



wirtschaftsinformatik
managementinformationssysteme

Einführung in Managementinformationssysteme

Übung 08

Sommersemester 2018

Arbeitsgruppe Wirtschaftsinformatik

– Managementinformationssysteme –



Fragen



Thema der Übung



Wiederholung der Vorlesung



Nachhaltigkeit



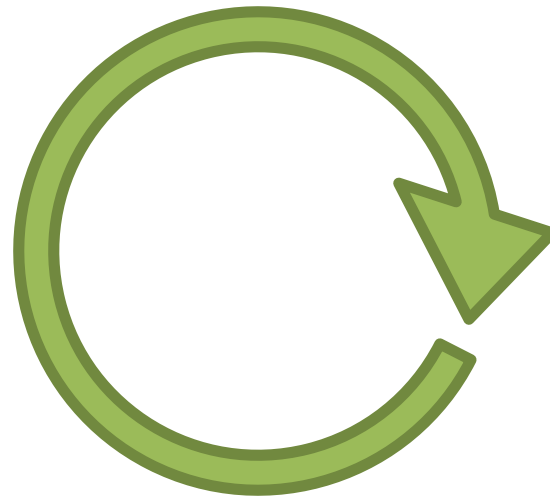
Nachhaltigkeitsbericht



Fragen und Anregungen



Wiederholung der Vorlesung

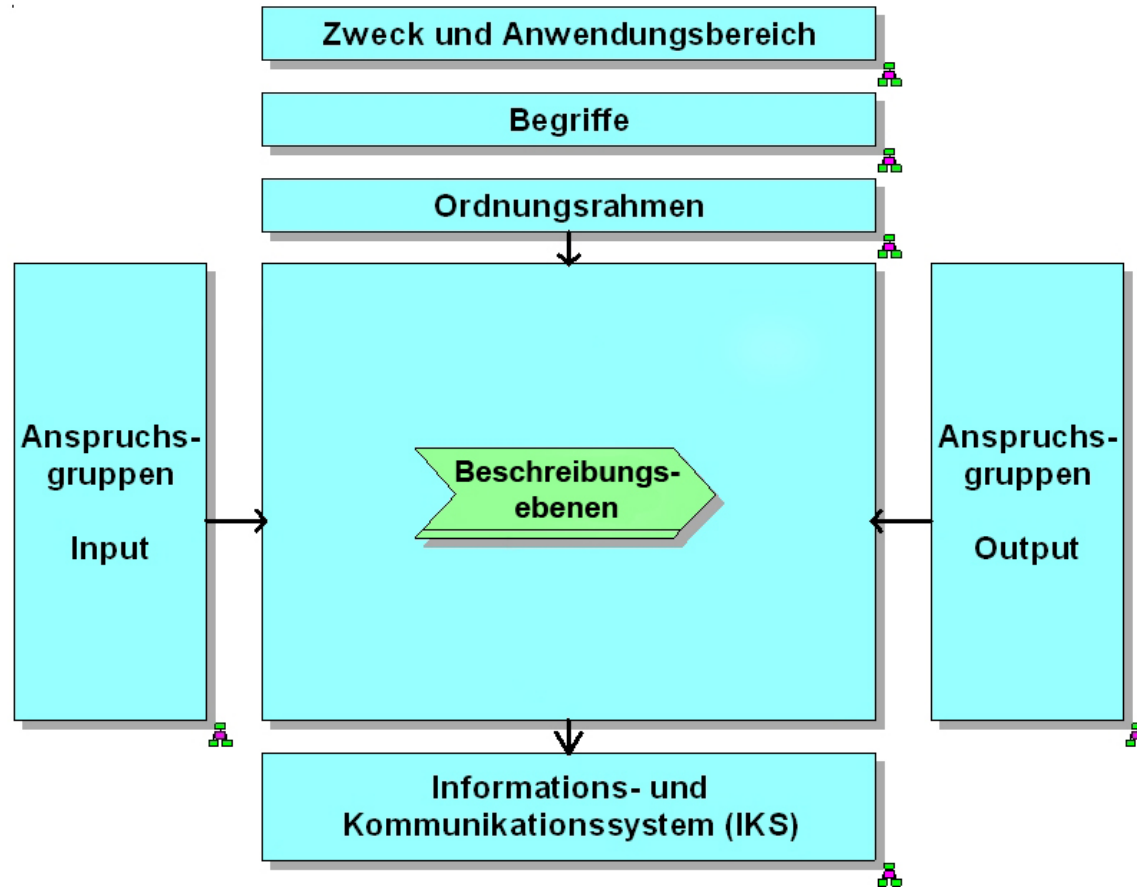


Wiederholung der Vorlesung

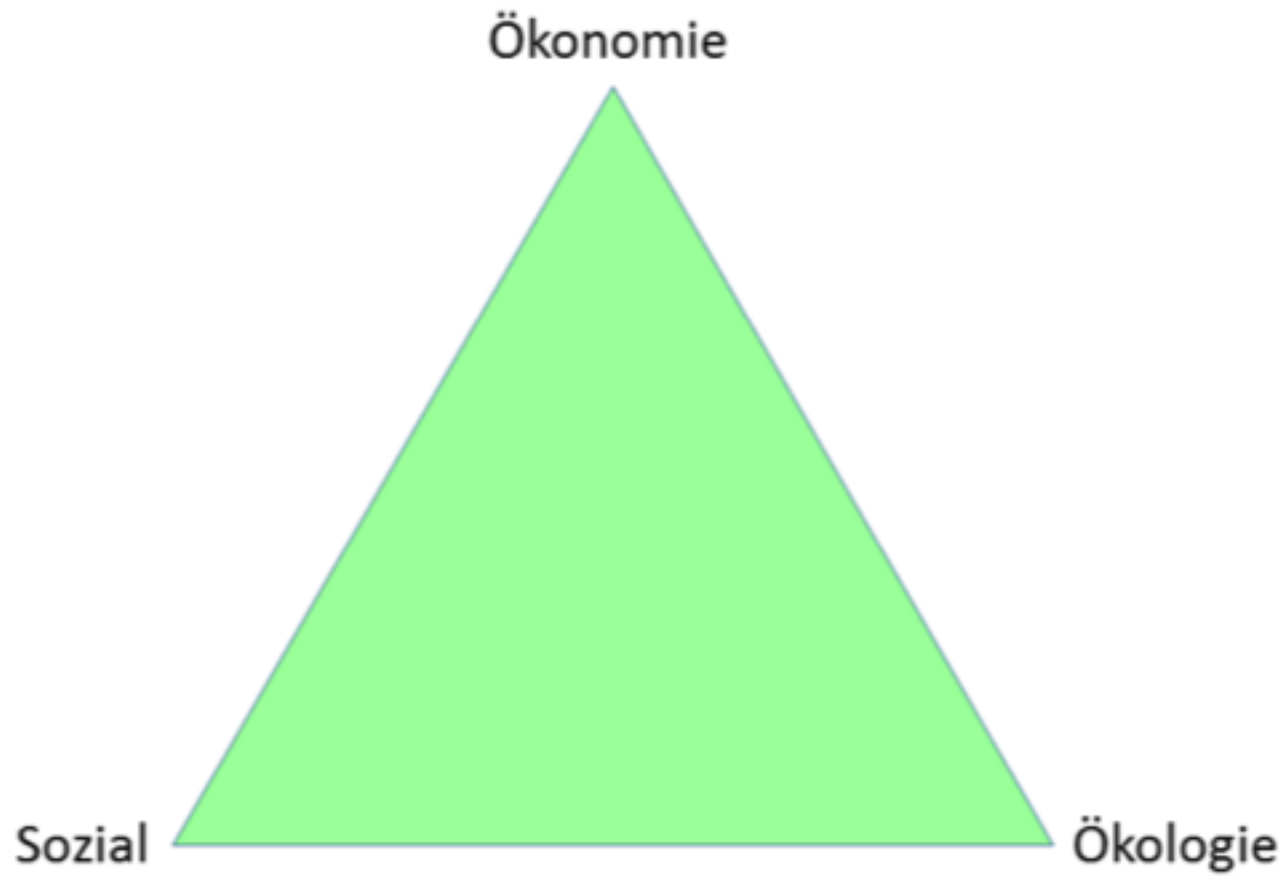
- Was sind Anspruchsgruppen?
- Welche beiden Seiten unterscheiden wir?
- Was muss auf welcher Seite beachtet & realisiert werden?



