

Markt, Menschen, Umwelt, Gesellschaft. Was uns ausmacht.

Nachhaltigkeitsbericht 2009

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

unser zweiter Nachhaltigkeitsbericht soll das einlösen, was die zentralen Ansprüche an uns sind: Glaubwürdigkeit, Transparenz und Kontinuität. Denn diese Werte prägen unseren Berufsstand und müssen gerade jetzt, in der Wirtschaftskrise, sichtbar werden.


Angesichts dieser Krise und der Verunsicherung der Gesellschaft werden wir den Fokus in der Beratungs- und Prüfungsarbeit noch stärker als bisher auf zwei Themen legen: Risikomanagement und Nachhaltigkeit. Aber sind das überhaupt zwei Themen? Trägt nicht gerade ein intelligentes und integriertes Risikomanagement zu mehr Sicherheit, Stabilität und Überlebensfähigkeit bei – und damit dazu, ein Unternehmen langfristig erfolgreicher zu machen?

Solche Gedanken diskutieren wir als Dienstleister und Vorausdenker, wie wir uns verstehen, mit unseren Mandanten und Kunden. Ja, Nachhaltigkeit ist für uns auch ein „Business-Thema“. Einige unserer dazugehörigen Dienstleistungen stellen wir Ihnen in diesem Bericht vor.

Aber wir wissen genauso gut um unsere eigene Verantwortung, als Unternehmen PwC nachhaltig zu agieren – gegenüber der Umwelt, der Gesellschaft und vor allem gegenüber unseren Mitarbeitern. Denn natürlich ist die Erfassung unseres CO₂-Fußabdrucks wichtig, um uns selbst so zu verbessern, wie wir es anderen empfehlen. Aber als Dienstleistungsunternehmen, das jährlich mehrere Hundert Mitarbeiter einstellt, von denen viele nach einer intensiven Fortbildungs- und Praxiszeit in die Wirtschaft gehen und damit auch gesellschaftliche Aufgaben wahrnehmen, ist unsere Mitarbeiterentwicklung der Kern unseres eigenen Nachhaltigkeitsmanagements: Nicht nur wer bei uns arbeitet, sondern auch wer uns verlässt, sollte Nachhaltigkeit als Zukunftsprinzip verstanden haben.

Unsere Werte schaffen dafür die Basis und werden ergänzt durch unser Bekenntnis zu den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. Wo wir bei ihrer Umsetzung stehen und was wir im vergangenen Jahr für mehr Nachhaltigkeit getan haben, das lesen Sie in diesem Bericht.

Herzlichst



Hans Wagener
Vorstandssprecher der
PricewaterhouseCoopers AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Inhalt

PwC Deutschland im Profil	4
Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	5
Markt	
Zukunft sichern	8
Menschen	
Werte leben	14
Umwelt	
Ressourcen schonen	22
Gesellschaft	
Verantwortung tragen	30
Daten und Fakten	36
Kennzahlen Ökonomie	37
Kennzahlen Mitarbeiter	38
Kennzahlen Umwelt	41
Kennzahlen Gesellschaft	43
Nachhaltigkeitsziele	44
UN-Global-Compact-Fortschrittsmitteilung	45
Impressum	46
Index nach GRI	47

PwC Deutschland im Profil

Die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft – in diesem Bericht kurz PwC oder PwC Deutschland genannt – besteht in ihrer heutigen Form seit 1998. Die Vorgängergesellschaften haben in Deutschland aber bereits eine über hundertjährige Geschichte. PwC Deutschland ist Mitglied des weltweiten Netzwerks der PricewaterhouseCoopers-Gesellschaften. Alle Mitgliedsfirmen dieses Netzwerks sind rechtlich eigenständig und werden von einem eigenen lokalen Gesellschafterkreis gehalten sowie von einem lokalen Management geführt. Alle nationalen PwC-Gesellschaften sind Mitglied der PricewaterhouseCoopers International Ltd. (PwCIL), London, die bestimmte Aktivitäten der Mitgliedsfirmen koordiniert. Die PwCIL erbringt keine eigenen Dienstleistungen gegenüber Mandanten.

