

FIN-Handel - Nachhaltigkeitsmanagementsystem

Arbeitshilfe Wesentlichkeitsanalyse

Die vorliegende Arbeitshilfe unterstützt Sie bei der Durchführung einer unternehmensspezifischen Wesentlichkeitsanalyse. Ziel der Wesentlichkeitsanalyse ist die systematische Erfassung, Bewertung und Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen und Handlungsfeldern unter Berücksichtigung der unternehmensspezifischen Anforderungen und Rahmenbedingungen. Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse bilden die Grundlage für die Entwicklung einer zielgerichteten Nachhaltigkeitsstrategie und -kommunikation.

Bei der Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse kann zwischen zwei Perspektiven („doppelte Wesentlichkeit“) unterschieden werden (s. Abbildung 1):

- **Outside-in-Perspektive - „Unternehmensrelevanz“**
 - Betrachtet wird, wie Nachhaltigkeitsthemen ein Unternehmen beeinflussen.
 - Es wird bewertet, welche (finanziellen) Chancen bzw. Risiken ein Nachhaltigkeitsthema für den Geschäftsverlauf, den Jahresabschluss oder die Lage eines Unternehmens birgt und welche Auswirkungen es auf das Unternehmen und die Geschäftstätigkeit hat.
 - Beispiele: Klimawandel, Ressourcenknappheit, regulatorische Veränderungen
- **Inside-Out-Perspektive - „Umfeldrelevanz“**
 - Betrachtet wird, wie sich die Geschäftsaktivitäten eines Unternehmens auf das Umfeld/Stakeholder auswirken (können).
 - Beispiele: Umweltverschmutzung, Ressourcenverbrauch, soziale Auswirkungen



Abbildung 1: Prinzip der doppelten Wesentlichkeit

Die Entscheidung, ob eine einfache Wesentlichkeitsanalyse (betrachtet wird i.d.R. ausschließlich die Outside-in-Perspektive) oder eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse (sowohl die Outside-in-Perspektive als auch die Inside-Out-Perspektive werden betrachtet) sinnvoll ist, hängt von der spezifischen Situation und den Prioritäten eines Unternehmens ab. Die doppelte Wesentlichkeitsanalyse bietet eine umfassendere, ganzheitlichere Sichtweise, ist aber auch mit einem höheren Aufwand verbunden. Insbesondere im europäischen Kontext gewinnt die doppelte Wesentlichkeit zunehmend an Relevanz: durch die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) werden immer mehr Unternehmen dazu verpflichtet, anhand der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) Informationen über Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte (ESG-Aspekte) offenzulegen. Als Ausgangspunkt für die Berichterstattung sehen die ESRS die Durchführung einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse vor.

Hinweis: Diese Arbeitshilfe ist eine pragmatische Hilfestellung zur Erstellung einer recht simplen Wesentlichkeitsanalyse.

Der **Ablauf** einer Wesentlichkeitsanalyse lässt sich in 4 wesentliche Schritte unterteilen, die im Folgenden detaillierter beschrieben werden (s. Abbildung 2):

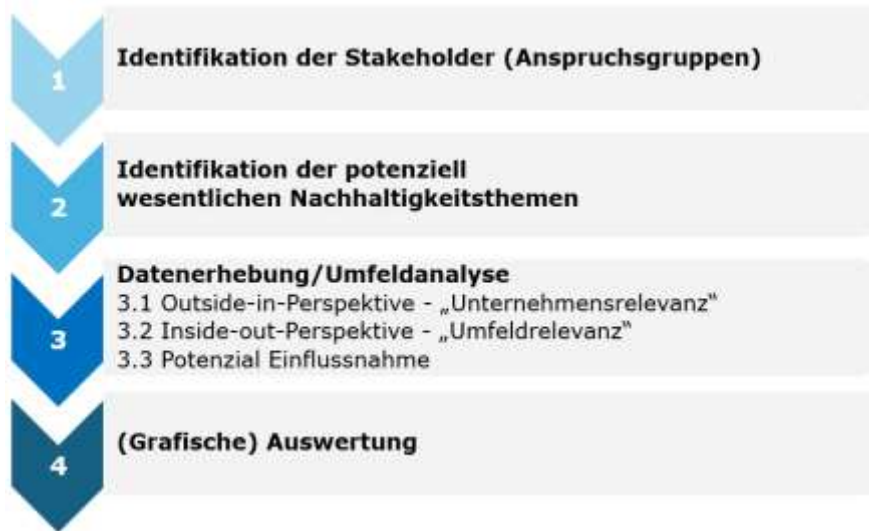


Abbildung 2: Ablauf einer doppelten Wesentlichkeitsanalyse

Schritt 1: Identifikation der Stakeholder (Anspruchsgruppen)