Ordnungsrahmen für MIS



Nachhaltigkeit



Nachhaltigkeit

- *„Bedürfnisse und Ansprüche der heutigen Zeit zu erfüllen, ohne dabei die Fähigkeit einzuschränken, diese auch in der Zukunft noch erreichen zu können“*

(United Nations 1987)

- *3 Säulen der Nachhaltigkeit
(= Tripel Bottom Line)*
 - *ökonomisch*
 - *ökologisch*
 - *sozial*



Beispiel:

- *Paper BUIS-Tage*



Nachhaltigkeit II

Summing it up

- "Sustainable development is like teenage sex – everybody claims they are doing it but most people aren't, and those that are, are doing it very badly"

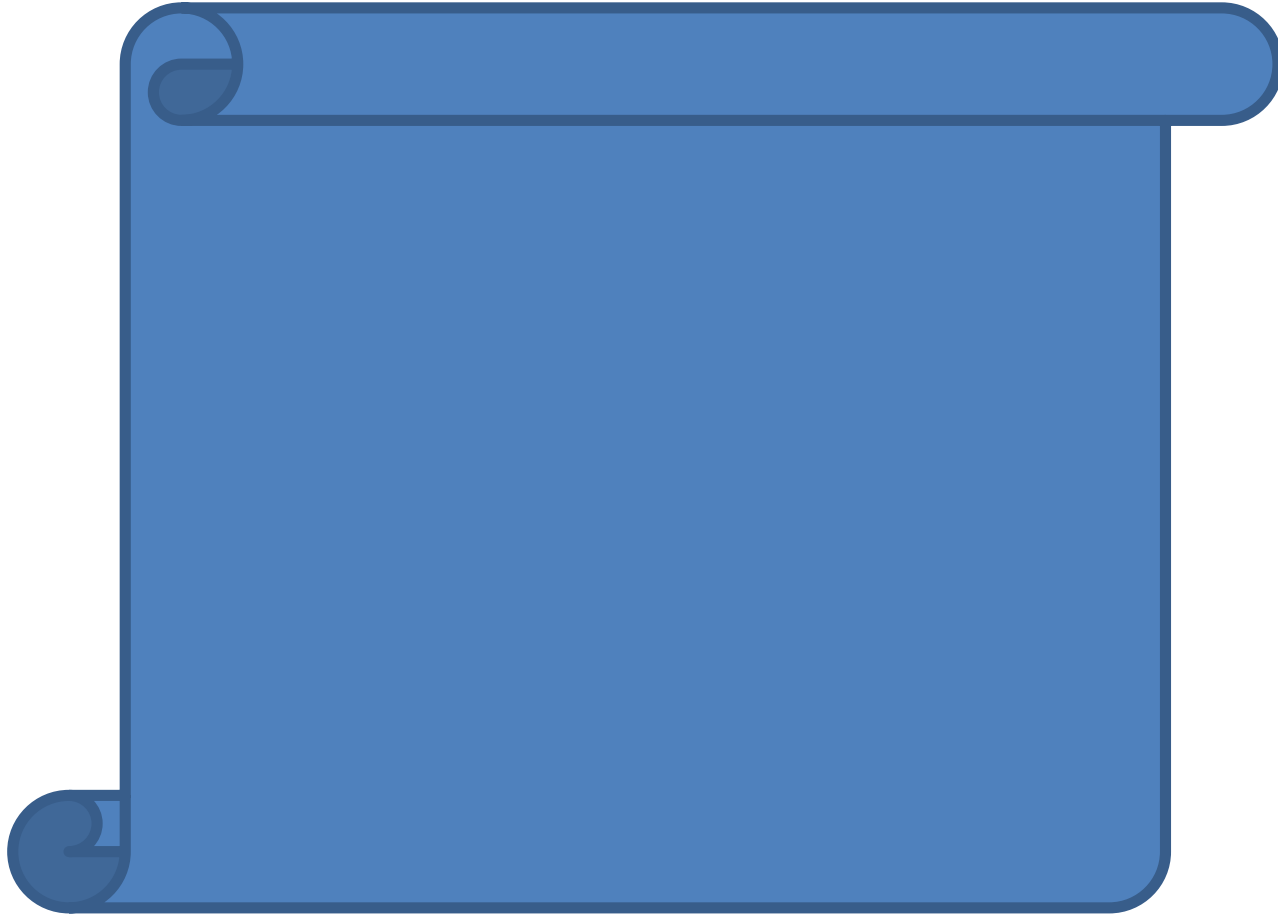
Chris Spray (Northumbrian Water) in a [Design Council piece about sustainability](#)

9GAG.COM/GAG/4675535



mls

Nachhaltigkeitsbericht



Nachhaltigkeitsbericht

Einführung

- *Berichterstattung stellt eine Form der Unternehmenspräsentation dar*
- *umfasst Informationen aus weiteren Unternehmensberichten, z.B. Bilanz, Umweltbericht und Sozial-Audits*



Nachhaltigkeitsbericht

- Grundsätze einer Berichterstattung (nach DIN 33922 - Leitfaden: Umweltberichte für die Öffentlichkeit):
 - Wahrheit
 - Wesentlichkeit
 - Klarheit
 - Öffentlichkeit
 - Stetigkeit und Vergleichbarkeit



