmenwerke	168	0.95	0.57	0	3
Unwesentliche Belange	15	0.18	0.79	0	6
Taxonomie	0	0.00	0.00	0	0
Publikationen	56	0.76	1.64	0	10

Anmerkung: Rahmenwerke = *RHWK*; Unwesentliche Belange = *BLG*, Taxonomie = *TAX*, Publikationen = *PUBL*.

- **H1:** Je größer ein berichtspflichtiges Unternehmen ist, umso umfangreicher berichten diese Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.

Da die Voraussetzungen zur Berechnung einer Regressionsanalyse nicht ausreichend erfüllt wurden, wurde eine Korrelationsanalyse Überprüfung der H1 durchgeführt. Aufgrund der nicht vorhandenen Normalverteilung der Variable wurde auf eine nichtparametrische Methode zurückgegriffen. Für die Überprüfung des Zusammenhangs zwischen der Unternehmensgröße *MA* und dem Offenlegungsscore *SCORE* wurde eine Rangkorrelation nach Spearman durchgeführt. Korrelationsanalysen messen lediglich den Zusammenhang zwischen zwei Variablen und treffen keine Aussage darüber, ob eine Veränderung in der einen Variable eine Veränderung in der anderen Variable verursacht. Eine starke Korrelation zwischen den beiden Variablen würde allerdings die Hypothese unterstützen.

Tabelle 11: Korrelationsmatrix zwischen den Variablen Mitarbeitende und Offenlegungsscore

	<i>MA</i>	<i>SCORE</i>
<i>MA</i>	–	
<i>SCORE</i>	0.44***	–

Anmerkung. $N = 200$. Korrelation nach Spearman (ρ) = < 0.30: geringe Korrelation, 0.30 – 0.50: mittlere Korrelation, > 0.50: starke Korrelation.

*** $p < .001$ (einseitig).

Die Analyse zeigt, dass eine mittlere signifikante Korrelation zwischen der Variable *MA* und der Variable *SCORE* besteht (Tabelle 11). Die Korrelation zwischen der Anzahl der Mitarbeitenden und dem Offenlegungsgrad beträgt $r(1000) = 0.44$, $p < .001$ (einseitig). Die Ergebnisse zeigen, dass je größer ein Unternehmen ist, umso mehr berichtet es über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus. Auf Basis der durchgeführten statistischen Analyse kann die Nullhypothese, dass es kein signifikanter Unterschied zwischen den untersuchten Variablen gibt, abgelehnt werden.

- **H2:** Berichtspflichtige Unternehmen aus umweltsensiblen Branchen berichten umfangreicher über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus als berichtspflichtige Unternehmen aus nicht umweltsensiblen Branchen.

Zur Überprüfung der H2 wurde eine bivariate Regression gerechnet. Dabei wurden als metrische Variable Offenlegungsscore *SCORE* und die Variable Branchenzugehörigkeit *BR* untersucht. Die Ausprägungen der ursprünglichen Variable Branchenzugehörigkeit *BR* wurde umcodiert in die Variable Branchenzugehörigkeit *BR_DUMMY* (dichotomisiert 0= nicht umweltsensibel, 1= umweltsensibel). Die Unternehmen wurden der Gruppe der umweltsensiblen oder der nicht-umweltsensiblen Branchen zugeordnet. Bis auf eine Normalverteilung der Residuen wurden alle Voraussetzungen für eine Regressionsanalyse (lineare Zusammenhänge, Homoskedastizität, keine Multikollinearität) erfüllt. Aufgrund der generellen Robustheit von Regressionsanalysen und der Verwendung einer großen Stichprobe wird trotz dessen auf eine Regression zurückgegriffen. Tabelle 12 zeigt die Ergebnisse der Regressionsanalyse.

Tabelle 12: Bivariate Regressionsanalyse der Branchenzugehörigkeit und des Offenlegungsscores

	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	1.47	.17		<.001
<i>BR_DUMMY</i>	1.17	.29	.28	<.001

Anmerkung. *N* = 200. AV: Offenlegungsscore *SCORE*. *N* = 200. Referenzkategorie = (0) nicht umweltsensibel. $R^2 = 0.077$.

Die Daten zeigen, dass es einen signifikanten Zusammenhang zwischen den Offenlegungsscores von umweltsensiblen und nicht umweltsensiblen Branchen gibt. Unternehmen aus umweltsensiblen Branchen berichten mit durchschnittlich 1,17 Scorepunkten umfangreicher über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus als Unternehmen aus nicht umweltsensiblen Branchen, $b = 1.17$, $p < .001$ (zweiseitig). Die Zugehörigkeit zu einer umweltsensiblen oder weniger umweltsensiblen Branchen erklärt 7,7 % der Varianz des Offenlegungsgrads.

- **H3:** Berichtspflichtige Unternehmen berichten umfangreicher über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus, wenn sie vor Einführung der gesetzlichen Pflicht bereits freiwillig Nachhaltigkeitsberichte publiziert haben.

Um den Zusammenhang zwischen dem Offenlegungsgrad (AV) und der Berichtshistorie (UV) weiter zu untersuchen, wurde eine bivariate lineare Regression berechnet (Tabelle 13).

Tabelle 13: Bivariate Regressionsanalyse der Berichtshistorie und des Offenlegungsscores

	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	1.40	.13		<.001
<i>HIST</i>	2.77	.32	.52	<.001

Anmerkungen. *N* = 200. AV: Offenlegungsgrad *SCORE*. *N* = 200. *HIST* = Referenzkategorie = (0) keine Berichterstattung vor 2017. $R^2 = 0.271$.

Bis auf eine Normalverteilung der Residuen wurden alle Voraussetzungen für eine Regressionsanalyse (lineare Zusammenhänge, Homoskedastizität, keine Multikollinearität) erfüllt. Aufgrund der generellen Robustheit von Regressionsanalysen und der Verwendung einer großen Stichprobe wird trotz dessen auf eine Regression zurückgegriffen. Es resultiert ein hochsignifikanter Zusammenhang zwischen dem Grad der freiwilligen Offenlegung und der

Berichtshistorie eines Unternehmens. Unternehmen, die bereits vor Einführung der Berichtspflicht im Jahre 2017 freiwillig Nachhaltigkeitsberichte publiziert haben, legen im Durchschnitt 2.77 Scorepunkte mehr offen als Unternehmen, die 2017 erstmalig eine nichtfinanzielle Erklärung publiziert haben, $b = 2.77, p < .001$ (zweiseitig). Die Berichtshistorie kann 27% der Varianz des Offenlegungsgrads erklären.

- **H4:** Kapitalmarktorientierte Unternehmen berichten umfangreicher über gesetzliche Mindeststandards hinaus als nicht-kapitalmarktorientierte Unternehmen.

Zur Überprüfung von H4 wurde eine einfache Regressionsanalyse durchgeführt. Als unabhängige Variable (AV) wurde die dichotome Variable Kapitalmarktorientierung *TYP* sowie die abhängige Variable (AV) Offenlegungsgrad *SCORE* in ein Regressionsmodell eingesetzt. Die Voraussetzungen für eine Regressionsanalyse (lineare Zusammenhänge, Homoskedastizität, keine Multikollinearität) wurden erfüllt, außer eine Normalverteilung der Residuen. Aufgrund der generellen Robustheit von Regressionsanalysen und der Verwendung einer großen Stichprobe wird trotz dessen auf eine Regression zurückgegriffen.

Tabelle 14: Bivariate Regressionsanalyse der Kapitalmarktorientierung und des Offenlegungsscores

	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	1.07	.20		<.001
<i>TYP</i>	1.51	.27	.37	<.001

Anmerkungen. $N = 200$. AV: Offenlegungsgrad *SCORE*. $N = 200$. Referenzkategorie = (0) nicht kapitalmarktorientiert. $R^2 = 0.139$.

Die Ergebnisse in Tabelle 14 zeigen, dass es einen signifikanten Zusammenhang zwischen einer Kapitalmarktorientierung und dem Offenlegungsscore gibt. Eine Kapitalmarktorientierung erweist sich als signifikanter Prädiktor des Offenlegungsgrades von berichtspflichtigen Unternehmen, $b = 1.51, p = <.001$ (zweiseitig). Das heißt, im Durchschnitt haben kapitalmarktorientierte Unternehmen ein um 1,51 Scorepunkte höheren Offenlegungsgrad als Unternehmen ohne Kapitalmarktorientierung. Der Unternehmenstyp kann 13,9 % der Varianz erklären.

- **H4:** Je größer der Vorstand eines berichtspflichtigen Unternehmens, umso umfangreicher berichtet das Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.

Zum Zwecke der Überprüfung von H4 wurde eine bivariate Regressionsanalyse berechnet. Als unabhängige Variable (UV) wurde die Vorstandszahl *VST* sowie die abhängige Variable (AV) Offenlegungsgrad *SCORE* in ein Regressionsmodell eingesetzt. Das Ergebnis kann der unterstehenden Tabelle 15 entnommen werden.

Tabelle 15: Bivariate Regressionsanalyse der Vorstandsgröße und des Offenlegungsscores

	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	0.20	.32		.53
<i>VST</i>	0.46	.08	.38	<.001

Anmerkungen. *N* = 200. AV: Offenlegungsscore *SCORE*. *N* = 200. $R^2 = 0.15$.

Es resultiert ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Vorstandsgröße und dem Umfang der freiwilligen Offenlegung. Die Vorstandsgröße kann einen signifikanten Anteil der Varianz des Offenlegungsgrades erklären, $b = 0.46$, $p = <.001$ (zweiseitig). Mit jedem weiteren Vorstandsmitglied erhöht sich der Offenlegungsgrad eines berichtspflichtigen Unternehmens um durchschnittlich 0,46 Scorepunkte. Die Vorstandsgröße kann erklärt 15% der Varianz ($R^2 = 0.15$).

- **H5:** Je höher der Anteil an Frauen im Vorstand, umso umfangreicher berichtet das Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.

Tabelle 16: Bivariate Regressionsanalyse des Frauenanteils im Vorstand und des Offenlegungsscores

	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	1.71	.17		<.001
<i>FRAU</i>	0.02	.01	.13	.071

Anmerkungen. *N* = 200. AV: Offenlegungsgrad *SCORE*. *N* = 200. $R^2 = 0.016$.

Der Zusammenhang zwischen dem Offenlegungsgrad (AV) *SCORE* und Anteil weiblicher Vorstandsmitglieder (UV) *FRAU* wurde durch eine bivariate lineare Regression geprüft. Die statistische Überprüfung ergab, dass die Voraussetzungen zur Regressionsberechnung erfüllt worden sind. Wie der unterstehenden Tabelle 16 zu entnehmen ist, resultiert kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Offenlegungsgrad und dem Anteil von Frauen im Vorstand, $b = 0.02$, $p = .071$ (zweiseitig).

- **H6:** Je höher der Anteil an ausländischen Vorstandsvorsitzenden, umso umfangreicher berichtet das Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus.

Zur Überprüfung der letzten Hypothese wurden eine einfache linear Regressionsanalyse durchgeführt. Als unabhängige Variable wurde der Offenlegungsgrad *SCORE* gewählt und als Prädiktor (UV) der Anteil ausländischer Vorstandsmitglieder *AUSL*. Nach visueller Prüfung konnten die Voraussetzungen zur Regressionsberechnung als ausreichend bewertet werden.

Tabelle 17: Bivariate Regressionsanalyse des Anteils ausländischer Vorstandsmitglieder und des Offenlegungsscores

	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	1.53	.14		<.001
<i>AUSL</i>	0.06	.01	.45	<.001

Anmerkungen. *N* = 200. AV: Offenlegungsgrad *SCORE*. *N* = 200. $R^2 = 0.202$

Wie aus der Regressionsanalyse in Tabelle 17 hervorgeht, resultiert ein signifikantes Ergebnis. Mit jedem weiteren Prozentpunkt Ausländeranteil im Vorstand nimmt der Offenlegungsgrad eines Unternehmens um 0.06 Punkteinheiten zu, $b = 0.06$, $p = <.001$ (zweiseitig). Die Variable *AUSL* kann 20,2 % der Varianz erklären ($R^2 = 0.202$).