Ziel

Identifikation der Stakeholder (Anspruchsgruppen), die entweder einen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit haben oder aber von der Geschäftstätigkeit beeinflusst werden und deren Interessen im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse berücksichtigt werden sollen.

Vorgehen

Identifikation aller relevanten Stakeholder bspw. durch folgende Leitfragen:

- Welche Stakeholder sind tatsächlich bzw. potenziell, positiv bzw. negativ sowie kurz- bzw. mittel-/langfristig von der Geschäftstätigkeit des Unternehmens betroffen?
- Welche Stakeholder beeinflussen die Geschäftstätigkeit des Unternehmens?
- Welche Stakeholder haben Interesse an nachhaltigkeitsbezogenen Informationen des Unternehmens?

Beispiele

- Intern (Mitarbeiter, Geschäftsführung)
- Kapitalgeber (Gesellschafter, Banken, Investoren)
- Kunden/Abnehmer, Lieferanten
- Gesellschaft (Verbraucher, NGOs, Standort, Gewerkschaften)
- (Regulierungs)behörden, Regierung

Schritt 2: Identifikation der potenziell wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen

Ziel

Identifikation der Nachhaltigkeitsthemen (ggf. weiter differenziert in Unterthemen), die das Unternehmen und das Umfeld (Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft) betreffen.

Vorgehen

Identifikation aller relevanten Nachhaltigkeitsthemen bspw. durch folgende Leitfragen:

- Welche Nachhaltigkeitsthemen werden bereits jetzt im Unternehmen bearbeitet/stehen noch aus?
- Welche Nachhaltigkeitsthemen werden aktuell in der Branche/gesellschaftlich diskutiert?

- Welche gesetzlichen Vorgaben und freiwilligen Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sind zu berücksichtigen?
- Welche Trends und Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit beeinflussen das Unternehmen?
- Welche sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen und Risiken sind aus der Geschäftstätigkeit bekannt?

Beispiele

- s. Tabelle 1: Handlungsfelder QS-Nachhaltigkeitscheck

Tabelle 1: Handlungsfelder des QS-Nachhaltigkeitschecks

Umwelt	Wirtschaft	Soziales
<ul style="list-style-type: none"> • Klima/Energie • Ressourcenschutz • Verpackung/Kreislaufwirtschaft • Wasser 	<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittelabfälle/-verluste, • Qualität/Lebensmittelsicherheit • Regionalität • Lieferkettenbeziehungen • Automatisierung • Zukunftsorientierung 	<ul style="list-style-type: none"> • Verfügbarkeit von Arbeitskräften • Arbeitsbedingungen • Arbeitssicherheit • gesellschaftliches Engagement

- SDG's (Sustainable Development Goals), ESG (Environmental, Social, Governance)-Kriterien; ESRS-Themen inkl. Unterthemen (s. Abbildung 3)

Europäische Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (ESRS)

ESRS 1	Allgemeine Anforderungen
ESRS 2	Allgemeine Angaben
ESRS E1	Klimawandel
ESRS E2	Umweltverschmutzung
ESRS E3	Wasser- und Meeresressourcen
ESRS E4	Biologische Vielfalt und Ökosysteme
ESRS E5	Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft
ESRS S1	Arbeitskräfte des Unternehmens
ESRS S2	Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette
ESRS S3	Betroffene Gemeinschaften
ESRS S4	Verbraucher und Endnutzer
ESRS G1	Unternehmensführung

Abbildung 3: ESRS-Themen

Schritt 3: Datenerhebung/Umfeldanalyse

Ziel

Bewertung der identifizierten Nachhaltigkeitsthemen hinsichtlich ihrer Relevanz

- für das Unternehmen und
- für das Umfeld

nach ihren sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Auswirkungen.

