

Nachhaltigkeitsberichterstattung

Materialitätsanalysen

Wie Unternehmen aktuelle Anforderungen erfüllen und sich auf das wirklich Wesentliche fokussieren.



Anmeldefrist
verlängert

bis zum:

17.11.2017

23. November 2017

12:30 – 15:30 Uhr

Hannover

In jüngerer Vergangenheit hat sich das Thema Materiality zu einem absoluten Schlüsselthema für das Nachhaltigkeitsmanagement entwickelt. Neue gesetzliche Anforderungen und Leitlinien sollen in diesem Kontext Anwendern konkrete Hilfestellung geben. In unserem Seminar möchten wir für Sie u.a. Antworten auf folgende Fragen finden:

Chancenpotenziale

- ▶ Warum lohnt sich eine umfangreiche Materialitätsanalyse?
 - ▶ Welche Wirkung kann von einer Materialitätsanalyse auf interne Managementprozesse und Strategien ausgehen?
 - ▶ Wie unterscheidet sich Impact Reporting von traditionellem Reporting?
-

Aktuelle Anforderungen (Gesetze und Leitlinien)

- ▶ Welche Anforderungen ergeben sich aus dem CSR-Richtlinienumsetzungsgesetz (CSR-RUG)?
 - ▶ Welche relevanten Reporting-Leitlinien gilt es zu berücksichtigen?
 - ▶ Was unterscheidet HGB, CSR-RUG, GRI Standards und den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)?
-

Pragmatische Umsetzungsschritte

- ▶ Wie kann den externen Anforderungen pragmatisch entsprochen werden?
 - ▶ Wie kann eine Materialitätsanalyse an die jeweilige Unternehmensgröße und Komplexität angepasst werden?
 - ▶ Welche Arbeitsschritte sollte eine Materialitätsanalyse umfassen?
-

Impact- und Risikoanalyse

- ▶ Wie können Auswirkungen (Impacts) gemessen werden?
 - ▶ Inwieweit müssen auch Themen der Wertschöpfungskette berücksichtigt werden?
 - ▶ Wie lassen sich Risiken differenzieren?
-

Ergebnisvisualisierung

- ▶ Wie können die Ergebnisse möglichst anschaulich dargestellt werden?
 - ▶ Wie können wesentliche Themen priorisiert werden?
 - ▶ Welche Darstellungsoptionen gibt es jenseits von klassischen Materialitätsmatrizen?
-

Umgang mit Ergebnissen

- ▶ Wie beurteilen Stakeholder die Nachhaltigkeitsperformance?
- ▶ Welche Leistungen haben den größten Einfluss auf das Nachhaltigkeitsimage?
- ▶ Welche strategischen Konsequenzen lassen sich aus den Ergebnissen ableiten?

Stefan Dahle



... ist gelernter Industriekaufmann und ausgebildeter Wirtschaftswissenschaftler. Seit 1995 ist er Mitarbeiter der imug Beratungsgesellschaft. Als langjähriger Senior Consultant betreut er das Themenfeld Corporate Social Responsibility und Stakeholdermanagement. Der Beratungsfokus liegt dabei im Bereich strategischer Früherkennungssysteme, Wertemanagement sowie zielgruppengerechter CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation. Stefan Dahle ist geschäftsführender Gesellschafter in der imug Beratungsgesellschaft.

Dr. Annika Schudak



... ist gelernte Fachinformatikerin und hat 2008 ihr Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hannover abgeschlossen. Von 2009 an forschte sie als Promotionsstipendiatin des imug Instituts zum Thema „Verbraucherpolitik und Web 2.0“ und schloss ihre Dissertation im Mai 2014 erfolgreich ab. Seit 2012 arbeitet sie als Beraterin im CSR-Team in der imug Beratungsgesellschaft. Arbeitsschwerpunkte von Annika Schudak liegen im Finanzsektor in den Bereichen CSR-Strategieberatung, Nachhaltigkeitsberichterstattung und Materialitätsanalysen.

Nils Tiemann



... ist gelernter Werbekaufmann und studierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaften in Lüneburg und Örebro (Schweden) mit den Schwerpunkten Umweltökonomie und Nachhaltigkeitsmarketing. Er verfügt über Arbeitserfahrung im Bereich Trendforschung und Nachhaltigkeitsberichterstattung. Seit 2007 im imug und inzwischen als Senior Consultant, ist er im Themenfeld Corporate Social Responsibility beim tätig. Seine Arbeitsschwerpunkte und Interessen: CSR-Management, Kennzahlenentwicklung, Nachhaltigkeitsberichterstattung und strategische Früherkennung.

Unser Beratungsthema

Wir untersuchen und bewerten Stakeholderbeziehungen. Wir liefern Daten, Kennziffern und Argumente. Wir beraten und unterstützen Unternehmen auch bei der Gestaltung ihrer Stakeholderbeziehungen. Wir beachten, dass Kunden und Mitarbeiter heute komplexere Erwartungen haben. Unser Analyse- und Beratungsansatz ist nachhaltig. Für uns gehören Stakeholderorientierung, Führungskompetenz, Mitarbeiterorientierung und gesellschaftliche Verantwortung zusammen. Auf die Balance kommt es an.