Zur finalen Prüfung der Hypothesen H2, H3, H4, H5 und H6 wurde eine multiple lineare Regressionsanalyse durchgeführt. Da das theoretische Modell auf den gleichzeitigen Einfluss aller Variablen beruht, müssen diese in einem Gesamtmodell betrachtet werden. Das folgende Regressionsmodell untersucht den Einfluss der Variablen auf den Offenlegungsgrad (AV). Hierbei wurde der Einfluss der zuvor untersuchten unabhängigen Variablen (Branchenzugehörigkeit, Berichtshistorie, Kapitalmarktorientierung, Vorstandsgröße, Frauen im Vorstand, Ausländer im Vorstand) berücksichtigt. Da zwischen den Variablen Branchenzugehörigkeit *BR_DUMMY* und Kapitalmarktorientierung *TYP* eine hohe Korrelation von nahezu 70% ergeben hatte (Tabelle 8), wurden zwei Modelle konzipiert, um eine mögliche statistische Signifikanz der unabhängigen Variablen nicht zu verzerren. Hierzu wurden zunächst im Gesamtmodell 1 alle unabhängigen Variablen berücksichtigt. Im zweiten Modell wurde die Variable Kapitalmarktorientierung *TYP* ausgeschlossen. Im nachfolgenden Kapitel *Diskussion* wird auf diese Entscheidung ausführlicher eingegangen. Die Ergebnisse können der Tabelle 18 entnommen werden. Signifikante Ergebnisse wurden zur einfacheren Orientierung fett markiert.

Tabelle 18: Multivariate Regressionsmodelle des Offenlegungsgrades und der unabhängigen Variablen

Modell 1	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	1.53	.63		0.016
<i>BA_DUMMY</i>	-0.03	.05	-.05	0.491
<i>HIST</i>	1.91	.35	.36	<.001
<i>TYP</i>	-0.30	.18	-.14	0.097
<i>VOR</i>	0.16	.08	.13	0.044
<i>FRAU</i>	-0.01	.01	-.08	0.193
<i>AUSL</i>	0.04	.01	.27	<.001
Modell 2	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	<i>p</i>
(Konstante)	0.61	.31		0.046
<i>BA_DUMMY</i>	0.02	.04	.03	0.572
<i>HIST</i>	2.02	.34	.38	<.001
<i>VOR</i>	0.20	.08	.17	0.009
<i>FRAU</i>	-0.01	.01	-.08	0.232
<i>AUSL</i>	0.04	.01	.28	<.001

Anmerkung. *N* = 200. AV: Offenlegungsgrad *SCORE*. *BA_DUMMY*: Referenzkategorie = (0) nicht umweltsensibel. *HIST*: Referenzkategorie = (0) keine Berichterstattung vor 2017). *TYP*: Referenzkategorie = (0) nicht kapitalmarktorientiert. Korrigiertes R^2 = 0.374 (Modell 1). Korrigiertes R^2 = 0.368 (Modell 2).

Es resultieren zwei weitgehend signifikante Modelle. Als statistisch signifikante Prädiktoren erweisen sich weiterhin die Berichtshistorie *HIST*, die Vorstandsgröße *VST* und der Anteil ausländischer Vorstandsmitglieder *AUSL* in beiden Modellen. Ursprünglich wurde festgestellt, dass die Prädiktoren Branchenzugehörigkeit *BA_DUMMY* und die Kapitalmarktorientierung *TYP* einen signifikanten Einfluss auf die abhängige Variable *SCORE* hatten ($p < .001$ [ursprünglicher Signifikanzniveau beides Prädiktoren]). Nachdem jedoch alle Variablen in das Modell 1 aufgenommen wurden, haben die Prädiktoren *BA_DUMMY* ($p = 0.491$ [aktuelles Signifikanzniveau]) und *TYP* ($p = 0.097$ [aktuelles Signifikanzniveau]) ihre statistische Signifikanz verloren. Die weiteren Variablen Berichtshistorie *HIST*, Vorstandszahl *VOR* und Anteil ausländischer Vorstandsmitglieder *AUSL* scheinen einen signifikanten Einfluss auf den Zusammenhang zwischen *BA_DUMMY* bzw. *TYP* und der abhängigen Variable zu haben, da sie den Zusammenhang statistisch erklären. Der höhere standardisierte Koeffizient für die Berichtshistorie ($\beta = 0.36$ in Modell 1) deutet darauf hin, dass diese Variable im Vergleich den anderen

unabhängigen Variablen den stärksten Einfluss auf den Offenlegungsscore eines Unternehmens hat. Das Gesamtmodell 1 kann 37,4 % der Varianz erklären. Da die hohe Korrelation zwischen den Variablen Branchenzugehörigkeit *BR_DUMMY* und Kapitalmarktorientierung *TYP* von 69% eine Multikollinearität indizierte und sich dies auf Interpretation der Koeffizienten auswirken kann, wurde die Variable *TYP* aus prophylaktischen Gründen in einem zweiten Modell ausgeschlossen. Trotz dessen wurden nur minimale Unterschiede in den Ergebnissen festgestellt. In beiden Modellen stellen sich beide Variablen als signifikant heraus. Folglich werden H2 (Branchenzugehörigkeit), H4 (Kapitalmarktorientierung) und H6 (Frauen im Vorstand) zurückgewiesen. Auf Basis der durchgeführten statistischen Analyse kann die Nullhypothese, dass es kein signifikanter Unterschied zwischen den untersuchten Variablen gibt, angenommen werden. Hingegen erwiesen sich die Hypothesen H3 (Berichtshistorie), H5 (Vorstandsgröße) und H7 (Ausländer im Vorstand) im multivariaten Modell als weiterhin signifikant. Die Hypothesen H3, H5, und H7 werden somit angenommen.

7 Diskussion und Limitationen

Die vorgestellten Ergebnisse liefern eine Grundlage für eine eingehende Diskussion. In dessen Rahmen werden die Ergebnisse der empirischen Befunde unter Berücksichtigung relevanter theoretischer Erkenntnisse und dem Forschungsstand interpretiert. Dabei wird auf jede untersuchte Determinante Bezug genommen. Des Weiteren werden die methodischen Limitationen dargestellt.

7.1 Diskussion

Die Ergebnisse bezüglich der Häufigkeit freiwilliger Offenlegung von Unternehmen überraschen nicht, da sie deckungsgleich mit denen bisheriger Untersuchungen sind. So berichten DAX-30-Unternehmen über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus (Graßmann et al., 2018; Kajüter & Wirth, 2018). Obgleich es sich bei (zum damaligen Zeitpunkt) DAX30-Unternehmen um grundsätzlich sehr große und gesellschaftlich stark exponierte Unternehmen handelt, zeigen die Erkenntnisse, dass das gleiche Muster auch auf kleinere (berichtspflichtige) Unternehmen übertragen werden kann. Auch in der CSR-Horizontalstudie des Bundesministeriums für Justiz, welches nur berichtspflichtige Unternehmen untersuchte, berichteten nahezu alle Unternehmen über diese Mindestanforderungen hinaus (Young & Marais, 2012). Zwar erlauben die Daten keine Rückschlüsse auf die Motivation der Unternehmen, jedoch steht das Berichtsverhalten im Einklang mit Schneiders (2015) Überlegungen zum CSR-Reifegradmodell. Da die Quantifizierung und Offenlegung von nachhaltigkeitsbezogenen Unternehmensdaten ein integriertes Managementkonzept erfordert, lassen die Ergebnisse erkennen, dass Unternehmen bemüht sind, freiwillig in umfassendere Nachhaltigkeitskonzepte zu investieren.

Weiterhin zeigen die Ergebnisse, dass die Verwendung von Berichterstattungsrahmenwerke die häufigste Art ist, um über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus zu berichten. Da die Verwendung dieser Rahmenwerke explizit vom Gesetz empfohlen wird, ist es nicht verwunderlich, dass Unternehmen hierauf mehrheitlich zurückgreifen. Die gesetzlich hinausgehende Berichterstattung ist damit allerdings eher ein Nebeneffekt, als womöglich beabsichtigt. Da die Rahmenwerke von Natur aus eine umfassendere Offenlegung erfordern als gesetzlich vorgesehen, berichten Unternehmen immer über die Mindestanforderungen hinaus. Ohne qualitative Forschung ist daher schwer zu beurteilen, mit welcher Intention Kommunikationsverantwortliche Berichterstattungsrahmenwerke verwenden. In nur 15 Fällen (7,5 %) enthielt die nichtfinanzielle Erklärung Belange, die als unwesentlich für das identifiziert wurden. Das Wesentlichkeitsprinzip ist ein zentrales Prinzip der nichtfinanziellen Erklärung sowie bei

Berichterstattungsrahmenwerke. Sie bestimmt die Themenfindung und erfolgt im Einklang mit den Bedürfnissen des Unternehmens sowie den Stakeholderinteressen. Das Weglassen unwesentlicher Belange könnte damit erklärt werden, dass Unternehmen nur schwer über Nachhaltigkeitsthemen berichten, die nichts mit dem Unternehmensgeschäfts zu tun haben, da sie ansonsten wesentlich wären. Unwesentliche Themen erscheinen für Unternehmen daher womöglich sinnlos, da sie weder von Interesse für das Unternehmen noch relevant für die Stakeholder sein könnten. Viel mehr eignen sich zusätzliche Publikationen, mit denen tiefer über beispielsweise ausgewählte (wesentliche) Themen berichtet werden kann. Die Angabe zusätzlicher Umweltziele im Sinne der Taxonomie-Angaben scheint gar keine Rolle zu spielen. Kein einziges Unternehmen aus der Stichprobe veröffentliche weitere Umweltziele als von ihnen rechtlich verlangt wird. Dieses Ergebnis war in gewisser Weise vorherzusehen, da die Umweltziele durch delegierte Rechtsakte inhaltlich definiert werden. Wie zuvor in Kapitel 2.2.3 erwähnt, könnten aufgrund der noch fehlenden Rahmenbedingungen Schwierigkeiten bestehen, die freiwilligen Angaben inhaltlich auszugestalten. Unternehmen warten wohl eher, bis sie ab 2023 zu allen Umweltzielen berichten müssen, da der Aufwand, für 2021 und 2022 eigene Vorgaben zu definieren und zu messen, zu aufwendig wären.

Der durchschnittliche Offenlegungsscore von 1,89 Punkten lässt auf den ersten Blick vermuten, dass es sich um einen niedrigen Offenlegungsgrad handelt. So publizieren die Unternehmen zwar über die Mindestanforderungen hinaus, jedoch scheint es sich um keine umfangreichen Informationen zu handeln. Da die Nennung lediglich eines unwesentlichen Themas (Belange) genauso gewichtet wird wie die Nutzung von umfangreichen Rahmenwerken sollte hinterfragt werden, ob ein solcher Scorewert überhaupt für eine gesetzlich überschreitende Berichterstattung spricht. Bei der Interpretation dieses Wertes darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die große Mehrheit der Unternehmen nur auf ein Rahmenwerk zurückgreift. Die Nutzung führt unvermeidlich zu einer inhaltlich umfassenderen Offenlegung, als wenn beispielsweise ein Unternehmen lediglich einen unwesentlichen Belang nennt. Diese Tatsache verzerrt demnach das Ergebnis. Durch die gleiche Wertung erscheint der Eindruck, dass der Offenlegungsgrad gering ausfällt. Im Voraus der Untersuchung war nicht absehbar, dass die Berichtsrahmen so sehr ins Gewicht fallen würden. Zwar zeigen vergangene Untersuchungen, dass Unternehmen sehr häufig auf Berichterstattungsrahmenwerke zurückgreifen, jedoch wurden nur Unternehmen untersucht, die Teil der DAX-Indexfamilie sind (Graßmann et al., 2018; Kajüter & Wirth, 2018). Die Stichprobe dieser Untersuchung umfasste eine heterogenere Gruppe von Unternehmen, die sich in der Größe oder auch in der Rechtsform von DAX-Unternehmen unterscheiden.