Netzwerk und Struktur

Im gesamten PwC-Netzwerk arbeiteten im Geschäftsjahr 2008/09 an 757 Standorten in 151 Ländern rund 163.500 Mitarbeiter. In Deutschland waren es im Jahresdurchschnitt 9.028 Mitarbeiter an 28 Standorten. Seit Oktober 2008 sind die Mitgliedsfirmen des weltweiten PwC-Netzwerks in drei Gruppen – sogenannte Cluster – gegliedert. Jedes Cluster wird von einer PwC-Netzwerkgesellschaft koordiniert, namentlich das East Cluster von PwC China, das West Cluster von PwC United States und das Central Cluster von PwC United Kingdom. PwC Deutschland gehört zum Central Cluster.

Alle Aktien der PwC AG werden vom Konsortium PwC Deutschland gehalten. Dabei handelt es sich um eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts, die sich zum 31. Dezember 2008 aus 447 für PwC tätigen Wirtschaftsprüfern, Steuerberatern, Rechtsanwälten und weiteren Personen zusammensetzt. Die Konsortialanteile und Genussrechte werden an die Partner von PwC ausgegeben. Daneben sind in geringem Umfang auch andere leitende Mitarbeiter beteiligt. In der Gruppe der Partner halten alle Personen jeweils die gleiche Anzahl von Anteilen. Unser jährlicher Transparenzbericht erläutert diese Struktur im Detail – das Dokument ist auf unserer Website www.pwc.de eingestellt.

Geschäftsbereiche und Geschäftsfelder

PwC gliedert sich in die drei Geschäftsbereiche Assurance (Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Dienstleistungen), Tax (Steuerberatung und Rechtsberatung über PwC Legal) und Advisory (Deals and Consulting).

Unsere Geschäftsfelder sind:

- Branchenregulierung
- Finanzierung und Investition
- Rechnungslegung, Berichterstattung, Prüfung
- Sanierung, Restrukturierung und Forensic Services
- Steuern
- Systeme, Prozesse, Organisation
- Transaktionen
- Wissenstransfer

Zu den Kunden von PwC gehören kapitalmarkt-orientierte Unternehmen, Familiengesellschaften, mittelständische Unternehmen, öffentliche Unternehmen und Einrichtungen, Finanzinvestoren und Privatpersonen. Um uns optimal auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzustellen, verfügen viele unserer Mitarbeiter über ein spezifisches Branchen-Know-how, das sie bereichsübergreifend einsetzen. So bieten wir maßgeschneiderte Lösungen für die Automobilindustrie, Chemie und Pharma, die Energiewirtschaft, Finanzdienstleistungen, das Gesundheitswesen, Handel und Konsumgüter, die industrielle Produktion, den öffentlichen Sektor, Technologie-, Medien- und Telekommunikationsunternehmen sowie den Transport- und Logistiksektor.

Schwieriges Geschäftsjahr

Das abgelaufene Geschäftsjahr 2008/09 hat eine längere Phase kontinuierlichen Wachstums der PwC AG unterbrochen. Im Zuge der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise haben auch viele unserer Kunden ihre Prüfungs- und Beratungsaufträge auf das Nötigste reduziert. Die Gesamtleistung sank infolgedessen auf 1,37 Milliarden Euro (Vorjahr: 1,47 Mrd. Euro). Weitere Kennzahlen finden Sie im Datenteil dieses Berichts (Seite 36–43).

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltigkeit bedeutet für PwC, unsere Geschäfte so zu führen, dass unsere Kunden und wir auch in Zukunft Erfolg haben. Dieses Ziel erreichen wir, indem wir mit unseren Beratungs- und Prüfungsleistungen einen Mehrwert schaffen, der gleichzeitig uns als Unternehmen, unseren Kunden wie auch der Gesellschaft insgesamt nützt.