Die erforderliche Datenerhebung kann beispielsweise durch Workshops, Umfragen, Interviews und/oder durch Datenanalysen von z.B. Studien und Forschungsberichten erfolgen.

Hinweis: Der Detaillierungsgrad der Datenerhebung/Umfeldanalyse liegt im Ermessen des Unternehmens. Grundsätzlich gilt: Je kleinteiliger die betrachteten Nachhaltigkeits(unter-)themen, je umfangreicher die Auswahl der Stakeholder und je größer die Anzahl der einbezogenen Personen, desto genauer und aussagekräftiger ist die Wesentlichkeitsanalyse.

Schritt 3.1: Outside-in-Perspektive - „Unternehmensrelevanz“

- Fragestellung
 - Wie werden die in Schritt 2 identifizierten Nachhaltigkeitsthemen jeweils durch die in Schritt 1 identifizierten Stakeholder hinsichtlich ihrer Relevanz für das Unternehmen bewertet?
- Relevanzwert
 - Die Relevanz eines Nachhaltigkeitsthemas für ein Unternehmen kann beispielsweise anhand einer fünfstufigen Skala bewertet werden, die sowohl die Perspektive „Chance“ als auch die Perspektive „Risiko“ berücksichtigt (Beispiele s. Tabellen 2 und 3).

Tabelle 2: Beispiel Einordnung Chance

Chance	1 = sehr gering
	2 = gering
	3 = mittel
	4 = groß
	5 = sehr groß

Tabelle 3: Beispiel Einordnung Risiko

Risiko	1 = sehr gering
	2 = gering
	3 = mittel
	4 = groß
	5 = sehr groß

- Der für ein Nachhaltigkeitsthema höchste Stakeholderwert (Risiko oder Chance) stellt den Relevanzwert des Nachhaltigkeitsthemas für das Unternehmen dar (Beispiele s. Tabelle 4):

Tabelle 4: Beispiel Berechnung Unternehmensrelevanz

Nachhaltigkeitsthema	Chance	Risiko	Unternehmensrelevanz
Nachhaltigkeitsthema 1	1	2	2
Nachhaltigkeitsthema 2	2	5	5
Nachhaltigkeitsthema 3	3	3	3
Nachhaltigkeitsthema 4	4	1	4
Nachhaltigkeitsthema 5	5	4	5

- Werden mehrere Personen innerhalb einer Stakeholdergruppe befragt oder verschiedene Quellen ausgewertet, werden die Chancen- und Risiko-Werte für jedes Nachhaltigkeitsthema innerhalb der Stakeholdergruppe gemittelt (Beispiele s. Tabelle 5):

Tabelle 5: Beispiel Berechnung Unternehmensrelevanz unter Berücksichtigung mehrerer Personen/Quellen je Stakeholdergruppe und Nachhaltigkeitsthema

Nachhaltigkeitsthema	Stakeholder		Chance	Ø Chance/Stakeholder	Risiko	Ø Risiko/Stakeholder	Unternehmensrelevanz
Nachhaltigkeitsthema 1	Stakeholder 1	Person 1	1	1,3	2	2,3	4,5
		Person 2	2		2		
		Person 3	1		3		
	Stakeholder 2	Person 1	5	4,5	2	1,5	
		Person 2	4		1		
	Stakeholder 3	Person 1	3	3	4	4	
		Person 2	3		4		

Schritt 3.2: Inside-out-Perspektive - „Umfeldrelevanz“

- Fragestellung
 - Wie werden die in Schritt 2 identifizierten Nachhaltigkeitsthemen durch die in Schritt 1 identifizierten Stakeholder hinsichtlich ihrer Relevanz auf das Umfeld bewertet?
- Relevanzwert
 - Die Relevanz eines Nachhaltigkeitsthemas für das Umfeld lässt sich beispielsweise bewerten, indem die Perspektiven „Bedeutung für das Umfeld“ und „Auswirkung auf das Umfeld“ einbezogen werden. Die beiden Perspektiven können ebenfalls anhand einer fünfstufigen Skala bewertet und anschließend gemittelt werden (Beispiel s. Tabelle 6).

