

Scheufen, Tim

Article

Auswirkung der europäischen CSR-Richtlinie (2014/95/EU) auf die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung – Eine empirische Untersuchung deutscher börsennotierter Unternehmen

Junior Management Science (JUMS)

Provided in Cooperation with:

Junior Management Science e. V.

Suggested Citation: Scheufen, Tim (2022) : Auswirkung der europäischen CSR-Richtlinie (2014/95/EU) auf die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung – Eine empirische Untersuchung deutscher börsennotierter Unternehmen, Junior Management Science (JUMS), ISSN 2942-1861, Junior Management Science e. V., Planegg, Vol. 7, Iss. 3, pp. 604-642, <https://doi.org/10.5282/jums/v7i3pp604-642>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/294997>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Effects of the European CSR Directive (2014/95/EU) on the Credibility of Sustainability Reporting – An Empirical Study of German Listed Companies

Auswirkung der europäischen CSR-Richtlinie (2014/95/EU) auf die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung – Eine empirische Untersuchung deutscher börsennotierter Unternehmen

Tim Scheufen

Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen

Abstract

The European Union has implemented the CSR Directive 2014/95/EU with the aim to improve sustainability reporting in order to increase the trust of different stakeholders. There is evidence in the literature that stakeholders distrust the sustainability reporting of companies. The lack of credibility may lead to a loss legitimacy or acceptance in society. Accordingly, the master thesis raises the research question whether the implemented CSR directive has increased credibility in the sustainability reporting. To answer the research question the credibility of the sustainability reporting is quantified before and after the implementation of the CSR directive in a German sample (MDAX). Credibility is measured by a credibility index which consists of the following three dimensions: (1) Truth, (2) sincerity and (3) appropriateness & understandability. The results show a statistically significant increase in the dimensions of truth and sincerity after the introduction of the CSR directive. Therefore, the master thesis delivers empirical evidence for the effectiveness of the implemented CSR directive in the context of credibility.

Zusammenfassung

Die Europäische Union hat die CSR-Richtlinie 2014/95/EU auf den Weg gebracht, um die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu verbessern und damit das Vertrauen der Stakeholder zu stärken. Die bestehende Literatur weist darauf hin, dass zahlreiche Stakeholder der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen mit Misstrauen gegenüberstehen. Die fehlende Glaubwürdigkeit führt dazu, dass das Unternehmen seine Legitimität bzw. Akzeptanz in der Gesellschaft verliert. Aus diesem Grund untersucht die Masterarbeit, ob die implementierte CSR-Richtlinie die Glaubwürdigkeit in der Nachhaltigkeitsberichterstattung erhöht hat. Diese Fragestellung wird anhand einer deutschen Stichprobe untersucht (MDAX). Hierfür wird die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung vor und nach der Einführung der CSR-Richtlinie quantifiziert. Die Messung der Glaubwürdigkeit erfolgt mit Hilfe eines Glaubwürdigkeitsindex, welcher aus den folgenden drei Dimensionen besteht: (1) Wahrheit, (2) Wahrhaftigkeit sowie (3) Angemessenheit & Verständlichkeit. Die Ergebnisse zeigen einen statistisch signifikanten Anstieg der Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit nach der Einführung der CSR-Richtlinie, was für die Wirksamkeit der durchgeführten CSR-Richtlinie hinsichtlich der Glaubwürdigkeit spricht.

Keywords: CSR-Richtlinie 2014/95/EU; Glaubwürdigkeit; Nachhaltigkeitsberichterstattung; MDAX.

1. Einleitung

Das Bedürfnis der Stakeholder¹, über nachhaltigkeitsbezogene Inhalte informiert werden zu wollen, ist in den letzten

Jahren sukzessive gewachsen (Daub, 2010, S. 30). Folglich wird die traditionelle Finanzberichterstattung oftmals durch eine gesonderte Nachhaltigkeitsberichterstattung (NBE) ergänzt (Frias-Aceituno, Rodríguez-Ariza & García-Sánchez, 2013, S. 45). Obwohl stetig mehr nichtfinanzielle Informationen (NFI) von Unternehmen publiziert werden, konnte das Misstrauen der Stakeholder in die NBE nicht beseitigt werden. Wider der Erwartung stieg das Misstrauen sogar

¹Grundsätzlich wird im Rahmen der Masterarbeit bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Dies erfolgt aus dem Grund der besseren Lesbarkeit und impliziert keinerlei Wertung. Im Sinne der Gleichbehandlung werden grundsätzlich alle Geschlechter angesprochen.

(Spelthahn, Fuchs & Demele, 2009, S. 61; Waddock & Goggins, 2011, S. 25). Die Skepsis der Stakeholder artikuliert sich bspw. wie folgt: „Corporate social responsibility? Isn't that an oxymoron?“, „Corporate social responsibility, that's just windowdressing“ oder „That's just greenwashing.“ (Waddock & Goggins, 2011, S. 27) Im Werbefilm des Energiekonzerns RWE streift im Jahre 2009 der grüne Riese durch die idyllische Natur und „pflanzte“ fröhlich Wind- sowie Wasserkraftanlagen. Zu dieser Zeit lag der Anteil erneuerbarer Energien im Energiemix von RWE bei 2 % (Bentle & Nothhaft, 2011, S. 45-46). Durch solche unglaublichen Werbebotschaften fühlen sich Stakeholder darin bestärkt, dass Unternehmen die Kommunikation über Nachhaltigkeit nur zum Zwecke von wirtschaftlichen Interessen nutzen (Spelthahn et al., 2009, S. 61-62). Dabei sollte es im Interesse des Unternehmens sein, als glaubwürdig von seinen Stakeholdern wahrgenommen zu werden. Eine als glaubwürdig wahrgenommene NBE führt dazu, dass einem Unternehmen Legitimität zugesprochen wird (Lock, 2016, S. 416-417). Ein gesellschaftlich legitimes Unternehmen zu sein, bietet Vorteile, wie z.B. geringere Finanzierungskosten, bessere Bewerberpools, den Aufbau von Reputation, u.v.m. (M. Fifka, 2014, S. 11-12; Sandhu, 2012, S. 167). In Folge mangelnder Legitimation durch die Stakeholder kann ein Unternehmen schlimmstenfalls gar boykottiert werden, in die öffentliche Kritik geraten oder rechtliche Konsequenzen auslösen (Spelthahn et al., 2009, S. 62). Das Hervorbringen einer glaubwürdigen NBE kann als zentrales Instrumentarium angesehen werden, gesellschaftliche Akzeptanz bzw. Legitimität zu generieren (Lock, 2016, S. 416-417).

Die zunehmende Relevanz der NFI für Stakeholder führte in den letzten Jahren dazu, dass weltweit zunehmend regulatorische Maßnahmen von politischer Seite getroffen wurden, um die Transparenz publizierter Inhalte im Kontext der Nachhaltigkeit zu erhöhen (Carrots & Sticks, 2016, S. 9; Gulenko, 2018, S. 3). Ebenso führte die Europäische Union (EU) die CSR-Richtlinie 2014/95/EU (CSR-RL) ein, wonach die europäischen Mitgliedsstaaten verpflichtet wurden, strengere Vorschriften in der NBE zu berücksichtigen (EU, 2014b, S. 1-9). Die Europäische Kommission verspricht sich u.a. Folgendes von der Einführung der CSR-RL:

„Each individual company disclosing transparent information on social and environmental matters will realise significant benefits over time, including [...] better relations with consumers and stakeholders. Investors and lenders will benefit from a more informed and efficient investment decision process.“ (EU, 2014a)

Faktisch mangelt es der EU an empirischer Evidenz aus der Forschung, welche untersucht, ob das angestrebte Ziel, das Verhältnis zwischen Unternehmen und Stakeholdern zu verbessern, erreicht werden konnte (Maas & Sampers, 2020, S. 266). Des Weiteren existieren in der Literatur ambivalente Ergebnisse hinsichtlich der Frage, ob eine verpflichtende NBE die Glaubwürdigkeit erhöht (Gulenko, 2018, S. 11). Aus diesem Grund wirft die Masterarbeit folgende Forschungsfrage

auf: Welche Auswirkungen hat die CSR-RL auf die Glaubwürdigkeit der NBE?

Um das Forschungsvorhaben umzusetzen, wurde folgende inhaltliche Strukturierung vorgenommen: Zunächst erfolgt eine inhaltliche Abgrenzung des Terminus Glaubwürdigkeit. Nachdem über das Drei-Säulen-Modell typische Inhalte der NBE herausgearbeitet werden, wird die Bedeutung der Legitimität für ein Unternehmen beschrieben. Hierbei wird auf die Umwelt eines Unternehmens, das Vier-Stufen-Pyramiden-Modell sowie die Legitimitätstheorie eingegangen. Danach erfolgt eine Erläuterung jener Indikatoren, die gemäß der aktuellen Forschung für eine glaubwürdige NBE stehen. Anschließend wird jeweils dem regulatorischen Hintergrund, dem aktuellen Forschungsstand sowie der Hypothesenherleitung ein Kapitel gewidmet. Aus der Theorie und der Empirie leitet sich die Hypothese ab, dass die CSR-RL zu einer glaubwürdigeren NBE führt. Der Forschungsgegenstand wird mit Hilfe einer Inhaltsanalyse als Forschungsmethodik untersucht. Um die Glaubwürdigkeit der NBE zu messen, nutzt die Masterarbeit einen bereits bestehenden Glaubwürdigkeitsindex. Der verwendete Glaubwürdigkeitsindex besteht aus den drei Dimensionen: Wahrheit, Wahrhaftigkeit und Angemessenheit & Verständlichkeit (Mazzotta, Bronzetti & Veltri, 2020, S. 1907). Diese leiten sich aus der Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas ab (Habermas, 2002). Bei der betrachteten Stichprobe handelt es sich um die Unternehmen des MDAX. Die Implementierung der CSR-RL durch den deutschen Gesetzgeber erfolgte in dem sog. CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG). Die Anwendung der Berichtspflicht trat für deutsche Unternehmen erstmalig für Geschäftsjahre, die nach dem 31.12.2016 beginnen, ein (DNK, 2018, S. 6). Dies ermöglicht eine Ex-Post-Evaluation der Glaubwürdigkeit in der NBE vor und nach der Einführung des Gesetzes. In der Literatur wurden Einflussgrößen ermittelt, die einen Einfluss auf die Glaubwürdigkeit der NBE ausüben können (Ali, Frynas & Mahmood, 2017, S. 276-287; Dienes, Sassen & Fischer, 2016, S. 167). Für diese möglichen Störeinflüsse wird mittels einer multiplen linearen Regressionsanalyse kontrolliert. Die Veränderung der Glaubwürdigkeit wird mit Hilfe von deskriptiver und induktiver Statistik ausgewertet. Ein Fazit fasst die Kernergebnisse am Ende nochmals zusammen.

2. Glaubwürdigkeit in der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Nachdem die begrifflichen Grundlagen, wie z.B. Glaubwürdigkeit oder NFI, erläutert werden, wird danach auf die Beziehung eines Unternehmens mit seiner Umwelt ausführlich eingegangen. Die Rolle der Legitimität wird hierbei in den Vordergrund gestellt. Nachdem eine glaubwürdige NBE als Voraussetzung für Legitimität identifiziert wird, beschäftigt sich das letzte Unterkapitel mit Indikatoren für eine glaubwürdige NBE, die bislang in der Forschung festgestellt werden konnten.

2.1. Definitorische Abgrenzung der Glaubwürdigkeit

Es gibt aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht immer einen Kommunikator, der eine Botschaft an einen oder mehrere Informationsempfänger (Rezipienten) übermittelt (Spelthahn et al., 2009, S. 62). Die Frage, ob eine Botschaft als glaubwürdig einzustufen ist oder nicht, stellt sich immer dann, wenn eine gewisse Unsicherheit über den Wahrheitsgehalt einer Botschaft besteht. Eine kommunikationszentrierte Betrachtungsweise impliziert, dass eine Botschaft schon dann als glaubwürdig einzustufen ist, wenn der Kommunikator die Botschaft als zutreffend erachtet und keine Täuschungsabsicht vorliegt (Köhnken, 1990, S. 4). Die rezipientenzentrierte Perspektive geht hingegen davon aus, dass Glaubwürdigkeit eine Eigenschaft ist, die ausschließlich vom Rezipienten der Kommunikationsquelle zugesprochen werden kann (Eisend, 2003, S. 39). Im Rahmen der Masterarbeit ist die rezipientenzentrierte Betrachtungsweise relevant, da die Eigenschaft einer glaubwürdigen Kommunikation nur durch die Stakeholder als Rezipienten bewertet werden kann. Die Zu- oder Absprache von Glaubwürdigkeit ist das Resultat dieser Evaluation.

In der Alltagssprache werden die Begriffe Glaubwürdigkeit und Vertrauen meist synonym verwendet. Dabei weisen beide Begriffe einen unterschiedlichen Zeit- und Objektbezug auf. Vertrauen ist auf die Zukunft und eher auf Objekte gerichtet. Zum Beispiel wird einem Flugzeug Vertrauen geschenkt, in dem man hofft, sicher zu reisen. Glaubwürdigkeit ist hingegen gegenwarts- bzw. vergangenheitsorientiert und wird Subjekten zu- bzw. abgesprochen (Spelthahn et al., 2009, S. 63). Im Kontext der NBE können die Begriffe Glaubwürdigkeit und Vertrauen wie folgt abgegrenzt werden: Bei der Evaluation der NBE durch die Stakeholder ist die Glaubwürdigkeit betroffen, da es sich um eine Bewertung von vergangenheitsorientierten Inhalten handelt. Hingegen vertrauen die Stakeholder dem Unternehmen dahingehend, dass bspw. definierte Nachhaltigkeitsziele zukünftig tatsächlich umgesetzt werden.

2.2. Das Instrumentarium der Nachhaltigkeitsberichterstattung

1987 entwickelte die Sachverständigenkommission der Vereinten Nationen unter der Leitung der norwegischen Ministerpräsidentin Gro Harlem Brundtland eine Definition für eine nachhaltige Entwicklung: Eine nachhaltige Entwicklung „[...] meets the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own needs.“ (Brundtland, 1987, S. 15) Die Definition bezieht sich vor allem auf die intra- und die intergenerationale Gerechtigkeit. Dieses normative Leitbild schreibt vor, dass bestimmte Menschen nicht auf Kosten anderer Menschen in anderen Regionen oder künftiger Generationen leben sollen (Kropp, 2018, S. 5). Bis heute entwickelt sich das Verständnis, was Nachhaltigkeit in verschiedenen Kontexten bedeutet, kontinuierlich weiter (Moore, Mascarenhas, Bain & Straus, 2017, S. 5). Dennoch kann die Brundtland-Definition als Minimalkonsens

beurteilt werden, wie das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung zu verstehen ist. Eine nachhaltige Entwicklung entspricht einem dynamischen Prozess, wobei der Begriff der Nachhaltigkeit als angestrebtes Ziel anzusehen ist (Kropp, 2018, S. 6). Im Drei-Säulen-Modell (Abb. 1) wird die Nachhaltigkeit als „Dach“ dargestellt, welches auf drei „Säulen“ steht. Die Säulen Soziales, Wirtschaft und Umwelt stehen gleichberechtigt nebeneinander (Kropp, 2018, S. 11). Demnach trägt bspw. die Gewinnmaximierung nur zur Nachhaltigkeit bei, wenn sie sowohl umwelt- als auch sozialverträglich ist (Elkington, 1997, S. 49). Grundsätzlich tragen alle Individuen und Organisationen, wie z.B. Unternehmen, Staaten, private Haushalte etc., die Verantwortung, das Ziel der Nachhaltigkeit voranzutreiben (Kropp, 2018, S. 17-22). Der privatwirtschaftliche Sektor und insbesondere multinationale Konzerne werden als wesentliche Akteure angesehen, die eine besonders große Wirkung erzielen können. Dies wird bspw. mit der Finanzstärke und dem vorhandenen Humankapital begründet (Berrone et al., 2019, S. 16).

Während die finanzielle Publizitätspflicht bereits ihren Ursprung im 13. Jahrhundert in europäischen Städten hatte (Merkt, 2001, S. 31-22), handelt es sich bei der NBE um eine Praxis, welche in Westeuropa erst in den 1970er aufkam (M. Fifka, 2014, S. 3). Der gesellschaftliche Druck über ökologische und soziale Themen zu berichten, ist seit dem ständig gewachsen, sodass die Unternehmen die NBE als Kommunikationsmedium verwenden, um über nachhaltigkeitsbezogene Themen zu berichten (Daub, 2010, S. 30).

Die NBE befasst sich thematisch mit den drei Säulen Soziales, Umwelt sowie Wirtschaft (M. Fifka, 2014, S. 4). In Tabelle 1 sind beispielhaft Themen dargestellt, auf die sich die NBE beziehen kann (GRI, 2016). Darüber hinaus zählen auch Informationen über die Unternehmensführung (Corporate Governance) sowie das Ethik-Management zu möglichen Themenbereichen der NBE. Die Unternehmensführung beschäftigt sich mit den Leitungs- und Kontrollstrukturen, während sich das Ethik-Management mit der Erstellung eines Code of Conducts befasst (M. Fifka, 2014, S. 5). Im Rahmen der Masterarbeit beschränkt sich die NBE analog zu anderen wissenschaftlichen Artikeln auf die Säulen Soziales und Umwelt sowie die Unternehmensführung. Der Begriff der nichtfinanziellen Informationen (NFI) umfasst ausschließlich diese Themenbereiche (z.B. Dumay, Frost & Beck, 2015, S. 2).

Die NBE kann entweder in den Lagebericht integriert werden oder aber das Unternehmen entscheidet sich dafür, über NFI in einem gesonderten Bericht zu informieren. Sofern ein gesonderter Bericht erstellt wird, kann es zu Schnittmengen zwischen dem Lagebericht und dem gesonderten Bericht kommen. Demnach berichtet ein Unternehmen u.U. sowohl über Emissionen, Energieverbrauch, Fluktuation der Mitarbeiter, etc. im Lagebericht als auch in dem gesonderten Bericht (Lackmann, 2010, S. 32). Für einen gesonderten Bericht haben sich in der Praxis verschiedene Bezeichnungen entwickelt. Die Bezeichnungen CSR Report bzw. Nachhaltigkeitsbericht (Sustainability Report) haben sich jedoch weitestgehend durchgesetzt (M. Fifka, 2014, S. 3-4). In der Empirie zeigte sich kein signifikanter Unterschied zwischen den In-

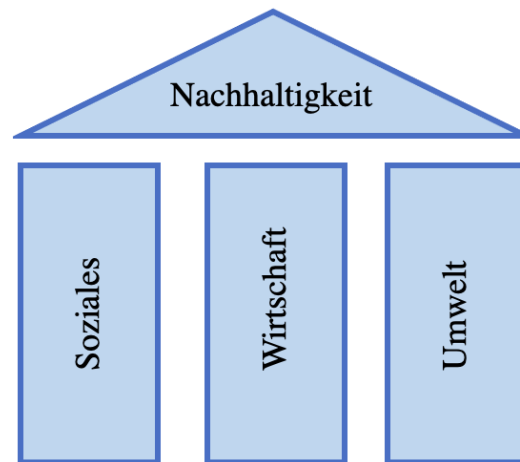


Abbildung 1: Drei-Säulen-Modell (in Anlehnung an Pufé, 2017, S. 110)

Tabelle 1: Mögliche Themen der NBE (eigene Darstellung)

Soziales	Wirtschaft	Umwelt
Einhaltung der Menschenrechte	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Emissionsreduktion und Klimaschutz
Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Belegschaft	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	Ressourcen- und Energieeffizienz
Diversität und die Gleichstellung von Mann und Frau	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Abfallmanagement und Recycling
Sicherstellung sozialer Standards in der Lieferkette	Maßnahmen zur Korruptionsbekämpfung	Sicherstellung einer ökologischen Lieferkette

halten mit den verschiedenen Namensgebungen (M. Fifka, 2014, S. 3; M. S. Fifka & Drabble, 2012, S. 468-470).

2.3. Die Bedeutung der Legitimität für ein Unternehmen

Nach der Erläuterung, was ein Stakeholder überhaupt ist und wie ein typisches Stakeholder Netzwerk eines Unternehmens aussieht, wird im Anschluss auf die Legitimitätstheorie sowie auf den Zusammenhang zwischen Glaubwürdigkeit und Legitimität in der NBE eingegangen.

2.3.1. Interne und externe Stakeholder

Ein Stakeholder ist definiert als „any individual or group affect or is affected by the actions, decision, policies ,practices, or goals of the organization.“ (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 66) In Abbildung 2 sind ausgewählte Anspruchsgruppen dargestellt, die ein Unternehmen haben kann.

Alle Stakeholder bzw. Anspruchsgruppen haben gemeinsam, dass sie ein berechtigtes Interesse („Stake“) an einer Organisation besitzen (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 65). Zu unterscheiden sind sog. primäre (interne) und sekundäre (externe) Stakeholder. Primäre Stakeholder (z.B. Aktionäre, Arbeitnehmerschaft, Lieferanten) haben im Gegensatz zum sekundären Stakeholder (z.B. NGOs, Medien, Konkurrenzunternehmen) einen unmittelbaren Einfluss auf das Unternehmen und bestimmen den Erfolg maßgeblich. Ein Unterneh-

men operiert folglich in einer komplexen Umwelt, die aus diversen Anspruchsgruppen bestehen kann (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 68). Zudem wird in der Literatur zwischen drei verschiedenen „Stakes“ unterschieden, die im Folgenden im Kontext eines Unternehmens erläutert werden: Das erste „Stake“ bezieht sich auf rechtlich durchsetzbare Ansprüche. Zum Beispiel gibt es Eigentümer, die Anteile an einem Unternehmen halten und die damit verbundenen Rechte besitzen (z.B. Ausschüttung des Residualgewinns in Form von Dividenden, Stimmrecht, etc.). Ferner kann ein anderes im Gesetz verankertes Recht bestehen, einen bestimmten Anspruch, wie z.B. den gesetzlichen Mindestlohn, durchzusetzen (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 65). Ebenso existiert ein „Stake“ in Form eines moralischen Rechts, sodass bspw. distributionale- und prozedurale Gerechtigkeit in einem Unternehmen eingefordert werden kann (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 65). Das letztes „Stake“ beschreibt ein berechtigtes Interesse, welches ein Stakeholder haben kann, da er in bestimmter Art und Weise durch die Entscheidungen eines Unternehmens tangiert wird. Dies ist z.B. der Fall, wenn ein Unternehmen schädliche Stoffe emittiert, welche für die umliegende Bevölkerung gesundheitsgefährdend sind (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 65).



Abbildung 2: Mögliche Stakeholder eines Unternehmens (eigene Darstellung)

2.3.2. Die Vier-Stufen-Pyramide

Der populäre US-Ökonom und Wirtschaftsnobelpreisträger Milton Friedman äußerte sich 1962 wie folgt zur unternehmerischen Verantwortung: „[In a free society] ... there is one and only one social responsibility of business – to use its resources and engage in activities designed to increase its profits.” (Friedman, 2007, S. 178) Dieses Zitat verdeutlicht, dass die Eigentümer einer Unternehmung und die Gewinnmaximierung nach Friedman im Vordergrund stehen (Ferrero, Michael Hoffman & McNulty, 2014, S. 39-43). Demgegenüber existiert die Idee der unternehmerischen Verantwortung, welche im Englischen unter dem Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) bekannt ist. Demnach trägt ein Unternehmen sehr wohl eine Verantwortung für die Gesellschaft (Carroll, Lipartito, Post & Werhane, 2012, S. 31-376). In Abbildung 3 ist die Vier-Stufen-Pyramide dargestellt (Carroll, 1979, 1991):

Nach Carroll (1979, S. 500) wird CSR wie folgt definiert: „The social responsibility encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary [philanthropic] expectations that society has of organizations at a given point in time.” Das Fundament stellt die ökonomische Verantwortung dar, das den künftigen Fortbestand eines Unternehmens sichert (Carroll, 2016, S. 3). Die rechtliche Verantwortung fordert die Einhaltung von Gesetzen, welche eine kodifizierte Erwartungshaltung der Gesellschaft darstellt (Carroll, 2016, S. 3-4). Neben expliziten Gesetzen erwartet die Gesellschaft jedoch ebenfalls die Beachtung impliziter ethischer Normen, die nicht im Gesetz verankert sind, allerdings trotzdem berücksichtigt werden sollten (Carroll, 2016, S. 4). Um die rechtliche und ethische Verantwortung zu differenzieren, dient folgendes Beispiel: Für multinationale Konzerne ist es legal, Steuerumgehungsstrategien zu nutzen. Allerdings stellt sich die Frage, ob es als ethisch vertretbar anzusehen ist,

dass die relevanten Länder, in denen der Absatz erzielt wird, nicht von den Steuern in Form von Gemeinwohlinvestitionen profitieren sollten (Walden & Depping, 2015, S. 218-219). Die philanthropische Verantwortung inkludiert alle Aktivitäten, die von den vorausgegangenen Verantwortungsbereichen nicht einbezogen werden (Carroll, 2016, S. 4). Dieser Verantwortungsbereich ist mit dem Corporate Citizenship („The Art of Giving Back to the Community“) gleichzusetzen. Hier sind vor allem das Corporate Giving (z.B. Geld- oder Sachspenden), Corporate Foundations (z.B. Unternehmensstiftungen) oder auch das Corporate Volunteering (z.B. Freistellung von Mitarbeitenden für ehrenamtliche Tätigkeiten) zu nennen (Loew, Ankele, Braun & Clausen, 2004, S. 53). Die Darstellung in Form einer Pyramide verdeutlicht, dass ein Unternehmen zu aller erst wirtschaftlich rentabel und gesetzeskonform agieren muss, bevor es ethische oder philanthropische Aspekte implementieren kann. Der ethische Verantwortungsbereich wird von der Gesellschaft erwartet und der philanthropische Verantwortungsbereich wird sukzessive für Stakeholder wichtiger (Carroll, 2016, S. 4).

2.3.3. Legitimitätstheorie

Ein Unternehmen besitzt nicht naturgegeben und uneingeschränkt das Recht wirtschaftlich aktiv zu sein. Viel mehr benötigt es von seiner Umwelt bzw. seinen Stakeholdern Legitimation bzw. die sog. „License to Operate“ (Demuijnck & Fasterling, 2016, S. 677-679). Folgende Definition fasst zusammen, was der Begriff Legitimität bedeutet:

„Legitimität ist eine verallgemeinerte Wahrnehmung oder Annahme, dass die Handlungen eines sozialen Gebildes innerhalb eines sozial konstruierten Systems von Normen, Werten, Glaubensannahmen und Definitionen als erstrebenswert,



Abbildung 3: Vier-Stufen-Pyramide (in Anlehnung an Carroll, 2016, S. 5)

zweckmäßig oder angemessen gelten.“ (Sandhu, 2012, S. 165)

Ein Unternehmen kann als legitim oder illegitim von seiner Umwelt angesehen werden. Die Zuschreibung von Legitimität erfolgt nicht durch einzelne Individuen, sondern dies geschieht nur durch soziale Gruppen mit gleichen Normen, Werten, Glaubensannahmen und Definitionen (Berger & Luckmann, 2004, S. 62). Dabei resultiert die Legitimität aus der umfassenden Historie bzw. der Erfahrung mit dem Unternehmen und kurzfristige Ereignisse führen nicht unmittelbar zur Absprache von Legitimität (Sandhu, 2012, S. 166). Obgleich ein Unternehmen seine Legitimität meist nicht durch einzelne Vorfälle vollständig einbüßt, kann sie jedoch z.B. durch Skandale oder moralisch fragwürdige Handlungsweisen angegriffen werden (Demuijnck & FASTERLING, 2016, S. 678; Suchman, 1995, S. 574). Gemäß der Literatur sind die pragmatische-, die moralische- sowie die kognitive Legitimität voneinander zu unterscheiden:

Ein Unternehmen sollte aus rein strategischen Erwägungen nach Legitimität streben, da der Zugang zu Ressourcen, wie z.B. Kapital, Personal, etc., erleichtert wird (M. Fifka, 2014, S. 11-12; Sandhu, 2012, S. 167). Zudem kann ein Unternehmen, das nicht den Erwartungen seiner Umwelt entspricht, als unzuverlässig, irrational oder unnötig stigmatisiert werden und damit einen Reputationsverlust erleiden (Sandhu, 2012, S. 167; Suchman, 1995, S. 575). Diese Form der Legitimität wird auch als pragmatische Legitimität bezeichnet (Lock, 2016, S. 419). Das kalkulierbare Eigeninteresse eines Unternehmens steht hierbei im Vordergrund (Sandhu, 2012, S. 169; Suchman, 1995, S. 578).

Moralische Legitimität liegt dann vor, wenn der Abgleich zwischen dem, was das Unternehmen tut und dem, was die Umwelt verlangt bzw. als richtig ansieht, positiv für das Unternehmen ausfällt (Lock, 2016, S. 419). Konkret ist moralische Legitimität definiert als „[...] die wertbezogene, positive Beurteilung einer Organisation [...]“ und diese „[...] liegt vor, wenn eine Organisation die wertbasierten Anforderungen ihrer Umwelt erfüllt.“ (Sandhu, 2012, S. 171)

Die dritte Form der Legitimität ist die sogenannte kogni-

tive Legitimität. Zum einen trägt ein einfach zu verstehendes Geschäftsmodell (z.B. Apotheke, Bäckerei) dazu bei, dass eine Unternehmung als legitim angesehen wird. Außerdem gibt es Unternehmen, die per se eine hohe Legitimität genießen (z.B. Krankenhäuser, Anwaltskanzleien), da die Gesellschaft ohne sie nicht funktionieren würde (Sandhu, 2012, S. 167, 173; Suchman, 1995, S. 582).

