



Nachhaltige Lieferkette

# Als Zulieferer Nachhaltigkeitskommunikation proaktiv gestalten

**Hinweis:** Das vorliegende Arbeitsmaterial richtet sich primär an Betriebe, die als Zulieferer für Unternehmen tätig sind. Denn immer mehr Unternehmen sind gefordert, Dokumentations- und Berichtsanforderungen zu erfüllen, die nicht nur das eigene Unternehmen, sondern auch die Lieferkette betreffen. Kundenanfragen an Zulieferer nehmen daher stetig zu – beispielsweise zur Frage, ob eine Klimabilanz vorliegt oder ob der Zulieferer eine menschenrechtsbezogene Risikoanalyse durchgeführt hat. Das Arbeitsmaterial soll Unternehmen dabei unterstützen, einen Überblick über verschiedene kundenbezogene Informationsanforderungen und -formate zu erhalten und zu prüfen, ob im Unternehmen die Nachhaltigkeitskommunikation Schritt für Schritt in eine umfassendere Berichterstattung überführt werden kann.

## 1 Was ist in Bezug auf das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz zur Nachhaltigkeitskommunikation von Zulieferern zu beachten?

Das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) verpflichtet darin adressierte Unternehmen Informationen über die Erfüllung der Sorgfaltspflichten zu veröffentlichen. Aus Zulieferersicht ist zu erwarten, dass Kunden sich mit einem erhöhten Informationsbedarf an ihre unmittelbaren und ggf. auch mittelbaren Lieferanten wenden, um Informationen unter anderem über menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken oder Maßnahmen zu sammeln.

Informationen fließen in die vom Gesetz geforderte öffentliche Dokumentation und Berichterstattung über die Erfüllung der Sorgfaltspflichten ein (§ 10 Absatz 1 und 2 LkSG). Darüber hinaus können die von Zulieferern angefragten Informationen Kunden auch als Input für die vom Gesetz geforderten Risikoanalysen dienen oder in die Lieferantenbewertungen einfließen, z. B. um zu überprüfen, inwieweit der vom Kunden geforderte Verhaltenskodex eingehalten wird. Des Weiteren können potenzielle Neukunden Nachhaltigkeitsinformationen in ihre Lieferantenauswahl miteinbeziehen. Um Nachhaltigkeitsanforderungen von Kunden bestmöglich zu erfüllen und zu antizipieren, lohnt sich aus Lieferantensicht daher eine proaktive Nachhaltigkeitskommunikation und -berichterstattung.

Erstellt in Kooperation mit



## 2 Welche Vorteile ergeben sich für Zulieferer aus einer proaktiven Nachhaltigkeitskommunikation?

Nachhaltigkeitsbezogenen Kundenanfragen sind oftmals für kleine und mittlere Betriebe Anlass, um eine eigene Nachhaltigkeitsberichterstattung aufzubauen. Folgenden Vorteile ergeben sich:

- Informationen können systematisch gesammelt und aufbereitet werden, so dass sie eine **schnelle Auskunftsfähigkeit** ermöglichen.
- Eine Bündelung von Nachhaltigkeitsinformationen nutzt **Synergieeffekte** indem sie gleichzeitig verschiedene Anfragen unterschiedlicher Kunden und Anspruchsgruppen abdeckt.
- Die proaktive Nachhaltigkeitskommunikation schafft eine bessere Informationsgrundlage sowohl für das **betriebliche Risikomanagement** als auch dafür **sich von Wettbewerbern abzusetzen**.
- Neben Kunden werden gleichzeitig **weitere Anspruchsgruppen informiert** (z. B. eigene Mitarbeitende, potenzielle Bewerberinnen und Bewerber, die lokale Nachbarschaft, Konsumenten, Kreditinstitute, Investoren).
- Zudem ist davon auszugehen, dass die Offenlegungspflichten in Zukunft weiter steigen. So legte die Europäische Kommission beispielsweise am 21. April 2021 den Richtlinienvorschlag „Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)“ vor, mit dem deutlich mehr Unternehmen als bisher gesetzlich zur Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet werden sollen.
- Die systematische Erfassung von Nachhaltigkeitsdaten und -informationen **unterstützt** auch den **Aufbau eines Nachhaltigkeitsmanagements** im eigenen Unternehmen. Dadurch verbessert sich auch die Informationsgrundlage für Entscheidungen, die die **Zukunftsfähigkeit** des Unternehmens betreffen.