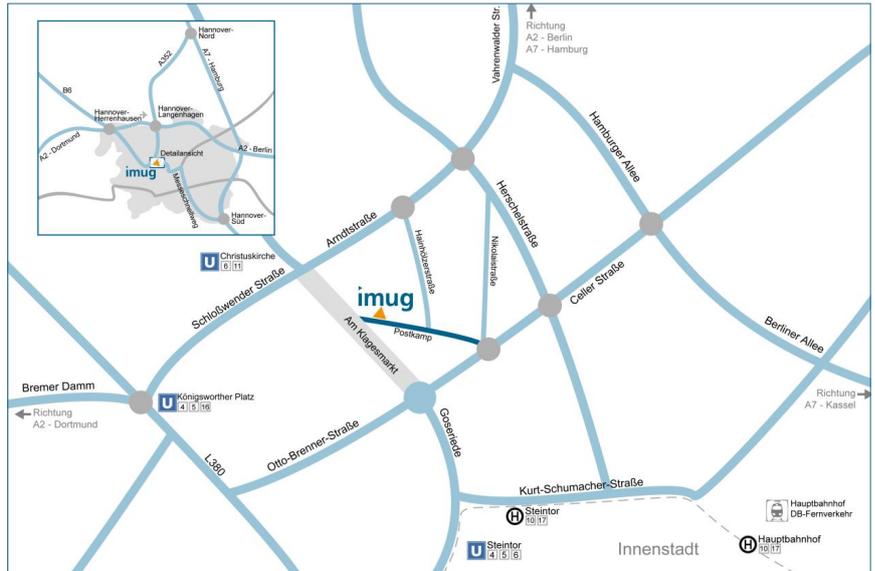
Unser CSR-Verständnis:

Corporate Social Responsibility (CSR) ist eine Geschäftsführungsphilosophie. Ein Business Case, kein Altruismus. Je besser es gelingt, gesellschaftliches Engagement in das unternehmerische Kerngeschäft zu integrieren, desto größer ist die Chance, Wert und Werte zusammenzubringen. Die unternehmerische Herausforderung besteht darin, im Spannungsfeld unterschiedlicher Stakeholdererwartungen die Zielkonflikte zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft durch tragfähige Kompromisse zu lösen. Hier bietet CSR den Unternehmen die große Chance, die eigene Innovativität bei der Verantwortungsübernahme „sichtbar“ zu machen und sich so im Wettbewerb zu differenzieren.

Unsere Leistungen

Wir verstehen uns als ausgewiesene und extern ausgezeichnete Nachhaltigkeitsexperten. Wir unterstützen und begleiten Unternehmen auf ihrem individuellen Weg in Richtung Nachhaltigkeit. Unsere Beratungsleistungen reichen von der Strategieentwicklung, über die Implementierung bis hin zur Nachhaltigkeitskommunikation.

	Unsere Kompetenzen	Unsere Leistungen
Strategie und Implementierung	Wir beraten und begleiten Unternehmen von der Strategieentwicklung über die Umsetzung von CSR-basierten Maßnahmen bis hin zur erfolgreichen Integration dieser Konzepte auf Abteilungs- und Mitarbeiterebene.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ CSR-Strategieentwicklung ▶ Prozessbegleitung und Implementierung ▶ Mitarbeitersensibilisierung und Mitarbeiterintegration
Research und Analyse	Wir unterstützen Entscheidungsfindungsprozesse in Unternehmen durch kompetente Analyse-, Research- und Monitoringleistungen zu allen Themenstellungen im CSR-Kontext.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Issue Monitoring ▶ Trendforschung ▶ Wettbewerber- und Benchmarkanalysen ▶ CSR-Performance-Check
Stakeholder und Materiality	Wir unterstützen Unternehmen bei der Bestimmung, Bewertung und Integration von CSR-relevanten Stakeholdererwartungen im Rahmen ihrer Geschäftsprozesse. Mit Hilfe von Materiality-Analysen identifizieren wir wesentliche Themen und Handlungsfelder der Nachhaltigkeit für CSR-Strategie und -Reporting	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Materiality- und Wesentlichkeitsanalysen ▶ Stakeholderengagement ▶ Stakeholderidentifikation und Stakeholdermapping ▶ Stakeholderdialoge
Kommunikation und Reporting	Wir unterstützen Unternehmen bei allen Aufgaben rund um die CSR Kommunikation. Wir erstellen als Full-Service-Anbieter Nachhaltigkeitsberichte, DNK-Entsprechenserklärungen sowie Umwelt- und CSR-Newsletter. Wir entwickeln und beraten zu CSR-Kommunikationsstrategien. Wir evaluieren nach Reporting-Standards. Wir messen die CSR-Reputation von Unternehmen. Wir berechnen den CO ₂ -Fußabdruck. Und vieles mehr ...	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Nachhaltigkeitsberichterstattung ▶ DNK-Entsprechenserklärungen ▶ CSR-Kommunikationsstrategie ▶ CSR-Reputationsanalyse ▶ CO₂-Footprint und CO₂-Kompensation ▶ CSR- und Umwelt-Newsletter



imug Beratungsgesellschaft
für sozial-ökologische Innovationen mbH

Postkamp 14a
30159 Hannover

fon: 0511 121 96 0 mail: contact@imug.de
fax: 0511 121 96 95 web: www.imug.de

Ihre Anmeldung



Ich möchte mich anmelden

für das Seminar: „Materialitätsanalysen“ – am 23. November 2017, im imug – Hannover

Die Kosten betragen **250 Euro**.

Bitte lassen Sie uns Ihre **Anmeldung bis zum 17.11.2017** via E-Mail zukommen.
Anschließend bestätigen wir Ihnen Ihre Teilnahme auf dem selben Weg.

Weitere Fragen beantwortet Ihnen gerne:

Nils Tiemann
tiemann@imug.de