In Abbildung 4 ist nochmals das Zusammenspiel von Unternehmen mit dessen Umwelt bzw. Stakeholder dargestellt. Die Literatur geht davon aus, dass ein impliziter sozialer Vertrag zwischen einem Unternehmen und der Gesellschaft bzw. verschiedenen Stakeholdergruppen besteht (Carroll & Buchholtz, 2006, S. 17). Im gemeinsamen Austausch muss das Unternehmen ständig beweisen, dass es mit den normativen Erwartungen der Stakeholder in Einklang steht, da die Legitimität von der Erfüllung dieses (impliziten) Vertrages abhängig ist (Cho, Laine, Roberts & Rodrigue, 2015, S. 80). Dieser Aspekt bezieht sich wie oben erläutert auf die moralische Legitimität. Die Einhaltung von Gesetzen ist hingegen zwingend für ein Unternehmen. Die Vermeidung einer Strafzahlung oder negativer öffentlicher Kritik durch einen Gesetzesverstoß beruht auf dem Eigeninteresse des Unternehmens und ist demnach der pragmatischen Legitimität zuzuordnen. Kognitiv legitimierte Unternehmen werden gesellschaftlich nicht mehr hinterfragt und sind entsprechend weniger von der pragmatischen- bzw. moralischen Legitimität abhängig.

2.4. Glaubwürdigkeit als Voraussetzung für Legitimität

Das Konzept der Legitimität ist eng verwoben mit Glaubwürdigkeit. Eine als glaubwürdig wahrgenommene NBE führt dazu, dass einem Unternehmen Legitimität zugesprochen wird. Vice versa führt eine unglaubwürdige NBE zu einer Minderung der Legitimität (Lock, 2016, S. 416-417). Damit ist eine glaubwürdige Kommunikation integraler Bestandteil für eine langlebige und vertrauensvolle Beziehung mit seinen Stakeholdern (Lock, 2016, S. 414). Moralische Legitimität kann in einem deliberativen Austausch, z.B. mittels der NBE, zwischen einem Unternehmen und seiner Umwelt erzielt werden (Seele & Lock, 2015, S. 403).

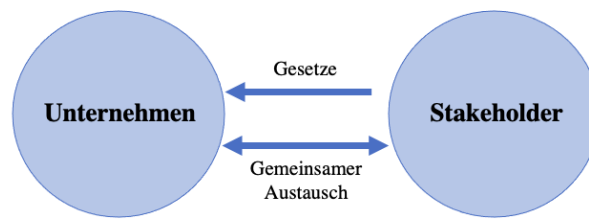


Abbildung 4: Unternehmen und Stakeholder im ständigen Austausch (in Anlehnung an Carroll & Buchholtz, 2006, S. 18)

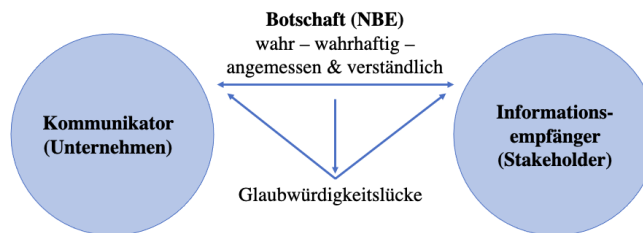


Abbildung 5: Kommunikationsmodell - Legitimitätsbasierter Glaubwürdigkeitsansatz (in Anlehnung an Seele & Lock, 2015, S. 404)

In Abbildung 5 ist ein kommunikationswissenschaftliches Modell abgebildet. Der Kommunikator ist das Unternehmen. Die Botschaft ist in der NBE selbst enthalten, die an die Stakeholder des Unternehmens als Informationsempfänger adressiert ist. Für die Bestimmung einer glaubwürdigen Botschaft bedient sich die Accountingforschung der Theorie des kommunikativen Handelns, welche vom deutschen Soziologen und Philosophen Jürgen Habermas entwickelt wurde (z.B. Lock, 2016, S. 422; Mazzotta et al., 2020, S. 1902). Habermas differenziert zwischen verschiedenen Geltungsansprüchen, die einer idealen Kommunikation auffindbar sein sollten: (a) Wahrheit, (b) Wahrhaftigkeit, (c) Angemessenheit und Verständlichkeit (Habermas, 2002, S. 63-64).

Bei der Wahrheit geht es darum, dass der Kommunikator in seiner Botschaft bei der objektiven Wahrheit bleibt. Die Wahrhaftigkeit kann als subjektive Wahrheit betrachtet werden und beschreibt die Eigenschaft, in seiner Botschaft aufrichtig zu sein.² Angemessenheit und Verständlichkeit bedeutet, dass das Unternehmen angemessen kommuniziert sowie eine möglichst einfache Sprache zu verwenden versucht (Habermas, 2002, S. 63-64; Reynolds & Yuthas, 2008, S. 53-54).

Wenngleich immer mehr Unternehmen NFI publizie-

ren, ist die Glaubwürdigkeitslücke paradoxerweise gestiegen (Waddock & Goggins, 2011, S. 25). Demnach stellt das Erreichen von gesellschaftlicher Akzeptanz eine Herausforderung dar. Mangelnde Legitimation kann schlimmstenfalls dazu führen, dass die Umwelt bzw. die Stakeholder ein Unternehmen boykottieren, in der Öffentlichkeit negative Kritik entsteht oder gar rechtliche Konsequenzen (z.B. in Form von einer strengeren künftigen Gesetzgebung) für das Unternehmen zu befürchten sind (Spelthahn et al., 2009, S. 62).

2.5. Indikatoren für eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung

Da die Glaubwürdigkeit ein komplexes Konstrukt darstellt, ist es notwendig im Rahmen dieses Kapitels auf mögliche Indikatoren für eine glaubwürdige NBE einzugehen. Die Erläuterungen orientieren sich an dem Glaubwürdigkeitsindex nach Mazzotta et al. (2020, S. 1907), welcher sich an den vier Geltungsansprüchen Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Angemessenheit und Verständlichkeit von Habermas orientiert. In Abbildung 6 sind die Indikatoren für eine glaubwürdige NBE illustriert. Bei den genannten Aspekten handelt sich um Merkmale einer NBE, die bereits in der Forschung theoretisch bzw. empirisch untersucht wurden.

Der Rest des Kapitels widmet sich der Erklärung der einzelnen Aspekte aus Abbildung 6. Im empirischen Teil der Masterarbeit werden die Aspekte in messbare Variablen umgewandelt. Dieses Kapitel repräsentiert das argumentative Fundament für die ordinale Bewertung der im Glaubwürdigkeitsindex verwendeten Variablen.

2.5.1. Externe Prüfung (Wahrheit)

Um dem Misstrauen der Stakeholder entgegenzuwirken, beauftragen Unternehmen externe Prüfer, die die veröffentlichten Informationen der NBE kritisch würdigen (Spelthahn

²Ein Beispiel, was den Glaubwürdigkeitsverlust durch eine unwahrhaftige Aussage wiedergibt, ist der Abgasskandal des Volkswagen-Konzerns. Noch 2014 betonte Volkswagen in seiner NBE stets, dass eine umweltfreundliche Mobilität zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie sei (Blackwelder, Coleman, Colunga-Santoyo, Harrison & Wozniak, 2016, S. 1). Ein Jahr später wurde der Abgasskandal publik. Um die Grenzwerte verschiedener Autoabgase einzuhalten, bediente sich der Konzern einer Abschalteinrichtung, die die Abgaswerte auf dem Prüfstand verfälschten (Siano, Volle-ro, Conte & Amabile, 2017, S. 29-30). Die Aufrichtigkeit der Botschaft in der NBE, nämlich eine nachhaltige Mobilität voranzutreiben, kann im Nachhinein angezweifelt werden und führt zu einer Schädigung des Vertrauens der Stakeholder in künftige nachhaltigkeitsbezogene Zielsetzungen des Unternehmens.



Abbildung 6: Indikatoren für eine glaubwürdige NBE (eigene Darstellung)

et al., 2009, S. 66). Diverse wissenschaftliche Publikationen belegen, dass eine externe Prüfung die Glaubwürdigkeit in der NBE erhöhen (Hodge, Subramaniam & Stewart, 2009, S. 178; Romero, Fernandez-Feijoo & Ruiz, 2014, S. 491-493; Wong & Millington, 2014, S. 880-882).

In der Literatur wird bei den Anbietern der Prüfungsdienstleistung zwischen Accounting Sustainability Assurance Provider (ASAP) und Non-Accounting Sustainability Assurance Provider (NASAP) differenziert (Edgley, Jones & Atkins, 2015, S. 3). Die ASAPs werden hauptsächlich durch die Big-Four-Prüfungsgesellschaften, bestehend aus Ernst & Young (EY), PricewaterhouseCoopers (PwC), KPMG und Deloitte, repräsentiert. Diese haben sich bereits frühzeitig am Markt positioniert, um ihr Dienstleistungsportfolio in der Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten zu erweitern (Ackers, 2009, S. 11; Manetti & Becatti, 2009, S. 293). Dem gegenüber stehen die NASAP, die vorrangig aus Ingenieurs- und Zertifizierungsunternehmen, auf Nachhaltigkeit spezialisierte Unternehmensberatungen oder auch weitere Praktiker (z.B. NGOs, Akademische Institutionen, etc.) bestehen (Perego & Kolk, 2012, S. 15). Naheliegend für ein Unternehmen ist es, einen ASAP für die externe Prüfung zu beauftragen, da sich dieser bereits im Rahmen der Jahresabschlussprüfung mit der operativen Tätigkeit des Unternehmens beschäftigt hat (Gillet, 2012, S. 81). Dennoch gibt es einige Vorzüge für die Beauftragung von NASAPs. Es wird bezweifelt, dass ASAP als Experten für das Handels- und Steuerrecht dasselbe Kompetenzprofil wie Ethiker, Soziologen oder Naturwissenschaftler (häufig vorkommende Qualifikationen von NASAPs) besitzen (Farooq & De Villiers, 2017, S. 86; Gray, 2000, S. 262-263). Gleichzeitig waren die ASAPs historisch gesehen häufiger in Skandale verwickelt, welches die Objektivität und Unabhängigkeit in Frage stellt (Farooq & De Villiers, 2017, S. 87). Ein bekanntes Beispiel ist der Fall Arthur Andersen, in dem die ehemalige Big-Five-Prüfungsgesellschaft wichtige Unterlagen aus der Konzernabschlussprüfung von Enron trotz angekündigter Ermittlungen vernichteten und damit die Ermittlungen der Justiz behinderten (Li, 2010, S. 37-41). Aufgrund des Kompetenzarguments sowie einer höher wahrgenommenen

Objektivität bzw. Unabhängigkeit bevorzugen die externen Stakeholder die NASAPs (Wong & Millington, 2014, S. 880). Folglich wird im Kontext einer glaubwürdigen NBE ein NASAP im direkten Vergleich einem ASAP bevorzugt.

Der Umfang der externen Prüfung kann variieren. Dieser kann entweder spezifische NFI (z.B. bestimmte nur bestimmte Kennzahlen) oder den kompletten Nachhaltigkeitsbericht umfassen. Der Inhalt der Prüfung wird ex ante zwischen dem Unternehmen und der Prüfungsgesellschaft festgelegt. Um das Ziel einer glaubwürdigen NBE zu erreichen, sollte die externe Prüfung vollumfänglich und nicht selektiv erfolgen (Mazzotta et al., 2020, S. 1905).

Die Prüfungssicherheit kann als Wahrscheinlichkeitsbegriff aus dem Prüfungswesen verstanden werden, der maßgeblich zur Qualität des Prüfungsurteils beiträgt (Leffson, Lippmann & Baetge, 1969, S. 16). Nach Hagest (1975, S. 35-40) macht die Prüfungssicherheit darüber eine Aussage, wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass das getroffene Prüfungsurteil korrekt ist. Dem gegenüber steht das Prüfungsrisiko, wonach ein Prüfer ein bestätigendes Prüfurteil fällt, obgleich Informationen wesentlich falsch dargestellt werden (Marten, Quick & Ruhnke, 2007, S. 214). Demnach besteht eine inverse Beziehung zwischen Prüfungssicherheit und Prüfungsrisiko dar, die mathematisch wie folgt ausgedrückt werden kann: Prüfungssicherheit [in %] = 1 – Prüfungsrisiko [in %]. Wenn das Prüfungsrisiko gemindert wird, dann erfolgt eine Erhöhung der Prüfungssicherheit und vice versa (Stibi, 1995, S. 47). Diverse Prüfungshandlungen, wie z.B. Aufbau- und Funktionsprüfungen, analytische und einzelfallbezogene Prüfungshandlungen, helfen dabei, das Prüfungsrisiko zu mindern (Almeling, Flick & Scharr, 2020, S. 57-71). Das Ausmaß der Prüfungshandlungen erfolgt in Abhängigkeit von der verlangten Prüfungssicherheit (Leffson et al., 1969, S. 16). Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen der Prüfungssicherheit und der Korrektheit des Prüfungsurteils. Folglich steigt bei einer höheren Prüfungssicherheit die Verlässlichkeit bzw. Glaubwürdigkeit des Prüfungsurteils (Lubitzsch, 2008, S. 100). In der Praxis wird meist entweder der International Standards on Assurance Engagement 3000 (ISAE 3000) oder der AccountAbility 1000

(AA1000) als Prüfungsstandard angewendet (Walterbusch, Handzlik & Teuteberg, 2013, S. 311). Bei der Überprüfung der NBE definieren die Prüfungsstandards, welche Grundsätze ordnungsgemäßer Prüfung und prüferischer Durchsicht während des gesamten Prüfungsprozesses (Auftragsannahme, Auftragsdurchführung, Berichterstattung und Erstellung des Prüfungsurteils bzw. Bestätigungsvermerks) zu befolgen sind (Walterbusch et al., 2013, S. 314-315). Im Gegensatz zum ISAE 3000, der weitgehend mit dem Prüfungsstandard für die Jahresabschlussprüfung übereinstimmt, ist der AA1000 speziell für die NBE entwickelt worden (J. Smith, Haniffa & Fairbrass, 2011, S. 426-427). Im AA1000 nimmt die Wahrnehmung der Interessen der Stakeholder einen besonders hohen Stellenwert ein (Adams & Evans, 2004, S. 99). Der ISAE 3000 wird primär von ASAP verwendet und der AA1000 von NASAP (Farooq & De Villiers, 2017, S. 87). Im Prüfungsstandard ISAE 3000 wird zwischen Limited Assurance (mittlere Prüfungssicherheit) und Reasonable Assurance (hohe Prüfungssicherheit) unterschieden. Der Prüfungsstandard AA1000 differenziert zwischen High Level of Assurance (hohe Prüfungssicherheit) und Moderate Level of Assurance (mittlere Prüfungssicherheit) (Walterbusch et al., 2013, S. 314-315). Da eine hohe Prüfungssicherheit dem Wahrheitsanspruch näher kommt und wesentliche Falschdarstellungen in der NBE unwahrscheinlicher werden, ist im Zusammenhang mit einer glaubwürdigen NBE eine hohe Prüfungssicherheit einer mittleren Prüfungssicherheit vorzuziehen.

2.5.2. Eigenschaften der NBE (Wahrheit)

Es existieren zahlreiche Rahmenwerke, die den Unternehmen dabei helfen, Nachhaltigkeitsberichte zu erstellen (Siew, 2015, S. 181-182). Großer Popularität erfreut sich die Global Reporting Initiative (GRI). Die GRI, welche als NGO im Jahre 2002 in Amsterdam gegründet wurde, etablierte ein Rahmenwerk für die NBE. Dieses Rahmenwerk enthält zahlreiche Standards, die dem Unternehmen aufzeigen, über was und in welcher Weise die Berichterstattung erfolgen sollte. Dies hilft dem Unternehmen dabei, über soziale, ökonomische sowie ökologische Themen in strukturierter Art und Weise zu berichten (Aifuwa, 2020, S. 15). Durch die Orientierung an Standards wird es für Stakeholder einfacher, die NBE zu lesen und Inhalte mit anderen Unternehmen zu vergleichen (Michalczyk & Konarzewska, 2020, S. 84-85). Bei der Verwendung des GRI Rahmenwerks gibt es die Option „Kern“ und die Option „Umfassend“. Die Option „Umfassend“ entspricht einem höheren Anwendungsniveau, welches mehr Offenlegungsvorgaben (z.B. mehr nichtfinanzielle Leistungsindikatoren) enthält, als die Option „Kern“ (Mazzotta et al., 2020, S. 1905).³ In einer Untersuchung von Lock und Seele (2016, S. 192) konnte empirisch nachgewiesen werden, dass die Verwendung des GRI Rahmenwerks zu einer glaubwürdigeren Berichterstattung führt. Zudem führte das Anwen-

dungsniveau Option „Umfassend“ zu einer glaubwürdigeren NBE als die Option „Kern“.

Die Quantität der veröffentlichten NFI variiert von Unternehmen zu Unternehmen und hängt von der jeweiligen Branche ab (Boiral, 2013, S. 1048; Roca & Searcy, 2012, S. 109). Ein umfangreicher Nachhaltigkeitsbericht gibt nicht unbedingt Aufschluss darüber, ob ein Unternehmen ein breites thematisches Spektrum zum Thema Nachhaltigkeit abdeckt (Boiral, 2013, S. 1051-1061), oder dass es von dem Rezipienten als nachhaltig wahrgenommen wird (Helfaya, Whittington & Alawattage, 2018, S. 176). Nichtsdestotrotz korreliert die Quantität der NFI stark signifikant mit einem für die NBE entwickelten Qualitätsindex, der die Glaubwürdigkeit beinhaltet (Helfaya & Whittington, 2019, S. 530, 534). Lock und Seele (2016, S. 193) konnten einen direkten Zusammenhang zwischen der Länge des Nachhaltigkeitsberichts (gemessen in der Wortanzahl) und der Glaubwürdigkeit empirisch nachweisen. Gleichzeitig besagt die Theorie, dass die Quantität mit in die Informationsqualität einfließt (Beretta & Bozzolan, 2008, S. 342). Aus den empirischen und theoretischen Ausführungen ist demnach abzuleiten, dass eine hohe Quantität von NFI als Indikator für eine glaubwürdige NBE spricht.

Für die Verortung der NFI gibt es drei verschiedene Möglichkeiten, die in der Praxis angewendet werden (Michelon, Pilonato & Ricceri, 2015, S. 63): (a) die Veröffentlichung der sozialen und ökologischen Aspekte im Lagebericht des Konzern- bzw. Jahresabschlusses („Annual Report“), (b) die Veröffentlichung eines Geschäftsberichts, der ökonomische, soziale und ökologische Aspekte umfasst („Integrated Reporting“) oder (c) die Veröffentlichung eines separaten Nachhaltigkeitsberichts. Variante a) erlaubt im Gegensatz zur Variante b) ausschließlich die Veröffentlichung der NFI im Lagebericht, wohingegen bei Variante b) die NFI im gesamten Bericht verteilt sind (Mazzotta et al., 2020, S. 1906). Das Bedürfnis der Stakeholder nach einem Integrated Reporting, bei dem finanzielle und nicht-finanzielle Aspekte in einem Bericht zusammenhängend dargestellt werden, wächst stetig (Eccles & Krzus, 2010, S. 146-155). Beispielsweise kann sich ein Unternehmen fragen, ob das Programm zur Steigerung der Energieeffizienz zur Einsparung von CO₂-Emissionen zu einer Kostenreduktion in der Produktion führt (Eccles & Saltzman, 2011, S. 59). Trotz der naheliegenden Vorteile konnte bislang keine empirische Evidenz die These untermauern, dass das Integrated Reporting zu einer glaubwürdigeren NBE führt (Lock & Seele, 2016, S. 193). Um trotzdem die Verortung der NFI mit der Glaubwürdigkeit der NBE in Verbindung zu bringen, kann die Quantität (s.o.) verwendet werden. Eine Veröffentlichung im Lagebericht führt i.d.R. zu einer geringen Quantität, das Integrated Reporting zu einer mittleren Quantität und ein separater Nachhaltigkeitsbericht zu einer hohen Quantität von NFI (Mazzotta et al., 2020, S. 1906). Ferner konnten Michelin et al. (2015, S. 72) zeigen, dass ein separater Nachhaltigkeitsbericht mit der Quantität positiv korreliert ist. Dies stützt die These von Mazzotta et al. (2020), dass die Verortung von NFI die Quantität und folglich auch die Glaubwürdigkeit beeinflusst.

³Neben dem GRI Rahmenwerk existieren noch weitere Rahmenwerke, wie z.B. der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) und der Global Compact Index (Ayuso, Roca, Arevalo & Aravind, 2016, S. 553; Zwick, 2018, S. 63).

2.5.3. Genauigkeit (Wahrheit)

Das Vorhandensein eines Kapitels zur angewandten Methodik in der NBE gewährleistet, dass die Rahmenbedingungen der NBE adäquat kommuniziert werden. In einem Methodik-Kapitel sollten folgende Inhalte mindestens enthalten sein: (a) Angaben zu den enthaltenen Entitäten, (b) Neudarstellung von Informationen oder Änderungen in der Berichterstattung, (c) der Berichtszeitraum und (d) das allgemeine Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts (Mazzotta et al., 2020, S. 1906)⁴. Mit der Offenlegung dieser allgemeinen Angaben ist sichergestellt, auf welche Gesellschaften und welchen Zeitraum sich die Informationen beziehen. Ferner wird allgemein der Ansatz zur Bestimmung des Berichtsinhalts formuliert, sodass für Stakeholder klar nachvollziehbar ist, wie bei der Berichterstellung vorgegangen wurde. Um möglichst glaubwürdig zu berichten, ist es erforderlich, dass die Stakeholder über die oben genannten Inhalte in Kenntnis gesetzt werden, damit die NFI entsprechend evaluiert werden können. Folglich ist eine glaubwürdige NBE durch das Vorhandensein eines Methodik-Kapitels gekennzeichnet.

Nachdem mit einem Methodik-Kapitel die Rahmenbedingungen für die NBE kommuniziert sind, geht es bei der Genauigkeit explizit um die Tiefe der offengelegten NFI (GRI, 2016, Std. 102, S. 13). Die GRI beschreibt die Genauigkeit wie folgt: "The reported information shall be sufficiently accurate and detailed for stakeholders to access the reporting organization's performance." (GRI, 2016, Std. 102, S. 13) Für eine gelungene NBE ist es somit notwendig, möglichst genaue Informationen zu liefern (Clarke, 2007, S. 241). Die Beschreibung von NFI kann auf qualitativer, quantitativer oder monetärer Weise erfolgen. Die Genauigkeit ist umso stärker, desto mehr der drei Möglichkeiten zur Beschreibung verwendet werden (Michelon et al., 2015, S. 67; Wiseman, 1982, S. 55). Helfaya et al. (2018, S. 174) fanden in einer Umfrage heraus, dass 86 % der Stakeholder die Genauigkeit als wichtiges Element der NBE ansehen. Dies unterstreicht die Bewertung von Mazzotta et al. (2020, S. 1903, 1906), die Genauigkeit als Indikator für eine glaubwürdige NBE einzustufen.

2.5.4. Wesentlichkeit (Wahrhaftigkeit)

Das Prinzip der Wesentlichkeit besagt, dass ein Unternehmen in der NBE nur über Themen berichten soll, welche erhebliche Auswirkungen auf ökologische, ökonomische oder soziale Aspekte aus der Unternehmensperspektive haben (z.B. Risiken für die Reputation des Unternehmens). Zum anderen müssen diese Themen die Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder in besonderem Maße beeinflussen (GRI, 2016, Std. 101, S. 10). In Abbildung 7 skizziert diesen zweidimensionalen Zusammenhang in einer Wesentlichkeitsmatrix. Die blauen Ovale stehen für verschiedene Themen, über die ein Unternehmen berichten kann. Ein Unternehmen sollte in jedem Fall über die drei Themen be-

richten, die sich im ersten Quadranten befinden. Diese Vorgehensweise ist notwendig, um eine Priorisierung der Themen vorzunehmen (GRI, 2016, Std. 101, S. 11).

Zur Themenbestimmung hat sich das Aufstellen einer Wesentlichkeitsmatrix weitgehend etabliert (Jones, Comfort & Hillier, 2016, S. 84). Es zeigt, dass ein Unternehmen sich angemessen mit der Themenschwerpunktsetzung beschäftigt. Da sich die wesentlichen Themen andauernd verändern können, ist eine regelmäßige Überprüfung auf deren Aktualität essentiell (Ankele & Grothe, 2019, S. 565). Mazzotta et al. (2020, S. 1906) bewerten das Aufstellen einer Wesentlichkeitsmatrix, die Aktualität der Wesentlichkeitsanalyse sowie die Ratifizierung der Wesentlichkeitsanalyse durch den Vorstand als glaubwürdigkeitssteigernde Einflussgrößen auf die NBE.

2.5.5. Stakeholderbeziehung (Wahrhaftigkeit)

Der Grad der Interaktion und der Teilhabe mit den Stakeholdern kann unternehmensabhängig verschieden ausfallen. Manetti (2011, S. 110-111) hat das Stufenleitermodell nach Arnstein (1969) in den Kontext der NBE gesetzt. Die erste Stufe des Stakeholder-Managements ist, dass sich das berichtende Unternehmen darüber im Klaren ist, wer genau die internen und externen Stakeholder sind. Es handelt sich also um eine reine Identifikation der Stakeholdergruppen. Sobald ein Unternehmen einen zweiseitigen Austausch bzw. einen Dialog mit den Stakeholdern zulässt (z.B. in Form einer öffentlichen Diskussion), ist die nächste Stufe der Partizipation erreicht (Manetti, 2011, S. 110). Die letzte Stufe der Partizipation ist das Stakeholder-Engagement. In dieser Stufe werden die Interessen der Stakeholder in Planungs- und Entscheidungsprozesse aktiv miteinbezogen (z.B. durch Interessensvertreter im Aufsichtsrat) (Manetti, 2011, S. 111). Eine hohe Einbeziehung der Stakeholder spricht dafür, dass sich ein Unternehmen ernsthaft über die Interessen der Anspruchsgruppen Gedanken macht und den gemeinsamen Austausch pflegt. Im besten Falle besitzen die Stakeholder sogar einen Einfluss in der Entscheidungsfindung. Es gilt folglich: Je höher der Partizipationsgrad der Stakeholder ist, umso glaubwürdiger ist die NBE (Mazzotta et al., 2020, S. 1907).

2.5.6. Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit (Wahrhaftigkeit)

In Unternehmen erfolgt i.d.R. die organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit in einem Sustainability Komitee (Biswas, Mansi & Pandey, 2018, S. 522). Ein solcher (meist) multipersonaler Zusammenschluss kann in bestehende organisationale Strukturen integriert werden (z.B. in die Compliance-Abteilung). Speziell für die Nachhaltigkeit geschaffene organisationale Strukturen, wie z.B. die Organisation in einer eigenständigen Nachhaltigkeitsabteilung oder dezentrale Strukturen über verschiedene Abteilungen hinweg, sind auch möglich (Cucari, Esposito De Falco & Orlando, 2018, S. 255). Beide Formen besitzen den gleichen Zweck, nämlich definierte Nachhaltigkeitsziele in tatsächliche Maßnahmen umzusetzen. Diese Maßnahmen werden vom Su-

⁴Die Mindestinhalte wurden indirekt durch das Nachvollziehen der Inhaltsanalyse von Mazzotta et al. (2020, S. 1909) ermittelt.