## 3 Welche Informationen werden von Kunden abgefragt?

Grundsätzlich können die abgefragten Nachhaltigkeitsinformationen ein weites Spektrum an sozialen, ökologischen sowie ökonomischen Themen umfassen. Gesetzlich geforderte Informationen bilden die Mindestanforderungen.

Kriterien zur sozialen Verantwortung können unter anderem den [Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation](#) oder den [zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen](#) entnommen werden. Im Bereich der ökologischen Verantwortung sind zentrale Anforderungen in den zertifizierbaren Umweltmanagementnormen [EMAS](#) und [ISO 14001](#) wiederzufinden. Eine themenübergreifende Orientierung können Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (z. B. der [Deutsche Nachhaltigkeitskodex](#), [Global Reporting Initiative](#)) bieten.

Der Informationsbedarf von Kunden kann sich auf den eigenen Geschäftsbereich des Zulieferers beziehen, aber auch auf die Lieferkette des Zulieferers. Zum Beispiel können vom LkSG adressierten Unternehmen ein Interesse daran haben, Nachhaltigkeitsinformationen über die gesamte Lieferkette zu erhalten, was für unmittelbare Zulieferer bedeutet, dass sie ihrerseits Informationen in der Lieferkette abfragen müssen.

## 4 Mithilfe welcher Formate werden Nachhaltigkeitsinformationen durch Kunden abgefragt?

Unternehmen können ein eigenes System zur Abfrage von Nachhaltigkeitsinformationen bei Lieferanten entwickeln. Dies können Fragebögen sein, welche an Zulieferbetriebe geschickt werden, oder eigens entwickelte Online-Plattformen, auf welchen Zulieferer gebeten werden, Informationen einzupflegen. Einige Unternehmen führen auch Interviews mit ihren Zulieferern zu Nachhaltigkeitsthemen durch.

Des Weiteren nutzen Unternehmen Plattformen spezialisierter Drittanbieter (wie z. B. Amfori-BSCI, Sedex, Ecovadis), auf welchen Nachhaltigkeitsinformationen von Zulieferbetrieben gesammelt werden. Zulieferbetriebe tragen dort ihre Nachhaltigkeitsinformationen ein, welche dann von einem oder mehreren Kunden, die die Plattform nutzen, eingesehen und für die Lieferantenbewertung genutzt werden können.

An die Selbstauskünfte, die durch Kunden selbst oder mittels Drittanbieter gesammelt werden, können sich weitere Maßnahmen wie beispielsweise Audits anschließen, die oftmals auch über Plattformen organisiert werden.

Als Unternehmen mit Lieferbeziehungen lohnt sich die Auseinandersetzung mit den verschiedenen Formaten und Plattformen. Wer den Überblick hat, kann im besten Fall Informationsanforderungen von Kunden bündeln.

## **5 Wer ist neben Großunternehmen an Nachhaltigkeitsinformationen interessiert?**

Neben Kundenunternehmen gibt es weitere Anspruchsgruppen, welche sich für die Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens interessieren, wie bspw. die lokale Nachbarschaft Ihres Unternehmenssitzes, Behörden (beispielsweise im Rahmen von Umweltverträglichkeitsprüfungen) und zunehmend auch Kreditinstitute und Investoren. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung kann sich auch an die eigenen Mitarbeitenden richten und einen positiven Beitrag zur Motivation und Bindung an das Unternehmen leisten. Dies gilt ebenso für potenzielle Bewerberinnen und Bewerber. Studien legen nahe, dass insbesondere für junge Bewerberinnen und Bewerber immer wichtiger wird, wie nachhaltig ihr potenzieller Arbeitgeber ist. Durch veröffentlichte Nachhaltigkeitsinformationen bspw. auf der Unternehmenswebseite kann sich Ihr Unternehmen entsprechend positionieren.