$$\text{Umfeldrelevanz} = \frac{\text{Bedeutung für das Umfeld} + \text{Auswirkung auf das Umfeld}}{2}$$

Tabelle 6: Beispiel Berechnung Umfeldrelevanz

		Auswirkung Umfeld				
		1 = sehr gering	2 = gering	3 = mittel	4 = groß	5 = sehr groß
Bedeutung Umfeld	1 = sehr gering	1	1,5	2	2,5	3
	2 = gering	1,5	2	2,5	3	3,5
	3 = mittel	2	2,5	3	3,5	4
	4 = groß	2,5	3	3,5	4	4,5
	5 = sehr groß	3	3,5	4	4,5	5

Schritt 3.3: Potenzial Einflussnahme

- Fragestellung
 - Wie gut kann das Unternehmen Einfluss auf ein Nachhaltigkeitsthema nehmen?
- Potenzial-Wert
 - Das Potenzial zur Einflussnahme auf ein Nachhaltigkeitsthema durch ein Unternehmen kann beispielsweise anhand einer fünfstufigen Skala bewertet werden (Beispiel s. Tabelle 7).

Tabelle 7: Beispiel Einordnung Chance

Potenzial Einflussnahme	1 = kein Einfluss
	2 = geringer Einfluss
	3 = mäßiger Einfluss
	4 = hoher Einfluss
	5 = sehr hoher Einfluss

Schritt 4: (Grafische) Auswertung

Ziel

Zusammenführung der Ergebnisse aus der Datenanalyse/Umfeldanalyse aus Schritt 3 und die grafische Auswertung.

Vorgehen

Die Relevanzbewertungen aus den beiden unterschiedlichen Perspektiven (Outside-in-Perspektive / „Unternehmensrelevanz“ bzw. Inside-out-Perspektive / „Umfeldrelevanz“) sowie die Bewertung des Potenzials zur Einflussnahme werden zusammengeführt und themenspezifisch ausgewertet.

- Schritt 1: Übertragung der Ergebnisse aus Schritt 3 in eine Wesentlichkeitstabelle (Tabelle 8)

Tabelle 8: Beispiel Aufbau Wesentlichkeitstabelle

	Outside-in-Perspektive/ „Unternehmensrelevanz“			Inside-out-Perspektive/ „Umfeldrelevanz“			Potenzial Einfluss- nahme
	Chance	Risiko	Relevanz- wert (Max. Chance oder Risiko)	Bedeutung	Auswirkung	Relevanz- wert ((B+A)/2)	
NH-Thema 1							
NH-Thema 2							
...							

- Schritt 2: Überführung der Relevanzwerte in eine zweiachsige Grafik (= Wesentlichkeitsmatrix (Abbildung 4))
 - X-Achse = Outside-in-Perspektive / „Unternehmensrelevanz“
 - Y-Achse = Inside-out-Perspektive / „Umfeldrelevanz“
 - Punkt-/Blasengröße: Potenzial für Einflussnahme