Retrospektiv betrachtet lässt sich sagen, dass ein gewichteter Index eine angemessenere Wahl gewesen wäre. Dieser hätte nuanciertere und verhältnismäßigere Ergebnisse liefern können.

Zu erwarten war, dass die Unternehmensgröße ein signifikanter Einfluss auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung eines Unternehmens hat. In zahlreichen Studien wurde bereits nachgewiesen, dass diese Determinante auf verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeitsberichterstattung einen signifikanten Einfluss hat. Größere Unternehmen tendieren zu umfangreicheren und informativeren Nachhaltigkeitsberichten (Cormier et al., 2005; Gamerschlag et al., 2011; Ho & Taylor, 2007; Reverte, 2009; Tagesson et al., 2009). Auch in dieser Untersuchung konnte eine Korrelation zwischen der Unternehmensgröße, gemessen an der Zahl der Mitarbeitenden, und dem Offenlegungsgrad festgestellt werden. Je größer ein Unternehmen ist, umso höher ist der Offenlegungsscore. Unter Berücksichtigung der Legitimationstheorie wurde postuliert, dass größere Unternehmen stärker unter Beobachtung der Öffentlichkeit stehen und daher stärker bemüht sind, hohe Standards in ihren Nachhaltigkeitsberichten zu erfüllen. Dies beruht auf der Annahme, dass sie aufgrund ihrer Größe und ihres Einflusses einem höheren Druck ausgesetzt sind, gesellschaftlich akzeptable und erwartbare Praktiken zu demonstrieren (Deegan, 2019, S. 2315; Magness, 2006, S. 541–542).

Aus forschungspraktischen Gründen wurde eine dichotome Variable zur Analyse der Branchenzugehörigkeit gewählt. Zunächst wurden die Branchen entsprechend ihrer tatsächlichen Branchenzugehörigkeit mit zwölf möglichen Ausprägungen codiert. Anschließend erfolgte zur Komplexitätsreduktion eine Umcodierung. Dabei wurde die Variable in zwei Gruppen eingeteilt - diejenigen Branchen, bei denen die Geschäftsaktivitäten eine starke Auswirkung auf die Umwelt ausüben sowie die Gruppe der Unternehmen, die deren Umweltauswirkung geringer ist. In der Determinantenforschung von Nachhaltigkeitsberichten gilt die Branche sowie die Unternehmensgröße zu den am häufigsten untersuchten Determinanten (Tagesson et al., 2009, S. 354). Es wurde regelmäßig ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Branche und den Umfang von Nachhaltigkeitsberichten festgestellt (Cormier et al., 2005; Dyduch & Krasodomska, 2017; Ho & Taylor, 2007; Tagesson et al., 2009). Indessen hat diese Untersuchung ergeben, dass die Branche keinen signifikanten Einfluss auf den Offenlegungsgrad ausübt. Insbesondere unter dem Einfluss weiterer Determinanten leistet sie keinen Beitrag zur Erklärung eines erhöhten Offenlegungsscores. Damit steht dieses Ergebnis konträr zur bisherigen Forschung. Dies könnte einerseits auf die Zusammensetzung der Variable zurückzuführen sein. Durch die Transformation der Variable von anfänglich zwölf Ausprägungen auf lediglich zwei

Gruppen konnte die neue Variable der Komplexität der sozialen Realität nicht gerecht werden und mithin zu einer geringen Validität geführt haben. Andererseits könnte die Branchen tatsächlich keine Rolle spielen bei der gesetzlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung. Signifikante Ergebnisse wurden bisher nur im Rahmen der freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung entdeckt. Die Determinante Branchenzugehörigkeit leitet sich aus den Annahmen der Legitimationstheorie ab. Ihr zufolge müssen Unternehmen ihre Existenz durch ethisch-moralisch korrektes Verhalten legitimieren. Hierzu können sie Gebrauch von Nachhaltigkeitsberichten machen, um ihre Bereitschaft zur Einhaltung der gesellschaftlichen Erwartungen öffentlich zu demonstrieren. Denkbar wäre, dass bereits eine gesetzliche Verpflichtung zur Berichterstattung eine Legitimation der Geschäftsaktivitäten übernimmt. Unternehmen aus umweltschädlichen Branchen sehen ihr Handeln bereits dadurch legitimiert, indem sie der Berichtspflicht Folge leisten. Eine über Mindestanforderungen hinausgehende Offenlegung könnte damit als Legitimationsgrundlage wegfallen. Ihre Bereitschaft zur Einhaltung der Erwartungen der Stakeholder - wodurch die Unternehmen ihre Legitimation erhalten - zeigen sie bereits durch ihre Compliance, also der Umsetzung der Berichtspflicht. Ein branchenbedingter Legitimationsdruck existiert womöglich eher unter anderen Bedingungen, beispielsweise in Märkten oder Ländern mit ausschließlich freiwilliger Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Die Kapitalmarktorientierung eines Unternehmens als Determinante in der Nachhaltigkeitsberichterstattung wurde erstmalig untersucht. Sie wurde aus den theoretischen Ausarbeitungen zur gesetzlichen Situation in Deutschland entwickelt und anschließend überprüft. Die Analyse des aktuellen Forschungsstands zeigt, dass diese Determinante zumindest in keiner deutschen Arbeit untersucht wurde. Sie stellt eine besonders spezifische Determinante dar, da sie charakteristisch ist für die Lageberichterstattung in Deutschland. Das Gesetz unterscheidet zwischen den kapitalmarktorientierten Gesellschaften und den Finanzinstituten sowie Versicherungen, die nicht zwingend kapitalmarktorientiert sein müssen - aber dafür bestimmte Umsatz- und Mitarbeitergrenzen überschreiten. Diese Unterteilung macht sich ebenfalls in der Grundgesamtheit bemerkbar, die sich aus fast gleich großen Teilen kapitalmarktorientierten und nicht-kapitalmarktorientierten Unternehmen zusammensetzt (Kajüter, 2017b, S. 53). Vor dem Hintergrund der Stakeholder-Theorie wurde die Annahme aufgestellt, dass kapitalmarktorientierte Unternehmen einem höheren Druck ihrer Share- und Stakeholder ausgesetzt sind und sich durch eine umfangreichere Berichterstattung versuchen zu entlasten. Die Ergebnisse zeigen, dass diese Hypothese nicht verifiziert werden konnte. Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen einer Kapitalmarktorientierung eines Unternehmens und dem Grad der Offenlegung

zusätzlicher nichtfinanzieller Informationen. Daraus könnte geschlossen werden, dass Unternehmen grundsätzlich keinen besonders hohen Druck seitens ihrer Anspruchsgruppen verspüren, wie theoretisch angenommen wurde. Zwar zeigen die Ergebnisse, dass kapitalmarktorientierte Unternehmen durchaus über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus berichten, doch könnte die Motivation eine andere sein. Denkbar wäre, dass womöglich allein schon durch die Verpflichtung zur Berichterstattung Unternehmen unter Druck gesetzt werden, mehr zu berichten. Da die Pflicht nur für große Unternehmen gilt, und bekanntlich größere Unternehmen stärker auf Umwelt und Gesellschaft einwirken, könnten die Erwartungen der Anspruchsgruppen von vornerein höher sein. Diese Argumentation wird auch durch Schneiders (2015) CSR-Reifegradmodell unterstützt, in dem die passive gesellschaftliche Verantwortung, die sich lediglich auf die Einhaltung von Gesetzen beschränkt, nicht ausreicht, um langfristigen Mehrwert für das Unternehmen zu generieren. Mithin spielt zumindest im Falle von berichtspflichtigen Unternehmen eine Kapitalmarktorientierung keine wirkliche Rolle.

Der Voranalyse hat gezeigt, dass die Variable Branchenzugehörigkeit und die Kapitalmarktorientierung miteinander stark korrelieren, weshalb nahe liegt, dass beide Variablen das Gleiche beschreiben. Tatsächlich ist diese Vermutung naheliegend, da die Branchenzugehörigkeit nach der Umcodierung in eine dichotome Variable starke Parallelen mit der Kapitalmarktorientierung aufweist. Dieser Umstand entstand durch die spezifische Zusammensetzung der Stichprobe. Die Branchenausprägung Finanzen und Versicherungen ist überproportional enthalten. Nahezu die Hälfte der untersuchten Fälle gehört dieser Branche an. Unternehmen dieser Branche sind meistens nicht kapitalmarktorientiert. Lediglich 15 Finanzinstitute bzw. Versicherungen in der Stichprobe sind kapitalmarktorientiert. Den restlichen elf Branchenausprägungen gehören allesamt kapitalmarktorientierte Unternehmen an. Hinzu kommt, dass sich die nicht umweltsensiblen Branchen aus der Branchenausprägung Finanzen und Versicherungen sowie wenige weiteren Branchen zusammensetzen. Die umweltsensiblen Branchen bestehen fast ausschließlich aus den Branchen, die nicht Finanzen und Versicherungen angehören. Hierdurch ergibt sich eine fast identische Verteilung der Unternehmen zwischen den beiden Variablen. Kapitalmarktorientierte Unternehmen gehören tendenziell den umweltsensiblen Branchen an und die nicht kapitalmarktorientierten Unternehmen (also Finanzen und Versicherungen) gehören dagegen gänzlich den nicht umweltsensiblen Branchen an.

Im Gegensatz zu bisherigen Studien (Lock & Seele, 2016; Zarzycka & Krasodomska, 2022) besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Berichtshistorie eines Unternehmens

und dem Offenlegungsgrad zusätzlicher nichtfinanzieller Informationen. Dieses Ergebnis deckt sich mit Schröders (2022) Erkenntnissen. Demnach korreliert die Erfahrung mit Nachhaltigkeitsberichten von berichtspflichtigen Unternehmen (nur Finanzinstitute) gemäß der CSR-RUG positiv mit der Qualität der Offenlegung. So kann zumindest für den deutschen Raum konstatiert werden, dass die Determinante Berichtshistorie oder auch Berichterstattungserfahrung einen signifikanten Einfluss auf die verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung hat. Die Hypothese unterstützt folglich die Theorie, dass Unternehmen durch frühere Publikationen einen fachlichen Wissensvorsprung aufgebaut haben. Da sie ihre organisatorischen Strukturen bereits früh anpassten, könnten sie von besseren technischen Voraussetzungen zur Datengewinnung profitieren und dadurch umfangreichere Informationen offenlegen.