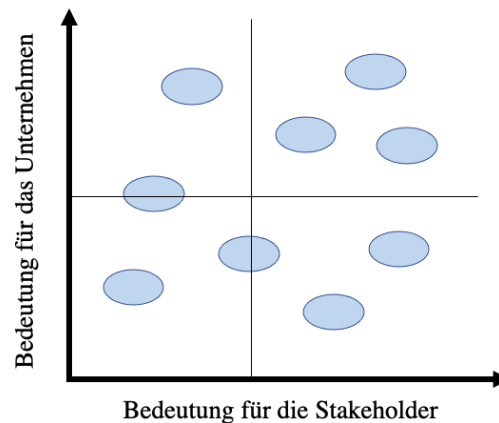


Abbildung 7: Wesentlichkeitsmatrix (in Anlehnung an Ankele & Grothe, 2019, S. 565)

sustainability Komitee geplant, implementiert und überwacht (Liao, Luo & Tang, 2015, S. 414; Peters & Romi, 2015, S. 163). Die Rolle eines Sustainability Komitees in Bezug auf die Qualität von NFI ist in der Literatur umstritten. Sowohl Michelin und Parbonetti (2012) als auch Rupley, Brown und Marshall (2012) konnten keinen positiven Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein eines Sustainability Komitees und der Qualität der NFI feststellen. Auf der anderen Seite gibt es empirische Ergebnisse, die auf eine positive Wirkung bezüglich der Qualität von NFI hindeuten (z.B. Amran, Lee & Devi, 2014; Arena, Bozzolan & Michelin, 2015; Helfaya & Moussa, 2017; Liao et al., 2015). Zum Beispiel wurden in der Studie von Liao et al. (2015, S. 409) 329 britische Unternehmen observiert. Gemachte Angaben zu den Emissionswerten von Treibhausgasen waren bei Vorhandensein eines Sustainability Komitees hinsichtlich der Qualität der NFI besser. Ungeachtet der objektiven Qualität von NFI ist die Glaubwürdigkeit insbesondere auch von der Wahrnehmung der Stakeholder abhängig (Helfaya et al., 2018, S. 184). Das Vorhandensein eines Sustainability Komitees steigert die Legitimität einer Unternehmung in den Augen der Stakeholder (Neu, Warsame & Pedwell, 1998, S. 265; Yunus, Elijido-Ten & Abhayawansa, 2016, S. 156). Da die Glaubwürdigkeit als Voraussetzung mit der Legitimität zusammenhängt (s. Kap. 2.4), kann das Vorhandensein eines Sustainability Komitees als glaubwürdigkeitssteigernder Indikator eingeordnet werden (Lock & Schulz-Knappe, 2019, S. 2; Seele & Lock, 2015, S. 404). Mazzotta et al. (2020, S. 1906) bewertet eine speziell für die Nachhaltigkeit geschaffene organisationale Verankerung glaubwürdiger als eine integrierte Lösung.

2.5.7. Sustainable Development Goals (Wahrhaftigkeit)

Am 1. Januar 2016 wurden die Sustainable Development Goals (SDGs) von den Vereinten Nationen mit einer Laufzeit von 15 Jahren (bis 2030) auf den Weg gebracht. Im Unterschied zu den Millennium Development Goals, die von 2001 bis 2015 von Bedeutung waren, sind die SDGs für alle Länder dieser Welt und nicht nur für Entwicklungsländer konzipiert (Mio, Panfilo & Blundo, 2020, S. 3221). Sie können

als globaler Konsens angesehen werden, welche Ziele mit einer nachhaltigen Entwicklung einhergehen. Damit werden die drei Säulen Wirtschaft, Soziales und Umwelt (s. Kap. 2.2) berücksichtigt (Sachs, 2012, S. 2206). Um eine erfolgreiche NBE zu gestalten, müssen die Nachhaltigkeitsziele in die Vision bzw. Strategie des Unternehmens eingebettet sein (Dilling, 2010, S. 22). Obwohl keine empirische Studien den Zusammenhang zwischen den SDGs und einer glaubwürdigen NBE untersucht haben, wird die Bezugnahme zu den anerkannten SDGs gemäß Mazzotta et al. (2020, S. 1903, 1906) als positiver Indikator für die Glaubwürdigkeit gewertet.

2.5.8. Einfachheit in der Kommunikation (Angemessenheit & Verständlichkeit)

“A plain English document uses words economically and at a level the audience can understand. Its sentence structure is tight. Its tone is welcoming and direct. Its design is visually appealing. A plain English document is easy to read and looks like it's meant to be read.” (SEC, 1998, S. 5)

Dieses Zitat verdeutlicht, dass die Informationsaufnahme für den Leser bzw. Stakeholder besser gelingt, wenn die Präsentation in einfacher Sprache erfolgt. Bisherige Studien aus dem Financial Accounting belegen, dass die Lesbarkeit bzw. die Verwendung einer einfachen Sprache die Glaubwürdigkeit maßgeblich beeinflussen (Rennekamp, 2012, S. 1319; Tan, YING WANG & Zhou, 2014, S. 273). Das Quasi-Experiment von Hoozée, Maussen und Vangronsveld (2019, S. 570) untermauert dieses Erkenntnis im Kontext der NBE, wonach die wahrgenommene Glaubwürdigkeit durch eine gestiegene Lesbarkeit (bei nichtprofessionellen Lesern) induziert wurde. Demnach ist eine möglichst einfache Sprache für eine glaubwürdige NBE von Nöten (Mazzotta et al., 2020, S. 1906).

Die Verwendung von visuellen Darstellungen, wie z.B. Bildern, Grafiken oder Tabellen, sind bei der Informationsübermittlung hilfreich und vereinfachen damit die Kommu-

nikation. Kelly (1993, S. 148) untersuchte in einem Experiment, ob die Verarbeitung von Informationen durch visuelle Darstellungen beeinflusst wird. Die Verwendung von Tabellen und Grafiken konnte dabei die Dauer der Informationsverarbeitung im Vergleich zur bloßen Textdarstellung signifikant reduzieren. Des Weiteren begrüßen Stakeholder das Vorhandensein von visuellen Darstellungen (Helfaya et al., 2018, S. 179). Die Benutzung von visuellen Darstellungsmöglichkeiten sind aus dem Grund der einfacheren Informationsaufnahme für den Rezipienten positiv im Hinblick auf die Glaubwürdigkeit in der NBE zu betrachten (Mazzotta et al., 2020, S. 1906).

3. Regulatorischer Hintergrund

Die seit der Jahrtausendwende zunehmende Wahrnehmung in der europäischen Bevölkerung, dass privatwirtschaftliche Unternehmen immer stärker entgegen des Gemeinwohls agieren, hat sich im Zuge verschiedener Krisen (z.B. Finanz- und Klimakrise) in der öffentlichen Debatte manifestiert (Schweren & Brink, 2016, S. 177). Aufgrund des mangelnden Vertrauens der Stakeholder in die unternehmerischen Aktivitäten, hat sich der europäische Gesetzgeber für eine verpflichtende Berichterstattung über NFI entschieden (EU, 2014a, S. 1; Schweren & Brink, 2016, S. 177-178). Das legislative Resultat ist die CSR-RL, welche im November 2014 verabschiedet wurde (Stawinoga, 2017, S. 213). Die CSR-RL musste in allen europäischen Mitgliedsstaaten in die nationale Gesetzgebung einfließen und gilt für alle Geschäftsjahre, die nach dem 31.12.2016 beginnen (EU, 2014a, S. 8). Im Rahmen der Masterarbeit wird eine deutsche Stichprobe analysiert. Aus diesem Grund ist das CSR-RUG von Bedeutung. Das CSR-RUG orientiert sich nahezu 1:1 an dem Minimalkonsens der CSR-RL (Kajüter, 2017a, S. 137).

Damit ein Unternehmen sich den Vorgaben des CSR-RUG (§§ 289a-289e, 315a-315d HGB) unterwerfen muss, müssen folgende drei Voraussetzungen nach § 289b Abs. 1 Nr. 1-3 HGB kumulativ erfüllt sein: (1) Es handelt sich um eine große Kapitalgesellschaft i.S.d. § 267 Abs. 3 S. 1 HGB. (2) Es muss sich um eine kapitalmarktorientierte Gesellschaft i.S.d. § 264d HGB handeln. (3) Im Jahresdurchschnitt muss die Gesellschaft mehr als 500 Mitarbeiter besitzen. Diese Voraussetzungen gelten analog für kapitalmarktorientierte, haftungsbeschränkte Personengesellschaften i.S.d. § 264a HGB sowie Genossenschaften i.S.d. § 336 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 HGB. Kreditinstitute sowie Versicherungen fallen unabhängig von der Kapitalmarktorientierung unter das CSR-RUG, sofern sie gemäß § 267 Abs. 3 S. 1 HGB als groß anzusehen sind und mehr als durchschnittlich 500 Mitarbeiter beschäftigen (§ 340a Abs. 1a S. 1 HGB, § 341a Abs. 1a S. 1 HGB). Mutterunternehmen i.S.d. § 290 HGB müssen dann den Berichtspflichten des CSR-RUGs nachkommen, wenn eine Kapitalmarktorientierung vorliegt, keine Befreiung i.S.d. § 293 Abs. 1 S. 1-2 HGB möglich ist und die Mitarbeiterzahl größer als 500 ist (Stawinoga, 2017, S. 217). Beim Gesetzesentwurf wurde die Anzahl der Unternehmen, die unter das CSR-RUG in Deutschland fallen, auf 548 geschätzt (222 einzelberichtspflichtige

Kapitalgesellschaften, 171 konzernberichtspflichtige Mutterunternehmen sowie 155 Konzern- und einzelberichtspflichtige Mutterunternehmen) (Bundesregierung, 2017, S. 38).

Berichtspflichtige Unternehmen nach dem CSR-RUG sind gemäß § 289c Abs. 1 HGB (für Konzerne: § 315c Abs. 1 HGB i.V.m. § 289c Abs. 1 HGB) verpflichtet, eine nichtfinanzielle Erklärung (NFE) zu erstellen. Inhalt der NFE sind eindeutig im § 289c Abs. 2 Nr. 1-5 HGB bestimmt. Zu folgenden Themen muss das berichtende Unternehmen mindestens Angaben machen: (1) Umweltbelange, (2) Arbeitnehmerbelange, (3) Sozialbelange, (4) Achtung der Menschenrechte sowie (5) Bekämpfung von Korruption und Bestechung. Der § 289c Abs. 3 HGB konkretisiert die darzulegenden Angaben in der sog. Wesentlichkeitsformel. Demnach müssen NFI zu den Themen enthalten sein, die „[...] für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage der Kapitalgesellschaft sowie der Auswirkungen ihrer Tätigkeit [...] erforderlich sind.“ (§ 289c Abs. 3 HGB) Dazu gehört, dass das Unternehmen eine klare Strategie für die obigen Themen verfolgt, die dazugehörigen Maßnahmen schildert, die dazugehörigen Governance-Strukturen darlegt sowie die internen Prüfprozesse erklärt (DNK, 2018, S. 17). Zudem sind wesentliche Risiken, die mit der Geschäftstätigkeit einhergehen, offenzulegen und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren zu verwenden (§ 289c Abs. 3. Nr. 3-5 HGB). Demnach geht das CSR-RUG thematisch und auch von den geforderten Angaben weit über den zuvor geltenden § 289 Abs. 3 HGB, der sich nur auf nichtfinanzielle Leistungsindikatoren bezog, hinaus. Allerdings gilt im CSR-RUG der „Comply-or-Explain“-Ansatz gemäß § 289c Abs. 4 HGB. Demnach müssen die Angaben gemäß der obigen Bestimmungen erfolgen oder es muss plausibel dargelegt werden, weswegen keine Anstrengungen erfolgt sind (Szabó & Sørensen, 2015, S. 332). Ferner erlaubt der Gesetzgeber, sofern die Offenlegung von NFI mit erheblichen Nachteilen i.S.d. § 289e Abs. 1 HGB für das Unternehmen verbunden ist, eine Befreiung von Publizitätspflicht. Allerdings handelt es sich bei dieser Regelung nicht um eine Verzichtsmöglichkeit. Vielmehr wird die Offenlegung auf einen späteren Zeitpunkt verschoben (Heckler & Bröcker, 2017, S. 764).

Ein berichtspflichtiges Unternehmen hat drei Möglichkeiten zur Offenlegung der NFE: (1) Die Publikation im Lagebericht, (2) die Erstellung einer gesonderten NFE, die zeitgleich mit dem Lagebericht nach § 325 HGB im Bundesanzeiger veröffentlicht wird oder (3) die gesonderte NFE wird im Lagebericht referenziert und es wird auf die Internetseite verwiesen (DNK, 2018, S. 9). Das Vorhandensein einer NFE wird lediglich vom Wirtschaftsprüfer festgestellt (DNK, 2018, S. 9). Eine externe Prüfung ist demnach im CSR-RUG nicht vorgesehen. Im Falle einer AG muss der Aufsichtsrat die NFE, welche vom Vorstand erstellt wird, nach § 171 Abs. 1 S. 4 AktG inhaltlich prüfen. Folglich wird nur eine interne inhaltliche Prüfung vorgenommen. Das CSR-RUG empfiehlt im § 289d HGB explizit die Verwendung eines Rahmenwerks. Sofern kein Rahmenwerk verwendet wird, ist dies zu erläutern. Ferner wurden im Zuge der Gesetzesreform die Sanktionsmöglichkeiten, z.B. durch höhere Bußgelder, angepasst

(§ 331 ff. HGB).

Die verbindliche Verpflichtung zur Offenlegung einer NFE kann als Meilenstein in der NBE angesehen werden (Rehbinder, 2014, S. 25). Insbesondere ist hervorzuheben, dass Unternehmen, die sich jahrelang nicht in der Pflicht zur Offenlegung von NFI sahen, nun durch die Gesetzesreform dazu gezwungen werden (Rehbinder, 2014, S. 27). Aus der rechtswissenschaftlichen Perspektive gibt es jedoch einige Kritikpunkte an der CSR-RL. Aufgrund der Wesentlichkeitsformel ist die NFE nicht als umfassender Nachhaltigkeitsbericht anzusehen (Kajüter, 2017b, S. 620-621). Beispielsweise bleibt die Berichterstattung über nachhaltigkeitsbezogene Themen entlang der Lieferketten weiterhin freiwillig (Grob, Sydow & Heinz, 2020, S. 33-34). Zudem wird in Fachkreisen negativ angemerkt, dass der Adressatenkreis berichtspflichtiger Unternehmen zu klein ausfällt und damit die Wirkungskraft der CSR-RL begrenzt ist (Stawinoga, 2017, S. 217). Trotzdem wird erwartet, dass es zu Ausstrahlungseffekten auf Unternehmen kommt, die mit den berichtspflichtigen Unternehmen wirtschaftlich verbunden sind. Somit werden mittelbar auch kleine und mittständische Unternehmen betroffen sein (Böcking & Althoff, 2017, S. 249). Außerdem wird die fehlende Verpflichtung zur Verwendung eines Rahmenwerks angeprangert. Das Ziel, eine Vergleichbarkeit und Transparenz zwischen den EU-Mitgliedstaaten in der NBE zu erreichen, wird somit nicht ernsthaft berücksichtigt in der CSR-RL (EU, 2014a, S. 1-2).

4. Literaturüberblick

In der Literatur ist der Effekt einer verpflichtenden NBE umstritten. Einige Wissenschaftler sind der Ansicht, dass eine obligatorische NBE nicht angemessen angesichts der hohen Heterogenität der Unternehmen ist. Demnach wird eine Einheitslösung als nicht zielführend angesehen (ICC, 2015, S. 2). Zudem kann der Innovationsgrad der NBE durch ein enges gesetzliches Korsett ausgebremst werden (Hahn & Kühnen, 2013, S. 7; ICC, 2015, S. 2). Auf der anderen Seite argumentieren die Fürsprecher der Berichtspflicht, dass durch eine gesetzliche Verankerung der Wunsch der Stakeholder nach mehr NFI nachgekommen wird und somit eine bessere Kontrolle der Unternehmen möglich ist (Hess, 2008, S. 451). Zudem werden die Berichtsverweigerer gezwungen, NFI zu publizieren (Kolk & Pinkse, 2010, S. 25).

Neben dieser theoretischen Debatte existieren zahlreiche wissenschaftliche Artikel, die den Effekt einer verpflichtenden Berichterstattung auf die NBE empirisch untersucht haben (Gulenko, 2018, S. 8). Während eindeutig belegt ist, dass nach einer Berichtspflicht die Anzahl der publizierenden Unternehmen steigt (z.B. Dong & Xu, 2016; Dumitru, Dyduch, Guş & Krasodomska, 2017) und ebenso die Quantität der NFI zunimmt (z.B. Haji, 2013; Kerret, Menahem & Sagi, 2010), ist der Effekt auf die Qualität nicht eindeutig. Das Verständnis, was Qualität im Kontext der NBE eigentlich bedeutet, unterscheidet sich in der Literatur erheblich. Dies spiegelt sich in den unterschiedlichen Indices zur Messung der Qualität wider (Helfaya & Whittington, 2019, S. 530).

Die Glaubwürdigkeit kann als eine Dimension der Qualität angesehen werden (z.B. Helfaya et al., 2018, S. 186; Mion & Loza Adauí, 2019, S. 11). Im Zusammenhang mit dem angestrebten Forschungsziel der Masterarbeit, nämlich die Auswirkungen der CSR-RL auf die Glaubwürdigkeit zu untersuchen, wird im Folgenden auf die Studien eingegangen, die sich explizit auf die Glaubwürdigkeit beziehen und den Unterschied zwischen einer freiwilligen und verpflichtenden NBE untersuchen.

Lock und Seele (2016, S. 189) untersuchen in ihrer empirischen Studie 237 Nachhaltigkeitsberichte aus den Jahren 2011-2014 aus insgesamt elf europäischen Ländern. Es wird die Hypothese aufgestellt, dass Unternehmen aus Ländern mit einer verpflichtenden NBE eine höhere Glaubwürdigkeit aufweisen als in Ländern ohne regulatorische Vorgaben. Diese Erwartung wird auf Basis von empirischen Ergebnissen hergeleitet. Für die Bestimmung der Glaubwürdigkeit wurde ein Index entwickelt, der aus insgesamt 93 Variablen besteht (Lock & Seele, 2016, S. 195). Die Studie orientiert sich an den vier Geltungsansprüchen – nämlich Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Angemessenheit und Verständlichkeit – nach Habermas (Lock & Seele, 2016, S. 187). Die Daten für den verwendeten Glaubwürdigkeitsindex wurden mittels einer Inhaltsanalyse bestimmt (Lock & Seele, 2016, S. 186). Für die Überprüfung, ob eine verpflichtende NBE zu einer glaubwürdigeren NBE führt, wurden die Länder mit gesetzlicher Regulierung (Frankreich, Spanien) mit den Ländern ohne gesetzliche Regulierung verglichen. Mittels eines t-Tests konnte kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den beiden Gruppen festgestellt werden. Allerdings zeigte sich ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Ländern Frankreich und Spanien, was verdeutlicht, dass die jeweilige Ausgestaltung der nationalen Gesetzgebung maßgeblich für eine potentielle Glaubwürdigkeitssteigerung ist (Lock & Seele, 2016, S. 192-193). Adauí (2020, S. 1) untersucht in seiner Studie u.a. die Glaubwürdigkeit der NBE von 27 peruanischen Unternehmen über die Jahre 2014-2016. Als Teilaspekt der Qualität fließt die Glaubwürdigkeit mit einer Gewichtung von 31 % in den Qualitätsindex mit ein (Adauí, 2020, S. 7). Bei den neun Variablen zur Messung der Glaubwürdigkeit handelt es sich ausschließlich um dichotome Variablen, wie z.B. „Standards“, „Assurance“ oder „Accuracy“ (Adauí, 2020, S. 6-7). Wenngleich die deskriptiven Ergebnisse für einen Anstieg der Glaubwürdigkeit im Jahr der verpflichtenden NBE (2016) sprechen, konnte dieser Zusammenhang nicht mittels Inferenzstatistik (Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Test) belegt werden (Adauí, 2020, S. 10, 13).

Auf der anderen Seite existiert jedoch auch empirische Evidenz für eine Verbesserung der Glaubwürdigkeit nach der Einführung einer verpflichtenden NBE. Hąbek und Wolniak (2016, S. 403) untersuchten in ihrer Studie sechs verschiedene EU-Länder (Dänemark, Schweden, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Polen). Mittels einer Inhaltsanalyse wurde die Glaubwürdigkeit (als Teilaspekt der Qualität) in den Kategorien „Readability“, „Basic reporting principles“, „Quality of data“, „Stakeholder dialogue outcomes“, „Feedback“ und „Independent verification“ von 507 Nachhaltig-

keitsberichten aus dem Jahr 2012 analysiert (Hąbek & Wolniak, 2016, S. 406). Je nach Erfüllungsgrad wurden die Variablen mit einer Punktzahl zwischen null und vier bewertet (Hąbek & Wolniak, 2016, S. 409). Mit Hilfe des Mann-Whitney-U-Tests konnte ein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Ländern mit verpflichtender NBE und ohne gesetzliche Verankerung festgestellt werden (Hąbek & Wolniak, 2016, S. 412-413). Im Gegensatz zu den bisher vorgestellten Studien, handelt es sich bei der empirischen Untersuchung von Mion und Loza Adauí (2019) um eine Zwei-Zeitpunkte-Betrachtung vor und nach der Einführung der CSR-RL. Damit handelt es sich um eine Studie, die dem Forschungsvorhaben der Masterarbeit am nächsten ist. Die Stichprobe der Studie umfasst insgesamt 36 italienische aus dem FTSE MIB und 30 deutsche Unternehmen aus dem DAX (Mion & Loza Adauí, 2019, S. 12). Die Glaubwürdigkeit stellt eine von drei Dimensionen der Qualität der NBE dar. Insgesamt werden sieben dichotome Variablen - nämlich u.a. „Adoption of guidelines“, „Independent verification“, „Stakeholder engagement“ - verwendet, um die Glaubwürdigkeit zu messen (Mion & Loza Adauí, 2019, S. 10-11). Mittels eines Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Tests konnte empirisch nachgewiesen werden, dass die Glaubwürdigkeit nach Einführung der CSR-RL sowohl für die deutschen als auch für die italienischen Unternehmen signifikant gestiegen ist. Dieses Resultat konnte auch nach Exklusion der acht First-time-Reporter aufrechterhalten werden und bestätigt die Robustheit des empirischen Befunds (Mion & Loza Adauí, 2019, S. 15-16).

Anhand der vorausgegangenen Ausführungen wird deutlich, dass es gegensätzliche theoretische Argumente für und wider einer verpflichtenden NBE gibt. Dies spiegelt sich auch in den unterschiedlichen empirischen Ergebnissen wider. Zudem ist die nationale Ausgestaltung der Berichtspflicht entscheidend, ob es zu einer Glaubwürdigkeitssteigerung in der NBE kommt oder nicht. Der Literaturüberblick von Gulenko (2018, S. 11) bestätigt, dass insbesondere im Rahmen der CSR-RL und dessen Auswirkung auf die Glaubwürdigkeit weiterer Forschungsbedarf besteht. Ziel des Forschungsvorhabens ist es, weitere empirische Evidenz am Beispiel der CSR-RL für oder wider eine verpflichtende NBE zu schaffen.

5. Hypothesenherleitung

Die pragmatische Legitimität besagt, dass ein Unternehmen aus reinem Eigeninteresse nach Legitimation strebt. Gründe hierfür waren bspw., dass der Zugang zu Ressourcen (wie z.B. Kapital oder talentierten Mitarbeitern) erleichtert wird (s. Kap. 2.3). Die Nichteinhaltung der CSR-RL wird sanktioniert und führt zu einer Geldstrafe (s. Kap. 3). Dies wiederum führt zu einer Reduzierung des Gewinns und widerstrebt dem eigenen Interesse des Unternehmens. Folglich müssen die gesetzlichen Mindestanforderungen eingehalten werden, um künftige Zahlungsströme nicht durch Strafzahlungsaufwendungen zu mindern. Zudem wird durch die Einhaltung der Gesetze einer negativen Medienberichterstattung und somit einem möglichen Reputationsverlust

vorgebeugt. Demnach ist es aus eigenen strategischen Erwägungen sinnvoll, den strengerer gesetzlichen Bestimmungen der CSR-RL Folge zu leisten. In der Vier-Stufen-Pyramide adressiert das Argument der pragmatischen Legitimität die ökonomische sowie die rechtliche Verantwortung eines Unternehmens.

Ein Unternehmen gilt nur dann als moralisch legitimiert, wenn die Erwartungen der Umwelt mit dem Tun des Unternehmens übereinstimmen (s. Kap. 2.3). Die moralische Legitimität zielt daher auf die ethische und philanthropische Verantwortung eines Unternehmens ab, da die Erwartungen der Umwelt über das Gesetz hinausgehen. Um eine hohe moralische Legitimität zu erreichen, ist es für ein Unternehmen folglich nicht ausreichend, sich auf die ökonomische und rechtliche Verantwortung zu beschränken. Um moralische legitimiert zu sein, muss ein Unternehmen eine glaubwürdige NBE anstreben, da der gemeinsame Austausch mit den Stakeholdern über die NBE als Kommunikationsmedium erfolgt (s. Kap. 2.2 und Kap. 2.4). Die Indikatoren für eine glaubwürdige NBE wurden im Kapitel 2.5 dargelegt. Die CSR-RL tangiert (teilweise) die Indikatoren für eine glaubwürdige NBE, in dem bspw. die Mindestinhalte der NBE erstmalig definiert wurden (s. Kap. 5). Unternehmen, die z.B. vor der CSR-RL nur über die Säule Umwelt berichtet haben, müssen nun auch über die Säule Soziales berichten.

Zusammengefasst bedeuteten die obigen Ausführungen, dass aufgrund der pragmatischen Legitimität davon auszugehen ist, dass sich die neuerdings berichtspflichtigen Unternehmen an die Vorgaben der CSR-RL halten werden. Außerdem tangiert die CSR-RL die Indikatoren für eine glaubwürdige NBE, was eine Glaubwürdigkeitssteigerung in der NBE erwarten lässt. Die gestiegene Glaubwürdigkeit in der NBE führt mittelbar zu einer höheren moralischen Legitimität. Ferner wurde im Kapitel 4 aufgezeigt, dass die empirischen Ergebnisse ambivalent sind. Nichtsdestotrotz spricht die Studie von Mion und Loza Adauí (2019), die dem Forschungsvorhaben ähnelt, für eine glaubwürdigere NBE. Aus der vorangegangenen theoretischen und empirischen Argumentation wird folgende Hypothese hergeleitet: Die Einführung der CSR-RL führt zu einer glaubwürdigeren NBE.

6. Empirische Untersuchung: Inhaltsanalyse

Das Forschungsziel der Masterarbeit ist es, herauszuarbeiten, ob die CSR-RL zu einer glaubwürdigeren NBE führt. Um die aufgestellte Hypothese, dass die CSR-RL die Glaubwürdigkeit in der NBE steigert, zu untersuchen, wird im Folgenden die Herangehensweise erläutert: Zunächst wird im Kapitel 6.1 auf die Forschungsmethodik der Inhaltsanalyse eingegangen. Das Kapitel 6.2. erörtert, warum die MDAX-Unternehmen untersucht werden, weshalb manche Unternehmen nicht betrachtet werden und es erfolgt eine Beschreibung der gewählten Stichprobe. In Anschluss daran wird im Kapitel 6.3 ausführlich der verwendete Glaubwürdigkeitsindex von Mazzotta et al. (2020) vorgestellt. An dieser Stelle wird ausgiebig auf den Kodierungsrahmen eingegangen. Die

Messung der Glaubwürdigkeit anhand des genannten Glaubwürdigkeitsindex erfolgt sowohl für die Geschäftsjahre vor als auch nach der Einführung der CSR-RL. Demnach werden die Geschäftsjahre, die nach dem 31.12.2016 beginnen mit dem vorausgegangenen Geschäftsjahr verglichen. Die statistische Auswertung des ex-ante-ex-post-Vergleichs erfolgt mit Hilfe von deskriptiver und induktiver Statistik in den Kapiteln 6.5.1 sowie 6.5.2. In der Literatur sind Einflussgrößen bekannt, die die Glaubwürdigkeit beeinflussen können. Die relevanten Kontrollvariablen werden zunächst im Kapitel 6.4 erläutert und definiert. Diese fließen in die induktive Statistik des Kapitels 6.5.2 mit ein. Mit Hilfe einer linearen multiplen Regressionsanalyse wird für mögliche Störeinflüsse kontrolliert. Im Kapitel 6.5.3 werden anschließend die Ergebnisse diskutiert und im Kapitel 6.6 werden die Limitationen des Forschungsvorhabens dargestellt.

6.1. Forschungsmethodik

Im Rahmen der Masterarbeit wird zur Messung der Glaubwürdigkeit eine Inhaltsanalyse durchgeführt. Die Inhaltsanalyse ist definiert als „a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the contexts of their use.“ (Krippendorff (2004, S. 18)) Zweck dieser Forschungsmethodik ist also, aus qualitativen Informationen quantitative Daten abzuleiten. Wie in Kapitel 4 zu sehen ist, handelt es sich bei dieser Forschungsmethodik um eine übliche wissenschaftliche Verfahrensweise in der Accountingforschung, um Daten zu generieren. Zu unterscheiden ist die formale qualitative Inhaltsanalyse von der evaluativen qualitativen Inhaltsanalyse (Schreier (2014, S. 8-13)). Die formale qualitative Inhaltsanalyse beschränkt sich auf das Erfassen und Beschreiben von Informationen unter formalen und strukturellen Gesichtspunkten (z.B. Wortanzahl, Lesbarkeitsformeln, etc.) (Schreier (2014, S. 12)). Demgegenüber bewertet die evaluative qualitative Inhaltsanalyse die Qualität der Inhalte. Dahinter steht die Annahme, dass manche Informationen nützlicher sind als andere (Hooks & van Staden, 2011, S. 200). Beide Varianten der Inhaltsanalyse haben gemeinsam, dass ein Kodierungsrahmen mit relevanten Kategorien geschaffen wird und anschließend die zu bewertenden Daten anhand der vorher festgelegten Kodierung bewertet werden (Schreier, 2014, S. 20). Bei dem verwendeten Glaubwürdigkeitsindex von Mazzotta et al. (2020), der im Kapitel 6.3 erläutert wird, werden beide Varianten der Inhaltsanalyse verwendet. Es gibt Kategorien, die sich auf formale bzw. strukturelle Aspekte beziehen (z.B. Seitenlänge, Anzahl visueller Seiten, Lesbarkeitsformel nach Flesch). Andererseits bestehen im Glaubwürdigkeitsindex Kategorien, die ordinal im Sinne einer evaluativ qualitativen Inhaltsanalyse bewertet werden (z.B. Anbieter der Prüfungsleistung, Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit, etc.). Demnach folgt diese Vorgehensweise der Logik, dass das Vorliegen eines Merkmals nützlicher ist als ein anderes Merkmal. Da der Großteil der Kategorien der evaluativen qualitativen Inhaltsanalyse folgt, wird der Glaubwürdigkeitsindex der „Meaning-oriented Approach: Interpretative Content Analysis“ zugeordnet (Helfaya et al., 2018, S. 167;

Mazzotta et al., 2020, S. 1905). Im Gegensatz zu rein formal qualitativen Inhaltsanalysen ist demnach ein größerer Interpretationsspielraum in der Bewertung gegeben (M. Smith & Taffler, 2000, S. 638).