Die gesellschaftliche Akzeptanz von Unternehmen steht und fällt im Krisenjahr 2008/09 mit ihrer Vertrauenswürdigkeit. Wohl kaum jemals zuvor haben mangelndes Risikobewusstsein, Managementfehlentscheidungen und Intransparenz so viel Schaden angerichtet wie in diesem Jahr. Die Folge ist neben der volkswirtschaftlichen Krise auch eine gesellschaftliche Vertrauenskrise. Jedes Unternehmen muss deshalb nachweisen können, dass es seine Geschäfte nach ethisch vertretbaren und überprüfbaren Regeln führt. Das betrifft unsere Mandanten ebenso wie uns selbst.

Als PwC leisten wir unseren Beitrag, dieses Vertrauen wiederherzustellen. Mit unseren Prüfungs- und Beratungstätigkeiten tragen wir zur Transparenz bei – eine wichtige Voraussetzung für Vertrauen. Allerdings unterliegt es nicht unserem Einfluss, wie unternehmerische Managemententscheidungen gefällt werden – wir können allenfalls die Grundlagen schaffen, auf denen sie gefällt werden. Diese sogenannte Erwartungslücke begleitet unsere Branche seit jeher.

Strategisch handeln – national und international
Kunden, Mitarbeiter, Politik und Gesellschaft fordern zu Recht, dass Wirtschaftsprüfungsgesellschaften ihre Verantwortung im Zusammenspiel der Marktkräfte wahrnehmen. Die globale PwC-Organisation hat in einer Standortbestimmung im Jahr 2008 vier Verantwortungsbereiche festgelegt, in denen wir uns als engagiertes und zukunftsorientiertes Unternehmen auszeichnen wollen: Market, People, Environment und Community.

Für die Nachhaltigkeitsstrategie von PwC Deutschland heißt dies, besondere Verantwortung in den folgenden Handlungsfeldern wahrzunehmen:

- **Markt** – gegenüber Kunden und dem wirtschaftlichen Umfeld. Ziel: das Vertrauen in die Wirtschaft durch gelebte Berufspflichten und ethische Grundsätze wieder aufbauen und den Austausch über neue Problemlösungen fördern.
- **Menschen** – gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ziel: eine kreative Arbeitsatmosphäre schaffen, den Austausch mit den Experten in unserem Unternehmen fördern und die Mitarbeiterzufriedenheit und -produktivität fördern.
- **Umwelt** – gegenüber den Ressourcen und Lebensgrundlagen der Erde. Ziel: ökologische Schäden abwehren, umweltfreundliche Technologien nutzen, Einsparpotenziale im Tagesgeschäft erschließen und die Umweltauswirkungen unserer eigenen Tätigkeit minimieren.
- **Gesellschaft** – gegenüber Teilen der Gesellschaft, die wir dabei unterstützen können, die Zukunft zu gestalten. Ziel: dringende gesellschaftliche Anliegen – wie beispielsweise Bildung – fördern, indem wir Expertise aus unserem Kerngeschäft einbringen.

Vorausdenken ist Zukunftssicherung

Unser Anspruch ist es, „Vorausdenker“ zu sein. Auf unser Handlungsfeld „Markt“ bezogen, bedeutet Vorausdenken, die Regelwerke und Rahmenbedingungen, denen unsere Mandanten unterliegen, vorzusehen und mitzugestalten. So helfen wir ihnen, sich regelkonform zu verhalten und Gestaltungsspielräume zu

nutzen. Dabei agieren wir als versierter Prüfer ebenso wie als engagierter Berater. Das erfordert Branchenkenntnis, juristische und betriebswirtschaftliche Kompetenz, aber auch ein sicheres Gespür für die sich wandelnden Anforderungen der Gesellschaft.