## **6 Wie können Nachhaltigkeitsinformationen kommuniziert werden?**

Je nach Ziel und Zweck bieten sich verschiedene Kanäle für die Kommunikation von Nachhaltigkeitsinformationen an. Möglichkeiten sind zum Beispiel:

- Gezielte Informationen auf Website veröffentlichen.
- Informationen im eigenen Newsletter, in Unternehmen- und Mitarbeiterblogs oder in soziale Medien teilen.
- Informationen auf Produktverpackungen platzieren.
- Broschüren für Anspruchsgruppen (Kunden, Investoren etc.) erstellen.
- Einen eigenständigen Nachhaltigkeitsbericht (im PDF-Format zum Download) anbieten.

## **7 Wie kann ich meine kundenbezogene Lieferketteninformationen gezielt zu einem Nachhaltigkeitsbericht ausbauen?**

Unternehmen, die eine eigene, proaktive und öffentliche Nachhaltigkeitsberichterstattung einführen möchten, hilft ein klarer Prozess, mithilfe dessen Nachhaltigkeitsinformationen über die Jahre weiter ausgebaut werden können. Ein etablierter Nachhaltigkeitsberichterstattungsprozess hilft,

- die Inhalte effektiv an internen und externen Informationsbedürfnissen auszurichten,
- effizient Aktualisierungen der Informationen durchzuführen und
- konsistente Zeitreihen für Indikatoren aufzubauen, um Fortschritte aufzuzeigen.

Faktisch hat ein Unternehmen, welches als Zulieferer Nachhaltigkeitsinformationen für Kunden bereithält, bereits zentrale Schritte hin zu einer eigenen Nachhaltigkeitsberichterstattung vollzogen und besitzt somit gute Grundlagen:

- **Welche Nachhaltigkeitsthemen sind relevant?** Der Austausch mit Kunden hilft zu verstehen, bei welchen Nachhaltigkeitsthemen das Unternehmen (als Zulieferer) in der Pflicht gesehen wird. Gleiches gilt für die intensive Befassung mit umwelt- und menschenrechtsbezogenen Risiken im eigenen Unternehmen und in der Lieferkette.
- **Prozesse und Daten:** Informationsanforderungen von Kunden zu erfüllen, sei es in Form von Selbstauskünften, über Plattformen oder im Rahmen von Audits, erfordert den Aufbau von Prozessen zur Erhebung von Nachhaltigkeitsdaten und ggf. auch die Etablierung von Kennzahlen. Diese Prozesse können im Sinne einer eigenen, umfassenderen Nachhaltigkeitsberichterstattung ausgebaut werden.
- **Wissensaufbau und Organisation im Unternehmen:** Mitarbeitende, die Nachhaltigkeitsanforderungen von Kunden bearbeiten, kennen in der Regel bereits die einschlägigen Nachhaltigkeitsthemen in der Branche. Beispielsweise ist ihnen bekannt, welche Informationen beim Thema „Klimaschutz“ gefordert sind oder welche Informationen im Umgang mit sogenannten „Konfliktmineralien“ offengelegt werden müssen. Dieses Wissen kann gezielt im Unternehmen verbreitet und erweitert werden.

## 8 Ist die Nachhaltigkeitsberichterstattung nach einem Standard für kleine Unternehmen sinnvoll?

Insbesondere bei knappen Kapazitäten im Unternehmen helfen Nachhaltigkeitsberichtsstandards wie der Deutsche Nachhaltigkeitskodex oder die Global Reporting Initiative zu verstehen, welche Nachhaltigkeitsinformationen zu verschiedenen Themen für Anspruchsgruppen von Interesse sind.

Mithin bietet es sich an, einen Standard nicht vollumfänglich anzuwenden, jedoch als Orientierung zu den Themen miteinzubeziehen, über die man berichten möchte. Des Weiteren können diese Standards eine Inspiration für Leistungsindikatoren bieten, wenn neue Nachhaltigkeitsthemen im eigenen Unternehmen angegangen werden.

Bitte beachten Sie auch, dass die Europäische Kommission aktuell eigene Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen entwickelt.

## 9 Wie wählt man einen passenden Standard aus?

Für die Auswahl eines passenden Berichterstattungsstandards sollte sich ein Unternehmen die folgenden Fragen stellen:

- Welche Anspruchsgruppen sollen mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung angesprochen werden?
- Ist ein nationaler oder internationaler Standard passender für die eigenen Anspruchsgruppen und das eigene Unternehmen?
- In welchem Umfang besitzt der Standard das Potenzial, Hilfestellung zur Erfüllung gesetzlicher Berichtspflichten zu bieten?
- Wie wichtig ist eine Vergleichbarkeit, die durch Kennzahlen erzielt werden kann?