6.2. Stichprobe

Zunächst wird die Auswahl der Grundgesamtheit der Stichprobe erläutert, während anschließend eine Erklärung erfolgt, weswegen manche Unternehmen nicht in die Stichprobe mitaufgenommen werden konnten.

6.2.1. Begründung der gewählten Stichprobe

In der vorliegenden Masterarbeit wurden die Unternehmen des MDAX betrachtet. Während der DAX die 30 größten deutschen Unternehmen nach Marktkapitalisierung und Börsenumsatz abbildet, beinhaltet der MDAX die 50 nächstgrößeren Unternehmen. Der MDAX wurde 1996 von dem Unternehmen Deutsche Börse AG entwickelt und ist seit dem Teil der DAX-Familie, die aus dem DAX, MDAX sowie dem SDAX besteht (QONTIGO, 2021).

In der empirischen Accountingforschung hat es sich etabliert, die Stichprobenauswahl an einem Aktienindex anzulehnen (Aggarwal, 2013, S. 54-55). Dies birgt den Vorteil, dass die Unternehmen nach objektiven Kriterien in die Stichprobe einfließen und keiner Selektionsverzerrung im Auswahlprozess unterliegen.

Darüber hinaus beschränkt sich die Stichprobe bewusst auf eine EU-Nation Deutschland. Damit kann auf einen zwischenstaatlichen Vergleich der Umsetzung der CSR-RL in die nationale Gesetzgebung verzichtet werden. Ferner muss im Rahmen der empirischen Untersuchung nicht auf kulturelle Unterschiede zwischen den Ländern geachtet werden, was ebenso einen Vorzug einer „Ein-Land-Betrachtung“ darstellt. Kulturelle Einflüsse besitzen nachweislich einen Einfluss auf die NBE (Gallego-Álvarez & Ortas, 2017, S. 351).

Daneben war vor dem CSR-RUG die NBE für deutsche Unternehmen weitestgehend freiwillig, sodass ein ex-ante-ex-post-Vergleich vor und nach der Gesetzesreform eine isolierte Betrachtung der Gesetzesreform erlaubt. Ein Zweijahresvergleich ist insofern gerechtfertigt, weil die Wirkungskraft durch die neue Gesetzgebung bereits unmittelbar nach dessen Inkrafttreten zu erwarten ist (Mion & Loza Adaui, 2019, S. 9).

Außerdem konnte vom Autor in der Literatur keine vergleichbare Stichprobe aufgefunden werden, die einen ex-ante-ex-post-Vergleich nach Einführung der CSR-RL untersucht hat. Neben den untersuchten DAX-Unternehmen in der empirischen Studie von Mion und Loza Adaui (2019), erfolgt demnach eine Erweiterung der Stichprobe, was die Robustheit der Ergebnisse nochmal verstärken kann.

6.2.2. Auswahlprozess

Es wurden jene MDAX-Unternehmen in die Analyse inkludiert, die vor der Indexanpassung im September 2018 im MDAX enthalten waren. Hierfür wurde die historische Entwicklung des MDAX nachvollzogen und jene Unternehmen

in die Stichprobe aufgenommen, die im August 2018 im Index waren (DAX-Indices, 2021, S. 8-14). Damit ergibt sich eine Grundgesamtheit von 50 Unternehmen. Ein Unternehmen unterliegt den Vorschriften des CSR-RUG gemäß § 289b HGB nur dann, wenn die einschlägigen Voraussetzungen kumulativ erfüllt sind. Laut § 267 Abs. 3 S. 2 HGB gilt, dass eine kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaft stets als große Kapitalmarktgesellschaft einzustufen ist. Da alle Unternehmen des MDAX kapitalmarktorientiert sind, sind die Voraussetzungen des § 289b Abs. 1 Nr. 1, 2 HGB erfüllt. Das Überschreiten der 500 Beschäftigten gemäß § 289b Abs. 1 Nr. 3 HGB trifft bis auf eine Ausnahme auf alle Unternehmen zu. Die Deutsche Euroshop AG ist eine Beteiligungsgesellschaft, die die Voraussetzung von mindestens 500 Beschäftigten nicht erfüllt. Damit wird die Deutsche Euroshop AG aus der Stichprobe exkludiert. Ferner gibt es vier Unternehmen, die aufgrund ihres Unternehmenssitzes im Ausland nicht dem deutschen CSR-RUG nach § 289b HGB unterliegen. Für drei Unternehmen ist das luxemburgische (Aroundtown S.A., Grand City Properties S.A., RTL Group S.A.) und für ein Unternehmen das niederländische (Airbus SE) Handelsrecht anzuwenden. Auf die Einbeziehung dieser Unternehmen wurde verzichtet, da ausschließlich der isolierte Effekt der deutschen Gesetzesreform betrachtet wird. Die NBE der Axel Springer SE, der WACKER Chemie AG sowie die Dürr AG beinhalten zeitliche Inkonsistenzen. Beispielsweise berichten die ersten beiden genannten Unternehmen nur alle zwei Jahre zum Thema Nachhaltigkeit und bei der Dürr AG erfolgt die NBE abweichend zum Geschäftsjahr. Zeitliche Inkonsistenzen erschweren den Vergleich zwischen den Unternehmen und es kann nicht mehr sinnvoll für Störeinflüsse kontrolliert werden. Folglich wurden die drei Unternehmen aus der Stichprobe entfernt. Die Bewertung der Glaubwürdigkeit für die Uni-per SE kann aufgrund unzureichender Datenlage nicht vorgenommen werden. Online verfügbar ist lediglich ein Kurzbericht und in diesem wird explizit auf die vollständige Version für detaillierte Informationen hingewiesen. Nach Rücksprache mit der Senior Sustainability Managerin des Unternehmens stellte sich heraus, dass die detaillierten Informationen in der Vergangenheit im Internet abrufbar waren. Diese sind jedoch nicht mehr verfügbar.

6.2.3. Beschreibung der gewählten Stichprobe

Nach Abzug aller exkludierten Unternehmen beträgt die gesamte Stichprobengröße 41 ($N = 41$). Alle in die Inhaltsanalyse mit einbezogenen Unternehmen sind in Tabelle 2 dargestellt:

In Abbildung 8 ist die Branchenverteilung der betrachteten Unternehmen visuell in einem Kuchendiagramm dargestellt.

Zu erkennen ist, dass die beiden Branchen Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik sowie Finanzen über die Hälfte (51 %) der Gesamtstichprobe ausmachen. Gefolgt von den Branchen Handel & Konsum (17 %) sowie Chemie & Pharmazie (15 %) bilden die Branchen Medien (10 %) sowie Energie & Rohstoffe (7 %) das Schlusslicht.

6.3. Messung der Glaubwürdigkeit

Während im Kapitel 2.5 die Indikatoren für eine glaubwürdige NBE und deren ordinale Bewertung erläutert wurde, erfolgt in diesem Kapitel eine Beschreibung des Kodierungsrahmens. Alle diese Variablen sind notwendig, um das komplexe Konstrukt der Glaubwürdigkeit zu quantifizieren. Die Messung der einzelnen Variablen erfolgt in enger Anlehnung an Mazzotta et al. (2020). Sofern es bewusste Abweichungen in der Bewertung im Vergleich zu den Autoren gibt, wird darauf explizit hingewiesen. Für die Inhaltsanalyse wurden die Geschäftsberichte sowie - sofern vorhanden - der gesonderte Nachhaltigkeitsbericht zur Bestimmung der Glaubwürdigkeit verwendet.⁵

Die minimale Punktzahl des Glaubwürdigkeitsindex (GW) ist null und die maximal zu erreichende Punktzahl beträgt 21. Der Glaubwürdigkeitsindex setzt sich aufgeschlüsselt nach den Dimensionen von Habermas wie folgt zusammen: (1) Wahrheit (W) mit zehn Punkten (48 % der Gesamtpunktzahl), (2) Wahrhaftigkeit (WH) mit neun Punkten (43 % der Gesamtpunktzahl) sowie (3) Angemessenheit & Verständlichkeit (AV) mit zwei Punkten (9 % der Gesamtpunktzahl). Damit fließen die Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit in etwa mit der gleichen Punktzahl in den Glaubwürdigkeitsindex ein, während die Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit eine eher untergeordnete Gewichtung einnimmt.

Tabelle 3 illustriert die berechneten standardisierte Cronbach's Alpha-Werte. Mit Ausnahme der Dimensionen Wahrhaftigkeit und Angemessenheit & Verständlichkeit nach der CSR-RL sind die standardisierten Cronbach's Alpha-Werte größer als 0,7. Insbesondere zeigen die standardisierten Cronbach's Alpha-Werte für den Glaubwürdigkeitsindex, dass es sich um ein reliables Messinstrument handelt.

In Tabelle 4 sind alle Variablen mit den möglichen Ausprägungen und der jeweiligen Kodierung der Merkmalsausprägung aufgeführt.

6.3.1. Externe Prüfung (Wahrheit)

Beim Anbieter der Prüfungsleistung wird zwischen keiner externen Prüfung, einer externen Prüfung durch einen ASAP sowie einer externen Prüfung durch einen NASAP unterschieden. Sofern das betrachtete Unternehmen sich keiner externen Prüfung unterzog, wird kein Punkt vergeben. Bei der Begutachtung durch einen ASAP, d.h. durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, wird ein Punkt vergeben, wohingegen die Prüfung durch einen NASAP mit zwei Punkten honoriert wird. Im wissenschaftlichen Artikel von Mazzotta et al. (2020, S. 1907) wird hingegen nur ein Punkt vergeben, wenn die Prüfung durch einen NASAP erfolgt. Bei der Analyse italienischer Unternehmen ergibt diese Herangehensweise in der Punktevergabe Sinn, da die nationale Gesetzgebung eine externe Prüfung durch einen ASAP vorschreibt (Krasodomska, Simnett & Street, 2021, S. 110). Der deutsche Gesetzgeber schreibt eine externe Prüfung hingegen nicht vor

⁵Die verwendeten Datenquellen sind auf dem beigelegten digitalen Datenträger unter dem Ordner „Stichprobe NBE“ einsehbar.

Tabelle 2: Stichprobenübersicht mit Angaben zum Unternehmenssitz und zur Branche (eigene Darstellung)

Unternehmen	Sitz	Branche
Aareal Bank AG	Wiesbaden	Finanzen
Aurubis AG	Hamburg	Energie & Rohstoffe
Brenntag AG	Essen	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
Ceconomy AG	Düsseldorf	Handel & Konsum
CTS Eventim AG & Co. KGaA	München	Medien
Delivery Hero AG	Berlin	Medien
Deutsche Wohnen SE	Berlin	Finanzen
Deutsche Pfandbriefbank AG	München	Finanzen
Evonik Industries AG	Essen	Chemie & Pharmazie
Fielmann AG	Hamburg	Handel & Konsum
Fraport AG	Frankfurt a. M.	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
FUCHS PETROLUB SE	Mannheim	Chemie & Pharmazie
GEA Group AG	Düsseldorf	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
Gerresheimer AG	Düsseldorf	Chemie & Pharmazie
Hannover Rück SE	Hannover	Finanzen
Hella GmbH & CO KGaA	Lippstadt	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
HOCHTIEF AG	Essen	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
HUGO BOSS AG	Metzingen	Handel & Konsum
innogy SE	Essen	Energie & Rohstoffe
Jungheinrich AG	Hamburg	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
K+S AG	Kassel	Chemie & Pharmazie
KION Group AG	Wiesbaden	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
LANXESS AG	Köln	Chemie & Pharmazie
LEG Immobilien AG	Düsseldorf	Finanzen
LEONI AG	Nürnberg	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
METRO AG	Düsseldorf	Handel & Konsum
MTU Aero Engines AG	München	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
NORMA Group SE	Maintal	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
Osram Licht AG	München	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
ProSiebenSat.1 Media SE	Unterföhring	Medien
PUMA SE	Herzogenaurach	Handel & Konsum
Rheinmetall AG	Düsseldorf	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
Rocket Internet	Berlin	Finanzen
Salzgitter AG	Salzgitter	Energie & Rohstoffe
Schaeffler AG	Herzogenaurach	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik
Scout24 AG	München	Elektronik, Hard- und Software
Ströer SE & Co. KGaA	Köln	Medien
Symrise AG	Holzminden	Chemie & Pharmazie
TAG Immobilien AG	Hamburg	Finanzen
Talanx AG	Hannover	Finanzen
Zalando SE	Berlin	Handel & Konsum

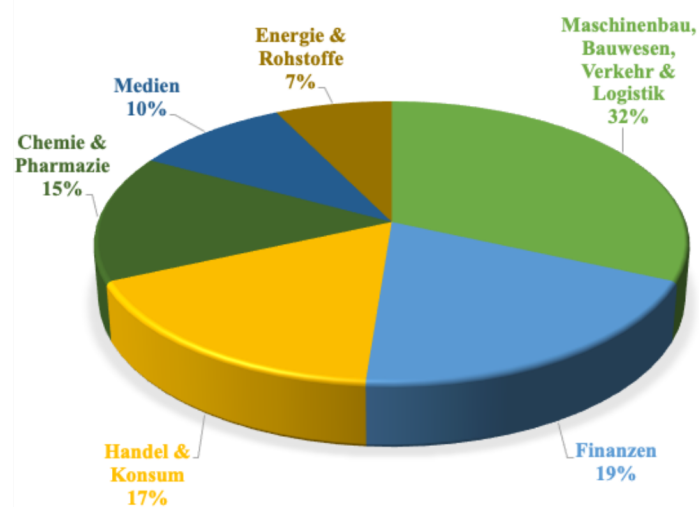
**Abbildung 8:** Branchenverteilung, N = 41 (eigene Darstellung)

Tabelle 3: Glaubwürdigkeitsindex - Standardisiertes Cronbach's Alpha, N = 41 (eigene Darstellung)

	W	WH	AV	GW
Vorher	0,819	0,875	0,740	0,917
Nachher	0,723	0,663	0,392	0,818

Tabelle 4: Glaubwürdigkeitsindex - Variablenübersicht (eigene Darstellung)

Subdimension	Variable	Variablenausprägung (Kodierung in Klammern)		
WAHRHEIT				
Externe Prüfung	Anbieter	Nein (0)	ASAP (1)	NASAP (2)
	Prüfungsumfang	Selektiv (0)	Umfassend (1)	-
	Prüfungssicherheit	Mittel (0)	Hoch (1)	-
Eigenschaften der NBE	Verwendung eines Rahmenwerks	Nein (0)	GRI „Kern“/Andere (1)	GRI „Umfassend“ (2)
	Seitenlänge der NFI	Seitenlänge: Normalisiert zwischen 0 und 1		
	Verortung der NFI	Integriert in Geschäftsber. (0)	Gesonderte NBE (1)	-
Genauigkeit	Methodik-Kapitel	Nein (0)	Ja (1)	-
	Genauigkeit der dargestellten Informationen	Durchschnittswert der Genauigkeit über drei Themen: Normalisiert zwischen 0 und 1		
WAHRHAFTIGKEIT				
Wesentlichkeit	Existenz einer Wesentlichkeitsmatrix	Nein (0)	Ja (1)	-
	Aktualität der Wesentlichkeitsanalyse	Nein (0)	Ja (1)	-
	Bekenntnis des Vorstands zur Nachhaltigkeit	Nein (0)	Ja (1)	-
Stakeholderbeziehung	Identifikation	Nein (0)	Ja (1)	-
	Dialog	Nein (0)	Ja (1)	-
	Engagement	Nein (0)	Ja (1)	-
Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit	Organisationale Verankerung	Nein (0)	Ja (1)	Speziell für Nachhaltigkeit gegründet (2)
Sustainable Development Goals (SDGs)	Bezugnahme zu den SDGs	Nein (0)	Ja (1)	-
ANGEMESSENHEIT & VERSTÄNDLICHKEIT				
Einfachheit in der Kommunikation	Lesbarkeit	FRE-Score: Normalisiert zwischen 0 und 1		
	Verwendung visueller Darstellungen	Anzahl visueller Seiten: Normalisiert zwischen 0 und 1		

(s. Kap. 3). Aus diesem Grund geht es für ein deutsches Unternehmen über das Mindestmaß gesetzlicher Vorschriften hinaus, wenn eine externe Prüfung stattfindet. Folglich ist die oben genannte Punkteverteilung gerechtfertigt.

Die Variable *Prüfungsumfang* wird folgt bestimmt: Sofern es sich bei der externen Prüfung um eine Prüfung handelt, bei der alle Inhalte der NBE geprüft werden, wird ein Punkt vergeben. Wird hingegen von der Prüfungsgesellschaft darauf hingewiesen, dass nur ausgewählte Sektionen der NBE geprüft wurden, erfolgt eine Bewertung mit der Punktzahl

null.

Für die *Prüfungssicherheit* wird nur dann ein Punkt vergeben, wenn eine hohe Prüfungssicherheit vorliegt. Eine mittlere Prüfungssicherheit wird hingegen nicht mit einem Punkt honoriert.

Zur Identifikation der drei Variablen wird sowohl der Geschäftsbericht als auch - sofern vorhanden - der gesonderte Nachhaltigkeitsbericht auf einen Bestätigungsvermerk, der das Prüfungsurteil formal verbrieft, durch einen ASAP bzw. ein Zertifikat durch einen NASAP durchleuchtet. Dar-

in enthalten sind Angaben zur Prüfungsgesellschaft, dem Prüfungsumfang und der Prüfungssicherheit.

6.3.2. Eigenschaften der NBE (Wahrheit)

Falls das zu untersuchende Unternehmen vollständig auf die *Verwendung eines Rahmenwerks* für die NBE verzichtet, wird die Variable mit null Punkten bewertet. Bei der Orientierung an einem Rahmenwerk für die NBE (z.B. GRI Option „Kern“, DNK, Global Compact Index) wird ein Punkt vergeben. Im Unterschied zum Glaubwürdigkeitsindex nach Mazzotta et al. (2020), in dem alle betrachteten Unternehmen die GRI Standards befolgen, werden neben dem GRI Rahmenwerk auch andere Rahmenwerke mit einem Punkt bewertet. Grund hierfür ist, dass die Vorteile für die Verwendung eines Rahmenwerks nicht nur für das GRI Rahmenwerk zutreffend sind. Aufgrund der weitergehenden Anforderungen der GRI Option „Umfassend“ wird die Bewertung von zwei Punkten beibehalten.

Für die Bestimmung der Variable *Seitenlänge der NFI* wird approximativ die aggregierte Seitenlänge der NFI verwendet. Die Definition, was zu den NFI gehört, folgt den Ausführungen in Kapitel 2.2.⁶ Demnach werden nur Informationen, welche den Säulen Umwelt und Soziales angehören, inkludiert. Des Weiteren werden Informationen zur Unternehmensführung, die nicht unmittelbar mit dem Nachhaltigkeitsmanagement in Verbindung stehen, nicht in der Seitenlänge berücksichtigt, da diese bereits vor dem CSR-RUG im § 289a HGB für die Unternehmen verpflichtend waren. Für das Aufsuchen der NFI wird der Geschäftsbericht und – sofern vorhanden – der Nachhaltigkeitsbericht verwendet. Falls es sich in den beiden Datenquellen um reine Wiederholungen, Kurzfassungen oder einen Verweis auf die gesonderte NBE handelt, wird dies nicht in der Variable berücksichtigt. Angebrochene Seiten von NFI werden als vollständige Seite gewertet. Die erlangten Werte werden normalisiert.⁷ Aus der Normalisierung der Variable folgt, dass die minimale Seitenanzahl einen Punktwert von Null und die maximale Seitenanzahl einen Wert in Höhe von einem Punkt erhält. Die Definition der Variable weicht möglicherweise von der Herangehensweise Mazzotta et al. (2020, S. 1906) ab.

Die Variable *Verortung der NFI* wird mit einem Punkt versehen, wenn es eine gesonderte NBE gibt. Die im Kapitel 4.2) vorgestellten Variante a) (Integration der NFI im Lagebericht) als auch die Variante b) (Integrated Reporting) werden mit null Punkten versehen.

⁶Für eine genaue Ansicht der berücksichtigten NFI kann in der Excel-Datei „Datenerhebung“ unter dem Reiter „NFI im Sample“ betrachtet werden.

⁷Um die erlangten Werte sinnvoll in den Glaubwürdigkeitsindex einzubetten, muss eine Normalisierung der Variable *Seitenlänge der NFI* erfolgen. Die Formel zur Normalisierung für ein Unternehmen i lautet wie folgt: $\text{Seitenlänge der NFI (normalisiert)}_i = \frac{\text{Seitenlänge der NFI}_i - \text{MIN}}{\text{MAX} - \text{MIN}}$ (Helfaya & Whittington, 2019, S. 528). Mit dieser Vorgehensweise können metrische Skalen in eine metrische Skale, die Werte zwischen null und eins annimmt, umgewandelt werden. Für die Normalisierung werden die Daten vor und nach der CSR-RL betrachtet, damit ein sinnvoller ex-ante-ex-post-Vergleich möglich ist. Somit wird das globale Minimum bzw. Maximum (über beide Zeitpunkte hinweg) für die Berechnung verwendet.

6.3.3. Genauigkeit (Wahrheit)

Die Variable *Methodik-Kapitel* wird dann mit einem Punkt bewertet, wenn

- Angaben über die enthaltenen Entitäten gemacht werden,
- etwaige Änderungen in der Berichterstattung oder der Neudarstellung von Informationen transparent dargelegt werden,
- der Berichtszeitraum eindeutig definiert ist und
- das Vorgehen zur Bestimmung der Inhalte für die NBE erläutert wird.

Falls ein Unternehmen nicht alle Aspekte erwähnt, wird die Variable mit null Punkten angesetzt. Sofern ein Unternehmen GRI Rahmenwerk für die NBE verwendet, kann der GRI Content Index zur Vereinfachung der Inhaltsanalyse verwendet werden. Ansonsten werden die Aspekte händisch im Geschäfts- bzw. Nachhaltigkeitsbericht gesucht.

Die Variable *Genauigkeit der dargestellten Informationen* wird folgendermaßen bestimmt: Zuerst werden die wesentlichen Themen eines Unternehmens für beide Jahre identifiziert. Im besten Falle gibt es drei vergleichbare Themengebiete, die dann für beide Jahre hinsichtlich ihrer Genauigkeit untersucht werden. Ein Unternehmen erhält für ein Thema nur einen Punkt, wenn es sich um rein qualitative Inhalte handelt. Falls in dem Thema neben den qualitativen Informationen auch quantitative oder monetäre enthalten sind, werden zwei Punkte vergeben. In dem Fall, dass ein Thema qualitative, quantitative sowie monetäre Angaben vereint, werden drei Punkte für dieses Thema distribuiert. Die Punktzahl null wird nur dann für ein Thema verteilt, wenn es weniger als drei Themen gibt, über die berichtet wird. Nachdem alle drei Themen bewertet werden, wird ein Durchschnittswert über diese drei Themen gebildet. Diese Herangehensweise zur Bestimmung der Genauigkeit erfolgt in Anlehnung an wissenschaftliche Praxis (Helfaya & Whittington, 2019, S. 530; Michelon et al., 2015, S. 10). Falls der Durchschnittswert kleiner zwei ist, werden null Punkte vergeben. Durchschnittswerte, die größer gleich zwei sind, werden zwischen null und eins normalisiert.⁸ Die konkrete Kodierung nach Mazzotta et al. (2020, S. 1903, 1906) weicht ggf. aufgrund fehlender Erläuterungen ab.

6.3.4. Wesentlichkeit (Wahrhaftigkeit)

Die Variable *Existenz einer Wesentlichkeitsmatrix* wurde dann mit einem Punkt versehen, wenn tatsächlich eine Matrix verwendet wurde (s. Kap. 2.5). Es muss folglich eine Priorisierung der Themen vorgenommen werden, die die Bedeutung des Themas für das Unternehmen und die Bedeutung für die Stakeholder widerspiegelt. Um den Punkt zu erreichen, ist es nicht nötig, eine im Vergleich zum Vorjahr veränderte Wesentlichkeitsmatrix zu präsentieren. Dieser Aspekt

⁸Die Formel für die Normalisierung lautet wie folgt: $\text{Genauigkeit (normalisiert)} = \frac{\phi_{\text{Genauigkeit der drei betrachteten Themen}_i - \text{MIN}}{\text{MAX} - \text{MIN}}$.

wird in der Variable *Aktualität der Wesentlichkeitsanalyse* aufgegriffen.

Für die Variable *Aktualität der Wesentlichkeitsanalyse* wird dann ein Punkt fällig, wenn neue bzw. veränderte wesentliche Themen ersichtlich sind oder explizit darauf hingewiesen wird, dass die Wesentlichkeitsanalyse neu geprüft worden ist. Im Unterschied zu Mazzotta et al. (2020, S. 1906) muss für den Erhalt eines Punktes keine Wesentlichkeitsmatrix existent sein. Bloße Auflistungen oder andere Darstellungen reichen bereits aus. Diese Bewertung resultiert aus dem Fakt, dass ein Großteil der Unternehmen keine Wesentlichkeitsmatrix verwenden (s. Kap. 6.5.1). Da diese Unternehmen bereits keinen Punkt für die Wesentlichkeitsmatrix erhalten, wird auf eine Doppelbestrafung verzichtet.

Die Variable *Bekenntnis des Vorstands zur Nachhaltigkeit* wird eins, wenn das Top-Management (i.d.R. vertreten durch den CEO) sich klar zur Verfolgung von Nachhaltigkeitszielen bereit erklärt. Hierfür wird primär darauf geachtet, ob im „CEO Letter“ vom Thema Nachhaltigkeit hervorgehoben wird. Bei fehlendem Bekenntnis durch den Vorstand wird kein Punkt vergeben. Mazzotta et al. (2020, S. 1906) bezieht diese Variable auf die Wesentlichkeitsmatrix. Analog zum obigen Argument wird von dieser Kodierung abgewichen. Des Weiteren wird dieses Vorgehen in der Inhaltsanalyse von Mi-on und Loza Adauí (2019, S. 11) in dieser Weise implementiert.

6.3.5. Stakeholderbeziehung (Wahrhaftigkeit)

Die Variable *Identifikation* wird dann eins, wenn das Unternehmen eine Auflistung der verschiedenen Stakeholdergruppen vornimmt. Die Variablen *Dialog* und *Engagement* werden wie folgt bewertet: Im Einklang mit dem im Kapitel 2.5 beschriebenen unterschiedlichen Partizipationsgrad der Einbindung von Stakeholdern, wird für die Variable *Dialog* dann ein Punkt vergeben, wenn ein zweiseitiger Austausch zwischen dem Unternehmen und seinen Stakeholdern stattfindet (z.B. Etablierung von Diskussionsforen). Für die Variable *Engagement* wird nur dann ein Punkt vergeben, wenn die Stakeholder tatsächlich einen Einfluss auf die Entscheidungen der Unternehmung ausüben. Ein Beispiel hierfür kann das aktive Umsetzen von Vorschlägen seitens der Stakeholder (z.B. aus Diskussionen) sein oder eine Interessensvertretung im Aufsichtsrat des Unternehmens.

6.3.6. Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit (Wahrhaftigkeit)

Bei der Variable *Organisationale Verankerung* wird kein Punkt vergeben, wenn aus den Informationen der NBE nicht hervorgeht, dass die Nachhaltigkeit organisational im Unternehmen eingegliedert ist. Außerdem wird kein Punkt vergeben, wenn darauf hingewiesen wird, dass der Vorstand bzw. der Aufsichtsrat die alleinige Verantwortung trägt. Da dies faktisch durch die rechtliche Stellung beider Organe determiniert ist, ist dieser Verweis nicht ausreichend, damit ein Punkt vergeben werden kann. Falls das Thema Nachhaltigkeit in eine bestehende Organisation bzw. Abteilung integriert ist (z.B. Abteilung Compliance), dann erhält das Unternehmen

einen Punkt. Speziell für das Thema Nachhaltigkeit gegründete Strukturen (z.B. Sustainability Committee) werden mit zwei Punkten bewertet.

6.3.7. Sustainable Development Goals (Wahrhaftigkeit)

Die Variable *Bezugnahme zu den SDGs* wird dann eins, wenn das betrachtete Unternehmen in irgendeiner Weise die SDGs referenziert. Sofern die SDGs nicht adressiert werden, ist die Variable gleich null.