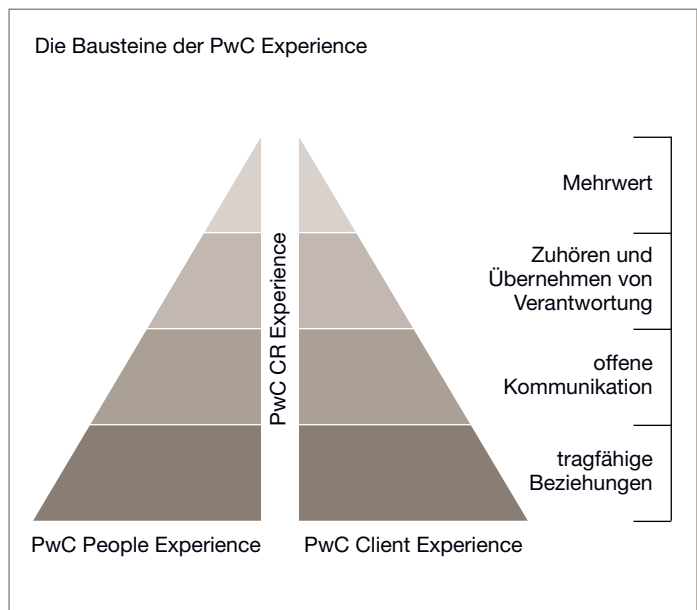
Vorausdenken in Bezug auf „Menschen“ in unserer Organisation bedeutet, mit Mitarbeitern verantwortungsvoll umzugehen, sie zu fordern und zu fördern. Dazu gehört neben klaren Entwicklungsperspektiven und einem ausgefeilten Weiterbildungsangebot auch die gezielte Unterstützung weiblicher Karrieren. Dass die gute Ausbildung bei PwC Wirtschaft und Gesellschaft zugute kommen, wenn unsere Mitarbeiter sich später für andere Arbeitgeber entscheiden, ist ein gewollter Faktor – und ein Kernelement unserer gesellschaftlichen Verantwortung.

Das Handlungsfeld „Umwelt“ hat bei PwC drei Dimensionen – eine unternehmensinterne, eine kundenbezogene und eine gesellschaftliche. In allen Dimensionen zeigt sich „Vorausdenken“. Intern ergreifen wir konsequent Maßnahmen zur Verringerung des „ökologischen Fußabdrucks“, etwa durch die Reduktion unserer CO₂-Emissionen. In der Kundenberatung helfen wir unseren Mandanten unter anderem dabei, Strategien für den Einsatz erneuerbarer Energien umzusetzen und glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichte über ihre Leistungen zu erstellen.

Vorausdenken zeigt sich auch im Hinblick auf das Handlungsfeld „Gesellschaft“. Da Bildung und Wissen für PwC entscheidende Wettbewerbsfaktoren sind, liegt hier der Schwerpunkt unserer Fördertätigkeit, etwa durch die Aktivitäten der rechtlich eigenständigen PwC-Stiftung, aber auch durch unsere Kooperationen mit Hochschulen und Bildungsnetzwerken. Mit der Verleihung des jährlichen Transparenzpreises an karitative Organisationen tragen wir den Rechenschaftsgedanken in einen Sektor, dem viele Bürger hohe Geldsummen zukommen lassen.

PwC Experience: Verantwortung und Mehrwert
Unsere Handlungsfelder und unser Anspruch des Vorausdenkens prägen unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Die weltweit einheitliche PwC-Initiative „PwC Experience“ zielt auf die Art und Weise ab, wie wir sie umsetzen. Sie stellt Verhaltensweisen in den Mittelpunkt, die wir gegenüber Kunden (Seite 8 ff.) und Kollegen (Seite 14 ff.) pflegen und die PwC einzigartig, unverwechselbar und unterscheidbar zu unserem Wettbewerb machen.