Als Entscheidungshilfe können die folgenden Kriterien angewendet werden:

- Welche Anspruchsgruppe(n) besonders angesprochen werden: Standards, die auf alle Anspruchsgruppen zielen, legen typischerweise ein Hauptaugenmerk darauf, welche Auswirkungen das Unternehmen auf die Umwelt und auf Menschen hat. Standards, die auf Investoren zielen, legen typischerweise ein Hauptaugenmerk darauf, wie Nachhaltigkeitsaspekte den Unternehmenswert und -erfolg beeinflussen.
- Welches Themenspektrum abgedeckt wird: Werden gesetzliche oder von Stakeholdern geforderte Themenbereiche abgedeckt?
- Inwieweit der Standard branchenspezifisch oder länderspezifisch ist oder eine darüber hinausgehende Vergleichbarkeit erlauben soll.
- Ob der Standard eine Vergleichbarkeit und eine externe Überprüfung der Berichtsinhalte zulässt. Dies ist vor allem der Fall, wenn Berichtsrahmen spezifische Indikatoren anbieten.

## 10 Welche Standards gibt es?

Es gibt diverse Standards oder Berichtsrahmen, welche darauf abzielen, dass Unternehmen ein hohes Maß an Transparenz erreichen, so dass sich Anspruchsgruppen anhand dieser Informationen ein schlüssiges Bild zur Nachhaltigkeit im Unternehmen machen können. Die Standards zielen des Weiteren darauf ab, Vergleichbarkeit zu ermöglichen: über Zeitreihen hinweg als auch Vergleichbarkeit zwischen Unternehmen. Ferner können Standards eine externe Überprüfung der Informationen zu ermöglichen, wie dies von der Finanzberichterstattung bekannt ist.

Der weltweit bekannteste Standard stammt von der gemeinnützigen Multi-Stakeholder-Initiative **Global Reporting Initiative** (GRI). Die überwiegende Anzahl an Nachhaltigkeitsberichten in Deutschland, aber auch in anderen Ländern bezieht sich auf die GRI. Vor allem kleinere Unternehmen oder Firmen in Deutschland mit einer kurzen Wertschöpfungskette oder sehr kleinem Budget wählen den **Deutschen Nachhaltigkeitskodex** (DNK), da dieser weniger komplexe Kennzahlen erfordert.

Weitere Informationen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung für kleinere Unternehmen stehen auf der [Webseite des Umwelt- und Klimapaktes Bayern](#) zur Verfügung.



Industrie- und Handelskammern  
in Bayern

Dieses Dokument ist Teil des Bausteins „Nachhaltige Lieferkette“ des „Online-Tools Nachhaltigkeitsmanagement für KMU“. Die Arbeitsmaterialien wurden im Rahmen des Umwelt- und Klimapakts Bayern in Kooperation mit dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag e. V. (BIHK) erstellt.

---

### Impressum:

#### Herausgeber:

Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU)  
Bürgermeister-Ulrich-Straße 160  
86179 Augsburg  
Telefon: 0821 9071-0  
E-Mail: [poststelle@lfu.bayern.de](mailto:poststelle@lfu.bayern.de)  
Internet: [www.lfu.bayern.de](http://www.lfu.bayern.de)

#### Bearbeitung:

adelphi consult GmbH  
Alt-Moabit 91  
10559 Berlin

#### Redaktion:

LfU, Infozentrum UmweltWirtschaft (IZU)  
Internet: [www.izu.bayern.de](http://www.izu.bayern.de)

#### Stand:

April 2022

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die publizistische Verwertung der Veröffentlichung – auch von Teilen – wird jedoch ausdrücklich begrüßt. Bitte nehmen Sie Kontakt mit dem Herausgeber auf, der Sie – wenn möglich – mit digitalen Daten der Inhalte und bei der Beschaffung der Wiedergaberechte unterstützt.

Diese Publikation wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden. Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 12 22 20 oder per E-Mail unter [direkt@bayern.de](mailto:direkt@bayern.de) erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.