6.3.8. Einfachheit in der Kommunikation (Angemessenheit & Verständlichkeit)

Die Subdimension Einfachheit in der Kommunikation besteht aus den Variablen *Lesbarkeit* und *Verwendung visueller Darstellungen*. Für beide Variablen wird eine zufällige Stichprobe von zehn Seiten mittels Excel-Funktion „Zufallsbereich“ gezogen.⁹ Der Lesbarkeitsindex Flesch-Reading-Ease (FRE) hilft dabei, die Variable *Lesbarkeit* zu quantifizieren. Der FRE-Score kann Werte zwischen null und 100 annehmen. Ein höherer FRE-Score steht für eine bessere Lesbarkeit des Textes (Flesch, 1948, S. 230). Die von Rudolf Flesch entwickelte Formel lautet folgendermaßen: $FRE - Score = 206,835 - (1,015 * \phi_{Satzlänge}) - (84,6 * \phi_{SilbenanzahlproWort})$ (Flesch, 1948, S. 225).¹⁰ Wenn die durchschnittliche Satzlänge oder die durchschnittliche Silbenanzahl pro Wort steigt, sinkt der FRE-Score. Anders ausgedrückt heißt dies, dass die Lesbarkeit mit einer höheren durchschnittlichen Satzlänge sowie steigender durchschnittlicher Silbenanzahl pro Wort abnimmt. Demnach erhalten jene Unternehmen einen besseren FRE-Score, wenn kurze Sätze und Worte verwendet werden. Bei Unternehmen, welche weniger als zehn auswertbare Seiten NFI haben, werden alle vorhandenen Seiten mit NFI in die Zufallsstichprobe einbezogen. Für die Berechnung des FRE-Scores, wird die browserbasierte Open Source Software von „leichtlesbar.ch“ benutzt. Nachdem ein Word-Dokument aufbereitet wird, das die gezogene Zufallsstichprobe beinhaltet, wird per Copy-and-Paste-Befehl der Text aus der NBE in die Eingabemaske der Software eingespielt. Die FRE-Score-Werte werden die Werte zwischen null und eins normalisiert.¹¹ Die Autoren werten die Lesbarkeit Mazzotta et al. (2020, S. 1906) anhand des Gulpease Index aus. Da dieser Lesbarkeitsindex speziell für die italienische Sprache entwickelt worden ist, kann dieser nicht zur Bestimmung der Lesbarkeit verwendet werden. Aus diesem Grund wurde auf den Lesbarkeitsindex von Flesch, der für die englische Sprache ausgerichtet ist, ausgewichen.

Die Variable *Verwendung visueller Darstellungen* wird mit folgender Kennzahl berechnet: *Verwendung visueller*

⁹Die Zufallsstichproben sind im Ordner „Stichprobe (NBE)“ für jedes Unternehmens unter „Kommunikation“ einsehbar.

¹⁰ $\phi_{Satzlänge} = \frac{\text{Anzahl der Woerter im Text}}{\text{Anzahl der Saetze im Text}}, \phi_{Silbenanzahl pro Wort} = \frac{\text{Silbenanzahl im Text}}{\text{Anzahl der Woerter im Text}}$

¹¹Für die Normalisierung wird folgende Formel verwendet: $FRE - Score (normalisiert)_i = \frac{FRE - Score_i - MIN}{MAX - MIN}$.

$Darstellungen_i = \frac{\sum_{j=1}^{10} w_j * x_{ij}}{10}$.¹² Eine Seite wird dann als visuelle Seite eingestuft, wenn mindestens eine Abbildung, eine Tabelle oder ein Bild zu erkennen ist. Sofern es weniger als zehn Seiten NFI gibt, werden alle Seiten untersucht. Da die Stichprobengröße der gezogenen Seiten dann unter zehn Seiten liegt, wird entsprechend Nenner auf die Anzahl der betrachteten Seiten adjustiert. Um die obige Kennzahl in die Variable Anzahl visueller Seiten zu transformieren, erfolgt eine Normalisierung der Werte zwischen null und eins.¹³ Mazzotta et al. (2020) machen keine Angaben darüber, ob für jedes Unternehmen alle Seiten untersucht wurden, oder ob man sich auf eine Stichprobe reduziert hat. Folglich ist die Vorgehensweise u.U. divergent.

6.4. Messung der Kontrollvariablen

In der bisherigen Literatur gibt es zahlreiche empirische Befunde über Determinanten, die die Qualität der NBE positiv wie auch negativ beeinflussen können (Ali et al., 2017, S. 276-287; Dienes et al., 2016, S. 167). Die Qualität der NBE wird in der Literatur mit verschiedenen Begriffen wie „sustainability reporting quality“, „environmental disclosure quality“, etc. beschrieben (Cormier, Magnan & Van Velthoven, 2005, S. 3; Mion & Loza Adauí, 2019, S. 11). Wenn gleich nicht explizit von Glaubwürdigkeit der NBE die Rede ist, handelt es sich bei der Glaubwürdigkeit um ein Teilaspekt der Qualität der NBE (Helfaya et al., 2018, S. 19; Mion & Loza Adauí, 2019, S. 12). Demnach steht dem Übertragen der Kontrollvariablen wie im wissenschaftlichen Artikel von Mion und Loza Adauí (2019, S. 12) in den Kontext der Glaubwürdigkeit der NBE nichts im Wege. Im Folgenden wird auf insgesamt sechs Kontrollvariablen eingegangen, die neben der CSR-RL eine Veränderung der Glaubwürdigkeit in der NBE verursachen können. In Tabelle 5 ist eine Übersicht der Kontrollvariablen illustriert. Die Daten für die Kontrollvariablen wurden anhand der Geschäfts- bzw. Nachhaltigkeitsberichte oder dem Bundesanzeiger entnommen.

6.4.1. Unternehmensgröße

Grundsätzlich wird in der Betriebswirtschaftslehre davon ausgegangen, dass es zwischen dem Management und den Investoren (z.B. Aktionäre, Fremdkapitalgeber) eine Informationsasymmetrie gibt (Cormier, Ledoux, Magnan & Aerts, 2010, S. 574). Im Kontext der NBE sind die Investoren neben finanziellen Informationen auch an NFI interessiert (Amel-Zadeh & Serafeim, 2018, S. 87). Sofern das Management eine unglaubliche NBE bzw. gänzlich auf die Veröffentlichung von NFI verzichtet, müssen die einzelnen Investoren in eigener Regie Informationen sammeln. Aus Investorensicht ist dieser Informationsbeschaffungsprozess mit enormen Informationskosten verbunden (Cormier et al., 2005, S. 9). Die

Informationskosten sind für die Investoren geringer, wenn das Unternehmen freiwillig NFI offenlegt. Eine freiwillige Veröffentlichung von NFI ergibt aus der Unternehmenssicht nur dann Sinn, wenn der Nutzen aus der NBE höher ist als die daraus resultierenden Kosten (Erstellung des Berichts, Druckkosten, etc.) (Cormier et al., 2005, S. 9; M. Fifka, 2014, S. 10-11). Für ein Unternehmen, das bspw. stark auf den Kapitalmarkt angewiesen ist, sinken die Finanzierungskosten durch die Offenlegung von NFI. Dies kann mit der sinkenden Informationsasymmetrie und dem damit geringeren Risiko für Investoren begründet werden (Cormier et al., 2005, S. 9; Frankel, McNichols & Wilson, 1995, S. 135). Somit kann der Nutzen aus der Offenlegung von NFI die Informationskosten überwiegen. Die Informationskosten für ein großes Unternehmen sind relativ zu den Informationskosten eines kleinen Unternehmens geringer (Cormier & Magnan, 1999, S. 439). Demnach ist es wahrscheinlicher, dass ein großes Unternehmen mehr NFI als ein kleines Unternehmen publiziert, da der Nutzen aus der Offenlegung der NFI die Informationskosten eher kompensiert. Da der Nutzen aus der Offenlegung von NFI in einem großen Unternehmen die Informationskosten eher kompensiert, ist von einer positiven Wirkung auf die Glaubwürdigkeit in der NBE auszugehen.

Die Unternehmensgröße ist definiert als der natürliche Logarithmus der Bilanzsumme und erfolgt in Anlehnung an zahlreiche wissenschaftliche Publikationen (Dienes et al., 2016, S. 167).

6.4.2. Eigentumsstreuung

Ein Unternehmen kann eine geringe Eigentumsstreuung („concentrated ownership“) oder hohe Eigentumsstreuung („dispersed ownership“) aufweisen (Brammer & Pavelin, 2008, S. 124). Das Konfliktpotential zwischen dem Management und den Eigentümern ist bei einer hohen Eigentumsstreuung eher gegeben (Gamerschlag, Möller & Verbeeten, 2011, S. 238). Zum einen haben die Anteilseigner weniger Kontrolle über das Management, weshalb die Offenlegung von NFI zu einem wichtigen Kommunikationsmedium wird (Berthelot, Coulmont & Serret, 2012, S. 361; Brammer & Pavelin, 2006, S. 1173). Dies ermöglicht, dass die Eigentümer regelmäßig über den Status quo informiert werden und im Sinne der Eigentümer agiert wird (Chau & Gray, 2002, S. 249). Bei einer geringen Eigentumsstreuung, wie z.B. in einem familiengeführten Unternehmen, ist die Nachfrage nach NFI geringer. Folglich ist die Motivation, eine qualitativ hochwertige und über das Mindestmaß der Gesetzgebung hinausgehende NBE zu erstellen, gering (Chau & Gray, 2002, S. 250, 258). Basierend auf den vorherigen Ausführungen ist von einer glaubwürdigeren NBE bei einer hohen Eigentumsstreuung auszugehen, da die Informationsasymmetrie bei einer hohen Eigentumsstreuung größer ist und somit ist die Nachfrage der zahlreichen Stakeholder nach NFI stärker ausgeprägt.

In Anlehnung an Cormier und Magnan (2003, S. 50) wird eine binäre Dummy-Variable eingeführt, um die Eigentümerstruktur zu berücksichtigen. Diese ist gleich eins, wenn es kei-

¹²Die Abkürzungen sind folgendermaßen zu interpretieren: $w_j = 1$, wenn die Seite j visuell ist, $w_j = 0$, sonst; x_{ij} = Seite j von Unternehmen i

¹³Für die Normalisierung wird folgende Formel verwendet: $\frac{\text{Verwendung visueller Darstellungen (normalisiert)}_i}{\text{Verwendung visueller Darstellungen}_i - \text{MIN}} = \frac{\text{MAX} - \text{MIN}}{\text{MAX} - \text{MIN}}$

Tabelle 5: Kontrollvariablen - Variablenübersicht (eigene Darstellung)

Kontrollvariable	Kürzel	Definition
Unternehmensgröße	SIZE	$\ln(\text{Bilanzsumme}) = \ln(\text{Eigenkapital} + \text{Fremdkapital})$
Eigentumsstreuung	DISP	$DISP = \begin{cases} 1, \text{kein Anteilsetgnter mit mehr als 20\% der Stimmrechte} \\ 0, \text{sonst} \end{cases}$
Ertragslage	ROA	Gesamtkapitalrendite = $((\text{Gewinn} + \text{Fremdkapitalzinsen}) / \text{Gesamtkapital}) * 100 \%$
Vermögenslage	LEV	Verschuldungsgrad = $(\text{Fremdkapital} / \text{Eigenkapital}) * 100 \%$
Medienpräsenz	PRES	# Suchtreffer im Handelsblatt-Archiv für das relevante Geschäftsjahr
Umweltsensitivität	ENVSEN	$ENVSEN = \begin{cases} 1, \text{hohe Umweltsensitivität liegt vor} \\ 0, \text{sonst} \end{cases}$

nen Anteilseigner gibt, der mehr als 20 %¹⁴ der Stimmrechte innehat.

6.4.3. Vermögens- und Ertragslage

Eine vollkommen transparente Offenlegung von NFI kann nachteilig für das Unternehmen sein. Die Kommunikation interner Informationen in die Öffentlichkeit kann dazu führen, dass Dritte diese Informationen gegen das Unternehmen verwenden. Dies kann Unternehmen dazu verleiten, eine selektive NBE zu betreiben, damit sich keine Auswirkungen auf den Gewinn ergeben (Cormier et al., 2005, S. 9). Stabile wirtschaftliche Verhältnisse helfen dabei, Kritik, die potentiell aus den veröffentlichten NFI droht, auszuhalten (Cormier et al., 2005, S. 10-11). Ferner unterliegen profitable Firmen eher einem Rechtfertigungsdruck bezogen auf ihren gesellschaftlichen Mehrwert als weniger profitable Firmen (Bewley & Li, 2000, S. 208-209). Ein weiteres Argument ist, dass profitable Firmen tendenziell eher bereit sind, die Gewinne in eine qualitativ hochwertige NBE zu reinvestieren (Brammer & Pavelin, 2006, S. 1174). Es bleibt somit festzuhalten, dass stabile wirtschaftliche Verhältnisse einer qualitativ hochwertigen NBE und damit der Glaubwürdigkeit dienlich sind.

Um die Ertragslage bzw. die Profitabilität zu quantifizieren, wird die Gesamtkapitalrendite in % berechnet (z.B. Mion & Loza Adau, 2019, S. 16). Für die Vermögenslage wird der Verschuldungsgrad in % verwendet (z.B. Cormier et al., 2005, S. 18).

6.4.4. Medienpräsenz

In der öffentlichen Wahrnehmung gibt es erhebliche Unterschiede zwischen einzelnen Unternehmen. Unternehmen, die regelmäßig in den Medien präsent sind, unterliegen einem steten gesellschaftlichen und politischen Druck (Brammer & Millington, 2006, S. 6-7). Aus diesem Grund wird für die Sichtbarkeit in den Medien kontrolliert. Unternehmen, die ständig in den Medien zu sehen sind, könnten demnach eine bessere NBE aufweisen als Unternehmen, die weniger mediale Aufmerksamkeit erhalten. Eine hohe Medienpräsenz

wirkt sich folglich positiv auf die Qualität der NBE und damit der Glaubwürdigkeit aus.

Hierfür werden die Anzahl der Suchtreffer im Archiv des Handelsblatts für das relevante Geschäftsjahr betrachtet. Das Handelsblatt wurde ausgewählt, weil es sich um eine renommierte Wirtschaftszeitung mit einer hohen Reichweite in Deutschland handelt (Gamerschlag et al., 2011, S. 243-244).

6.4.5. Umweltsensitivität

Ein Chemieunternehmen muss naturgemäß der NBE einen höheren Stellenwert einräumen als ein IT-Unternehmen oder ein Finanzdienstleister (Helfaya & Whittington, 2019, S. 531; Meek, Roberts & Gray, 1995, S. 559). Branchen unterscheiden sich erheblich bzgl. ihres Einflusses auf die Umwelt. Umweltsensitive Unternehmen sind eher im Fokus von Umwelt- und Naturschutzverbänden, die wiederum die öffentliche Wahrnehmung und die Politik beeinflussen (Deegan & Gordon, 1996, S. 191). Aus diesem Grund kann eine bessere Qualität der NBE und damit der Glaubwürdigkeit bei Unternehmen erwartet werden, die eine hohe Umweltsensitivität besitzen.

Um diese branchenspezifischen Unterschiede zu berücksichtigen, werden die unterschiedlichen Branchen (s. Kap. 6.2) in folgende drei Gruppen nach Helfaya und Whittington (2019, S. 531) eingeteilt: (a) hohe Umweltsensitivität, (b) mittlere Umweltsensitivität sowie eine (c) geringe Umweltsensitivität. Es wird eine Dummy-Variable eingeführt, die den Wert eins annimmt, wenn eine hohe Umweltsensitivität vorliegt. Im Anhang in Tabelle 12 ist dargelegt, welches Unternehmen zu welcher Umweltsensitivitätsgruppe gehört.

6.5. Ergebnisse

Das Kapitel 6.5 unterteilt sich in drei Unterkapitel. Kapitel 6.5.1 beschreibt die Resultate der Inhaltsanalyse deskriptiv, während Kapitel 6.5.2 auf die induktiven Ergebnisse eingeht. Im Kapitel 6.5.3 werden die Befunddaten diskutiert. Zur statistischen Auswertung werden die Statistikprogramme SPSS sowie Gretl verwendet.¹⁵

¹⁴Gemäß der International Accounting Standards 28 (2011) § 5 ist ab einem Stimmrechtsanteil von 20 % ein signifikanter Einfluss auf das Unternehmen möglich.

¹⁵Abgesehen von den im Kapitel 6.5 aufgeführten Ergebnissen können auf dem beigefügten digitalen Datenträger weitergehende statistische Auswertungen (z.B. die Prüfung der Voraussetzungen zur Durchführung einer Regressionsanalyse) in den Ordnern „Deskriptive Statistik/Nichparametrisch(SPSS)“ sowie „Parametrisch(Gretl)“ eingesehen werden.

6.5.1. Deskriptive Ergebnisse

In Tabelle 6 sind die Ergebnisse der Inhaltsanalyse dargestellt. Für eine umfassendere Perspektive werden die deskriptiven Ergebnisse auf aggregierter Ebene (Spalte Gesamt in Tab. 6) sowie auf Branchenebene in den nachfolgenden Ausführungen dargestellt. Insbesondere wird dabei auf die relative Veränderung eingegangen (und nicht auf das absolute Niveau), damit deutlich wird, ob es sich um eine Verschlechterung oder Verbesserung nach der Einführung der CSR-RL handelt.¹⁶

Externe Prüfung (Wahrheit)

Die Subdimension externe Prüfung unterteilt sich in die Variablen *Anbieter*, *Prüfungsumfang* sowie *Prüfungssicherheit*.

Es zeigt sich, dass der Anteil der Unternehmen ohne externe Prüfung von 73 % auf 30 % gesunken ist. Alle bis auf ein Unternehmen (2 %) entschieden sich dazu, die externe Prüfung durch einen ASAP durchführen zu lassen. Alle umgesetzten externen Prüfungen wurden durch einen ASAP, nämlich der Big-Four-Wirtschaftsprüfungsgesellschaften (PwC, Deloitte, EY oder KPMG), durchgeführt. Die Symrise AG beauftragte die DQS CFS GmbH als einzigen NASAP zum externen Prüfungsdienstleister. Auffällig ist, dass alle Branchen mit Ausnahme der Chemie- und Pharmazieunternehmen eine erhöhte Bereitschaft für eine externe Prüfung aufzeigen (Anstiege zwischen +28 bis 77 %-Punkte). Die Branche Chemie & Pharmazie zeigte keine Veränderung.

Nur ein geringer Anteil von 5 % der Unternehmen hat sich vor der CSR-RL für eine umfassende externe Prüfung entschieden. Der Anteil ist nach Einführung der CSR-RL auf 32 % gestiegen. Die meisten Branchen weisen eine Verbesserung hinsichtlich des Prüfungsumfangs auf (Anstiege zwischen +25 bis 50 %-Punkte). Erneut verbessert sich die Branche Chemie & Pharmazie nicht nach der Einführung der CSR-RL.

100 % der Unternehmen entschieden sich wenn überhaupt für eine mittlere Prüfungssicherheit. Eine Unterschiedsbetrachtung zwischen den Branchen entfällt folglich.

Eigenschaften der NBE (Wahrheit)

Die Variablen *Verwendung eines Rahmenwerks*, *Seitenlänge der NFI* sowie die *Verortung der NFI*, gehören zu der Subdimension Eigenschaften der NBE.

Anhand der Tabelle 6 ist zu erkennen, dass der Anteil der Unternehmen, die ein externes Rahmenwerk für die NBE verwenden, mit einem 20 %-igen Zuwachs deutlich gestiegen ist. Vor der CSR-RL benutzten 56 % GRI „Kern“ und 2 % GRI „Umfassend“. Die übrigen 42 % wenden kein Rahmenwerk¹⁷ für die NBE an. Nach der CSR-RL sieht die Vertei-

lung wie folgt aus: 76 % der Unternehmen nutzen GRI Option „Kern“ oder andere Rahmenwerke (DNK, Global Compact Index) und 2 % GRI Option „Umfassend“. Die verbleibenden 22 % der Unternehmen nutzen kein Rahmenwerk für ihre NBE. Die Symrise AG ist das einzige Unternehmen mit diesem Anwendungsniveau. Während bei den Branchen Chemie & Pharmazie sowie Medien keine Änderung stattfindet, verbuchen alle anderen Branchen Zuwächse (zwischen +12 bis 77 %-Punkte) in der Anwendung von Rahmenwerken.

Vor der CSR-RL beträgt die globale minimale Seitenzahl der betrachteten NFI null und die globale maximale Seitenlänge 210. Die Berechnungsformel zur Ermittlung der normalisierten Seitenlänge der NFI für Unternehmen i lautet demnach: $\text{Seitenlänge der NFI (normalisiert)}_i = \frac{\text{Seitenlänge der NFI}}{210}$.¹⁸ Insgesamt ist die Länge der NFI von 0,21 vor der CSR-RL verglichen mit 0,30 nach der CSR-RL um ca. 43 % gestiegen. Während es bei den Branchen Medien (+100 %) Die Branche Handel und Konsum (+108 %) zu einer Verdopplung der NFI kommt, weisen die anderen Branchen moderatere Anstiege auf (Chemie & Pharmazie: +10 %, Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik: +24 %, Finanzen: +48 %, Energie & Rohstoffe: +58 %).

Der Anteil der Unternehmen, die ihre NFI in einer gesonderten NBE veröffentlichen, erhöht sich um 24 %-Punkte nach Inkrafttreten der CSR-RL (von 49 % auf 73 %). Markant an dieser Stelle ist, dass die Branchen Finanzen, Medien sowie Energie & Rohstoffe nach der CSR-RL zu 100 % eine gesonderte NBE aufweisen. Während die Chemie & Pharmazie Branche (-17 %-Punkte) die Möglichkeit einer gesonderten NBE weniger nach der CSR-RL nutzt, weisen die Branchen Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik (+8 %-Punkte) sowie Handel & Konsum (+14 %-Punkte) einen gemäßigten Anstieg auf.

Genauigkeit (Wahrheit)

Die Subdimension Genauigkeit untergliedert sich in die Variablen *Methodik-Kapitel* und *Genauigkeit der dargestellten Informationen*.

Insgesamt steigt die Verwendung eines Methodik-Kapitels nach der CSR-RL um 22 %-Punkte von 56 % auf 78 %. In der Branche Chemie & Pharmazie ergeben sich keine Änderungen zum Vorjahr und die übrigen Branchen verzeichnen Zuwächse zwischen 12 bis 77 %-Punkten.

Die Genauigkeit der dargestellten Informationen stieg bei aggregierter Betrachtungsweise um 40 % von 0,25 auf 0,35. Das globale Minimum beträgt zwei (Durchschnittswerte unter zwei werden unmittelbar mit null Punkten versehen) und das globale Maximum ist drei. Daraus vereinfacht sich Berechnungsformel für die normalisierte Genauigkeit für Unternehmen i wie folgt: $\text{Genauigkeit(normalisiert)}_i = \phi \text{Genauigkeit}_i - 2$.¹⁹ Die Branche Handel & Konsum liefert

¹⁶Die Inhaltsanalyse auf Unternehmensebene kann in der Excel-Datei „Datenerhebung“ in den Reitern „Daten nach CSR-RL“ sowie „Daten vor CSR-RL“ eingesehen werden. Die Aufbereitung der Daten erfolgte in der Datei „Datenerhebung“.

¹⁷Unternehmen in der Stichprobe, die nur ein Rahmenwerk referenzieren, aber es nicht tatsächlich anwenden (d.h. nicht mindestens GRI Option „Kern“ vorliegt) sind in „kein Rahmenwerk“ inkludiert (Mazzotta et al., 2020, S. 1907).

¹⁸Hinweis: Mit Hilfe dieser Formel kann ausgehend von der normalisierten Seitenlänge aus Tabelle 6 die durchschnittliche Seitenanzahl von NFI berechnet werden: Seitenlänge (normalisiert) x 210 = Durchschnittliche Seitenlänge (gesamt bzw. nach Branche).

¹⁹Beispiel für die Interpretation: Die durchschnittliche Genauigkeit liegt

Tabelle 6: Deskriptive Statistik auf Variablenebene und nach Branche, N = 41 (eigene Darstellung)

Dimension/ Subdimension/ Variable	Variablenauspr ägung	Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik		Finanzen		Handel & Konsum		Chemie & Pharmazie		Medien		Energie & Rohstoffe		Gesamt	
		N CSR-RL	13 vorher nachher	8 vorher nachher	7 vorher nachher	6 vorher nachher	4 vorher nachher	3 vorher nachher	41 vorher nachher						
WAHRHEIT															
Externe Prüfung															
Anbieter	Keine	85 %	23 %	88 %	38 %	57 %	29 %	50%	50 %	75 %	25 %	67 %	0 %	73 %	30 %
	ASAP	15 %	77 %	12 %	62 %	43 %	71 %	33 %	33 %	25 %	75 %	33 %	100 %	25 %	68 %
	NASAP	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	17 %	17 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	2 %
Prüfungs- umfang	Selektiv oder keine Prüfung	100 %	69 %	100 %	50 %	86 %	50 %	83 %	83 %	100 %	75 %	100 %	67 %	95 %	68 %
	Umfassend	0 %	31 %	0 %	50 %	14 %	50 %	17 %	17 %	0 %	25 %	0 %	33 %	5 %	32 %
Prüfungs- sicherheit	Mittel oder keine Prüfung	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
	Hoch	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Eigenschaften der NBE															
Verwendung eines Rahmenwerks	Nein	23 %	8 %	50 %	25 %	57 %	29 %	33 %	33 %	50 %	50 %	67 %	0 %	42 %	22 %
	GRI „Kern“/Andere	77 %	92 %	50 %	75 %	43 %	71 %	50 %	50 %	50 %	50 %	33 %	100 %	56 %	76 %
	GRI „Umfassend“	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	17 %	17 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	2 %
Länge der NFI	Durchschnitt (normalisiert)	0,29	0,36	0,21	0,31	0,13	0,27	0,20	0,22	0,11	0,22	0,19	0,30	0,21	0,30
Verortung der NFI	Im AR integriert	31 %	23 %	50 %	0 %	71 %	57 %	50 %	67 %	75 %	0 %	67 %	0 %	51 %	27 %
	Gesonderte NBE	69 %	77 %	50 %	100 %	29 %	43 %	50 %	33 %	25 %	100 %	33 %	100 %	49 %	73 %
Genauigkeit der dargestellten Informationen															
Methodik- Kapitel	Nein	23 %	8 %	50 %	38 %	57 %	29 %	33 %	33 %	75 %	25 %	67 %	0 %	44 %	22 %
	Ja	77 %	92 %	50 %	62 %	43 %	71 %	67 %	67 %	25 %	75 %	33 %	100 %	56 %	78 %
Genauigkeit	Durchschnitt (normalisiert)	0,31	0,41	0,25	0,38	0,10	0,10	0,39	0,44	0,17	0,33	0,22	0,44	0,25	0,35
WAHRHAFTIGKEIT															
Wesentlichkeit															
Existenz einer Wesentlich- keitsmatrix	Nein	46 %	39 %	62 %	50 %	86 %	57 %	33 %	50 %	100 %	100 %	100 %	100 %	63 %	56 %
Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit															
Organisationale Verankerung	Nein	46 %	31 %	63 %	25 %	57 %	29 %	33 %	17 %	50 %	50 %	67 %	33 %	51 %	29 %
	Ja	0 %	0 %	12 %	25 %	0 %	0 %	0 %	0 %	25 %	25 %	0 %	0 %	5 %	7 %
	Speziell für Nachhaltigkeit	54 %	69 %	25 %	50 %	43 %	71 %	67 %	83 %	25 %	25 %	33 %	67 %	44 %	64 %
Sustainable Development Goals (SDGs)															
Bezugnahme zu den SDGs	Nein	54 %	39 %	88 %	63 %	57 %	43 %	50 %	50 %	100 %	100 %	100 %	33 %	68 %	51 %
	Ja	46 %	61 %	12 %	37 %	43 %	57 %	50 %	50 %	0 %	0 %	0 %	67 %	32 %	49 %
ANGEMESSENHEIT & VERSTÄNDLICHKEIT															
Einfachheit in der Kommunikation															
Lesbarkeit	Durchschnitt (normalisiert)	0,60	0,58	0,51	0,54	0,52	0,66	0,58	0,52	0,61	0,65	0,52	0,60	0,56	0,58
Verwendung visueller Darstellungen	Durchschnitt (normalisiert)	0,55	0,70	0,26	0,34	0,59	0,60	0,56	0,53	0,625	0,33	0,38	0,43	0,50	0,53

nach der CSR-RL keine genaueren Informationen und die übrigen Branchen zeigen moderate bis starke Zuwachsraten (Chemie & Pharmazie: +13%, Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik: +32 %, Finanzen: +52 %, Medien: +94 %).

Wesentlichkeit (Wahrhaftigkeit)

Die Subdimension Wesentlichkeit vereint die Variablen *Existenz einer Wesentlichkeitsmatrix*, *Aktualität der Wesentlichkeitsanalyse* sowie *Bekanntnis des Vorstands zur Nachhaltigkeit*.

nach der CSR-RL insgesamt bei 2,35. Die normalisierte Genauigkeit beträgt folglich $2,35 - 2 = 0,35$.