Die Initiative gliedert sich in „PwC Client Experience“, „PwC People Experience“ und umfasst dabei mit der „PwC CR Experience“ (Corporate Responsibility) auch



unser gesellschaftliches Verhalten im Allgemeinen. Die Bausteine der „PwC CR Experience“ sind:

- **Tragfähige Beziehungen:** Wir investieren in die Beziehungen zu unseren gesellschaftlichen Stakeholdern (Medien, Nichtregierungsorganisationen, Politiker, Gemeinden etc.).
- **Offene Kommunikation:** Wir teilen und arbeiten zusammen – wir teilen Wissen und Erfahrung und erarbeiten gemeinsame Problemlösungen.
- **Zuhören und Übernahme von Verantwortung:** Wir versetzen uns in die Lage unserer Stakeholder. Wir nehmen ihre Bedürfnisse ernst und integrieren sie in unsere Beratungsleistungen.
- **Mehrwert:** Wir fokussieren uns auf den nachhaltigen Nutzen unserer Arbeit und schaffen so Mehrwert über den eigenen unternehmerischen Nutzen hinaus.

Beispiele für solche Mehrwert schaffende „PwC Experience“ sind etwa unsere Förderarbeit in der Kinder- und Jugendbildung oder unsere Mitarbeit an Standardisierungsprozessen, die der Steigerung der Effizienz von Geschäftsprozessen dienen, ohne dabei Qualitätsmaßstäbe der Corporate Governance oder Aspekte der Ordnungsmäßigkeit und Sicherheit außer Acht zu lassen. Mehrwert schaffen wir auch durch eine hochwertige Aus- und Weiterbildung: Bei PwC hat die Fortbildung der Mitarbeiter einen hohen Stellenwert. So können PwC-Mitarbeiter, die in die Wirtschaft wechseln, dort qualifiziertes Management-Know-how einbringen. Damit nutzen wir die branchentypisch hohe Fluktuation gezielt für den Know-how-Transfer in die Wirtschaft.

Im Gespräch

Drei Fragen an ...

... Michael Werner, Partner und Corporate-Responsibility-Beauftragter von PwC.

Was hat „PwC Experience“ mit Nachhaltigkeit zu tun?

Sehr viel. Die hohen Ansprüche, die wir an uns selbst im Umgang mit unseren Kunden und unseren Mitarbeitern stellen, prägen unser Handeln in jeder Beziehung. Wir behandeln unser gesellschaftliches Umfeld mit der gleichen Aufmerksamkeit wie unsere Kunden und unsere Kollegen. Damit legen wir die Grundlagen für die Einbeziehung gesellschaftlicher Erwartungen. So trägt verantwortliches und vorausschauendes Handeln mittelfristig zu einem gesellschaftlichen Mehrwert bei, der den Erfolg unserer Mandanten und den von PwC auf ein sicheres Fundament stellt.

Wie stellen Sie sicher, dass alle PwC-Mitarbeiter die Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen?

Nachhaltigkeit – als Thema für unsere Kunden ebenso wie als PwC-internes Thema – ist zunehmend ein Bestandteil unserer Aus- und Weiterbildung und wird dadurch unsere Unternehmenskultur langfristig prägen. Alle neuen Mitarbeiter sollen künftig in ihren „Start-up Days“ entsprechend geschult werden. Und auch unsere obersten Führungsebenen wollen wir in „Partner Development Programs“ für Nachhaltigkeit fit machen.



Gibt es unternehmensinterne Hürden, die die Weiterentwicklung der Strategie behindern könnten?

Unüberwindbare Hürden gibt es nicht. Aber als ein ausgeprägt kundenorientiertes Unternehmen tun wir uns bisweilen schwer mit vermeintlich internen Programmen. Wir werden also deutlich machen, dass Nachhaltigkeit ein umfassendes Thema ist, das uns neue Geschäftsfelder erschließt, uns gegenüber der Gesellschaft rechenschaftsfähig macht und gleichzeitig an unsere Werte und an Ziele wie die „PwC Experience“-Initiative anknüpft.