Insgesamt lässt sich sagen, dass die Zusammensetzung des Vorstandes einen Einfluss auf die Offenlegung zusätzlicher freiwillig Informationen hat. In Übereinstimmung mit vergangener empirischer Forschung hat sich die Determinante Vorstandsgröße als signifikant herausgestellt (Anatami, 2019; Bhatia & Makkar, 2019; Giannarakis, 2014). Die Theorie der Ressourcenabhängigkeit hierzu legt nahe, dass ein größerer Vorstand mit einer breiteren Kompetenz einhergeht, also viel über die Ressource Wissen verfügt. Nicht nur verfügen mehr Personen über qualifiziertes Wissen bezüglich CSR-Themen (Abeysekera, 2010, S. 513), sondern sie lassen sich darüber hinaus auch effizienter im Unternehmen verteilen (Gallego-Álvarez & Ortas, 2017, S. 14). Das Unternehmen profitiert von einer besseren Arbeitsteilung, die sich in einer umfassenderen CSR-Berichterstattung widerspiegelt. Schaut man sich weitere Merkmale des Vorstands an, scheint auch die Staatsbürgerschaft der Vorstandsmitglieder eine Rolle zu spielen. Unternehmen mit einem höheren Anteil an ausländischen Vorstandsmitgliedern legen signifikant mehr freiwillig offen als Vorstände, die sich überwiegend aus deutschen Staatsangehörigen zusammensetzen. Auch hier setzt die Theorie auf einen Wissensvorsprung ab. Ausländische Vorstandsmitglieder tendieren dazu, durch die Erfahrung in ausländischen Märkten womöglich neue Impulse für die CSR-Politik eines Unternehmens mitzubringen. Diese Erfahrungen, aber auch die Netzwerke des ausländischen Vorstandsmitgliedern können dem Unternehmen einen Mehrwert bieten, welcher sich in eine umfangreichere Berichterstattung widerspiegelt (Fields & Keys, 2003, S. 13). Im Kontext der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung ist es vorstellbar, dass ausländische Vorstandsmitglieder Erfahrungen aus Märkten mitbringen, die ebenfalls durch eine verpflichtende Berichterstattung reglementiert werden. Das Ergebnis dieser Studie stimmen mit den Erkenntnissen vergangener Studien überein, die vor dem Hintergrund der freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung positive Zusammenhänge zwischen der

ethnischen Zusammensetzung des Vorstands und den CSR-Aktivitäten bzw. dem Reporting feststellen (Dyduch & Krasodomska, 2017; Khan, 2010; Moneva & Llana, 2000; Williams, 2003). Auch im Falle der verpflichtenden Berichterstattung kann also beobachtet werden, dass Unternehmen zu einer freiwilligen Offenlegung zusätzlicher Informationen tendieren. Lediglich die Determinante Frauen im Vorstand stellte sich als nicht signifikant heraus. Diese Determinante wurde bereits in vorherigen Studien als nicht signifikant festgestellt (Dyduch & Krasodomska, 2017). Dieser Determinante liegt ebenfalls die Annahme zu Grunde, dass Frauen im Sinne der Ressourcenabhängigkeitstheorie einen Einfluss auf die Organisationsressource Wissen ausüben. Frauen werden besondere Eigenschaften zugeschrieben, die mit einem kompetenteren Umgang mit CSR-Belangen einhergehen (Bear et al., 2010; Eagly et al., 2003). Eine altruistischere und umweltorientiertere Denkweise soll CSR-Themen für weibliche Vorstandsmitglieder zugänglicher machen (Schultz, 2001). Kritisch anzumerken sind die hier verwendeten Theorien. Sie stammen mehrheitlich aus der Jahrtausendwende oder gar aus den 1970er-Jahren und tendieren dazu, stereotype Eigenschaften von Frauen zu reproduzieren und stehen oft nicht im Einklang mit dem modernen Verständnis von Geschlechterrollen und -identitäten. Die starren Darstellungen von Weiblichkeit, die eine Reihe von Eigenschaften hervorheben, können womöglich zu einer Verallgemeinerung und Vereinfachung der komplexen Erfahrungen und Identitäten von Frauen sowie der sozialen Realität führen. Geschlechterstereotype können sowohl die Forschung als auch die Gesellschaft im Allgemeinen beschränken und verzerren. Somit sollten die auf diesen Theorien basierenden überprüften Hypothesen mit Vorsicht betrachtet werden.

7.2 Limitationen

Trotz der sorgfältigen Methodik und Durchführung der Studie gibt es einige Einschränkungen zu berücksichtigen. Den Anspruch, die rechtlichen Rahmenbedingungen vollständig zu berücksichtigen, kann diese Arbeit nicht erfüllen. Das liegt daran, weil es neben den zentralen Normen wie der CSR-Richtlinie (§ 289b HGB) und die EU-Taxonomie auch branchenspezifische oder rechtformgebundene Regelungen existieren. Beispielsweise gelten für Finanzprodukte zusätzlich die Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR) und die ESG-Offenlegungsvorschriften aus der 7. Novelle der MaRisk. Alle Regulierungen zu berücksichtigen, würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen und auch nicht zielführend sein, da dies mit auswertungsbezogenen Schwierigkeiten einhergehen würden. Vielmehr sollte der gemeinsame gesetzliche Nenner für alle berichtspflichtigen Unternehmen gefunden werden und die Nachhaltigkeitsberichterstattung vor diesem Hintergrund untersucht werden.

Hinsichtlich der Determinanten hätten weitere, aus anderen Bereichen kommende Determinanten untersucht werden können. Die Zusammensetzung der Stichprobe hat nötig gemacht, dass alle Daten hauptsächlich aus den Lageberichten der Unternehmen einsehbar waren. Bei anderen Daten hätte nicht gewährleistet werden können, dass diese Informationen zugänglich sind oder überhaupt vorhanden sind. Die Stichprobe besteht aus teils sehr großen und medienpräsenten Unternehmen bis hin zu allgemein unbekanntem B2B-Unternehmen. Gewisse Daten, die normalerweise durch unabhängige Dritte erhoben werden (z.B. ESG-Rating-Agenturen) wären also nicht zu allen Unternehmen in der Stichprobe verfügbar gewesen. Daher ließen sich andere Determinanten gar nicht inhaltsanalytisch erheben. Ein Beispiel wären die Umweltleistung oder die Medienpräsenz eines Unternehmens, die in vergangenen Studien häufig Untersuchungsgegenstand waren. Da die Stichproben in der Determinantenforschung hauptsächlich aus großen börsennotierten Unternehmen bestehen, sind solche Informationen einfacher zugänglich als von kleineren oder eher im Hintergrund agierenden Unternehmen (z.B. Holding-Gesellschaften). In deutschen Studien werden nahezu ausschließlich DAX-Unternehmen untersucht. Die Umweltleistung wird in Studien häufig durch ESG-Ratings erhoben (Vurro & Perrini, 2011, S. 463). Diese Informationen liegen meistens nur für ausgewählte, häufig börsennotierte Unternehmen vor. Im Falle dieser Untersuchung hätte nicht gewährleistet werden können, dass solche Informationen für alle Unternehmen aus der Stichprobe verfügbar gewesen wären. Alternativ hätte man eine solche Leistung aus verschiedenen öffentlich zugänglichen Parametern eigenständig berechnet werden können, doch wäre dieses Verfahren anspruchsvoll und würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen. Methodische Limitationen entstanden weiter durch den in der Vergangenheit liegenden Untersuchungszeitraum. Um den Untersuchungs- und Berichtszeitraum 2021 zu erfassen, wurden die nichtfinanziellen Erklärungen für das Jahr 2021 analysiert. Jedoch wurden auch die zusätzlichen Publikationen erhoben, die auf der Webseite angegeben waren - unabhängig davon, ob sie bereits aufrufbar waren oder erst nach 2021 veröffentlicht wurden. Dieser Umstand verzerrt möglicherweise den Berichtscharakter für 2021, weil aus den Ergebnissen nicht hervorgeht, ob sie bereits Teil der Berichterstattung 2021 waren. Allerdings fokussiert sich die Untersuchung nicht ausschließlich auf das Jahr 2021. Vielmehr wurde es nur aus forschungspraktischen Gründen gewählt, um den Zugang zu allen Berichten zu gewährleisten. Es soll ein allgemeines Abbild der Berichtspraxis darstellen - daher ist unerheblich, wenn einige Publikationen erst zum Erhebungszeitraum publiziert worden sind. Damit einhergehend offenbart sich eine weitere Limitation. Da die Ergebnisse auf einer Querschnittsstudie basiert, kann sie keine Informationen über zeitliche Abläufe liefern. So bleibt die Frage unbeantwortet, ob sich der Umfang seit der erstmaligen Berichtspflicht im Jahre 2017 sukzessiv erhöht hat.

8 Fazit und Ausblick

Das letzte Kapitel fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen, stellt Limitationen dar und gibt einen Ausblick auf zukünftige Forschungsansätze. Ziel dieser Arbeit ist zu untersuchen, welche Determinanten die freiwillige Offenlegung von Informationen, die über die gesetzlich vorgeschriebenen Mindestanforderungen der nichtfinanziellen Erklärung (NfE) hinausgehen, beeinflussen. Hierzu wurde zunächst das Spannungsfeld zwischen der freiwilligen und verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung erklärt und die Entwicklung des Nachhaltigkeitsreportings in Deutschland skizziert. Anschließend erfolgte eine ausführliche Darstellung über die rechtliche Situation zur Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland, in der die nichtfinanzielle Erklärung als zentraler Ausgangspunkt des Reportings bestimmt wurde. Schließlich wurden Theorien vorgestellt, die eine gesellschaftsorientierte Argumentation zur freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung liefern. Aus den theoretischen Ansätzen konnten Hypothesen sowie eine Forschungsfrage formuliert werden, um die übergeordnete Forschungsfrage zu beantworten. Zur Überprüfung der Hypothesen und der Beantwortung der Forschungsfrage wurde eine quantitative Inhaltsanalyse durchgeführt. Die Stichprobe umfasste 200 berichtspflichtige Unternehmen nach der aktuellen noch gültigen CSR-Richtlinie (Stand 2023). Zusammenfassend lässt sich dabei als Ergebnis nennen, dass deutsche Unternehmen, welche unter die Berichtspflicht des § 289b HGB fallen und mithin jährlich eine nichtfinanzielle Erklärung abgeben müssen, mehrheitlich weitere zusätzliche nachhaltigkeitsbezogene Informationen offenlegen, als von ihnen gesetzlich gefordert wird. Die bloße Einhaltung der Mindestanforderungen stellt eher die Ausnahme dar. Allerdings konnten Unterschiede in der Quantität der Offenlegung festgestellt werden. Diese Unterschiede werden durch verschiedene Determinanten bestimmt. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass die Unternehmensgröße, die Vorstandsgröße, der Anteil ausländischer Vorstandsmitglieder sowie die Tatsache, ob ein Unternehmen bereits in der Vergangenheit freiwillig Nachhaltigkeitsberichte publiziert hatte, allesamt Einflussfaktoren darstellen. Des Weiteren konnte festgestellt werden, dass der Frauenanteil im Vorstand, die Branchenzugehörigkeit des Unternehmens sowie eine Kapitalmarktorientierung keinen signifikanten Einfluss darauf haben, wie umfangreich berichtspflichtige Unternehmen in Deutschland über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus berichten. Da sich die empirische Forschung bisher nur wenig mit Determinanten der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung befasst hat, kann diese Untersuchung von berichtspflichtigen deutschen Unternehmen als einen ersten Versuch betrachtet werden. Bisher fallen Forschungsarbeiten über Aspekte der verpflichtenden Nachhaltigkeitsberichterstattung vergleichsweise bescheiden aus, zumal nur wenige Länder über eine solche Pflicht oder zumindest verpflichtende Elemente verfügen. In Relation dazu

steht langjährige Forschung zur freiwilligen Berichterstattung. Es ist demnach davon auszugehen, dass dieses Feld in naher Zukunft deutlich an Bedeutung gewinnen wird. Die identifizierten Determinanten aus dieser Arbeit können als Grundlage für zukünftige Forschungsarbeiten genutzt werden. Da sich die Determinanten auf die Situation in Deutschland beziehen, kommen insbesondere weitere länder- oder branchenspezifische Untersuchungen in Betracht. Damit könnte zugleich beurteilt werden, welche allgemeingültige Aussagekraft die hier identifizierten Determinanten tatsächlich haben. Vor allem die zum ersten Mal untersuchte Determinante Kapitalmarktorientierung sollte Gegenstand weiterer empirischer Untersuchungen werden.