Für die Bestimmung der wesentlichen Themen nutzen vor der CSR-RL 37 % der untersuchten Unternehmen eine Wesentlichkeitsmatrix zur Visualisierung. Nach der CSR-RL stieg der Anteil auf 44 % und damit um 7 %-Punkte. Sowohl vor als auch nach der CSR-RL verzichteten die Branchen Medien und Energie & Rohstoffe gänzlich auf das Erstellen einer Wesentlichkeitsmatrix. Die Branche Chemie & Pharmazie verzeichnet einen Rückgang um 17 %-Punkte (von 67 % auf 50 %) und die restlichen Branchen zeigen Zuwächse von 7 bis 29 %-Punkten.

In der Gesamtschau steigt der Anteil der Unternehmen, welche die wesentlichen Themen aktualisiert haben, von 39 % auf 83 %. Bei allen Branchen sind Zuwächse zu erkennen,

welche zwischen 31 bis 75 %-Prozentpunkten liegen.

Ebenso steigt die Anzahl der Vorstände, die sich zur Nachhaltigkeit bekennen, von 58 % auf 80 %. Während alle Branchen einen höheren Anteil nach der CSR-RL aufweisen (Anstiege zwischen +12 bis 43 %-Punkte), ist für die Branche Energie & Rohstoffe keine Verbesserung zu erkennen.

Stakeholderbeziehung (Wahrhaftigkeit)

Die Subdimension Stakeholderbeziehung spaltet sich in die Variablen *Identifikation*, *Dialog* und *Engagement* auf.

Nach der CSR-RL schaffen es 88 % der Unternehmen in ihrer NBE, relevante Stakeholdergruppen zu nennen. Damit liegt ein Wachstum von 30 %-Punkten vor im Vergleich zum Vorjahr vor. Hervorzuheben sind die Branchen Energie & Rohstoffe (+77 %-Punkte) und Handel & Konsum (57 %-Punkte) mit deutlichen Anteilszuwächsen. Die übrigen Branchen weisen ein mittleres Anstiegsniveau zwischen 15 bis 26 %-Punkten auf.

Daneben findet nach der CSR-RL häufiger ein Dialog mit den Stakeholdern statt (Anstieg von 61 % auf 85 %). Während das Niveau bei Handel & Konsum (71 %) sowie Chemie & Pharmazie (83 %) auf einem konstant hohen Niveau bleibt, steigern sich die übrigen Branchen bedeutsam. Die Branchen Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik sowie Energie & Rohstoffe erreichen sogar die 100 %-Marke.

Während sich für die ersten beiden Variablen *Identifikation* und *Dialog* eine positive Entwicklung nach der Gesetzesreform abzeichnet, gilt dies nicht für die letzte Variable der Subdimension. Die Variable *Engagement* verweilt auf einem konstant niedrigen Level von 17 %. Das heißt, dass 83 % der Unternehmen ihre Stakeholder nicht aktiv in den Entscheidungsprozess involvieren. Im relativen Vergleich der Branchen schneiden die Branchen Chemie & Pharmazie sowie Energie & Rohstoffe mit einem Anteil über 33 % in beiden Geschäftsjahren am besten ab.

Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit (Wahrhaftigkeit)

Die Subdimension Organisationale Verankerung der Nachhaltigkeit besteht ausschließlich aus der Variable *Organisationale Verankerung*. Insgesamt zeigen vor der CSR-RL 49 % der Unternehmen eine organisationale Verankerung. In dem Geschäftsjahr danach sind es bereits 71 %. Nur in seltenen Fällen (5 % vor der CSR-RL, 7 % danach) existiert eine organisationale Struktur, in dem nachhaltigkeitsbezogene Themen in eine bestehende Organisation eingegliedert werden. Nur in den Branchen Finanzen und Medien wird die Nachhaltigkeit in bereits vorhandene organisationale Strukturen integriert. Die Branche Medien zeigt keine Variation vor und nach der CSR-RL. Hingegen steigert sich der Anteil der Unternehmen mit einer organisationalen Verankerung in der Branche Finanzen von 37 % auf 75 % merklich. Bei den verbleibenden Unternehmen ist überall ein Anteilszuwachs ersichtlich. Dieser liegt zwischen 15 % und 34 %-Punkten.

Sustainable Development Goals (Wahrhaftigkeit)

Bei der nächsten Variable *Bezugnahme zu den SDGs* handelt

es sich um die einzige Variable der Subdimension SDGs. Erkennbar ist, dass der aggregierte Anteil von 32 % auf 49 % gestiegen ist. Damit referenzieren nach der CSR-RL deutlich mehr Unternehmen die SDGs. Unabhängig vom Geschäftsjahr verweist kein Medienunternehmen auf die SDGs. In der Branche Chemie & Pharmazie ergeben sich keine Änderungen und der Anteil verweilt auf einem Niveau von 50 %. Die Branche Energie & Rohstoffe steigert sich von 0 % auf 67 % erheblich, während die Branchen Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik moderate Zuwächse zwischen 14 % und 25 % aufweisen.

Einfachheit in der Kommunikation (Angemessenheit & Verständlichkeit)

Die Dimension Verständlichkeit & Angemessenheit besteht aus einer Subdimension: der Einfachheit in der Kommunikation. Die Subdimension beinhaltet die Variable *Lesbarkeit* sowie die *Verwendung visueller Darstellungen*.

Für die Bestimmung der Variable Lesbarkeit wurde der FRE-Score ermittelt. Für das Geschäftsjahr vor der CSR-RL beträgt das globale Minimum null und das globale Maximum 50. Die Berechnungsformel für die Normalisierung lautet demnach wie folgt: $FRE - Score(normalisiert) = \frac{FRE - Score_i}{50} \cdot 20$. Insgesamt ist der FRE-Score von durchschnittlich 0,56 auf 0,58 um ca. 4 % gestiegen. Die Branchen Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik (-3 %) sowie die Branche Chemie & Pharmazie (-10 %) verzeichnen beide einen leichten Rückgang hinsichtlich der Lesbarkeit. Finanz- sowie Medienunternehmen verweilen auf einem fast konstanten Niveau, während die Branchen Handel & Konsum um 27 % und Energie & Rohstoffe um 15 % steigen.

Die Normalisierung für die Variable *Verwendung visueller Darstellungen* entfällt. Da die Variable mittels einer Kennzahl (Anzahl visueller Seiten dividiert durch betrachtete Seitenanzahl) berechnet wird, die zwischen null und eins liegt und zeitgleich das globale Minimum sowie das globale Maximum zwischen null und eins liegt. Damit können die angegebenen Werte wie folgt interpretiert werden: Wenn bspw. der Wert der Kennzahl 0,5 ist, bedeutet das, dass der Anteil der visuellen Seiten 50 % beträgt. Im Glaubwürdigkeitsindex wird analog eine Bewertung von 0,5 Punkten vorgenommen. Der Anteil visueller Darstellungen steigt nach Einführung der CSR-RL marginal um 3 %-Punkte von 50 % auf 53 %. Die Verwendung von visuellen Darstellungen sinkt in der Medienbranche von 63 % auf 33 % und halbiert sich damit fast. Auf der anderen Seite steigern bzw. verschlechtern sich die Branchen Handel & Konsum, Chemie & Pharmazie sowie Energie & Rohstoffe kaum. Finanzunternehmen (+12 %) als auch die Branche Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik (+15 %) verbessern sich hingegen moderat.

Insgesamt bleibt jedoch festzuhalten, dass die Streuung der Durchschnittswerte der Lesbarkeit gering ausfällt. Bei Be-

²⁰Hinweis: Mit Hilfe dieser Formel kann ausgehend von dem normalisierten FRE-Score aus Tabelle 6 der durchschnittliche FRE-Score berechnet werden: $FRE - Score(normalisiert) \times 50 = \text{Durchschnittlicher FRE-Score (gesamt bzw. nach Branche)}$.

trachtung der Variable Lesbarkeit (nach Branche) liegen alle Werte zwischen 0,51 und 0,66. Damit unterscheiden sich die Branchen kaum (und entsprechend die Unternehmen) kaum. Andererseits liegt eine größere Streuung bei der Verwendung visueller Darstellungen vor. Der minimale Durchschnittswert beträgt 26 % und der maximale Durchschnittswert 70 %.

Die Ergebnisse der Bewertung jedes einzelnen Unternehmens in den Dimensionen Wahrheit, Wahrhaftigkeit sowie Angemessenheit & Verständlichkeit sind in Tabelle 7 dargestellt. Dabei werden die Bewertungen vor und nach der Einführung der CSR-RL unmittelbar gegenübergestellt. Die Summation aller drei Dimensionen entspricht schlussendlich der finalen Glaubwürdigkeitsbewertung. In der Dimension Wahrheit haben sich fünf Unternehmen (12 %) verschlechtert, ein Unternehmen ist konstant geblieben (2 %) und 35 Unternehmen (86 %) konnten sich verbessern. In Bezug auf die Wahrhaftigkeit haben sich sechs Unternehmen (15 %) verschlechtert, acht Unternehmen (20 %) haben sich weder verschlechtert noch verbessert und die restlichen 27 Unternehmen haben sich verbessert (65 %). 24 der Unternehmen (59 %) sind im Kontext der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit besser geworden. Die anderen 17 Unternehmen (41 %) kommen auf eine geringere Bewertung. Bei Betrachtung des gesamten Glaubwürdigkeitsindex sind fünf (12 %) Unternehmen unglaublicher in der NBE geworden und die übrigen 36 (88 %) Unternehmen sind glaubwürdiger geworden.

In Abbildung 9 ist ein gestapeltes Säulendiagramm zu sehen. Dargestellt werden die jeweiligen Mittelwerte nach Branche, die die Ergebnisse aus Tabelle 7 in komprimierter Form visualisieren.

Grundsätzlich wird deutlich, dass das Geschäftsjahr, in dem die CSR-RL gültig ist (nachher), stets eine glaubwürdigere NBE besitzt als das vorausgegangene Geschäftsjahr (vorher). Die Chemie- und Pharmaziebranche verbessert sich nur um 0,66 Punkte nach Einführung der CSR-RL und verweilt folglich auf ähnlichem Niveau zum Vorjahr. Alle anderen Branchen verzeichnen deutliche Zuwächse von über 3 bis zu 6,46 Punkten nach Einführung der CSR-RL. Hervorzuheben ist insbesondere die Branche Energie & Rohstoffe, welche sich vom 5. Platz vor der CSR-RL auf den 1. Platz nach der Gesetzesreform im relativen Vergleich steigert. Andererseits entwickelt sich die Branche Chemie & Pharmazie von der Spitzenposition zu einer mittelmäßig glaubwürdigen NBE. Auffällig neben der Glaubwürdigkeitssteigerung in Abhängigkeit von der Zeit, ist, dass die umweltsensitiven Branchen, wie z.B. Energie & Rohstoffe, Maschinenbau, Bauwesen, Verkehr & Logistik sowie Chemie & Pharmazie, eine höhere Glaubwürdigkeit aufweisen als die Branchen mit einer niedrigen (bis mittleren) Umweltsensitivität. Die gilt für beide Geschäftsjahre mit der Ausnahme, dass vor der CSR-RL die Branche Energie & Rohstoffe eine relativ geringe Glaubwürdigkeit in der NBE aufweist. Neben der Glaubwürdigkeit im Gesamten sind in Abbildung 9 ebenfalls die einzelnen Dimensionen ersichtlich. Alle Branchen bis auf die Chemie- und Pharmaziebranche besitzen in der Dimension Wahrheit Zuwächse in Höhe von 1,28 bis 3,33 Punkten. In der Branche

Chemie & Pharmazie kommt es zu einem leichten Minus von 0,09 Punkten. Die Dimension Wahrhaftigkeit steigt in allen Branchen mit zwischen 2 bis 3 Punkten nach dem Inkrafttreten der CSR-RL. In der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit ist kein eindeutiger Trend zu erkennen. Während die Medienbranche (-0,27 Punkte) sowie die Chemie- & Pharmaziebranche (-0,09) in der Bewertung fallen, zeigen die anderen Branchen ein Plus von 0,1 bis 0,15 Punkten.

In Tabelle 8 sind verschiedene Lage- und Streuparameter dargestellt, die einen deskriptiven ex-ante-ex-post-Vergleich hinsichtlich der Glaubwürdigkeit zulassen. Die Zahlen beziehen sich auf alle enthaltenen Unternehmen (unabhängig von der Branche) in der Stichprobe.

Der maximale Wert des Glaubwürdigkeitsindex beträgt 16,65 Punkte und das Minimum beträgt null Punkte. Durchschnittlich steigt die Glaubwürdigkeit der NBE um 3,46 Punkte. Der Anstieg besteht aus 1,55 Punkte aus der Dimension Wahrheit, 1,85 Punkten aus der Dimension Wahrhaftigkeit sowie 0,06 Punkten aus der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit. Daran kann man erkennen, dass die gestiegene Glaubwürdigkeit vorrangig aus den Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit resultiert. Dies ist allerdings aufgrund der geringen Gewichtung der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit wenig verwunderlich. Ferner ist anzumerken, dass die Standardabweichung nach der Einführung der CSR-RL in allen Dimensionen sinkt. Somit fällt die durchschnittliche Abweichung vom Durchschnitt (Streuung) geringer aus. Dies spricht für eine Angleichung der Glaubwürdigkeit zwischen den Unternehmen. Mit anderen Worten ausgedrückt: Es gibt nach der CSR-RL weniger High- und weniger Low-Performer und damit gibt es weniger Streuung um den Mittelwert.

In Abbildung 10 ist eine Wahrheit-Wahrhaftigkeits-Matrix dargestellt. Das Ausklammern der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit erscheint aus dem Grund sinnvoll, da die Gewichtung im Glaubwürdigkeitsindex mit ca. 10 % gering ausfällt und kein klarer Trend in dieser Dimension zu erkennen ist (s. z.B. Abb. 8). Auf der Abszisse ist die Wahrheit abgetragen und auf der Ordinate befindet sich die Wahrhaftigkeit. Für beide betrachtete Geschäftsjahre ist eine Mittelwertlinie eingezeichnet. Die blauen Mittelwertlinien (Wahrheit = 2,46; Wahrhaftigkeit = 3,95; N = 41) beziehen sich auf die Durchschnittswerte vor der Einführung der CSR-RL, wohingegen die orangenen Mittelwertlinien (Wahrheit = 4,01; Wahrhaftigkeit = 5,80; N = 41) sich auf die Geschäftsjahre danach beziehen. Bei Betrachtung der blauen Mittelwertlinien liegen vor der CSR-RL ca. 46 % der Unternehmen im ersten Quadranten. Nach der CSR-RL steigt der Anteil um 30 %-Punkte auf 76 % der Unternehmen. Wenn die orangenen Mittelwertlinien hinzugezogen werden, liegen noch 49 % nach der CSR-RL über den Durchschnittswerten und somit im ersten Quadranten. Vor der CSR-RL sind es hingegen lediglich ca. 20 %, die im ersten Quadranten liegen. Demnach zeichnet sich in der Abbildung 10 eine deutliche Verbesserung in den Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit ab. Außerdem wird deutlich, dass es zehn Unternehmen gibt, die in beiden Dimensionen mit null Punkten (bzw. nahe der

Tabelle 7: Glaubwürdigkeitsindex im ex-ante-ex-post-Vergleich auf Unternehmensebene, N = 41 (eigene Darstellung)

Unternehmen	CSR-RL	W	WH	AV	GW
MASCHINENBAU, BAUWESEN, VERKEHR & LOGISTIK (N = 13)					
Brenntag AG	Vorher	3,26	6,00	1,28	10,54
	Nachher	4,35	6,00	1,52	11,87
Fraport AG	Vorher	4,20	6,00	1,74	11,94
	Nachher	6,67	6,00	1,54	14,21
GEA Group AG	Vorher	2,11	4,00	0,90	7,01
	Nachher	3,16	4,00	1,14	8,30
Hella GmbH & Co. KGaA	Vorher	0,01	0,00	0,91	0,93
	Nachher	3,04	2,00	0,55	5,58
HOCHTIEF AG	Vorher	3,95	8,00	1,48	13,43
	Nachher	4,95	9,00	1,42	15,37
Jungheinrich AG	Vorher	3,86	7,00	1,54	12,40
	Nachher	4,86	6,00	1,58	12,44
KION Group AG	Vorher	3,46	4,00	1,08	8,54
	Nachher	5,74	7,00	0,94	13,68
LEONI AG	Vorher	1,80	1,00	0,72	3,52
	Nachher	2,17	8,00	1,06	11,23
MTU Aero Engines AG	Vorher	4,15	7,00	1,20	12,35
	Nachher	4,10	8,00	1,56	13,66
NORMA Group SE	Vorher	3,67	8,00	1,42	13,09
	Nachher	4,99	8,00	1,68	14,67
Osram Licht AG	Vorher	4,18	5,00	0,86	10,04
	Nachher	4,91	7,00	1,22	13,13
Rheinmetall AG	Vorher	0,01	0,00	0,40	0,41
	Nachher	4,43	4,00	1,36	9,79
Schaeffler AG	Vorher	4,10	8,00	1,38	13,48
	Nachher	4,71	7,00	1,04	12,75
Mittelwert	Vorher	2,98	4,92	1,15	9,05
	Nachher	4,47	6,31	1,28	12,05
FINANZEN (N = 8)					
Aareal Bank AG	Vorher	4,15	8,00	0,92	13,07
	Nachher	3,10	7,00	0,90	11,00
Deutsche Wohnen SE	Vorher	4,39	6,00	1,16	11,55
	Nachher	5,44	5,00	1,34	11,78
Hannover Rück SE	Vorher	3,92	5,00	1,08	10,00
	Nachher	4,27	7,00	0,92	12,19
LEG Immobilien AG	Vorher	0,02	0,00	0,58	0,60
	Nachher	5,59	7,00	1,14	13,73
Deutsche Pfandbriefbank AG	Vorher	0,04	1,00	0,56	1,60
	Nachher	4,13	4,00	0,60	8,73
Rocket Internet SE	Vorher	0,01	0,00	0,00	0,01
	Nachher	3,10	1,00	0,34	4,44
TAG Immobilien AG	Vorher	0,08	0,00	0,88	0,96
	Nachher	4,09	6,00	0,92	11,01
Talanx AG	Vorher	4,03	4,00	1,02	9,05
	Nachher	3,76	6,00	0,88	10,64
Mittelwert	Vorher	2,08	3,00	0,78	5,86
	Nachher	4,18	5,38	0,88	10,44

(Continued)

Table 7—continued

HANDEL & KONSUM (N = 7)					
Ceconomy AG	Vorher	0,06	2,00	1,34	3,40
	Nachher	2,22	6,00	0,80	9,02
Delivery Hero AG	Vorher	0,01	0,00	1,02	1,03
	Nachher	0,04	3,00	1,37	4,41
Fielmann AG	Vorher	0,00	0,00	0,00	0,00
	Nachher	3,26	4,00	1,16	8,42
HUGO BOSS AG	Vorher	4,36	9,00	1,26	14,62
	Nachher	4,52	9,00	1,20	14,72
METRO AG	Vorher	3,50	2,00	1,26	6,76
	Nachher	5,84	8,00	1,60	15,44
PUMA SE	Vorher	3,15	5,00	1,66	9,81
	Nachher	3,17	5,00	1,70	9,87
Zalando SE	Vorher	2,50	5,00	1,20	8,70
	Nachher	3,48	5,00	1,00	9,48
Mittelwert	Vorher	1,94	3,29	1,11	6,33
	Nachher	3,22	5,71	1,26	10,19
CHEMIE & PHARMAZIE (N = 6)					
Evonik Industries AG	Vorher	5,58	7,00	1,26	13,84
	Nachher	5,60	9,00	1,40	16,00
FUCHS PETROLUB SE	Vorher	1,04	0,00	1,29	2,33
	Nachher	0,06	3,00	1,16	4,22
Gerresheimer AG	Vorher	0,06	1,00	0,90	1,96
	Nachher	0,08	3,00	0,96	4,04
K+S AG	Vorher	2,40	8,00	0,86	11,26
	Nachher	2,40	7,00	0,96	10,36
LANXESS AG	Vorher	3,87	9,00	1,46	14,33
	Nachher	4,23	8,00	1,10	13,33
Symrise AG	Vorher	7,57	8,00	1,08	16,65
	Nachher	7,63	8,00	0,74	16,37
Mittelwert	Vorher	3,42	5,50	1,14	10,06
	Nachher	3,33	6,33	1,05	10,72
MEDIEN (N = 4)					
CTS Eventim KG & Co. KGaA	Vorher	0,00	0,00	0,00	0,00
	Nachher	3,15	4,00	0,56	7,71
ProSiebenSat.1 Media SE	Vorher	3,50	4,00	1,88	9,38
	Nachher	5,99	5,00	1,36	12,35
Scout24 AG	Vorher	2,60	5,00	1,06	8,66
	Nachher	5,00	7,00	1,24	13,24
Ströer SE & Co. KGaA	Vorher	0,01	0,00	2,00	2,01
	Nachher	1,09	1,00	0,72	2,81
Mittelwert	Vorher	1,53	3,00	0,90	5,01
	Nachher	3,81	6,00	1,03	9,03
ENERGIE & ROHSTOFFE (N = 3)					
Aurubis AG	Vorher	0,39	2,00	1,02	3,41
	Nachher	4,61	6,00	1,34	11,95
innogy SE	Vorher	4,83	7,00	0,68	12,51
	Nachher	4,78	8,00	1,00	13,78
Salzgitter AG	Vorher	0,02	0,00	1,00	1,02
	Nachher	5,85	4,00	0,76	10,61
Mittelwert	Vorher	1,75	3,00	0,90	5,65
	Nachher	5,08	6,00	1,03	12,11

W = Wahrheit, WH = Wahrhaftigkeit, AV = Angemessenheit & Verständlichkeit, GW = Glaubwürdigkeitsindex

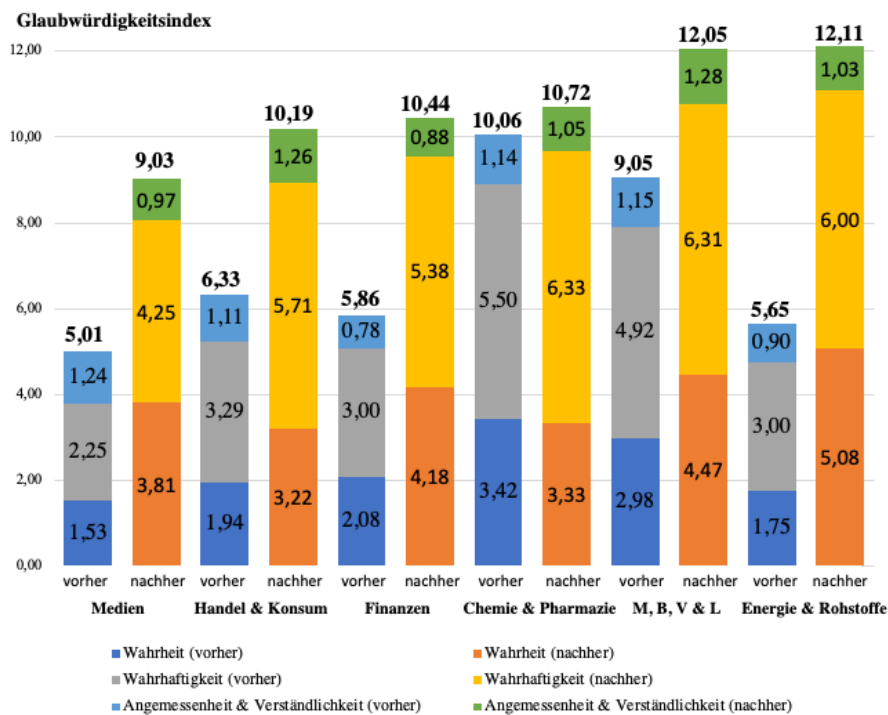


Abbildung 9: Mittelwertvergleich nach Branche, N=41 (eigene Darstellung)

Tabelle 8: Lage- und Streumaße zum Glaubwürdigkeitsindex im ex-ante-ex-post-Vergleich, N = 41 (eigene Darstellung)

Dimension	CSR-RL	Min.	Max.	Mittelwert	Standardabweichung
Wahrheit	Vorher	0,00	7,57	2,46	2,02
	Nachher	0,04	7,63	4,01	1,71
Wahrhaftigkeit	Vorher	0,00	9,00	3,95	3,21
	Nachher	1,00	9,00	5,80	2,13
Angemessenheit & Verständlichkeit	Vorher	0,00	2,00	1,06	0,46
	Nachher	0,34	1,70	1,12	0,33
Glaubwürdigkeitsindex	Vorher	0,00	16,65	7,47	5,30
	Nachher	2,81	16,37	10,93	3,54

null Punkte) unterdurchschnittlich schlecht abschneiden.

6.5.2. Induktive Ergebnisse

Nachdem im vorangegangenen Kapitel bereits erste Aussagen deskriptiver Natur vorgenommen werden konnten, die für eine Glaubwürdigkeitssteigerung nach der Einführung der CSR-RL sprechen, wird im Folgenden mittels induktiver Statistik die Signifikanz der Ergebnisse überprüft. Zunächst erfolgt eine nichtparametrische Signifikanzanalyse auf der Variablenebenen und der Glaubwürdigkeit als Ganzes (inklusive der einzelnen Dimensionen). Danach wird als parametrisches Verfahren eine multiple lineare Regressionsanalyse verwendet, um für mögliche Störgrößen zu kontrollieren.

Nichtparametrische Verfahren

In den deskriptiven Ergebnissen ist explizit auf die Branchenunterschiede eingegangen worden. Die branchenspezifische Betrachtungsweise mit nicht-parametrischen Verfahren scheidet aufgrund zu geringer Beobachtungszahlen (N < 20) aus. Des Weiteren zeigen die deskriptiven Ergebnisse, dass es einige Ausreißer gibt, die die Ergebnisse möglicherweise verzerren. Aus diesem Grund wird für die Robustheit der Ergebnisse zusätzlich eine Analyse ohne Ausreißer erfolgen.

Nachfolgend werden zunächst die Variablen auf signifikante Unterschiede vor und nach der CSR-RL untersucht. Für die Testung wird entweder der Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Test²¹ für metrische bzw. ordinalskalierte Variablen oder ein

²¹Da die Voraussetzung für einen t-Test nicht gegeben ist (Normalverteilungsannahme der Stichprobendifferenzen ist verletzt), wird der nichtparametrische Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Test verwendet. Dieser testet, ob sich

McNemar-Test²² für binäre Variablen verwendet. Beide Tests sind für die Überprüfung von abhängigen bzw. verbundenen Stichproben entwickelt worden. In Tabelle 9 sind die Ergebnisse illustriert. Da beide verwendete Tests nur aussagen, dass sich beide Stichproben signifikant voneinander unterscheiden, ist zusätzlich noch der Mittelwert angegeben, um den Richtungseffekt einschätzen zu können.²³

Der McNemar-Test kann nicht für die Variable *Prüfungssicherheit* durchgeführt werden, da kein Unternehmen eine externe Prüfung mit hoher Prüfungssicherheit durchführen lässt. Alle Variablen weisen eine positive Differenz auf. Das heißt, dass sich alle Variablen im Durchschnitt verbessert haben. Die Variable *Genauigkeit der dargestellten Informationen* ist auf dem 5 %-Signifikanzniveau, während alle anderen Variablen (außer die Variablen: *Existenz einer Wesentlichkeitsmatrix*, *Engagement*) hochsignifikant auf dem 1 % Level sind. Die Variable *Existenz einer Wesentlichkeitsmatrix* unterscheidet sich in den beiden Jahren nicht signifikant voneinander ($\chi^2 = 5,71, p = 0,453$). Außerdem bleibt die Häufigkeitsverteilung der Variable *Engagement* 1:1 vor und nach der CSR-RL identisch. Entsprechend liegt keine statistische Signifikanz vor ($\chi^2 = 0,00, p = 1,00$).

Wie in der deskriptiven Statistik (s. Kap. 6.5.1) zum Beispiel in Tabelle 7 oder Abbildung 9 deutlich wurde, gibt es einige Unternehmen, die nach der Einführung der CSR-RL erstmalig eine NBE besitzen. Um diesen Effekt durch die First-time-Reporter (FTR) auszuklammern, wird eine nichtparametrische Signifikanzanalyse ohne die FTR vorgenommen. FTR sind wie folgt definiert: Ein FTR hat vor dem Inkrafttreten der CSR-RL weniger als fünf Seiten NFI publiziert.²⁴ Insgesamt reduziert sich damit die Stichprobe auf 33 Unternehmen. Im Anhang in Tabelle 13 sind die Ergebnisse abgebildet. Die Variable *Verwendung eines Rahmenwerks* ist nicht mehr hoch, sondern nur noch schwach signifikant. Zusätzlich sind die Variablen *Verortung der NFI*, *Methodik-Kapitel*, *Bekanntnis des Vorstands zur Nachhaltigkeit* sowie *Dialog* gar nicht mehr signifikant, obwohl alle zuvor hochsignifikant waren. Durch die Exklusion der FTR relativieren sich die Ergebnisse etwas. Bei allen Unternehmen unterscheiden sich elf (der insgesamt 18 Variablen) hochsignifikant und zwei signifikant voneinander. Nach der Exklusion der FTR sind es nur noch sechs hochsignifikante, ein signifikanter und zwei schwach signifikante Unterschiede feststellbar. Trotzdem bleibt allgemein festzuhalten, dass die nichtparametrische Testung die Hypothese, dass die CSR-RL die Glaubwürdigkeit in den Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit verbessert, unter-

mauert. Die Ergebnisse aus der deskriptiven Statistik haben sich mittels induktiver Statistik nochmals verstärkt. Das neue Gesetz hat nachweislich keinen Einfluss auf die Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit.