PwC im Dialog

PwC steht mit einer Vielzahl gesellschaftlicher Gruppen in einem kontinuierlichen Austausch über Fragen der Unternehmensstrategie. Zu unseren Anspruchsgruppen gehören Kunden beziehungsweise Mandanten, Mitarbeiter und potenzielle Mitarbeiter, Interessenverbände (Berufsverbände ebenso wie NGOs), Lieferanten, Hochschulen beziehungsweise wissenschaftliche Einrichtungen, die Politik sowie Medien. Gegenwärtig erarbeitet PwC Global einen einheitlichen strategischen Prozess für das Stakeholdermanagement, an dem wir uns künftig orientieren wollen.



Kluge Überlebens- und Ausbreitungsstrategien hat die Natur in vielfältigen Formen entwickelt: Ein Beispiel für die möglichst weite Verbreitung des Samens durch Wind sind die sogenannten Schraubenflieger, zu denen der Ahornbaum zählt. Dessen beidseitig geflügelte Samen gehen nach einem kurzen Sturzflug in eine spiralförmige Bewegung über und lassen sich durch den Wind weit vom Ursprungsstandort wegtragen.

- 1.366 Millionen Euro Gesamtleistung erwirtschaftete PwC Deutschland im vergangenen Geschäftsjahr.
- 56 Prozent unseres Geschäfts werden vom Unternehmensbereich Assurance – Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Dienstleistungen – verantwortet.
- 24 Prozent unserer Gesamtleistung haben wir im Finanzdienstleistungssektor erwirtschaftet.
- 6.500 Mitarbeiter sind im Geschäftsjahr 2008/09 in der Antikorruptionspolitik von PwC geschult worden.

Zukunft sichern

Märkte funktionieren nur, wenn es Regeln gibt, nach denen sich alle Beteiligten richten. Zu diesen Regeln gehören gesetzlich festgeschriebene Vorschriften und Regularien, aber auch ethische Anforderungen. Gerade die Finanz- und Wirtschaftskrise hat diesen Aspekt in den Vordergrund gerückt.

Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften tragen eine besondere Verantwortung für das Funktionieren von Märkten. Denn sie schaffen Transparenz und Sicherheit, helfen, Risiken frühzeitig zu erkennen, entwickeln Lösungswege, mit ihnen umzugehen, und unterstützen ihre Kunden, in einer immer komplexeren Welt regelkonform zu bleiben.

Auch wir selbst unterliegen einem strengen Regelwerk aus Gesetzen, Verordnungen und berufsständischen Verpflichtungen. Dies garantiert die Qualität unserer Arbeit, gewährleistet Unabhängigkeit und vermeidet Interessenkonflikte. PwC bekennt sich zu diesen Regeln und ergänzt sie durch selbst gesetzte Standards im Hinblick auf qualitätsbezogene und ethische Vorgaben und Transparenz.

Sorgfalt und Kontrolle

Als Wirtschaftsprüfer achten wir auf die korrekte Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens. Dadurch schützen wir die Interessen derjenigen, die auf die Richtigkeit der Rechnungslegung von Unternehmen vertrauen. Das sind nicht nur die Anleger, sondern alle Stakeholder, vom Mitarbeiter bis zur Steuerbehörde. Neben der klassischen Abschlussprüfung gehört dazu unter anderem die Beratung zum Risikomanagement, zum Internal Audit sowie zu Managementinformationssystemen. Die Steuerberatung für international tätige Unternehmen verknüpft nationales, internationales und supranationales Steuerrecht und berücksichtigt spezielle Branchenerfordernisse. Da steuerliche Fragen eng mit rechtlichen Fragen verbunden sind, liegt es auf der Hand, dass Sorgfalt und Rechtskonformität mit der Wahrung von Unternehmensinteressen in Einklang stehen müssen.

Als Berater unterstützen wir Unternehmen unter anderem dabei, ihre Prozesse effizienter zu gestalten, Geschäftsabläufe vor Missbrauch zu sichern, Transaktionen erfolgreich durchzuführen und den Unternehmenswert zu steigern. Das Vertrauen, das uns hierbei sowohl von unseren Mandanten als auch seitens der Gesellschaft entgegengebracht wird, verpflichtet uns zu Integrität und größtmöglicher Sorgfalt.