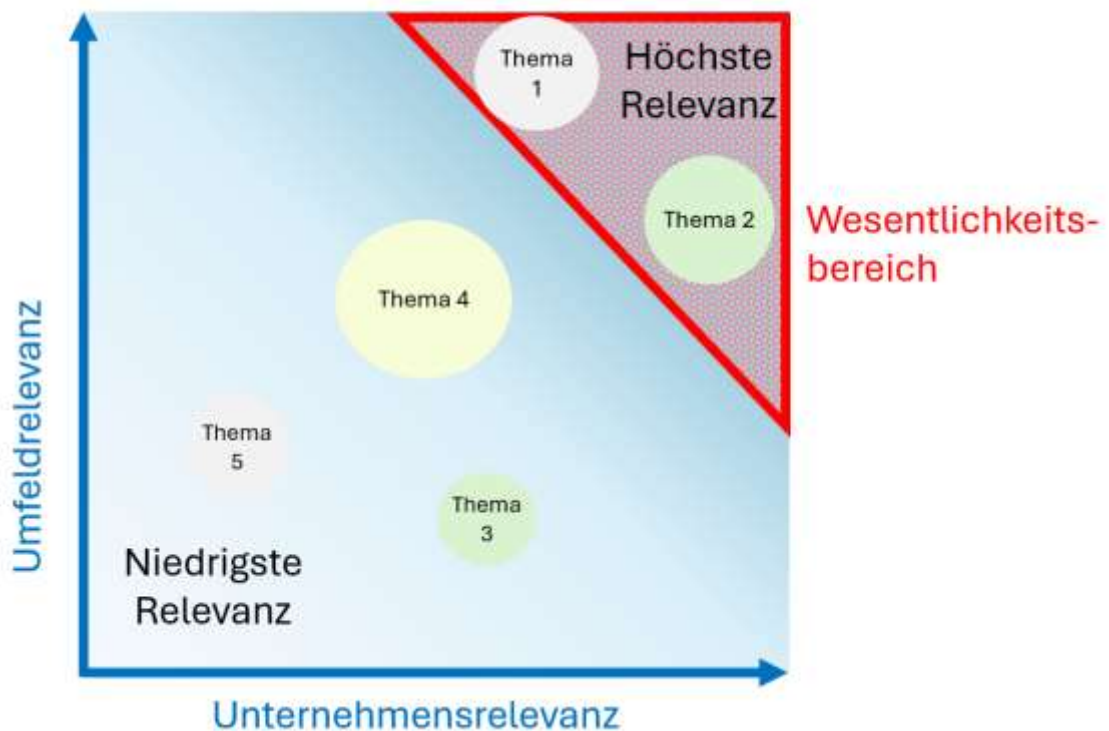


Abbildung 4: Grundgerüst einer Wesentlichkeitsmatrix

Durch Festlegung eines betriebsspezifischen Wesentlichkeitsbereichs in der Wesentlichkeitsmatrix (s. Abbildung 4; roter Bereich) kann die Gesamtrelevanz bewertet und wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert werden. Das Ergebnis dient als Grundlage für die Entwicklung eines individuellen Nachhaltigkeitsmanagementkonzeptes, das sinnvolle und zielgerichtete Nachhaltigkeitsstrategien sowie priorisierte Ziele für das Unternehmen beinhaltet.

Hinweis: Die Wesentlichkeitsanalyse ist das Ergebnis einer punktuellen Bestandsaufnahme. Da die Nachhaltigkeitsthemen einem ständigen Wandel unterliegen und sich auch die Unternehmensaktivitäten im Laufe der Zeit verändern, ist eine regelmäßige Überprüfung der Wesentlichkeitsanalyse sinnvoll.

Beispiel: Großhändler mit Warenkontakt

- Prozesse: Waschen, Sortieren, Verpackung, Lagerung
- Wesentlichkeitstabelle: siehe Tabelle 9
- Wesentlichkeitsmatrix: siehe Abbildung 5

Tabelle 9: Beispiel Wesentlichkeitstabelle

	Outside-in-Perspektive / „Unternehmensrelevanz“			Inside-out-Perspektive / „Umfeldrelevanz“			Potenzial Einfluss
	Chance	Risiko	Relevanzwert (Max. C oder R)	Bedeutung	Auswirkung	Relevanzwert ((B+A)/2)	
Qualität/ Lebensmittelsicherheit	3	4	4	5	5	5	5
Zukunftsorientierung	5	1	5	5	2	3,5	4
Lieferkettenbeziehungen	4	3	4	4	3	3,5	4
Regionalität	2	1	2	3	2	2,5	4
Lebensmitteabfälle/-verluste	1	1	1	1	1	1	2
Automatisierung	3	2	3	2	1	1,5	3
Ressourcenschutz	2	4	4	3	3	3	3
Verpackung/ Kreislaufwirtschaft	2	2	2	3	1	2	1
Klima/Energie	2	4	4	5	3	4	3
Wasser	1	4	4	3	3	3	3
Verfügbarkeit von Arbeitskräften	2	5	5	3	2	2,5	3
Arbeitsbedingungen	2	3	3	4	3	3,5	5
Arbeitssicherheit	1	3	3	3	2	2,5	5
Gesellschaftliches Engagement	2	1	2	2	2	2	5