Da diese Unterscheidung ein Charakteristikum der gesetzlichen Bestimmungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung in Deutschland ist, könnte es in einem anderen Untersuchungskontext womöglich zu signifikanten Ergebnissen kommen. Im Hinblick auf die Forschungsart kann es sinnvoll sein, ein qualitatives Untersuchungsdesign zu verfolgen. Die Ergebnisse sagen wenig über die genauen Inhalte der Berichte aus, sondern treffen nur quantitative Aussagen. Diese geben daher lediglich Anhaltspunkte über die Qualität der offengelegten Informationen. Es bedarf aber qualitative Forschung für sichere Erkenntnisse. Abschließend wäre ein komparativer Ansatz denkbar. Hierbei könnte ein Vergleich zwischen der Berichterstattung berichtspflichtiger und nicht-berichtspflichtiger Unternehmen gezogen werden. Zu untersuchen wäre, wie unterschiedlich stark die hier untersuchten Determinanten eine umfangreiche Berichterstattung begünstigen. Besonders interessant sind die Ergebnisse in Hinblick auf die derzeitigen Entwicklungen auf EU-Ebene zum Nachhaltigkeitsreporting. Wie eingangs vorgestellt, wird im Kontext der Corporate Sustainability Reporting Directive die Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Europäischen Union langfristig die Reportinglandschaft sowie das Berichtsverhalten von Unternehmen verändern. Das verpflichtende Reporting wird demnach allgegenwärtiger und eine neue Herausforderung für viele Unternehmen, da sich mit neuen strategischen oder gar normativen Entscheidungen auseinandersetzen müssen. Zwar wurden die Erkenntnisse vor dem Hintergrund der noch gültigen CSR-Richtlinie gewonnen (Stand 2023), jedoch wird angenommen, dass diese auch auf den neuen Anwendungsbereich der CSRD übertragbar sind. Durch den Zuwachs von mittelgroßen Unternehmen könnten möglicherweise weitere Determinanten Gegenstand zukünftiger Forschung werden.

Literaturverzeichnis

- Abeyssekera, I. (2010). The influence of board size on intellectual capital disclosure by Kenyan listed firms. *Faculty of Commerce - Papers, 11*. <https://doi.org/10.1108/14691931011085650>
- Albertini, E. (2014). A descriptive analysis of environmental disclosure: A longitudinal study of French companies. *Journal of Business Ethics, 121*(2), 233–254. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1698-y>
- Amoako, K. O., Amoako, I. O., Tuffour, J., & Marfo, E. O. (2022). Formal and informal sustainability reporting: An insight from a mining company's subsidiary in Ghana. *Journal of Financial Reporting and Accounting, 20*(5), 897–925. <https://doi.org/10.1108/JFRA-12-2020-0368>
- Anatami, D. N. (2019). The determinants of corporate social responsibility disclosure with environmental performance as moderating variables. *International Journal of Business, Economics and Law, 18*(5).
- Arnold, C., Keppler, S., Knödler, H., & Reckenfelderbäumer, M. (Hrsg.). (2019). *Herausforderungen für das Nachhaltigkeitsmanagement: Globalisierung – Digitalisierung – Geschäftsmodelltransformation*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-27729-1>
- Auer, C., & Möller, V. (2022). Bleiben Sie auf dem Laufenden Zur EU-Taxonomie. *BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft*.
- Azzone, G., Brophy, M., Noci, G., Welford, R., & Young, W. (1997). A stakeholders' view of environmental reporting. *Long Range Planning, 30*(5), 699–709. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)00058-7](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)00058-7)
- Bannier, C. (2023). Nachhaltigkeitsberichterstattung: Aktuelle Herausforderungen und Chancen für Großunternehmen und Mittelständler. In Y. Zwick & K. Jeromin (Hrsg.), *Mit Sustainable Finance die Transformation dynamisieren* (S. 159–170). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38044-1_12
- Bazhair, A. H. (2020). Determinants of corporate social responsibility disclosure in Saudi Arabia. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, 17*(2), 4550–4560.
- Bear, S., Rahman, N., & Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *Journal of Business Ethics, 97*(2), 207–221. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0505-2>
- Beile, J., Kratz, B., Pohlmann, M., & Vitols, K. (2014). *Nachhaltigkeitsberichte im Vergleich*. Hans-Böckler-Stiftung.
- Benameur, K. B., Mostafa, M. M., Hassanein, A., Shariff, M. Z., & Al-Shattarat, W. (2023). Sustainability reporting scholarly research: A bibliometric review and a future research agenda.

Management Review Quarterly. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00319-7>

- Berndt, T., & Jablowski, L.-V. (2019). *Die Umsetzung der CSR-Richtlinie in Deutschland: Bd. 14. Jahrgang* (S. 86–92). Zeitschrift für Corporate Governance. <https://www.alexandria.unisg.ch/handle/20.500.14171/98772>
- Bhatia, A., & Makkar, B. (2019). Extent and drivers of CSR disclosure: Evidence from Russia. *Transnational Corporations Review*, *11*(3), 190–207. <https://doi.org/10.1080/19186444.2019.1652067>
- Bouten, C., & Wiedemann, A. (2021). Nachhaltigkeit im genossenschaftlichen Wertesystem. *Eine empirische Analyse der Nachhaltigkeitsberichterstattung von berichtspflichtigen Genossenschaftsbanken*, *71*(4), 252–285. <https://doi.org/10.1515/zfgg-2021-0017>
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the businessman*. Harper & Brothers.
- Bowman, E. H., & Haire, M. (1975). A strategic posture toward corporate social responsibility. *California Management Review*, *18*(2), 49–58. <https://doi.org/10.2307/41164638>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2008). Social responsibility disclosure: A study of proxies for the public visibility of Portuguese banks. *The British Accounting Review*, *40*(2), 161–181. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2008.02.004>
- Brandmeier, C., Erlenbach, S., & Rieth, L. (2023). Herausforderungen bei der unternehmensinternen Umsetzung der EU-Taxonomie im Integrierten Geschäftsbericht: Effiziente Zusammenarbeit an der Schnittstelle Finanzen und Nachhaltigkeit. In Y. Zwick & K. Jeromin (Hrsg.), *Mit Sustainable Finance die Transformation dynamisieren* (S. 145–158). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-38044-1_11
- Brosius, H.-B., Haas, A., & Koschel, F. (2016). *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19996-2>
- Cabeza-García, L., Fernández-Gago, R., & Nieto, M. (2018). Do board gender diversity and director typology impact CSR reporting? Do board gender diversity and director typology impact CSR reporting? *European Management Review*, *15*(4), 559–575. <https://doi.org/10.1111/emre.12143>
- Cao, D. (2023). *China Mulls Mandatory ESG Disclosures for Domestic Public Firms*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-02-22/china-mulls-mandatory-esg-disclosures-for-domestic-public-firms>
- Carlson, L., Grove, S. J., & Kangun, N. (1993). A content analysis of environmental advertising claims: A matrix method approach. *Journal of Advertising*, *22*(3), 27–39. <https://doi.org/10.1080/00913367.1993.10673409>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management

- of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Chapple, W., & Moon, J. (2005). Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR web site reporting. *Business & Society*, 44(4), 415–441. <https://doi.org/10.1177/0007650305281658>
- Chen, J. C., Patten, D. M., & Roberts, R. W. (2008). Corporate charitable contributions: A corporate social performance or legitimacy strategy? *Journal of Business Ethics*, 82(1), 131–144. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9567-1>
- Chen, J. C., & Roberts, R. W. (2010). Toward a more coherent understanding of the organization–society relationship: A theoretical consideration for social and environmental accounting research. *Journal of Business Ethics*, 97(4), 651–665. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0531-0>
- Christensen, H. B., Hail, L., & Leuz, C. (2021). Mandatory CSR and sustainability reporting: Economic analysis and literature review. *Review of Accounting Studies*, 26(3), 1176–1248. <https://doi.org/10.1007/s11142-021-09609-5>
- Christopher, T., & Filipovic, M. (2008). The extent and determinants of disclosure of global reporting initiative guidelines: Australian evidence. *The Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 14(2), 17–40.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 20(1), 92–117. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/258888>
- Coffey, B. S., & Wang, J. (1998). Board Diversity and Managerial Control as Predictors of Corporate Social Performance. *Journal of Business Ethics*, 17(14), 1595–1603. <https://doi.org/10.1023/A:1005748230228>
- Cormier, D., Magnan, M., & Van Velthoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large German companies: Economic incentives, public pressures or institutional conditions? *European Accounting Review*, 14(1), 3–39. <https://doi.org/10.1080/0963818042000339617>
- Cowen, S. S., Ferreri, L. B., & Parker, L. D. (1987). The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: A typology and frequency-based analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(2), 111–122. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(87\)90001-8](https://doi.org/10.1016/0361-3682(87)90001-8)
- CPA. (2023). *Task force on climate-related financial disclosures (TCFD): Overview*. Chartered Professional Accountants Canada. <https://www.cpacanada.ca/en/business-and-accounting-resources/financial-and-non-financial-reporting/mdanda-and-other-financial-reporting/publications/tcfd-overview>

- de Villiers, C., Naiker, V., & van Staden, C. J. (2011). The effect of board characteristics on firm environmental performance. *Journal of Management*, 37(6), 1636–1663. <https://doi.org/10.1177/0149206311411506>
- Deegan, C. M. (2019). Legitimacy theory: Despite its enduring popularity and contribution, time is right for a necessary makeover. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 32(8), 2307–2329. <https://doi.org/10.1108/aaaj-08-2018-3638>
- Deutsche Börse. (2023). *Entwicklung Dax-Branchen*. <https://www.boerse.de/beste-schlechteste/Dax-Aktien/DE0008469008>
- Deutsches Global Compact Netzwerk, & econsense. (2018). *Neuer Impuls für die Berichterstattung zu Nachhaltigkeit? Studie zur Umsetzung des deutschen CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz*. Deutsches Global Compact Netzwerk.
- Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee. (2017). *Deutscher Rechnungslegungs Änderungsstandard Nr. 8. Änderungen des DRS 20 Konzernlagebericht*. https://www.drsc.de/app/uploads/2017/06/170620_E-DRAES_8_website-1.pdf
- Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee. (2022). *CSR-Studie: DRSC im Auftrag des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)*. https://www.bmjv.de/Shared-Docs/Downloads/DE/PDF/Berichte/2021_CSR_Studie.pdf;jsessionid=2875372BF2EA5E625C68AA983097BD88.1_cid289?__blob=publicationFile&v=2
- Dienes, D., Sassen, R., & Fischer, J. (2016). What are the drivers of sustainability reporting? A systematic review. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(2), 154–189. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-08-2014-0050>
- Dyduch, J., & Krasodomska, J. (2017). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An empirical study of Polish listed companies. *Sustainability*, 9(11), 1934. <https://doi.org/10.3390/su9111934>
- Eagly, A. H., Johannesen-Schmidt, M. C., & van Engen, M. L. (2003). Transformational, transactional, and laissez-faire leadership styles: A meta-analysis comparing women and men. *Psychological Bulletin*, 129(4), 569–591. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.129.4.569>
- Eisenegger, M., & Schranz, M. (2011). CSR – Moralisierung des Reputationsmanagements. In J. Raupp, S. Jarolimek, & F. Schultz (Hrsg.), *Handbuch CSR* (S. 71–96). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92639-1_4
- enumion. (o. J.). *CSR - Berichtspflicht für große Unternehmen*. enumion. Abgerufen 23. Juli 2023, von <https://www.enumion.de/umwelt/csr-berichtspflicht-f%C3%BCr-gro%C3%9Fe-unternehmen>
- Europäische Kommission. (2001). *Grünbuch Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen*. <https://eur->

lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2001:0366:FIN:de:PDF

- Europäische Kommission. (2011). *Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR)*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:DE:PDF>
- Fahad, P., & Nidheesh, N. (2021). Determinants of CSR disclosure: An evidence from India. *Journal of Indian Business Research*, 13(1), 110–133. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2018-0171>
- Farache, F., & Perks, K. J. (2010). CSR advertisements: A legitimacy tool? *Corporate Communications: An International Journal*, 15(3), 235–248. <https://doi.org/10.1108/13563281011068104>
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S., & Ruiz-Blanco, S. (2014). Women on boards: Do they affect sustainability reporting? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(6), 351–364. <https://doi.org/10.1002/csr.1329>
- Field, A. P. (2009). *Discovering statistics using SPSS: And sex, drugs and rock „n“ roll* (3. Aufl.). SAGE Publications.
- Fields, M. A., & Keys, P. Y. (2003). The emergence of corporate governance from wall st. to main st.: Outside directors, board diversity, earnings management, and managerial incentives to bear risk. *The Financial Review*, 38(1), 1–24. <https://doi.org/10.1111/1540-6288.00032>
- Fifka, M. S. (2013). Corporate responsibility reporting and its determinants in comparative perspective - a review of the empirical literature and a meta-analysis: Corporate responsibility reporting and its determinants. *Business Strategy and the Environment*, 22(1), 1–35. <https://doi.org/10.1002/bse.729>
- Fifka, M. S. (2014). Einführung – Nachhaltigkeitsberichterstattung: Eingrenzung eines heterogenes Phänomen. In M. S. Fifka (Hrsg.), *CSR und Reporting* (S. 1–18). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-53893-3_1
- Fifka, M. S. (2018). CSR-Kommunikation und Nachhaltigkeitsreporting – Alles neu macht die Berichtspflicht? In P. Heinrich (Hrsg.), *CSR und Kommunikation* (S. 139–153). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-56481-3_9
- Fink, C., & Kajüter, P. (2021). *Lageberichterstattung: Erstellung und Prüfung nach HGB, DRS und IFRS*. Schäffer-Poeschel. <https://doi.org/10.34156/9783791039794>
- Frese, M., & Colsman, B. (2018). *Nachhaltigkeitsreporting für Finanzdienstleister*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-17217-6>
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. In W. C. Zimmermanli, M. Holzinger, & K. Richter (Hrsg.), *Corporate Ethics and Corporate Governance* (S. 173–178). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6_14
- Frynas, J. G., & Yamahaki, C. (2016). Corporate social responsibility: Review and roadmap of

- theoretical perspectives. *Business Ethics: A European Review*, 25(3), 258–285. <https://doi.org/10.1111/beer.12115>
- Gabriel, A. (2015). *Freiwillige Veröffentlichung und Prüfung von GRI-Nachhaltigkeitsberichten: Eine empirische Analyse auf dem europäischen Kapitalmarkt*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09773-8>
- Gales, L. M., & Kesner, I. F. (1994). An analysis of board of director size and composition in bankrupt organizations. *Journal of Business Research*, 30(3), 271–282. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(94\)90057-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(94)90057-4)
- Gallego-Álvarez, Prof. I., & Ortas, Prof. E. (2017). Corporate environmental sustainability reporting in the context of national cultures: A quantile regression approach. *International Business Review*, 26(2), 337–353. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.09.003>
- Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: Empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2–3), 233–262. <https://doi.org/10.1007/s11846-010-0052-3>
- Gatti, L., Vishwanath, B., Seele, P., & Cottier, B. (2019). Are we moving beyond voluntary CSR? Exploring theoretical and managerial implications of mandatory CSR resulting from the new Indian companies act. *Journal of Business Ethics*, 160(4), 961–972. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3783-8>
- Giannarakis, G. (2014). The determinants influencing the extent of CSR disclosure. *International Journal of Law and Management*, 56, 393–416. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-05-2013-0021>
- Graßmann, M., Krannich, T., Günther, T., & Guenther, E. (2018). *Die nichtfinanziellen Erklärungen der DAX30-Unternehmen – Eine empirische Analyse der Berichterstattung über die Umweltbelange nach § 289c Abs. 2 Nr. 1 HGB* –. 431–441.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Grunwald, A., & Kopfmüller, J. (2012). *Nachhaltigkeit* (2. Aufl.). Campus Verlag.
- Guthrie, J., & Parker, L. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, 3, 159–175.
- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate social reporting: A rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 19(76), 343–352. <https://doi.org/10.1080/00014788.1989.9728863>
- Hafsi, T., & Turgut, G. (2013). Boardroom diversity and its effect on social performance: Conceptualization and empirical evidence. *Journal of Business Ethics*, 112(3), 463–479. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1272-z>

- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production*, *59*, 5–21. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.07.005>
- Halkos, G., & Nomikos, S. (2021). Corporate social responsibility: Trends in global reporting initiative standards. *Economic Analysis and Policy*, *69*, 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.11.008>
- Haniffa, R., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, *24*, 391–430. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2005.06.001>
- Hauff, M. von, & Jörg, A. (2012). *Nachhaltiges Wachstum* (1. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg.
- Hillman, A. J., Cannella, A. A., & Paetzold, R. L. (2000). The resource dependence role of corporate directors: Strategic adaptation of board composition in response to environmental change. *Journal of Management Studies*, *37*(2), 235–256. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00179>
- Hillman, A. J., Withers, M. C., & Collins, B. J. (2009). Resource dependence theory: A review. *Journal of Management*, *35*(6), 1404–1427. <https://doi.org/10.1177/0149206309343469>
- Ho, L.-C., & Taylor, M. E. (2007). An empirical analysis of triple bottom-line reporting and its determinants: Evidence from the United States and Japan. *Journal of International Financial Management & Accounting*, *18*(2), 123–150. <https://doi.org/10.1111/j.1467-646X.2007.01010.x>
- Hobelsberger, C., Scholl, G., Westermann, U., Dietsche, C., Schicht, F., Gäbisch, A., & Kreis, T. (2018). *Deutsche Unternehmen vor der CSR-Pflicht: Monitoring zur nichtfinanziellen Berichterstattung*. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung und future e. V. – verantwortung unternehmen.
- Jasch, C. (2015). CSR und Berichterstattung. In A. Schneider & R. Schmidpeter (Hrsg.), *Corporate Social Responsibility* (S. 823–834). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-43483-3_53
- Joshi, A., & Roh, H. (2009). The role of context in work team diversity research: A meta-analytic review. *The Academy of Management Journal*, *52*(3), 599–627.
- Kajüter, P. (2017a). Nichtfinanzielle Berichterstattung nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz: DB, 70. Jg., Heft 12., *Der Betrieb*, *70*(2), 617–624.
- Kajüter, P. (2017b). Umsetzung der europäischen CSR-Richtlinie in Deutschland—Implikationen für das Controlling. *Controlling*, *29*(6), 52–58. <https://doi.org/10.15358/0935-0381-2017-6-52>
- Kajüter, & Wirth. (2018). Praxis der nichtfinanziellen Berichterstattung nach dem CSR-RUG. Empirische Befunde für die DAX-Unternehmen. *Der Betrieb*, *71*(27/28), 1605–1612.
- Karmasin, M. (2015). PR im Stakeholder-Ansatz. In R. Fröhlich, P. Szyszka, & G. Bentele (Hrsg.),

- Handbuch der Public Relations: Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln* (S. 341–355). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18917-8_21
- Khan, H. (2010). The effect of corporate governance elements on corporate social responsibility (CSR) reporting: Empirical evidence from private commercial banks of Bangladesh. *International Journal of Law and Management*, 52(2), 82–109. <https://doi.org/10.1108/17542431011029406>
- Kirchhoff. (2018). *Good Company Ranking 2018. Corporate Social Responsibility-Wettbewerb der DAX 30-Unternehmen*. https://www.kirchhoff.de/fileadmin/static/pdfs/20180924_CGR_final.pdf
- Kluge, N., & Sick, S. (2016). *Geheimwirtschaft bei Transparenz zum gesellschaftlichen Engagement?* (27). Hans Böckler Stiftung.
- Koo, T. K., & Li, M. Y. (2016). A guideline of selecting and reporting intraclass correlation coefficients for reliability research. *Journal of Chiropractic Medicine*, 15(2), 155–163. <https://doi.org/10.1016/j.jcm.2016.02.012>
- Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33(1), 159–174. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/2529310>
- Laplume, A. O., Sonpar, K., & Litz, R. A. (2008). Stakeholder theory: Reviewing a theory that moves us. *Journal of Management*, 34(6), 1152–1189. <https://doi.org/10.1177/0149206308324322>
- Lau, C., Lu, Y., & Liang, Q. (2016). Corporate social responsibility in China: A corporate governance approach. *Journal of Business Ethics*, 136(1), 73–87. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2513-0>
- Lienbacher, E. (2013). *Corporate Social Responsibility im Handel*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02940-1>
- Lock, I., & Seele, P. (2016). The credibility of CSR (corporate social responsibility) reports in Europe. Evidence from a quantitative content analysis in 11 countries. *Journal of Cleaner Production*, 122, 186–200. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.02.060>
- Magness, V. (2006). Strategic posture, financial performance and environmental disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(4), 540–563. <https://doi.org/10.1108/09513570610679128>
- Majumdar, D. (2023, Juli 29). ESG in the Boardroom: The CXO's Priorities. *The Economic Times*. <https://economictimes.indiatimes.com/jobs/c-suite/esg-in-the-boardroom-the-cxos-priorities/articleshow/102228602.cms?from=mdr>
- Merten, K. (1995). *Inhaltsanalyse: Einführung in Theorie, Methode und Praxis* (2. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Ministry for the Environment. (2023, Januar 18). *Mandatory climate-related disclosures*. Ministry for

- the Environment New Zealand Government. <https://environment.govt.nz/what-government-is-doing/areas-of-work/climate-change/mandatory-climate-related-financial-disclosures/>
- Mishra, S., & Suar, D. (2010). Do stakeholder management strategy and salience influence corporate social responsibility in Indian companies? *Social Responsibility Journal*, 6(2), 306–327. <https://doi.org/10.1108/17471111011051784>
- Mobus, J. L. (2005). Mandatory environmental disclosures in a legitimacy theory context. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(4), 492–517. <https://doi.org/10.1108/09513570510609333>
- Moneva, J. M., & Llana, F. (2000). Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. *European Accounting Review*, 9(1), 7–29. <https://doi.org/10.1080/096381800407923>
- Orts, E. W., & Strudler, A. (2002). The ethical and environmental limits of stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 215–233. JSTOR. <https://doi.org/10.2307/3857811>
- Pfeffer, J. (1987). A resource dependence perspective on interorganizational relations. In M. S. Mizuchi & M. Schwartz (Hrsg.), *Intercorporate Relations: The Structural Analysis of Business* (S. 25–55). Cambridge University Press.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Harper and Row.
- Plass, J. (2023, Februar 27). *Road to CSRD - Eine Angleichung der Nachhaltigkeitsberichterstattung an die Finanzberichterstattung | Wolters Kluwer*. Wolters Kluwer. <https://www.wolterskluwer.com/de-de/expert-insights/blog-article-road-to-csrd>
- Prexl, A. (2010). *Nachhaltigkeit kommunizieren – nachhaltig kommunizieren*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92471-7>
- Quick, R., & Knocinski, M. (2006). Nachhaltigkeitsberichterstattung: Empirische Befunde zur Berichterstattungspraxis von HDAX-Unternehmen. *Journal of Business Economics*, 76(6), 615–650. <https://doi.org/10.1007/s11573-006-0030-z>
- Raimo, N., Vitolla, F., Nicolò, G., & Tartaglia Polcini, P. (2021). CSR disclosure as a legitimation strategy: Evidence from the football industry. *Measuring Business Excellence*, 25(4), 493–508. <https://doi.org/10.1108/MBE-11-2020-0149>
- Reilly, A. H., & Larya, N. (2018). External communication about sustainability: Corporate social responsibility reports and social media activity. *Environmental Communication*, 12(5), 621–637. <https://doi.org/10.1080/17524032.2018.1424009>
- Reilly, A., & Weirup, A. (2012). Sustainability initiatives, social media activity, and organizational culture: An exploratory study. *Journal of Sustainability and Green Business*, 1, 1–15.
- Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed

- firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 351–366. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9968-9>
- Roberts, C. B. (1991). Environmental disclosures: A note on reporting practices in mainland Europe. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 4(3), 0–0. <https://doi.org/10.1108/09513579110005536>
- Ruf, B. M., Muralidhar, K., Brown, R. M., Janney, J. J., & Paul, K. (2001). An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective. *Journal of Business Ethics*, 32(2), 143–156. <https://doi.org/10.1023/A:1010786912118>
- Salehi, M., Tarighi, H., & Rezanezhad, M. (2019). Empirical study on the effective factors of social responsibility disclosure of Iranian companies. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 26(1), 34–55. <https://doi.org/10.1108/JABES-06-2018-0028>
- Schneider, A. (2015). Reifegradmodell CSR – eine Begriffsklärung und -abgrenzung. In A. Schneider & R. Schmidpeter (Hrsg.), *Corporate Social Responsibility* (S. 21–42). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-43483-3_2
- Schröder, P. (2022). Mandatory non-financial reporting in the banking industry: Assessing reporting quality and determinants. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2073628. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2073628>
- Schultz, W. P. (2001). The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 327–339. <https://doi.org/10.1006/jevp.2001.0227>
- Silk, D., & Lu, C. (2023). *Environmental, Social & Governance Law USA 2023* (United Kingdom). International Comparative Legal Guides; Global Legal Group. <https://iclg.com/practice-areas/environmental-social-and-governance-law/usa>
- Simmons, C., & Neu, D. (1996). Managing social disclosures: The cost of social responsibility report. *Journal of Applied Accounting Research*, 3(1), 35–58.
- Spence, C., Husillos, J., & Correa-Ruiz, C. (2010). Cargo cult science and the death of politics: A critical review of social and environmental accounting research. *Critical Perspectives on Accounting*, 21(1), 76–89. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2008.09.008>
- Spence, L., Coles, A.-M., & Harris, L. (2001). The forgotten stakeholder? Ethics and social responsibility in relation to competitors. *Business and Society Review*, 106(4), 331–352. <https://doi.org/10.1111/0045-3609.00119>
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. <https://doi.org/10.2307/258788>
- Sulaiman, M., Abdullah, N., & Fatima, A. H. (2014). *Determinants of environmental reporting quality*

in Malaysia. I.

- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., & Collin, S.-O. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: A study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(6), 352–364. <https://doi.org/10.1002/csr.194>
- Tai, F.-M., & Chuang, S.-H. (2014). Corporate social responsibility. *IBusiness*, 06(03), 117–130. <https://doi.org/10.4236/ib.2014.63013>
- Theis, J. (2018). *Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis: Anwendung im DAX 30* (1. Aufl.). IDW.
- Thomas, E.-A. (2019). How useful is the global reporting initiative (gri) reporting framework to identify the non-financial value of corporate social performance (csp)? In N. Capaldi, S. O. Idowu, R. Schmidpeter, & M. Brueckner (Hrsg.), *Responsible Business in Uncertain Times and for a Sustainable Future* (S. 37–87). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-11217-2_3
- Tilt, C. A. (1994). The influence of external pressure groups on corporate social disclosure some empirical evidence. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 7(4), 47–72. <https://doi.org/10.1108/09513579410069849>
- Unerman, J. (2000). Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(5), 667–681. <https://doi.org/10.1108/09513570010353756>
- van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44(2/3), 95–105.
- Velte, P. (2017). Die nichtfinanzielle Erklärung nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz: Neues Berichtsformat in der Kapitalmarktkommunikation. *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen*, 67(2), 112–119. <https://doi.org/10.1515/zfgg-2017-0013>
- Vourvachis, P., & Woodward, T. (2015). Content analysis in social and environmental reporting research: Trends and challenges. *Journal of Applied Accounting Research*, 16(2), 166–195. <https://doi.org/10.1108/JAAR-04-2013-0027>
- Vurro, C., & Perrini, F. (2011). Making the most of corporate social responsibility reporting: Disclosure structure and its impact on performance. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 11(4), 459–474. <https://doi.org/10.1108/14720701111159280>
- Williams, R. J. (2003). Women on corporate boards of directors and their influence on corporate philanthropy. *Journal of Business Ethics*, 42.
- Wördenweber, M. (2017). *Nachhaltigkeitsmanagement: Grundlagen und Praxis unternehmerischen*

Handelns. Schäffer-Poeschel. <https://doi.org/10.34156/9783791040394>

Young, S., & Marais, M. (2012). A multi-level perspective of CSR reporting: The implications of national institutions and industry risk characteristics: CSR and governance. *Corporate Governance: An International Review*, 20(5), 432–450. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2012.00926.x>

Zarzycka, E., & Krasodomska, J. (2022). Non-financial key performance indicators: What determines the differences in the quality and quantity of the disclosures? *Journal of Applied Accounting Research*, 23(1), 139–162. <https://doi.org/10.1108/JAAR-02-2021-0036>

Zéghal, D., & Ahmed, S. A. (1990). Comparison of social responsibility information disclosure media used by Canadian firms. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 3.

Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: CSR-Reifegradpyramide</i>	7
<i>Abbildung 2 Voraussetzungen für eine Berichtspflicht</i>	14
<i>Abbildung 3: Modell zur Erklärung des Umfangs der Nachhaltigkeitsberichterstattung ...</i>	27
<i>Abbildung 4: Häufigkeit der zusätzlichen Offenlegung nichtfinanzieller Informationen ..</i>	52
<i>Abbildung 5: Häufigkeit der verwendeten Arten zur freiwilligen Offenlegung in Prozent .</i>	52

Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Grundsätzlich obligatorische Mindestaspekte der NfE</i>	16
<i>Tabelle 2: Forschungsarbeiten zu Determinanten hinsichtlich Fundamentaldaten</i>	29
<i>Tabelle 3: Forschungsarbeiten zu Determinanten hinsichtlich Corporate-Governance-Aspekte</i>	30
<i>Tabelle 4: Operationalisierung der Determinanten</i>	43
<i>Tabelle 5: Berechnung der Intraklassenkorrelation</i>	46
<i>Tabelle 6: Berechnung der Intracoderreliabilität nach Cohens Kappa</i>	46
<i>Tabelle 7: Stichprobenzusammensetzung</i>	48
<i>Tabelle 8: Deskriptive Statistiken</i>	50
<i>Tabelle 9: Korrelationsmatrix der unabhängigen Variablen</i>	51
<i>Tabelle 10: Deskriptive Statistiken für die Variablen des Offenlegungsscores</i>	53
<i>Tabelle 11: Korrelationsmatrix zwischen den Variablen Mitarbeitende und Offenlegungsscore</i>	54
<i>Tabelle 12: Bivariate Regressionsanalyse der Branchenzugehörigkeit und des Offenlegungsscores</i>	55
<i>Tabelle 13: Bivariate Regressionsanalyse der Berichtshistorie und des Offenlegungsscores</i>	55
<i>Tabelle 14: Bivariate Regressionsanalyse der Kapitalmarktorientierung und des Offenlegungsscores</i>	56
<i>Tabelle 15: Bivariate Regressionsanalyse der Vorstandsgröße und des Offenlegungsscores</i>	57
<i>Tabelle 16: Bivariate Regressionsanalyse des Frauenanteils im Vorstand und des Offenlegungsscores</i>	57
<i>Tabelle 17: Bivariate Regressionsanalyse des Anteils ausländischer Vorstandsmitglieder und des Offenlegungsscores</i>	58
<i>Tabelle 18: Multivariate Regressionsmodelle des Offenlegungsgrades und der unabhängigen Variablen</i>	59

Anhang

Anhang 1	Codebuch
Anhang 2	Liste der untersuchten Unternehmen
Anhang 3	Selbstständigkeitserklärung

Anhang 1: Codebuch

1 Zielsetzung

Das folgende Codebuch dient der Untersuchung der nichtfinanziellen Erklärung. Ziel ist es herauszufinden, in welchem Zusammenhang ausgewählte Faktoren mit einer freiwilligen Nachhaltigkeitsberichterstattung stehen. Die Stichprobe besteht aus 200 zufällig ausgewählten Unternehmen, die nach §§ 289b–289e HGB verpflichtet sind, jährlich eine nichtfinanzielle Erklärung zu veröffentlichen. Das entspricht ungefähr 37 Prozent der Grundgesamtheit. Dabei sollen nicht nur signifikante Zusammenhänge festgestellt werden, sondern auch deskriptive Informationen hinsichtlich der Häufigkeit vor dem Hintergrund verschiedener Unternehmensmerkmale gewonnen werden. Damit kann die Frage beantwortet werden, welche Determinanten entscheiden, ob deutsche berichtspflichtige Unternehmen umfangreicher Nachhaltigkeitsinformationen offenlegen als von ihnen gesetzlich verlangt wird.

2 Einheiten

2.1 Auswahleinheit

Inhaltsanalytisch untersucht wird primär die nichtfinanzielle Erklärung berichtspflichtiger deutscher Unternehmen nach §§ 289b–289e HGB für das Geschäftsjahr 2021. Da die Erklärung verschiedene Erscheinungsformen annehmen kann, muss bei der Auswahleinheit differenziert werden. Grundsätzlich handelt es sich bei der Auswahleinheit um den jährlichen Lagebericht, der in der Regel einen eigenen Abschnitt mit der nichtfinanziellen Erklärung enthält. Wird die nichtfinanzielle Erklärung nicht als Abschnitt im Lagebericht publiziert, sondern als gesonderter nichtfinanzieller Bericht, ist dies die Auswahleinheit. Die Stichprobenziehung erfolgte durch einen Zufallsgenerator. Hierbei wurden aus der Grundgesamtheit 200 berichtspflichtige Unternehmen gezogen.

2.2 Analyseeinheit

Bei der Analyseeinheit handelt es sich grundsätzlich um den Abschnitt der nichtfinanziellen Erklärung im Lagebericht. Wurde die Erklärung allerdings in Form eines gesonderten Berichts publiziert, gilt der gesamte Bericht als Analyseeinheit. Häufig enthalten die ersten Seiten einen Überblick mit zusammenfassenden Angaben. Diese können zur Codierung herangezogen werden. Fehlt eine solche Übersicht, so muss der gesamte Bericht analysiert werden.

3 Codieranweisungen

Die codierende Person schaut sich zunächst den Lagebericht des Unternehmens an und berücksichtigt den Abschnitt mit der nichtfinanziellen Erklärung. Dieser Abschnitt enthält entweder die nichtfinanzielle Erklärung oder verweist auf den gesonderten nichtfinanziellen Bericht. Sollte die Erklärung gesondert publiziert worden sein, können dem Lagebericht bereits die Daten zu den Kategorien K6, K7 und K8 entnommen werden (falls sie im nichtfinanziellen Bericht fehlen).

Hinsichtlich der inhaltlichen Kategorien wird zunächst das Vorwort bzw. die ersten Seiten der Erklärung bzw. des Berichts durchgelesen. Diese enthalten häufig bereits Angaben zu den verwendeten Rahmenwerken (K9) sowie über die zu berichtenden Belange (K10) und den Taxonomie-Angaben (K11). Falls zusammenfassende Informationen nicht zu Beginn stehen, können sie am Schluss stehen. Ist keine Zusammenfassung vorhanden, werden die Informationen eigenständig aus dem Bericht bzw. den jeweiligen Unterpunkten entnommen werden.

Nachdem die Codierung der Erklärung bzw. des Berichts abgeschlossen wurde, untersucht die codierende Person die Unternehmenswebsite hinsichtlich weiterer Publikationen (K12). Weitere nachhaltigkeitsbezogenen Publikationen finden sich in der Regel auf Unterseiten mit Bezeichnungen wie *Nachhaltigkeit*, *Verantwortung*, *ESG* oder *Investor Relations*.

5. Formale und inhaltliche Kategorien

5.1 Formale Kategorien

K1 Identifikationsnummer (ID_CODE)

Jeder Fall wird zur Identifikation mit einem Zahlencode codiert (01, 02, 03...) (Anhang 2).