In Tabelle 10 ist nochmal der gesamte Glaubwürdigkeitsindex samt seiner drei Dimensionen dargestellt. Da sowohl der Glaubwürdigkeitsindex als auch die einzelnen Dimensionen metrisch skaliert sind, wird der Wilcoxon-Vorzeichen-Rang-Test angewendet. Erneut wird die Stichprobe einmal komplett betrachtet (N = 41) und einmal ohne die FTR (N = 33).

In allen Fällen ist ein positiver Richtungseffekt zu erkennen. Demnach handelt es sich stets um eine durchschnittliche Verbesserung in den einzelnen Dimensionen und somit auch insgesamt in der Glaubwürdigkeit. Beim Vergleich der Mittelwerte vor der CSR-RL in beiden Stichproben, ist zu erkennen, dass die FTR als Ausreißer erwartungsgemäß den Durchschnitt nach unten verzerren. Entsprechend sind die Durchschnittswerte mit FTR niedriger als die Mittelwerte ohne FTR. Sowohl die Dimension Wahrheit als auch die Dimension Wahrhaftigkeit sind hochsignifikant verschieden voneinander unabhängig davon, ob die FTR inkludiert sind oder nicht. Bei der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit liegt keine statistisch signifikante Verschiedenheit vor und nach Einführung der CSR-RL sowohl mit als auch ohne FTR vor. Insgesamt steigt der Glaubwürdigkeitsindex auf dem 1 %-Signifikanzniveau mit als auch ohne Ausreißer.

Parametrische Verfahren

Um herauszufinden, ob möglicherweise andere Faktoren ursächlich für die Glaubwürdigkeitssteigerung sind, wird zusätzlich ein parametrisches Verfahren verwendet. Da es sich um Daten mit 41 Querschnittseinheiten (N = 41) und zwei Zeitreihenlängeneinheiten (T = 2), kommen drei verschiedene Modelle für eine multiple lineare Regression in Frage: (a) ein Pooled OLS Modell (POLS), (b) ein Fixed Effects Modell (FEM) sowie (c) ein Random Effects Modell (REM). Mittels der Modellpaneldiagnostik²⁵ ergibt sich für den Glaubwürdigkeitsindex sowie für die einzelnen Dimensionen, dass ein REM das geeignetste Modell darstellt. In Tabelle 11 sind die resultierenden Regressionsmodelle dargestellt.

Neben den bereits vorgestellten Kontrollvariablen Unternehmensgröße (SIZE), Ertragslage (ROA), Verschuldungsgrad (LEV), Eigentumsstreuung (DISP), Medienpräsenz (PRES) sowie der Umweltsensitivität (ENVSEN) wird eine weitere Zeitdummy-Variable eingeführt. Diese ist gleich

²²Der McNemar-Test gehört zu der Chi-Quadrat-Test-Gruppe und wird für die Prüfung statistischer Signifikanz bei dichotomen Variablen verwendet. Die Nullhypothese besagt, dass sich die beiden Stichproben nicht in der Häufigkeitsverteilung unterscheiden.

²³Hinweis: Die Multiplikation des Mittelwerts mit 41 (N = 41) ergibt die kumuliert erreichte Punktzahl in der jeweiligen Variable.

²⁴Die genaue Abgrenzung von gewerteten Seiten, die den NFI angehören, befindet sich in der Excel-Datei „Datenerhebung“ unter dem Reiter „NFI im Sample“. Zu den FTR gehören folgende Unternehmen: CTS Eventim AG & Co. KGaA, Delivery Hero AG, Fielmann AG, Hella GmbH & Co. KGaA, LEG Immobilien AG, Rheinmetall AG, Rocket Internet SE sowie die Ströer SE & Co. KGaA.

²⁵In Gretl werden folgende Tests zur Ermittlung des optimalen Regressionsmodells durchgeführt: (a) POLS vs. FEM - F-Test (gemeinsame Signifikanz der verschiedenen Gruppenmittel), (b) POLS vs. REM - Breusch-Pagan-Test sowie (c) REM vs. FEM - Hausman-Test.

²⁶Es wird ein linearer Zusammenhang zwischen den erklärenden und den zu erklärenden Variablen aufgrund der bestehenden Literatur angenommen. Die Gauß-Markow-Annahmen wurden geprüft. In der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit liegt Heteroskedastizität vor. Ferner ist die Voraussetzung, dass eine Normalverteilung der Residuen gegeben ist, in der Dimension Wahrhaftigkeit verletzt. Demnach sind die Ergebnisse möglicherweise verzerrt.

Tabelle 10: Nichtparametrische Signifikanzanalyse der Glaubwürdigkeit mit und ohne FTR (eigene Darstellung)

	Glaubwürdigkeitsindex Mit FTR (N = 41)				Glaubwürdigkeitsindex Ohne FTR (N = 33)			
	W	WH	AV	GW	W	WH	AV	GW
Mittelwert (vorher)	2,46	3,95	1,06	7,47	3,05	4,91	1,16	9,12
Mittelwert (nachher)	4,01	5,80	1,12	10,93	4,27	6,42	1,17	11,86
Differenz	1,55	1,85	0,06	3,46	1,22	1,15	0,01	2,74
p-Wert	0,00***	0,00***	0,297	0,00***	0,00***	0,00***	0,795	0,00***
Teststat. Z	799	522	511	811	504	292	295	514

Statistische Signifikanz auf dem 1% (5%, 10%) Level wird bezeichnet durch *** (**, *).

Tabelle 11: Random Effects Modelle, N = 82 (eigene Darstellung) ²⁶

Robuste (HAC) Standardfehler in Klammern. Es handelt sich um ein REM mit GLS-Schätzern. Die angegebenen Zahlen sind auf drei Nachkommastellen gerundet. Die Begründung für die Aufnahme und die Messung der Kontrollvariablen sind im Kapitel 6.3 erklärt. Zusätzlich wird die Variable Zeitdummy eingeführt. Diese ist gleich 1, wenn das Geschäftsjahr nach der CSR-RL ist. Statistische Signifikanz auf dem 1% (5%, 10%) Level wird bezeichnet durch *** (**, *).

	Wahrheit	Wahrhaftigkeit	Angemessenheit & Verständlichkeit	Glaubwürdigkeitsindex
Zeitdummy	1,484*** (0,280)	1,778*** (0,343)	0,053 (0,067)	3,313*** (0,580)
SIZE	1,033*** (0,178)	0,922** (0,335)	0,052 (0,056)	2,022*** (0,502)
ROA	0,055* (0,029)	-0,001 (0,035)	0,007 (0,011)	0,062 (0,056)
LEV	-0,141*** (0,045)	0,001* (0,112)	-0,017 (0,014)	-0,162 (0,151)
DISP	0,841** (0,401)	0,635*** (0,607)	0,097 (0,101)	2,980*** (0,969)
PRES	0,001 (0,001)	0,004 (0,002)	0,000 (0,000)	0,005 (0,004)
ENVSEN	0,637 (0,407)	2,056*** (0,687)	0,157 (0,128)	2,833*** (1,083)
Konstante	-7,373*** (1,379)	-6,794*** (2,578)	0,463 (0,554)	-13,800*** (3,853)
Beobachtungen	82	82	82	82

eins, wenn das Geschäftsjahr nach der CSR-RL betrachtet wird. Im Folgenden wird hauptsächlich auf den Glaubwürdigkeitsindex im Gesamten eingegangen. Die anderen drei Regressionsmodelle, die jeweils die Dimension als abhängige Variable haben, dienen dazu, zu eruieren, worin die Glaubwürdigkeitsveränderung herrührt. Festzuhalten ist vorab, dass analog zu den bisherigen Ergebnissen alle potentiellen Einflussgrößen auf die Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit keinen statistischen signifikanten Einfluss besitzen. Damit ergeben sich alle statistische Signifikanzen aus den Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit.

Die Glaubwürdigkeit der NBE ist nach der CSR-RL durchschnittlich um 3,313 Punkte höher verglichen mit der Glaubwürdigkeit vor der Einführung der CSR-RL ceteris paribus (c.p.). Dies liefert zusätzliche Evidenz für die aufgestellte Hypothese, dass die Glaubwürdigkeit nach der Einführung

der CSR-RL steigen wird. Anhand der Regressionsmodelle wird jedoch ebenso deutlich, dass die kontrollierten Einflussgrößen auch teilweise hochsignifikante Auswirkungen auf die Glaubwürdigkeit besitzen. Wenn die Unternehmensgröße um 1 % steigt, erhöht sich die Glaubwürdigkeit der NBE im Durchschnitt um 0,02 Einheiten (c.p.). Ferner haben Unternehmen mit einer hohen Eigentumsstreuung eine durchschnittlich um 2,980 Punkte glaubwürdigere NBE als Unternehmen mit einer geringen Eigentumsstreuung (c.p.). Zudem zeigt sich, dass Unternehmen mit einer hohen Umweltsensitivität eine um 2,833 Punkte durchschnittlich glaubwürdigere NBE haben als Unternehmen mit einer geringen bzw. mittleren Umweltsensitivität (c.p.). Damit lässt sich der Einfluss der Umweltsensitivität, der sich bereits in der deskriptiven statistischen Auswertung zeigt, induktiv verifizieren. An dieser Stelle ist noch hervorzuheben, dass in der Dimension

Wahrheit die erwarteten Effekte hinsichtlich der Ertragslage und der Verschuldung eingetreten sind. Eine profitable Lage führt folglich zu einer glaubwürdigeren NBE, während eine hohe Verschuldung die Glaubwürdigkeit in der NBE schmälert. Die Kontrollvariable Medienpräsenz zeigt keine bedeutende Auswirkung auf die Glaubwürdigkeit der NBE. In Tabelle 14 im Anhang ist die gleiche Regressionsanalyse ohne FTR durchgeführt worden. Alle genannten Effekte bewahren ihre statistische Signifikanz, wenngleich die Umweltsensitivität nur noch schwach signifikant ist. Damit sind die Ergebnisse als robust einzuschätzen. Um die Ergebnisse weiter zu verifizieren, wurden zwei Differenzregressionsanalysen mit und ohne FTR durchgeführt (s. Tab. 15 und Tab. 16 im Anhang). Für alle Variablen wurden Differenzvariablen gebildet, in dem das Geschäftsjahr nach der CSR-RL mit dem Geschäftsjahr danach verrechnet wird.²⁷ Die (weitgehend) fehlende statistische Signifikanz zeigt auf, dass die Veränderung des Glaubwürdigkeitsniveaus in der NBE nicht aus der Veränderung potentieller Störeinflüsse entsteht.

6.5.3. Diskussion der Ergebnisse

Im Folgenden werden insbesondere die wesentlichen Ergebnisse vor dem Hintergrund der CSR-RL diskutiert. Aufgrund der unterschiedlichen Stichprobe und der teils anderen Herangehensweise in der Inhaltsanalyse ist ein Vergleich zu Mazzotta et al. (2020) nur an bestimmten Stellen sinnvoll.

Überraschend ist festzuhalten, dass deutlich mehr Unternehmen eine externe Prüfung durchgeführt haben, obgleich dies nicht explizit in der deutschen Gesetzgebung vorgeschrieben ist. Dieses Resultat kann vermutlich damit begründet werden, dass die Unternehmen aufgrund der Neuheit des Gesetzes (und der damit verbundenen Unsicherheit über die neuen Anforderungen) und den erhöhten Sanktionen bereit waren, finanzielle Mittel für eine umfassende externe Prüfung bereitzustellen (DNK, 2018, S. 23). Obgleich kein „Hard Law“ besteht, also keine gesetzliche Verpflichtung zur externen Prüfung, zeigt dieses Ergebnis, dass die CSR-RL trotzdem zu einer Verbesserung geführt hat. Dieses Ergebnis liefert ein empirisches Argument für die Fürsprecher von „Soft Laws“, die im Gegensatz zu „Hard Laws“ nicht verpflichtend einzuhalten sind (Schwarze, 2011, S. 3). Im Kontext der externen Prüfung kann dem dennoch entgegnet werden, dass zwar 70 % Anteil an Unternehmen eine deutliche Steigerung darstellt, allerdings ein „Hard Law“ wie in Italien unmittelbar zu einem noch höheren Anteil extern geprüfter Unternehmen führt (Mazzotta et al., 2020, S. 1909). Es besteht allerdings noch Verbesserungspotential hinsichtlich des Prüfungsumfangs und der Prüfungssicherheit. Gemäß der Inhaltsanalyse von Mazzotta et al. (2020, S. 1909) wurde der Inhalt der extern geprüften Inhalte nicht spezifiziert bzw. war nie vollumfänglich. Wenngleich die empirischen Ergebnisse der Masterarbeit in der Variable *Prüfungsumfang* bessere Ergebnisse aufzeigt, können die Resultate trotzdem als schwach

eingeeordnet werden. Der Prüfungsumfang und die Prüfungssicherheit sind entscheidend dafür, dass alle NFI mit einer hohen Wahrscheinlichkeit frei von wesentlichen Falschdarstellungen sind. Die Variable *Verwendung eines Rahmenwerks* hat erheblich an Bedeutung gewonnen. An dieser Stelle zeigt sich, dass der Rechtfertigungsgedanke des § 289d HGB, nach dem ein Unternehmen begründen muss, weswegen es kein Rahmenwerk für die NBE benutzt, Wirkung zeigt. Dennoch bleibt kritisch anzumerken, dass der Comply-and-Explain-Ansatz viele Schlupflöcher für Unternehmen ermöglicht, systematisch Informationen auszulassen (La Torre, Sabelfeld, Blomkvist, Tarquinio & Dumay, 2018, S. 615). Daneben ist die *Seitenlänge der NFI* und die *Genauigkeit der dargestellten Informationen* nach Einführung der CSR-RL signifikant gestiegen. Dies steht mit hoher Wahrscheinlichkeit im kausalen Zusammenhang mit der Ausweitung der Mindestinhalte der NFE. Die gesetzliche Konkretisierung, worüber und wie ein Unternehmen berichten muss, kann somit als wirkungsvoll angesehen werden. Außerdem lässt sich an der erhöhten Informationsmenge ablesen, dass die Mindestinhalte für zahlreiche Unternehmen eine Neuigkeit darstellt, über die zusätzlich berichtet werden muss. Dies wird durch die Tatsache untermauert, dass in der betrachteten Stichprobe insgesamt acht Unternehmen erstmalig nach Einführung der CSR-RL über NFI berichten.

Während sich das von der GRI empfohlene Tool der Wesentlichkeitsmatrix zur Priorisierung relevanter Themen nicht durchgesetzt hat, verfügen (fast) alle Unternehmen (83 %) nach der CSR-RL über eine aktuelle Wesentlichkeitsanalyse. Dies verdeutlicht, dass ein Großteil der untersuchten Unternehmen verinnerlicht hat, dass die Themenfindung ein dynamischer Prozess ist, der fortlaufend kritisch reflektiert werden muss. Zudem veranschaulicht der höhere Zuspruch durch den Vorstand, sich für Nachhaltigkeitsthemen einzusetzen, dass das Thema Nachhaltigkeit eine höhere Relevanz nach der Einführung der CSR-RL eingenommen hat. Folglich ist die CSR-RL in diesem Kontext als positiv einzuschätzen. Der Aspekt der Wesentlichkeit wird durch die Wesentlichkeitsformel des § 289c Abs. 3 HGB tangiert. Nach Einführung der CSR-RL schaffen es die meisten Unternehmen, relevante Stakeholdergruppen zu identifizieren. Allerdings besteht noch großes Potential, den Dialog bzw. das Engagement mit den Stakeholdern zu steigern. Für die meisten Unternehmen findet das aktive Einbinden von Stakeholdern in Entscheidungsprozesse nicht statt. Demnach hat die CSR-RL nicht maßgeblich zu einem besseren Dialog bzw. Engagement beigetragen. § 289c HGB beinhaltet ferner, dass Unternehmen darüber berichten müssen, mit welcher Governance-Struktur sie die Nachhaltigkeitsthemen angehen. Diese Publizitätspflicht der CSR-RL spiegelt sich deutlich in den Ergebnissen wider. Zunehmend mehr Unternehmen bauen eigene organisationale Strukturen für das Thema Nachhaltigkeit auf. Demnach entfaltet die CSR-RL seine Wirkung. Im Vergleich zu den untersuchten italienischen Unternehmen in der Studie von Mazzotta et al. (2020, S. 1909), ist die organisationale Verankerung in der betrachteten Stichprobe schwächer ausgeprägt. Allerdings ist positiv anzumerken, dass in der

²⁷Bsp.: Diff_SIZE = Unternehmensgröße nach der CSR-RL – Unternehmensgröße vor der CSR-RL

betrachteten Stichprobe deutlich häufiger eine Organisation gegründet wurde, die speziell Themen der Nachhaltigkeit adressiert. Die *Bezugnahme zu den SDGs* ist zwar mit 32 % auf 49 % merklich mit der CSR-RL gestiegen, jedoch im Vergleich zu den italienischen Unternehmen mit 77 % als relativ gering einzustufen (Mazzotta et al., 2020, S. 1909). Da die CSR-RL keinerlei Bezugspunkt zu den SDGs aufweist, ist diese Verbesserung als überraschendes Ergebnis einzustufen.

Die Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit bleibt durch die CSR-RL vollkommen unberührt. Dies hat sich auch in den Ergebnissen durch ein unverändertes Niveau vor und nach der CSR-RL herauskristallisiert. Beim Vergleich der Variable *Verwendung visueller Darstellungen* mit dem empirischen Befund von Mazzotta et al. (2020, S. 1910) fällt auf, dass die Resultate auf einem ähnlichen (absoluten) Niveau liegen. Insgesamt erscheint dieses Ergebnis wenig überraschend, da die CSR-RL keinerlei Berührungspunkt zu der Art und Weise der Kommunikation aufweist.

Während in der Studie von Mion und Loza Adauí (2019, S. 18) im DAX keine FTR vor der CSR-RL vorhanden waren, so wurden im MDAX acht FTR identifiziert, die nach dem Inkrafttreten des Gesetzes über NFI berichten mussten. An dieser Stelle zeigt sich die Notwendigkeit der CSR-RL, die auch die letzten „CSR-Verweigerer“ zu einer NBE zwingt. Insgesamt liefert die durchgeführte Untersuchung neben den Studien von Hąbek und Wolniak (2016) sowie Mion und Loza Adauí (2019) weitere Evidenz für die Hypothese, dass eine verpflichtende NBE zu einer glaubwürdigeren Berichterstattung führt. Insbesondere zeigen die Ergebnisse in Kombination mit der Studie von Mion und Loza Adauí (2019), dass die CSR-RL in ihrer Ausgestaltung zu einer glaubwürdigeren NBE beigetragen hat.

Summa summarum haben die Verbesserungen in den Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit und das konstante Level der Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit zu einer Glaubwürdigkeitssteigerung in der NBE geführt, die durch die CSR-RL induziert wurde. Dass die Glaubwürdigkeitssteigerung in der NBE durch interne oder externe Einflüsse zurückzuführen ist, konnte durch parametrische Verfahren weitgehend ausgeschlossen werden. Das Argument, dass die Glaubwürdigkeitssteigerung sei, z.B. durch Zufall oder den mimetischen Isomorphismus, also einer natürlichen Verbesserung der NBE durch Anpassung an Konkurrenzunternehmen (DiMaggio & Powell, 1983, S. 151), entstanden, überzeugt nicht, da es sich um einen sprunghaften Anstieg der Glaubwürdigkeit handelt. Dennoch bedarf es weiterer Forschung, die einen längeren Zeitraum betrachtet, um diese Möglichkeit gänzlich auszuschließen. Neben der Ausweitung der Zeitreihenlänge ergibt es ebenfalls Sinn, die Querschnittseinheiten, sprich die Anzahl der beobachteten Unternehmen, zu erweitern. Gerade für Deutschland, in dem der Mittelstand den Großteil der Wirtschaftsleistung beisteuert (Röhl, 2018, S. 12), scheint die Inklusion von kleineren Unternehmen eine sinnvolle Erweiterung zu sein. Damit können die in Kapitel 3 angesprochenen Ausstrahlungseffekte auf nicht direkt durch die CSR-RL tangierte Unternehmen untersucht werden. Denkbar ist auch eine Erweiterung auf

verschiedene EU-Länder, in dem verschiedene Länder miteinander hinsichtlich ihrer Glaubwürdigkeit beurteilt und verglichen werden. Bezogen auf die Stichprobengröße bleibt festzuhalten, dass eine zu geringe Beobachtungszahl vorliegt, um eine umfassende Bewertung der CSR-RL und deren Wirkung auf die Glaubwürdigkeit abschließend vorzunehmen. Eine Stichprobenvergrößerung bewirkt zusätzlich, dass die Reaktion verschiedener Branchen auf die CSR-RL besser miteinander zu vergleichen ist und die Anwendung induktiver statistischer Verfahren zulässt.

6.6. Limitationen

Eine Schwäche des verwendeten Glaubwürdigkeitsindex ist es, dass nicht alle unterschiedliche Nuancen in der NBE durch den angewandten Kodierungsrahmen erkannt werden. Beispielsweise kann die Variable Identifikation der Stakeholder unterschiedlich vom Unternehmen ausgestaltet sein. Diese können bspw. in einer aufwändigen Analyse mit grafischer Visualisierung herausgearbeitet werden oder einfach in einem Nebensatz aufgelistet sein. Obwohl beide Sachverhalte sich hinsichtlich ihrer Qualität unterscheiden, kann der Glaubwürdigkeitsindex diese Feinheiten nicht unterscheiden. Bezogen auf den Prüfungsumfang lassen manche Unternehmen nur wenige Abbildungen extern prüfen und erhalten somit ein Testat von einer Prüfungsgesellschaft. Damit werden diese Unternehmen genauso bewertet wie Unternehmen, die fast alle Inhalte extern prüfen lassen. Ferner existiert bei manchen Variablen ein Interpretationsspielraum (z.B. bei der Einbindung der Stakeholder) in der Bewertung, welcher stark vom Wortlaut in der NBE ab. Das Geschriebene muss jedoch nicht zwangsläufig mit der Realität übereinstimmen, was dazu führt, dass ggf. Sachverhalte falsch im Zuge der Inhaltsanalyse bewertet werden.

Die Bestimmung der Variablen Genauigkeit der dargestellten Informationen, Lesbarkeit und Verwendung visueller Darstellungen erfolgte nur gemäß einer kleinen Stichprobe von zufällig ausgewählten Seiten. Somit kann es zu Verzerrungen in den Ergebnissen zum Positiven aber auch zum Negativen kommen. Die Weiterentwicklung von Algorithmusbasierten Analyseverfahren zur Verarbeitung qualitativer Daten („Text Mining“) kann hierbei in der Zukunft wegweisende Potentiale eröffnen.

Des Weiteren handelt es sich bei dem Glaubwürdigkeitsindex um ein akademisches Konstrukt, welches von Forschenden konzeptioniert ist (Mazzotta et al., 2020, S. 1911). Dieses Messinstrument sollte ähnlich wie in der Umfrage von Helfaya et al., 2018 durch qualitative Interviews mit Unternehmen und Stakeholdern validiert werden (Mazzotta et al., 2020, S. 1911). Damit könnte bspw. der Forschungsfrage nachgegangen werden, ob eine bestimmte Gewichtung des Glaubwürdigkeitsindex, Sinn ergibt.

In der Datenerhebung wurden nur die vorhandenen Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte untersucht. Unternehmen nutzen jedoch weitere Kommunikationskanäle, wie z.B. Unternehmenswebseite, Social Media, Flyer, o.ä., um über nachhaltigkeitsbezogene Aspekte zu berichten (Seele & Lock, 2015, S. 406). Ergo kann es sein, dass publizierte NFI

nicht in die Inhaltsanalyse eingeflossen sind. Das Auslassen von NFI kann zu einer schlechteren Bewertung führen.

Nach Krippendorff (2004, S. 214-215) sind Daten aus einer Inhaltsanalyse nur dann zuverlässig, wenn die Kriterien Stabilität sowie Replizierbarkeit erfüllt sind. Das Kriterium der Stabilität besagt, dass unabhängig vom Zeitpunkt der Kodierung immer das gleiche Resultat erfolgen muss (Krippendorff, 2004, S. 215). Im Rahmen der Masterarbeit kann die Stabilität ausreichend kontrolliert werden, sodass intrasubjektive Inkonsistenzen unwahrscheinlich sind. Trotzdem können menschliche Fehler im Rahmen der Kodierung nicht vollständig ausgeschlossen werden (z.B. das Verrutschen in der Zeile o.ä.). Zudem ist an dieser Stelle anzumerken, dass für eine Inhaltsanalyse die Vorgehensweise der Kodierung akribisch dokumentiert sein muss, da ansonsten die Kodierung stets unterschiedlich ausfällt. Ferner besagt die Replizierbarkeit, dass verschiedene Anwender mittels der vorgegebenen Kodierung zum gleichen Ergebnis kommen müssen (Krippendorff, 2004, S. 215). Beispielsweise berechnet Krippendorff's Alpha, wie hoch die Korrelation zwischen den intersubjektiven Bewertungen verschiedener Anwender ist (Krippendorff, 2004, S. 1-2). Aufgrund mangelnder personeller Ressourcen konnte dieses Kriterium der Reliabilität nicht geprüft werden. In der Forschungsarbeit von Mazzotta et al. (2020) ist nicht bei jeder Variable eindeutig beschrieben, wie die Kodierung genau erfolgt ist. Aus diesem Grund musste teils auf alternative Bewertungen zurückgegriffen werden. Dies zeigt die Relevanz der exakten Erläuterung des Kodierungsrahmens im Kontext einer Inhaltsanalyse.

7. Fazit

Das Instrumentarium der NBE konnte im Rahmen der Masterarbeit als wichtiges Kommunikationsmedium zwischen dem Unternehmen und seiner Umwelt herausgearbeitet werden. Der Zusammenhang zwischen einer glaubwürdigen NBE und Legitimität konnte mit Hilfe der bestehenden Literatur hergestellt werden. Die Synthese aus dem Vier-Stufen-Pyramiden-Modell sowie der Legitimitätstheorie prognostizieren eine positive Auswirkung der CSR-RL auf die Glaubwürdigkeit der NBE. Ein Unternehmen strebt stets nach einem möglichst hohen Maß an Legitimität. Aufgrund der pragmatischen Legitimität ist davon auszugehen, dass ein Unternehmen aus Eigeninteresse (z.B. Vermeidung von Strafzahlungen durch die Nichteinhaltung des Gesetzes) den neuen Vorgaben der CSR-RL Folge leistet. Ferner wurde aufgezeigt, dass die Erwartungshaltung der Stakeholder an die ethische und moralische Verantwortung eines Unternehmens gestiegen ist. Nur in einem deliberativen Diskurs mit seinen Stakeholdern kann moralische Legitimität erzeugt werden. Dieser Austausch, der u.a. über die NBE erfolgt, sollte demnach glaubwürdig sein, da die Glaubwürdigkeit als Voraussetzung für Legitimität betrachtet werden kann. Da durch die CSR-RL Indikatoren für eine glaubwürdige NBE tangiert werden (z.B. Vorgabe der Mindestinhalte), ist von einer Glaubwürdigkeitssteigerung in der Berichterstattung auszugehen.

Im Rahmen der Inhaltsanalyse, in der 41 deutsche Unternehmen des MDAX untersucht wurden, können folgende Kernergebnisse subsumiert werden: Die Einführung der CSR-RL hat dazu geführt, dass acht Unternehmen, die zuvor keine NBE hatten, zur Veröffentlichung von NFI gezwungen waren. Damit ist es dem Adressatenkreis der CSR-RL nicht mehr möglich, auf die Informationspreisgabe von NFI zu verzichten. Alleine durch diesen Effekt ist insgesamt die Glaubwürdigkeit angestiegen. Darüber hinaus hat sich die Glaubwürdigkeit der NBE nach Einführung der CSR-RL verbessert. Dieser Anstieg wird insbesondere durch die Dimensionen Wahrheit und Wahrhaftigkeit initiiert. Hingegen hat die CSR-RL keine Auswirkung auf die Dimension Angemessenheit & Verständlichkeit gezeigt. Im Rahmen der multiplen linearen Regressionsmodelle konnte für mögliche Störeinflüsse kontrolliert werden. Die Resultate belegen, dass die Einflussgrößen Unternehmensgröße, Eigentumsstreuung sowie Umweltsensitivität die Glaubwürdigkeit der NBE positiv beeinflussen. Zusätzlich gibt es Indizien, die dafür sprechen, dass die Vermögens- und Ertragslage ebenso einen positiven Einfluss auf die Glaubwürdigkeit der NBE ausübt.