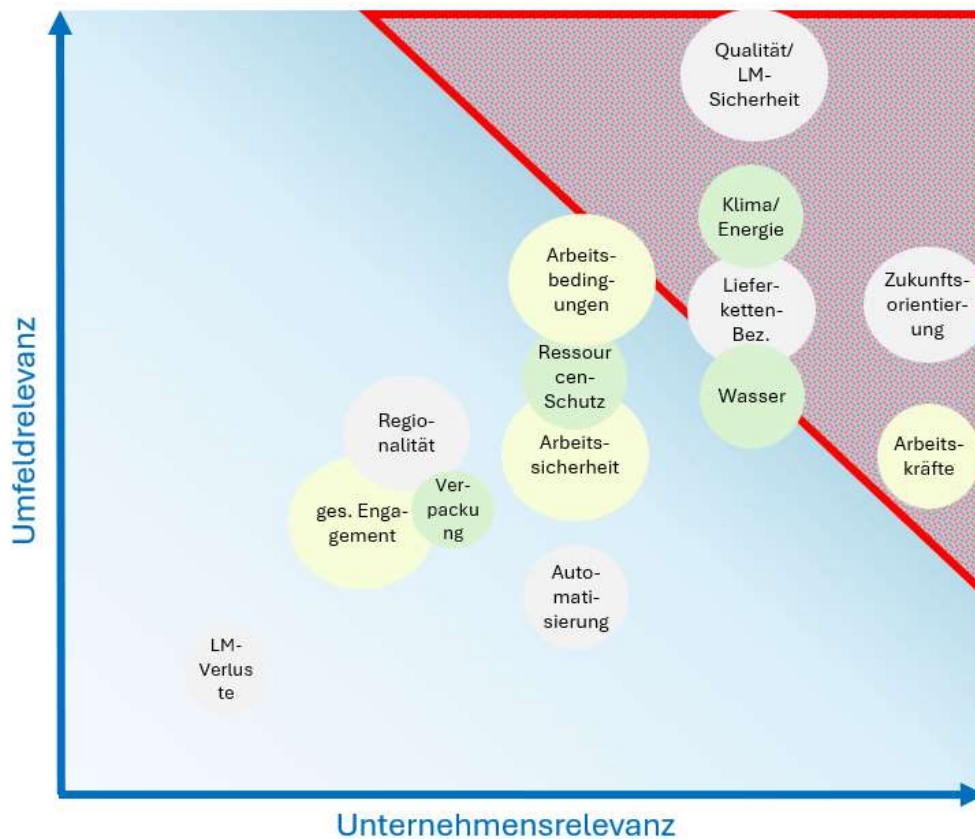


Abbildung 5: Beispiel Wesentlichkeitsmatrix

Quellen/weiterführende Dokumente

- Ergänzung der Richtlinie 2013/34/EU des Europäischen Parlaments und des Rates durch Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung; deutsch): https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ%3AL_202490457
- EFRAG IG 1: Leitfaden zur Umsetzung der Wesentlichkeitsbewertung inkl. FAQ's: [EFRAG, Implementation guidance for materiality assessment, 2023](#)
- Coda Gaia-Ansatz zur doppelten Wesentlichkeitsanalyse: <https://assets.circle.so/7c8pw0rxny69735paczau5ab1yv7>
- Leitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex: https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/media/wxvchuff/rne_dnk_leitfaden_2020-1.pdf
- Ifaa - Wesentlichkeitsanalyse_Leitfaden zur praktischen Durchführung in Unternehmen: https://www.arbeitswissenschaft.net/fileadmin/Downloads/Angebote_und_Produkte/Broschueren/ifaa_Wesentlichkeitsanalyse.pdf
- Plant values – Wesentlichkeitsanalysen effektiv umsetzen und strategisch nutzen: https://plant-values.de/wp-content/uploads/2020/07/Leitfaden-Wesentlichkeit_plant-values.pdf
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit: Umweltkennzahlen in der Praxis: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/376/publikationen/umweltkennzahlen_in_der_praxis_leitfaden_barrierefrei.pdf