Nachhaltigkeitsbericht

- Inhalt einer Berichterstattung (nach DIN Norm 33922):
 - Tätigkeiten der Organisation
 - Politik und Programm
 - Managementsystem
 - Wichtige Zahlenangaben
 - Beurteilung wichtiger Fragen
 - Formelle Anforderungen



IÖW/future-Ranking

IÖW/future-Ranking Nachhaltigkeitsberichte 2011 Ergebnisse Großunternehmen

Rang 2011	Rang 2009	Rang 2007	Rang 2006	Unternehmen	Gesamt-Punktzahl	Berichtstitel	Gewichtung	Kriterien														Kategorien			
								Unternehmensprofil	Vision, Strategie und Management	Ziele und Programm	Interessen der MitarbeiterInnen	Ökologische Aspekte der Produktion	Produktverantwortung	Verantwortung in der Lieferkette	Gesellschaftliches Umfeld	Glaubwürdigkeit	Wesentlichkeit	Vergleichbarkeit	Kommunikative Qualität	Soziale Anforderungen	Ökologische Anforderungen	Gesellschaftliches Umfeld	Management	Allgemeine Anforderungen	
A.1	A.2	A.3	A.4	A.5	A.6	A.7	A.8	B.1	B.2	B.3	B.4														
1	3	10	9	BMW Group	528	Sustainable Value Report 2010		3,7	4,0	5,0	3,5	3,2	3,0	3,0	3,0	4,3	5,0	5,0	4,3	99	107	30	198	94	
2	2	-	-	Siemens AG	519	Nachhaltigkeitsbericht 2010 - Chancen nutzen, Risiken minimieren, Werte leben		3,0	3,5	5,0	2,0	2,1	4,3	5,0	3,5	3,7	3,0	4,3	4,0	104	120	35	185	75	
3	1	3	13	BASF-Gruppe	494	Bericht 2010		5,0	3,5	3,0	3,0	3,4	4,3	3,0	4,0	3,0	3,0	3,7	4,3	118	111	40	155	70	
4	7	27	14	Daimler AG	487	Daimler 360 Fakten zur Nachhaltigkeit 2011		4,3	3,5	5,0	3,0	2,6	3,7	2,0	2,8	3,7	5,0	3,7	4,0	104	82	28	192	81	
5	12	7	31	Bayer AG	471	Nachhaltigkeitsbericht 2010		4,3	3,5	4,0	2,3	3,2	3,0	3,0	4,0	3,0	3,0	4,3	4,0	100	87	40	172	72	
6	24	37	10	Deutsche Telekom	464	Corporate Responsibility Bericht 2010/2011 -		4,3	4,0	3,0	2,8	2,7	3,0	3,0	3,0	3,0	5,0	4,3	4,7	94	94	30	162	85	
7	16	30	17	Miele & Cie. KG	459	Der Mensch im Mittelpunkt. Nachhaltigkeitsbericht 2011		5,0	3,5	3,0	3,3	3,0	3,7	3,0	2,5	3,0	3,0	3,0	4,3	108	104	25	155	67	
8	9	38	33	Landesbank Baden-Württemberg	458	Nachhaltigkeit. Made in Germany. Der Nachhaltigkeitsbericht 2010.		3,7	2,0	4,0	2,8	5,0	3,0	3,0	3,0	2,3	3,0	4,3	4,0	94	128	30	138	69	
9	6	9	7	Volkswagen AG	455	Nachhaltigkeit. Bericht 2010		3,0	2,5	3,0	2,8	2,6	4,3	4,0	2,5	2,3	5,0	4,3	4,0	100	126	25	125	79	
10	10	1	3	Otto Group	451	Unsere Verantwortung: Nachhaltigkeit im Handel(n). Corporate Responsibility Report 2011		3,0	2,5	4,0	2,3	2,5	3,7	4,0	3,0	3,7	3,0	3,7	4,0	102	104	30	145	71	
11	23	8	4	Axel Springer AG	437	Nachhaltigkeitsbericht 2009		5,0	3,5	3,0	2,5	2,7	2,3	3,0	2,5	3,7	5,0	5,0	3,7	84	87	25	155	86	
11	11	14	1	Henkel AG & Co. KGaA	437	Nachhaltigkeitsbericht 2010		3,7	3,0	2,0	2,3	3,4	4,3	3,0	3,5	3,7	3,0	3,7	3,0	93	125	35	118	66	
13	18	-	-	Tchibo GmbH	431	Nachhaltigkeitsbericht 2010		3,7	2,5	5,0	2,0	2,0	3,7	2,0	3,5	3,0	3,0	4,0	96	68	35	168	65		
13	4	2	6	RWE AG	431	Vorweg gehen heißt Herausforderungen annehmen		3,7	3,5	4,0	1,5	2,1	2,3	3,0	3,0	3,7	5,0	5,0	3,7	62	85	30	168	86	