Wenngleich die verwendete Forschungsmethodik nicht frei von Limitationen ist, liefert die Masterarbeit zusätzliche empirische Evidenz dafür, dass eine verpflichtende NBE zu einer Verbesserung der Glaubwürdigkeit führt. Damit konnte das Ziel der EU, die Beziehung zwischen Unternehmen und den Stakeholdern zu verbessern, erreicht werden. Nichtsdestotrotz gibt es bei vielen Unternehmen Verbesserungspotential in der NBE. Zum Beispiel schaffen es viele Unternehmen noch nicht, ihre Stakeholder aktiv in Entscheidungsprozesse einzubinden. Um aussagekräftige Vergleiche mit anderen EU-Ländern oder unterschiedlichen Gesetzgebungen herzustellen, bedarf es weiterer Forschung.

Literatur

- Ackers, B. (2009). Corporate social responsibility assurance: How do south african publicly listed companies compare? [Journal Article]. *Meditari Accountancy Research*, 17 (2), 1-17.
- Adams, C. A. & Evans, R. (2004). Accountability, completeness, credibility and the audit expectations gap [Journal Article]. *Journal of Corporate Citizenship*, 14, 97-115.
- Adaui, C. R. L. (2020). Sustainability reporting quality of peruvian listed companies and the impact of regulatory requirements of sustainability disclosures [Journal Article]. *Sustainability*, 12 (3), 1135.
- Aggarwal, P. (2013). Sustainability reporting and its impact on corporate financial performance: A literature review [Journal Article]. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 4 (3), 51-59.
- Aifuwa, H. O. (2020). Sustainability reporting and firm performance in developing climes: A review of literature [Journal Article]. *Copernican Journal of Finance & Accounting*, 9 (1), 9-29.
- Ali, W., Frynas, J. G. & Mahmood, Z. (2017). Determinants of corporate social responsibility (csr) disclosure in developed and developing countries: A literature review [Journal Article]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24 (4), 273-294.
- Almeling, C., Flick, C. & Scharf, C. (2020). *Abschlussprüfung klipp & klar* [Book]. Springer.
- Amel-Zadeh, A. & Serafeim, G. (2018). Why and how investors use esg information: Evidence from a global survey [Journal Article]. *Financial Analysts Journal*, 74 (3), 87-103.
- Amran, A., Lee, S. P. & Devi, S. S. (2014). The influence of governance structure and strategic corporate social responsibility toward sustainability reporting quality [Journal Article]. *Business Strategy and the Environment*, 23 (4), 217-235.
- Ankele, K. & Grothe, A. (2019). Strategisches nachhaltigkeitsmanagement durch nachhaltigkeitsbewertung [Book Section]. In *Nachhaltiges management* (S. 551-574). Springer.
- Arena, C., Bozzolan, S. & Michelon, G. (2015). Environmental reporting: Transparency to stakeholders or stakeholder manipulation? an analysis of disclosure tone and the role of the board of directors [Journal Article]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22 (6), 346-361.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation [Journal Article]. *Journal of the American Institute of planners*, 35 (4), 216-224.
- Ayuso, S., Roca, M., Arevalo, J. A. & Aravind, D. (2016). What determines principle-based standards implementation? reporting on global compact adoption in spanish firms [Journal Article]. *Journal of business ethics*, 133 (3), 553-565.
- Böcking, H.-J. & Althoff, C. (2017). Paradigmenwechsel in der (konzern-) lageberichterstattung über nicht-monetäre erfolgskriterien: Pre-financial performance indicators als vorstufe, nicht als gegensatz von financial performance indicators [Journal Article]. *Der Konzern*, 15 (5), 246-255.
- Bentele, G. & Nothhaft, H. (2011). Vertrauen und glaubwürdigkeit als grundlage von corporate social responsibility: Die (massen-) mediale konstruktion von verantwortung und verantwortlichkeit [Book Section]. In *Handbuch csr* (S. 45-70). Springer.
- Beretta, S. & Bozzolan, S. (2008). Quality versus quantity: The case of forward-looking disclosure [Journal Article]. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23 (3), 333-376.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (2004). *Die gesellschaftliche konstruktion der wirklichkeit* [Book]. Verlag Fischer.
- Berrone, P., Ricart, J. E., Duch, A. I., Bernardo, V., Salvador, J., Piedra Peña, J. & Rodríguez Planas, M. (2019). Easier: An evaluation model for public-private partnerships contributing to the sustainable development goals [Journal Article]. *Sustainability*, 11 (8), 2339.
- Berthelot, S., Coulmont, M. & Serret, V. (2012). Do investors value sustainability reports? a canadian study [Journal Article]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19 (6), 355-363.
- Bewley, K. & Li, Y. (2000). Disclosure of environmental information by canadian manufacturing companies: a voluntary disclosure perspective [Book Section]. In *Advances in environmental accounting & management* (S. 201-226). Emerald Group Publishing Limited.
- Biswas, P. K., Mansi, M. & Pandey, R. (2018). Board composition, sustainability committee and corporate social and environmental performance in australia [Journal Article]. *Pacific Accounting Review*, 30 (4), 517-540.
- Blackwelder, B., Coleman, K., Colunga-Santoyo, S., Harrison, J. S. & Wozniak, D. (2016). *The volkswagen scandal* [Book]. University of Richmond.
- Boiral, O. (2013). Sustainability reports as simulacra? a counter-account of a and a+ gri reports [Journal Article]. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26 (7), 1036-1071.
- Brammer, S. & Millington, A. (2006). Firm size, organizational visibility and corporate philanthropy: An empirical analysis [Journal Article]. *Business Ethics: A European Review*, 15 (1), 6-18.
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2006). Voluntary environmental disclosures by large uk companies [Journal Article]. *Journal of Business Finance & Accounting*, 33 (7-8), 1168-1188.
- Brammer, S. & Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure [Journal Article]. *Business strategy and the environment*, 17 (2), 120-136.
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our common future* (Report). Zugriff auf <https://www.are.admin.ch/are/de/home/nachhaltige-entwicklung/internationale-zusammenarbeit/agenda2030/uno-meilensteine-zur-nachhaltigen-entwicklung/1987-brundtland-bericht.html>
- Bundesregierung. (2017). (Web Page Nr. 03.02.2021). Zugriff auf https://www.bmfv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_CSR-Richtlinie.pdf?__blob=publicationFile&v=1
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance [Journal Article]. *Academy of management review*, 4 (4), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders [Journal Article]. *Business horizons*, 34 (4), 39-48.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of csr: Taking another look [Journal Article]. *International journal of corporate social responsibility*, 1 (1), 1-8.
- Carroll, A. B. & Buchholtz, A. K. (2006). *Ethics and stakeholder management* [Book]. Thomson South-Western.
- Carroll, A. B., Lipartito, K. J., Post, J. E. & Werhane, P. H. (2012). *Corporate responsibility: The american experience* [Book]. Cambridge University Press.
- Carrots & Sticks. (2016). *Global trends in sustainability reporting - regulation and policy* (Report). Zugriff auf <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/carrots-and-sticks-may-2016.pdf>
- Chau, G. K. & Gray, S. J. (2002). Ownership structure and corporate voluntary disclosure in hong kong and singapore [Journal Article]. *The International Journal of Accounting*, 37 (2), 247-265.
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W. & Rodrigue, M. (2015). Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting [Journal Article]. *Accounting, organizations and society*, 40, 78-94.
- Clarke, T. (2007). The materiality of sustainability: Corporate social and environmental responsibility as instruments of strategic change? [Journal Article]. *Corporate Governance and Sustainability: Challenges for Theory and Practice*, 1, 219-251.
- Cormier, D., Ledoux, M., Magnan, M. & Aerts, W. (2010). Corporate governance and information asymmetry between managers and investors [Journal Article]. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 10 (5), 574-589.
- Cormier, D. & Magnan, M. (1999). Corporate environmental disclosure strategies: Determinants, costs and benefits [Journal Article]. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 14 (4), 429-451.
- Cormier, D. & Magnan, M. (2003). Environmental reporting management: A continental european perspective [Journal Article]. *Journal of Accounting and public Policy*, 22 (1), 43-62.
- Cormier, D., Magnan, M. & Van Velthoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large german companies: economic incentives, public pressures or institutional conditions? [Journal Article]. *European accounting review*, 14 (1), 3-39.
- Cucari, N., Esposito De Falco, S. & Orlando, B. (2018). Diversity of board of directors and environmental social governance: Evidence from italian listed companies [Journal Article]. *Corporate Social Responsibility*

- and *Environmental Management*, 25 (3), 250-266.
- Daub, C.-H. (2010). Gesellschaftliche legitimierung durch glaubwürdige berichterstattung [Journal Article]. *Ökologisches Wirtschaften-Fachzeitschrift*, 25 (1), 30-34.
- DAX-Indices. (2021, 01.03.2021). (Web Page Nr. 25.03.2021). Zugriff auf https://www.dax-indices.com/document/Resources/Guides/Historical_Index_Compositions.pdf
- Deegan, C. & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of australian corporations [Journal Article]. *Accounting and business research*, 26 (3), 187-199.
- Demuijnck, G. & Fasterling, B. (2016). The social license to operate [Journal Article]. *Journal of business ethics*, 136 (4), 675-685.
- Dienes, D., Sassen, R. & Fischer, J. (2016). What are the drivers of sustainability reporting? a systematic review [Journal Article]. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7 (2), 154-189.
- Dilling, P. F. (2010). Sustainability reporting in a global context: What are the characteristics of corporations that provide high quality sustainability reports an empirical analysis [Journal Article]. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9 (1), 19-30.
- DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields [Journal Article]. *American sociological review*, 147-160.
- DNK. (2018). *Der dnk im sinne des csr-richtlinie-umsetzungsgesetzes (csr-rug) – eine orientierungshilfe für anwender* (Report). Zugriff auf <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Documents/PDFs/Sustainability-Code/DNK-Orientierungshilfe-Anwender-2018-de.aspx>
- Dong, S. & Xu, L. (2016). The impact of explicit csr regulation: Evidence from china's mining firms [Journal Article]. *Journal of Applied Accounting Research*, 17 (2), 237-258.
- Dumay, J., Frost, G. & Beck, C. (2015). Material legitimacy [Journal Article]. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 11 (1), 2-23.
- Dumitru, M., Dyduch, J., Gușe, R.-G. & Krasodomska, J. (2017). Corporate reporting practices in poland and romania – an ex-ante study to the new non-financial reporting european directive [Journal Article]. *Accounting in Europe*, 14 (3), 279-304.
- Eccles, R. G. & Krzus, M. P. (2010). *One report: Integrated reporting for a sustainable strategy* [Book]. John Wiley & Sons.
- Eccles, R. G. & Saltzman, D. (2011). Achieving sustainability through integrated reporting [Journal Article]. *Stanford Social Innovation Review*, 9 (3), 56-61.
- Edgley, C., Jones, M. J. & Atkins, J. (2015). The adoption of the materiality concept in social and environmental reporting assurance: A field study approach [Journal Article]. *The British Accounting Review*, 47 (1), 1-18.
- Eisend, M. (2003). *Glaubwürdigkeit in der marketingkommunikation: Konzeption, einflussfaktoren und wirkungspotenzial* [Book]. Springer-Verlag.
- Elkington, J. (1997). The triple bottom line [Book Section]. In M. V. Russo (Hrsg.), *Environmental management: Readings and cases* (S. 49-68). Sage Publications.
- EU. (2014a, 15.04.2014). (Web Page Nr. 20.04.2021). Zugriff auf https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs/MEMO_14_301
- EU. (2014b, 15.11.2014). (Web Page Nr. 25.01.2021). Zugriff auf <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32014L0095>
- Farooq, M. B. & De Villiers, C. (2017). The market for sustainability assurance services [Journal Article]. *Pacific Accounting Review*, 29 (1), 79-106.
- Ferrero, I., Michael Hoffman, W. & McNulty, R. E. (2014). Must milton friedman embrace stakeholder theory? [Journal Article]. *Business and Society Review*, 119 (1), 37-59.
- Fifka, M. (2014). *Csr und reporting* [Book]. Springer.
- Fifka, M. S. & Drabble, M. (2012). Focus and standardization of sustainability reporting – a comparative study of the united kingdom and finland [Journal Article]. *Business Strategy and the Environment*, 21 (7), 455-474.
- Flesch, R. (1948). A new readability yardstick [Journal Article]. *Journal of applied psychology*, 32 (3), 221-233.
- Frankel, R., McNichols, M. & Wilson, G. P. (1995). Discretionary disclosure and external financing [Journal Article]. *Accounting Review*, 135-150.
- Frias-Aceituno, J. V., Rodríguez-Ariza, L. & García-Sánchez, I. M. (2013). Is integrated reporting determined by a country's legal system? an exploratory study [Journal Article]. *Journal of cleaner production*, 44, 45-55.
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits [Book Section]. In W. C. Zimmerli, M. Holzinger & R. K. (Hrsg.), *Corporate ethics and corporate governance* (S. 173-178). Springer.
- Gallego-Álvarez, I. & Ortas, E. (2017). Corporate environmental sustainability reporting in the context of national cultures: A quantile regression approach [Journal Article]. *International Business Review*, 26 (2), 337-353.
- Gamerschlag, R., Möller, K. & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary csr disclosure: Empirical evidence from germany [Journal Article]. *Review of Managerial Science*, 5 (2-3), 233-262.
- Gillet, C. (2012). A study of sustainability verification practices: The french case [Journal Article]. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 8 (1), 62-84.
- Gray, R. (2000). Current developments and trends in social and environmental auditing, reporting and attestation: a review and comment [Journal Article]. *International journal of auditing*, 4 (3), 247-268.
- GRI. (2016). (Web Page Nr. 11.01.2021). Zugriff auf <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-english-language/>
- Grob, L., Sydow, J. & Heinz, R. (2020). *Bewertung der csr-richtlinie und ihrer umsetzung in deutschen konzernen der rohstoffverarbeitenden industrie (policy paper)* (Report). Zugriff auf https://germanwatch.org/sites/default/files/CSR_Bericht_1.pdf
- Gulenko, M. (2018). Mandatory csr reporting – literature review and future developments in germany [Journal Article]. *NachhaltigkeitsManagementForum | Sustainability Management Forum*, 26, 3-17.
- Habermas, J. (2002). *On the pragmatics of social interaction: Preliminary studies in the theory of communicative action* [Book]. MIT Press.
- Hagest, J. (1975). *Zur logik der prüferischen Überzeugungsbildung bei jahresabschlussprüfungen* [Book]. Ludwig-Maximilians-Universität.
- Hahn, R. & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research [Journal Article]. *Journal of cleaner production*, 59, 5-21.
- Haji, A. A. (2013). Corporate social responsibility disclosures over time: Evidence from malaysia [Journal Article]. *Managerial auditing journal*.
- Häbek, P. & Wolniak, R. (2016). Assessing the quality of corporate social responsibility reports: The case of reporting practices in selected european union member states [Journal Article]. *Quality & quantity*, 50 (1), 399-420.
- Heckler, A. & Bröcker, N. (2017). Die csr-berichtspflicht in der hauptversammlungssaison 2018 [Journal Article]. *Die Aktiengesellschaft* (21), 761-770.
- Helfaya, A. & Moussa, T. (2017). Do board's corporate social responsibility strategy and orientation influence environmental sustainability disclosure? uk evidence [Journal Article]. *Business Strategy and the Environment*, 26 (8), 1061-1077.
- Helfaya, A. & Whittington, M. (2019). Does designing environmental sustainability disclosure quality measures make a difference? [Journal Article]. *Business Strategy and the Environment*, 28 (4), 525-541.
- Helfaya, A., Whittington, M. & Alawattage, C. (2018). Exploring the quality of corporate environmental reporting: Surveying preparers' and users' perceptions [Journal Article]. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31 (1), 163-193.
- Hodge, K., Subramaniam, N. & Stewart, J. (2009). Assurance of sustainability reports: Impact on report users' confidence and perceptions of information credibility [Journal Article]. *Australian accounting review*, 19 (3), 178-194.
- Hooks, J. & van Staden, C. J. (2011). Evaluating environmental disclosures: The relationship between quality and extent measures [Journal Article]. *The British Accounting Review*, 43 (3), 200-213.
- Hoozee, S., Maussen, S. & Vangronsveld, P. (2019). The impact of readability of corporate social responsibility information on credibility as perceived by generalist versus specialist readers [Journal Article].

- le]. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10 (3), 570-591.
- ICC. (2015, 12.04.2021). *Sustainability reporting - future directions (policy statement)* (Report). Zugriff auf <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2016/10/Sustainability-Reporting-Future-directions.pdf>
- Jones, P., Comfort, D. & Hillier, D. (2016). Materiality in corporate sustainability reporting within uk retailing [Journal Article]. *Journal of Public Affairs*, 16 (1), 81-90.
- Kajüter, P. (2017a). Das csr-richtlinie-umsetzungsgesetz-ein kompromiss [Journal Article]. *Zeitschrift für internationale Rechnungslegung*, 12 (4), 137-138.
- Kajüter, P. (2017b). Nichtfinanzielle berichterstattung nach dem csr-richtlinie-umsetzungsgesetz [Journal Article]. *Der Betrieb*, 70 (12), 617-624.
- Kelly, J. D. (1993). The effects of display format and data density on time spent reading statistics in text, tables and graphs [Journal Article]. *Journalism Quarterly*, 70 (1), 140-149.
- Kerret, D., Menahem, G. & Sagi, R. (2010). Effects of the design of environmental disclosure regulation on information provision: The case of israeli securities regulation [Journal Article]. *Environmental Science & Technology*, 44 (21), 8022-8029.
- Köhnken, G. (1990). Glaubwürdigkeit: Untersuchungen zu einem psychologischen konstrukt [Journal Article]. *Psychologie-Verlag-Union*.
- Kolk, A. & Pinkse, J. (2010). The integration of corporate governance in corporate social responsibility disclosures [Journal Article]. *Corporate social responsibility and environmental management*, 17 (1), 15-26.
- Krasodomska, J., Simnett, R. & Street, D. L. (2021). Extended external reporting assurance: Current practices and challenges [Journal Article]. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 32, 104-142.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* [Book]. London, Neu-Delhi: Sage Publications.
- Kropp, A. (2018). *Grundlagen der nachhaltigen entwicklung: Handlungsmöglichkeiten und strategien zur umsetzung* [Book]. Wiesbaden: Springer-Verlag.
- Lackmann, J. (2010). Leitlinien zur nachhaltigkeitsberichterstattung [Book Section]. In *Die auswirkungen der nachhaltigkeitsberichterstattung auf den kapitalmarkt* (S. 39-89). Springer.
- La Torre, M., Sabelfeld, S., Blomkvist, M., Tarquinio, L. & Dumay, J. (2018). Harmonising non-financial reporting regulation in europe: Practical forces and projections for future research [Journal Article]. *Meditari Accountancy Research*, 26 (4), 598-621.
- Leffson, U., Lippmann, K. & Baetge, J. (1969). *Zur sicherheit und wirtschaftlichkeit der urteilsbildung bei prüfungen* [Book]. Verlagsbuchhandlung des Instituts der Wirtschaftsprüfer.
- Li, Y. (2010). The case analysis of the scandal of enron [Journal Article]. *International Journal of business and management*, 5 (10), 37-41.
- Liao, L., Luo, L. & Tang, Q. (2015). Gender diversity, board independence, environmental committee and greenhouse gas disclosure [Journal Article]. *The British Accounting Review*, 47 (4), 409-424.
- Lock, I. (2016). Glaubwürdigkeit in der csr-kommunikation [Journal Article]. *Publizistik*, 61 (4), 413-429.
- Lock, I. & Schulz-Knappe, C. (2019). Credible corporate social responsibility (csr) communication predicts legitimacy [Journal Article]. *Corporate Communications: An International Journal*, 24 (1), 2-20.
- 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 Article]. *Journal of Cleaner Production*, 122, 186-200.
- Loew, T., Ankele, K., Braun, S. & Clausen, J. (2004). *Bedeutung der internationalen csr-diskussion für nachhaltigkeit und die sich daraus ergebenden anforderungen an unternehmen mit fokus berichterstattung* (Report). Zugriff auf https://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Themen/Einfuehrung/ioew_csr_diskussion_2004.pdf
- Lubitzsch, K. (2008). *Prüfungssicherheit bei betriebswirtschaftlichen prüfungen: eine theoretische und empirische analyse* [Book]. IDW-Verlag.
- Maas, K. & Sampers, P. (2020). The expected impacts of regulating non-financial reporting [Journal Article]. *Maandblad Voor Accountancy en Bedrijfseconomie*, 94 (7/8), 265-274.
- Manetti, G. (2011). The quality of stakeholder engagement in sustainability reporting: empirical evidence and critical points [Journal Article]. *Corporate social responsibility and environmental management*, 18 (2), 110-122.
- Manetti, G. & Becatti, L. (2009). Assurance services for sustainability reports: Standards and empirical evidence [Journal Article]. *Journal of Business Ethics*, 87 (1), 289-298.
- Marten, K., Quick, R. & Ruhnke, K. (2007). *Wirtschaftsprüfung* [Book]. Schäffer-Poeschel Verlag.
- Mazzotta, R., Bronzetti, G. & Veltri, S. (2020). Are mandatory non-financial disclosures credible? evidence from italian listed companies [Journal Article]. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27 (4), 1900-1913.
- Meek, G. K., Roberts, C. B. & Gray, S. J. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by us, uk and continental european multinational corporations [Journal Article]. *Journal of international business studies*, 26 (3), 555-572.
- Merkt, H. (2001). *Unternehmenspublizität: Offenlegung von unternehmensdaten als korrelat der marktteilnahme* [Book]. Mohr Siebeck.
- Michalczuk, G. & Konarzewska, U. (2020). Standardization of corporate social responsibility reporting using the gri framework [Journal Article]. *Optimum. Economic Studies*, 1 (99), 74-88.
- Michelon, G. & Parbonetti, A. (2012). The effect of corporate governance on sustainability disclosure [Journal Article]. *Journal of management & governance*, 16 (3), 477-509.
- Michelon, G., Pilonato, S. & Ricceri, F. (2015). Csr reporting practices and the quality of disclosure: An empirical analysis [Journal Article]. *Critical perspectives on accounting*, 33, 59-78.
- Mio, C., Panfilo, S. & Blundo, B. (2020). Sustainable development goals and the strategic role of business: A systematic literature review [Journal Article]. *Business Strategy and the Environment*, 29 (8), 3220-3245.
- Mion, G. & Loza Adauí, C. R. (2019). Mandatory nonfinancial disclosure and its consequences on the sustainability reporting quality of italian and german companies [Journal Article]. *Sustainability*, 11 (17), 1-28.
- Moore, J. E., Mascarenhas, A., Bain, J. & Straus, S. E. (2017). Developing a comprehensive definition of sustainability [Journal Article]. *Implementation Science*, 12 (1), 1-8.
- Neu, D., Warsame, H. & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports [Journal Article]. *Accounting, organizations and society*, 23 (3), 265-282.
- Perego, P. & Kolk, A. (2012). Multinationals' accountability on sustainability: The evolution of third-party assurance of sustainability reports [Journal Article]. *Journal of Business Ethics*, 110 (2), 173-190.
- Peters, G. F. & Romi, A. M. (2015). The association between sustainability governance characteristics and the assurance of corporate sustainability reports [Journal Article]. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 34 (1), 163-198.
- Pufé, I. (2017). *Nachhaltigkeit* [Book]. UTB.
- QONTIGO. (2021, 20.04.2021). (Web Page Nr. 20.04.2021). Zugriff auf <https://www.dax-indices.com/index-details?isin=DE0008467416>
- Rehbinder, E. (2014). Corporate social responsibility-von der gesellschaftspolitischen forderung zur rechtlichen verankerung [Book Section]. In S. Deinert, C. Schrader & B. Stoll (Hrsg.), *Corporate social responsibility (csr): die richtlinie 2014/95/eu - chancen und herausforderungen* (S. 10-37). Kassel University Press.
- Rennekamp, K. (2012). Processing fluency and investors' reactions to disclosure readability [Journal Article]. *Journal of Accounting Research*, 50 (5), 1319-1354.
- Reynolds, M. & Yuthas, K. (2008). Moral discourse and corporate social responsibility reporting [Journal Article]. *Journal of business ethics*, 78 (1), 47-64.
- Röhl, K.-H. (2018). *Mid caps: der große mittelstand. die wirtschaftspolitik berücksichtigt die relevanz der mid caps nicht ausreichend* (Report). Zugriff auf https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/policy_papers/PDF/2018/IW-Policy_Paper_2018_4_Mid_Caps.pdf
- Roca, L. C. & Searcy, C. (2012). An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports [Journal Article]. *Journal of cleaner production*, 20 (1), 103-118.
- Romero, S., Fernandez-Feijoo, B. & Ruiz, S. (2014). Perceptions of quality

- of assurance statements for sustainability reports [Journal Article]. *Social Responsibility Journal*, 10 (3), 480-499.
- Rupley, K. H., Brown, D. & Marshall, R. S. (2012). Governance, media and the quality of environmental disclosure [Journal Article]. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31 (6), 610-640.
- Sachs, J. D. (2012). From millennium development goals to sustainable development goals [Journal Article]. *The Lancet*, 379 (9832), 2206-2211.
- Sandhu, S. (2012). *Public relations und legitimität: Der beitrage des organisationalen neo-institutionalismus für die pr-forschung* [Book]. Springer-Verlag.
- Schreier, M. (2014). Varianten qualitativer inhaltsanalyse: Ein wegweiser im dickicht der begrifflichkeiten [Journal Article]. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 15 (1), 1-27.
- Schwarze, J. (2011). Soft law im recht der europäischen union [Journal Article]. *EuR Europarecht*, 46 (1), 3-18.
- Schweren, F. C. & Brink, A. (2016). Csr-berichterstattung in europa [Journal Article]. *zfwu Zeitschrift für Wirtschafts-und Unternehmensethik*, 17 (1), 177-191.
- SEC. (1998). *A plain english handbook: How to create clear sec disclosure documents* [Book]. The Office.
- Seele, P. & Lock, I. (2015). Instrumental and/or deliberative? a typology of csr communication tools [Journal Article]. *Journal of Business Ethics*, 131 (2), 401-414.
- Siano, A., Vollero, A., Conte, F. & Amabile, S. (2017). "more than words": Expanding the taxonomy of greenwashing after the volkswagen scandal [Journal Article]. *Journal of Business Research*, 71, 27-37.
- Siew, R. Y. (2015). A review of corporate sustainability reporting tools (srts) [Journal Article]. *Journal of environmental management*, 164, 180-195.
- Smith, J., Haniffa, R. & Fairbrass, J. (2011). A conceptual framework for investigating 'capture' in corporate sustainability reporting assurance [Journal Article]. *Journal of Business Ethics*, 99 (3), 425-439.
- Smith, M. & Taffler, R. J. (2000). The chairman's statement-a content analysis of discretionary narrative disclosures [Journal Article]. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13 (5), 624-647.
- Spelthahn, S., Fuchs, L. & Demele, U. (2009). Glaubwürdigkeit in der nachhaltigkeitsberichterstattung [Journal Article]. *uwf UmweltWirtschaftsForum*, 17 (1), 61-68.
- Stawinoga, M. (2017). Die richtlinie 2014/95/eu und das csr-richtlinie-umsetzungsgesetz-eine normative analyse des transformationsprozesses sowie daraus resultierender implikationen für die rechnungslegungs-und prüfungspraxis [Journal Article]. *uwf UmweltWirtschaftsForum | Sustainability Management Forum*, 25, 213-227.
- Stibi, E.-M. (1995). *Prüfungsrisikomodell und risikoorientierte abschlussprüfung* [Book]. IDW-Verlag.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches [Journal Article]. *Academy of management review*, 20 (3), 571-610.
- Szabó, D. G. & Sørensen, K. E. (2015). New eu directive on the disclosure of non-financial information (csr) [Journal Article]. *European Financial Law Review*, 12, 307-340.
- Tan, H., YING WANG, E. & Zhou, B. (2014). When the use of positive language backfires: The joint effect of tone, readability, and investor sophistication on earnings judgments [Journal Article]. *Journal of Accounting Research*, 52 (1), 273-302.
- Waddock, S. & Goggins, B. K. (2011). The paradoxes of communicating corporate social responsibility [Book Section]. In . S. M. O. Ihlen J. L. Bartlett (Hrsg.), *The handbook of communication and corporate social responsibility* (S. 23-43). John Wiley & Sons.
- Walden, D. & Depping, A. (2015). *Csr und recht* [Book]. Springer.
- Walterbusch, M., Handzlik, J. & Teuteberg, F. (2013). Status quo der wirtschaftsprüfung von nachhaltigkeitsberichten [Book Section]. In *It-gestütztes ressourcen-und energiemangement* (S. 309-321). Springer.
- Wiseman, J. (1982). An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports [Journal Article]. *Accounting, organizations and society*, 7 (1), 53-63.
- Wong, R. & Millington, A. (2014). Corporate social disclosures: A user perspective on assurance [Journal Article]. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27 (5), 863-887.
- Yunus, S., Eljido-Ten, E. & Abhayawansa, S. (2016). Determinants of carbon management strategy adoption: Evidence from australia's top 200 publicly listed firms [Journal Article]. *Managerial Auditing Journal*, 31 (2), 156-179.
- Zwick, Y. (2018). Der deutsche nachhaltigkeitskodex [Book Section]. In *Csr und fashion* (S. 63-77). Springer.