K2 Mitarbeiterzahl (MA)

Erhoben wird die durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahrs beschäftigten Arbeitenden, wie sie im Lagebericht des Unternehmens (2021) angegeben wird. Handelt es sich um einen Mischkonzern, das in unterschiedlichen Branchen operiert, so wird die Branche des Geschäftsfeldes mit dem höchsten Umsatz erhoben.

K3 Branche (BR)

Codiert wird, in welcher Branche das Unternehmen tätig ist.

- (1) Finanzen und Versicherungen
- (2) Automobil
- (3) Handel und Konsum
- (4) Elektronik und Software
- (5) Chemie, Pharma, Bio- und Medizintechnik
- (6) Energie und Rohstoffe
- (7) Logistik
- (8) Telekommunikation
- (9) Industriegüter
- (10) Immobilien
- (11) Maschinen- und Anlagenbau
- (12) Sonstige

K4 Nachhaltigkeitsbericht vor CSR-Pflicht (HIST)

Codiert wird, ob das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht im Jahre 2016 publiziert hat.

- (0) nein
- (1) ja

K5 Kapitalmarktorientierung (TYP)

Codiert wird, ob es sich beim Unternehmen um eine kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaft nach § 264d handelt. Hierunter fallen Unternehmen mit den Rechtsformen AG, SE, KGaA und GmbH.

- (0) nein
- (1) ja

Inhaltliche Kategorien

K6 Vorstandsmitglieder (VST)

Codiert wird die absolute Zahl an Vorstandsmitgliedern, wie sie im Lagebericht oder dem gesonderten nichtfinanziellen Bericht angegeben wird.

K7 Frauen im Vorstand (FRAU)

Codiert wird der prozentuale Anteil an weiblich gelesenen Vorstandsmitgliedern am Gesamtvorstand, wie sie im Lagebericht oder dem gesonderten nichtfinanziellen Bericht angegeben wird.

$$\text{Frauenanteil} = \left(\frac{\text{Anzahl Frauen}}{\text{Vorstandsmitglieder}} \right) \times 100$$

K8 Ausländische Vorstandsmitglieder (AUSL)

Codiert wird der prozentuale Anteil an Vorstandsmitgliedern ohne deutsche Staatsangehörigkeit, wie sie im Lagebericht oder dem gesonderten nichtfinanziellen Bericht angegeben wird. Bei doppelter Staatsbürgerschaft wird das Vorstandsmitglied als deutsche Person betrachtet und folglich nicht erhoben.

$$\text{Ausländeranteil} = \left(\frac{\text{Anzahl ausländische Mitglieder}}{\text{Vorstandsmitglieder}} \right) \times 100$$

K9 Berichterstattungsrahmenwerke (RHMW)

Codiert wird Anzahl verwendeter Rahmenwerke in der nichtfinanziellen Erklärung bzw. im gesonderten nichtfinanziellen Bericht.

Werden keine Rahmenwerke verwendet, wird 0 codiert.

K10 Unwesentliche Belange (BLG)

Codiert wird die Anzahl der zusätzlich freiwillig angegebenen Belange, die nach dem Wesentlichkeitsgrundsatz als unwesentlich gelten und daher kein verpflichtender Bestandteil der nichtfinanziellen Erklärung für das jeweilige Unternehmen darstellen.

Werden keine zusätzlichen Belange angegeben, wird 0 codiert.

K11 Umweltziele (Taxonomie) (TAX)

Codiert wird die Anzahl der zusätzlich freiwillig angegebenen Umweltziele neben den bereits obligatorischen klimabezogenen Umweltzielen in der nichtfinanziellen Erklärung bzw. im gesonderten nichtfinanziellen Bericht.

Werden keine zusätzlichen Umweltziele angegeben, wird 0 codiert.

K12 Freiwilliger Publikationen (PUBL)

Codiert wird die Anzahl zusätzlich veröffentlichter Publikationen auf der Website, die keine nichtfinanzielle Erklärung bzw. kein gesonderter nichtfinanzieller Bericht sind. Hierunter fallen separate Nachhaltigkeitsberichte, ESG-Ratings, Emissionsinventare oder ähnliche Dokumente mit methodologischen Daten zur Quantifizierung von Emissionen.

Werden keine zusätzlichen Publikationen angegeben, wird 0 codiert.

**K13 Publikation enthält Angaben über gesetzliche Mindestanforderungen hinaus
(MIND)**

Codiert wird, ob die nichtfinanzielle Erklärung mindestens eine Angabe enthält, welche über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus geht. Entscheidend ist, ob mindestens eine Kategorie von K9 bis K12 die Ausprägung größer als 0 hat.

- 0) nein
- (1) ja

Anhang 2: Liste aller untersuchten Unternehmen

Zahlencode	Unternehmen
01	CENIT AG
02	Sachsen-Finanzgruppe KdöR
03	Volksbank Bielefeld-Gütersloh eG
04	Stuttgarter Lebensversicherung a.G.
05	Fresenius SE & Co. KGaA
06	Röhn-Klinikum AG
07	Sixt SE
08	TAG Immobilien AG
09	Württembergische Gemeinde-Versicherung a.G. VVaG
10	RIB Software AG
11	Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA
12	Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG
13	Kreissparkasse Steinfurt AÖR
14	STRATEC Biomedical AG
15	adesso AG
16	KUKA AG
17	Hamburger Hafen und Logistik AG
18	Freenet AG
19	Sparkasse Westholstein
20	Hannoversche Volksbank eG
21	GK Software AG
22	SIGNAL IDUNA VVaG
23	Degussa Bank AG
24	Kreissparkasse Ludwigsburg AÖR
25	Kreissparkasse Göppingen AÖR
26	1 & 1 AG
27	DMG Mori AG
28	HanseYachts AG
29	SÜDWESTBANK BAWAG AG
30	Sparkasse Aachen

31	Wacker Chemie AG
32	DekaBank Deutsche Girozentrale AÖR
33	RWE AG
34	HAWESKO Holding AG
35	Vossloh AG
36	Sparkasse Krefeld
37	Mainova AG
38	Sparkasse Hanau
39	Sparkasse Westholstein
40	Continental Sachversicherung AG
41	Deutsche Börse AG
42	Alte Leipziger Hallesche VVaG
43	Sparkasse Trier
44	Oldenburgische Landesbank AG AG
45	CompuGroup Medical SE
46	GOTHAER Versicherungsbank VVaG
47	Sparkasse Rhein Neckar Nord
48	Provinzial Rheinland Lebensversicherung AG
49	Norddeutsche Landesbank Girozentrale AÖR
50	Sparkasse Neuss
51	RATIONAL AG
52	Landesbank Berlin AG
53	Sparkasse Osnabrück
54	Sparkasse Regensburg
55	Bilfinger SE
56	Südwestdeutsche Salzwerke AG
57	AIXTRON SE
58	Landeskreditbank Baden-Württemberg AÖR
59	Sparkasse Schweinfurt-Haßberge
60	KRONES AG
61	Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen AÖR
62	Heidelberg Materials AG
63	Sparkasse Schwarzwald-Baar

64	Turbon AG
65	Union Krankenversicherung AG
66	Kreissparkasse Kaiserslautern AÖR
67	Kreissparkasse Reutlingen
68	BHS tabletop AG
69	Siemens AG
70	Siltronic AG
71	Deutsche Bank AG
72	Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling
73	Sparkasse Wetzlar
74	Amadeus Fire AG
75	VR Bank Main-Kinzig-Büdingen eG
76	Stadtsparkasse München
77	Sparkasse Niederbayern Mitte
78	A.S. Création Tapeten AG
79	Bechtle AG
80	MBB SE
81	MLP AG
82	WashTec AG
83	Grenke AG
84	PSI AG
85	Sparkasse Rhein-Haardt
86	Bremer Straßenbahn AG
87	STADA Arzneimittel AG
88	Nordex SE
89	EnBW Energie Baden-Württemberg AG
90	Rheinmetall AG
91	LANXESS AG
92	SV Sparkassenversicherung Holding AG
93	Sparkasse Allgäu
94	GELSENWASSER AG
95	Sparkasse Leer Wittmund
96	Adler Modemärkte AG

97	Sparda-Bank München eG
98	VR Bank Darmstadt-Süd Hessen eG
99	INTER Krankenversicherung aG VVaG,
100	Kreissparkasse Köln AÖR
101	Hornbach Baumarkt AG
102	Hella KGaA Hueck & Co.
103	Mainzer Volksbank eG
104	Uniper SE
105	Brenntag AG
106	SAP SE
107	LVM Landwirtschaftlicher Versicherungsverein Münster a.G.
108	AUDI AG
109	Sparkasse Coburg-Lichtenfels
110	Münchner Bank eG
111	Sparkasse Zollernalb
112	Volksbank Osterburg-Lüchow-Dannenberg eG
113	Dortmunder Volksbank eG
114	Barmenia
115	HUGO BOSS AG
116	INIT AG
117	Volksbank Pur eG
118	Stadtsparkasse Augsburg
119	TAKKT AG
120	Symrise AG
121	Vonovia SE
122	BGV-Versicherung Aktiengesellschaft AG
123	Sparkasse Duisburg
124	Evotec AG
125	Axel Springer SE
126	Deutsche Telekom AG
127	Deutsche Post AG
128	Gerresheimer AG
129	EWE AG

130	Volksbank Lahr eG
131	Ahlers AG
132	GFK SE
133	Stadtsparkasse Augsburg
134	PATRIZIA Immobilien AG
135	Bayerische Motoren Werke AG,
136	uniVersa Krankenversicherung a.G.
137	Klößner & Co SE
138	Cancom AG
139	Volksbank Lüneburger Heide eG
140	CEWE Stiftung & Co. KGaA
141	Weser-Elbe Sparkasse
142	Sparkassen Düren
143	FUCHS PETROLUB SE
144	Sparkasse Hildesheim Goslar Peine
145	Sparkasse Emsland
146	Förde Sparkasse
147	Sparda-Bank West eG
148	Bayerische Landesbank AÖR
149	Gigaset AG
150	K+S AG
151	Eifelhöhen-Klinik AG
152	New Work SE
153	Sparkasse Rhein-Nahe
154	MVV Energie AG
155	Stadt-,und Kreissparkasse Erlangen
156	Kreissparkasse Herzogtum Lauenburg AÖR
157	Sparkasse Südholstein,
158	Sparkasse Herford
159	Sparkasse Lüneburg
160	Sparkasse Regensburg
161	MATERNUS-Kliniken AG
162	Westdeutsche Landesbausparkasse AÖR

163	Sparkasse Heidelberg
164	Investitionsbank des Landes Brandenburg AÖR
165	GOTHAER Versicherungsbank VVaG
166	Sparkasse Bamberg
167	Stadt-Sparkasse Solingen
168	Sächsische Aufbaubank AÖR
169	Sparkasse Gifhorn-Wolfsburg
170	Bayer AG
171	Bijou Brigitte AG
172	Lopesan Invest AG
173	STO SE & Co. KGaA
174	Sparkasse Landshut
175	Sparkasse Herford
176	Sparkasse Paderborn-Detmold
177	Sparda-Bank Baden-Württemberg eG
178	ADVA Optical Networking SE
179	Leifheit AG
180	Villeroy & Boch AG
181	H&R AG
182	MTU Aero Engines AG
183	Kreissparkasse Böblingen AÖR
184	Volkswagen AG
185	Sparkasse Mülheim an der Ruhr
186	Hochtief AG
187	METRO AG
188	Jungheinrich AG
189	Talanx AG
190	Biotest AG
191	Stadtsparkasse Wuppertal
192	Puma SE
193	technotrans AG
194	Sparkasse Hannover
195	VR Bank Darmstadt-Südhessen eG

196	Software AG
197	Deutsche Wohnen AG
198	Sparkassen Schwaben-Bodensee
199	Aurubis AG
200	Continental AG

Anhang 3: Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, Paul Vista (Matrikelnummer: 1668662), dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Hilfsmittel als angegeben verwendet habe. Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Hannover, den 17. August 2023

Paul Vista