14	-	44	-	Wacker Chemie AG	430	Nachhaltigkeitsbericht 2009/2010		4,3	4,0	4,0	3,8	3,2	1,0	1,0	4,0	3,7	3,0	3,7	3,7	74	66	40	182	69	
15	35	41	-	Sanofi-Aventis Deutschland GmbH	417	CSR Report Unternehmensverantwortung und Nachhaltige Entwicklung. Deutschland Ausgabe 2011		4,3	2,0	4,0	3,0	4,8	3,0	2,0	2,0	1,7	3,0	2,3	2,7	104	103	20	142	48	
16	19	24	-	K+S Aktiengesellschaft	415	Nachhaltig wachsen. Unternehmens-/ Nachhaltigkeitsbericht 2010		4,3	3,0	2,0	3,8	3,4	3,0	2,0	2,5	2,3	5,0	2,7	4,0	109	90	25	122	70	
17	48	-	-	Fraport AG	413	Nachhaltig verbinden - Bericht 2010		5,0	4,0	2,0	2,5	3,0	3,0	1,0	3,0	3,7	5,0	4,3	3,0	76	83	30	145	80	
18	45	45	34	Deutsche Post DHL	411	Living Responsibility Bericht 2010		4,3	2,5	3,0	2,8	2,0	2,3	3,0	3,5	3,7	5,0	3,7	4,0	80	83	35	132	81	
19	8	19	10	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	400	Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft		5,0	3,0	4,0	2,0	2,7	2,3	1,0	3,0	3,7	3,0	4,3	3,7	54	78	30	165	73	
20	20	22	7	HypoVereinsbank	391	For whatever life brings. 2010 Nachhaltigkeitsbericht		1,7	3,0	1,0	3,0	4,0	4,3	1,0	3,0	3,0	3,0	3,7	3,7	103	104	30	88	66	
21	30	17	5	adidas AG	390	Performance ist das, was wirklich zählt. Nachhaltigkeitsbericht 2010		2,3	2,5	4,0	1,6	1,0	2,3	4,0	2,5	4,3	5,0	3,0	3,0	78	68	25	142	77	
22	26	46	-	Commerzbank AG	385	Statusbericht zur unternehmerischen Verantwortung 2010.		1,7	3,0	2,0	3,3	3,7	3,0	2,0	2,3	3,0	3,0	2,3	3,7	87	108	23	108	60	
23	43	-	-	SAP AG	375	SAP Nachhaltigkeitsbericht 2010 - Unser Beitrag für eine		5,0	3,0	2,0	1,4	2,1	2,3	3,0	2,0	3,7	5,0	5,0	3,3	67	78	20	125	85	
24	17	35	-	Telefónica O2 Germany GmbH & Co. oHG	373	Corporate Responsibility Bericht 2010		4,3	2,5	3,0	2,3	2,0	1,7	3,0	1,5	3,7	5,0	3,7	4,7	80	63	15	132	84	
25	14	20	-	E.ON AG	371	Performance Report 2010		4,3	2,0	3,0	1,0	2,3	1,7	3,0	3,0	3,0	3,0	5,0	4,3	4,0	87	78	30	145	81

(<http://www.rankino-nachhaltigkeitsberichte.de/>)



Standardisierung

- *geringere Transaktionskosten*
- *effizientere Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologie*
- *Automatisierung*
- *besseres Verständnis*
- *Vergleichbarkeit*



Initiativen

- *Global Compact*
 - *Ein Programm der UN in dem 10 Prinzipien zur Einhaltung sozialer und ökologischer Mindeststandards festgelegt sind.*
 - <http://www.unglobalcompact.org/>
- *Global Reporting Initiative (GRI)*
 - *GRI-Leitfaden - <https://www.globalreporting.org>*



Global Reporting Initiative

- *Entwicklung eines Systems zur freiwilligen und einheitlichen Nachhaltigkeitsberichtserstattung*
- *Die Entwicklung erfolgt durch eine starke Partizipation der Anspruchsgruppen (Unternehmen, Umwelt- und staatlichen Organisationen,...)*
- *GRI-Leitlinien (Aktuell: 2016) unter:*
 - <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-download-center/>



Links

- **BMW:**
 - <https://www.bmwgroup.com/en/responsibility.html>
- **VW:**
 - <https://www.volkswagenag.com/de/sustainability.html>
- ...

Fragen und Anregungen