Kurz: In unseren Geschäftsbereichen haben wir ein hohes Eigeninteresse an einer sorgfältigen und vorausschauenden Dienstleistung. Weil unsere Arbeit damit wesentlich zum Funktionieren der Märkte beiträgt, gibt es auch eine Reihe von Gesetzen und berufsständischen Verpflichtungen, denen wir unterliegen. Zudem verpflichten wir uns selbst zu verbindlichen ethischen Standards.

Beratung und Prüfung

Ein Wirtschaftsprüfer hat seinen Beruf unabhängig, gewissenhaft, verschwiegen und eigenverantwortlich auszuüben. Dies ist im Wesentlichen in der Wirtschaftsprüfungsordnung (WPO) sowie der Berufssatzung der Wirtschaftsprüfer niedergelegt. Darüber hinaus hat der Gesetzgeber die Anforderungen an die berufliche Unabhängigkeit für Abschlussprüfer im Handelsgesetzbuch (HGB) weiter ausgeführt.

Um diese Vorgaben konkret umzusetzen, hat PwC eigene Richtlinien und entsprechende Prozesse eingeführt. Grundlage hierfür sind neben dem Code of Ethics nationale und internationale Vorgaben von Regulierern (wie der amerikanischen Börsenaufsicht SEC) und dem internationalen PwC-Netzwerk (wie die Global Independence Policy) sowie deutsche gesetz-

Im Gespräch

Drei Fragen an ...



... die PwC-Vertriebsvorstände Prof. Dr. Georg Kämpfer (rechts im Bild), zuständig für kapitalmarktorientierte Unternehmen, und Prof. Dr. Norbert Winkeljohann (links), zuständig für mittelständische, familiengeführte und öffentliche Unternehmen.

Ist Nachhaltigkeit in den Unternehmen angekommen?

Kämpfer: Unter den großen Unternehmen gibt es einige Leuchttürme, die Benchmarks setzen und das Thema treiben. Gleichzeitig wandelt sich die Perspektive von der Shareholder- hin zur Stakeholder-Orientierung. Unternehmen können sich nicht mehr ausschließlich auf die Interessen ihrer Kapitaleigner konzentrieren, sondern müssen auch Rücksicht auf die Interessen der anderen Stakeholder nehmen.

Winkeljohann: Alle Unternehmen, die größer sind als ein Handwerksbetrieb, müssen heute international denken und handeln. Dabei bewegen sie sich meistens sehr professionell auf den Weltmärkten und gleichzeitig auch sehr fürsorglich: Nachhaltigkeit passt einfach zum Mittelstand. Bei kleinen und mittleren Unternehmen ist Nachhaltigkeit implizit in der Geschäftspolitik verankert – durch eine langfristige Gewinnpolitik und ein ausgeprägtes Werteverständnis.

Was sind die wichtigsten Herausforderungen und Treiber?

Winkeljohann: Durch die zunehmende Globalisierung müssen sich Mittelständler mit neuen Fragestellungen auseinandersetzen, etwa ob die Lieferanten- und Wertschöpfungsketten ausreichend durchdacht sind. Wie kann Kinderarbeit bei Zulieferern ausgeschlossen werden, wie werden Energieverbräuche und Emissionen in der Logistik optimiert? Viele stehen da noch am Anfang. Aber ich bin sicher: Nachhaltigkeit ist das Thema des 21. Jahrhunderts. Wer nachhaltig wirtschaftet, wird langfristig einen großen Wettbewerbsvorteil haben.

Kämpfer: Investoren, die einen dauerhaften, an langfristigen Zielen orientierten Erfolg fordern, sind zunehmend wichtige Treiber. Wer nicht nachhaltig wirtschaftet, wird in diesem Markt irgendwann schlechte Karten besitzen. Gleichzeitig richten die Kunden ihr Verhalten an Nachhaltigkeit aus. Das zwingt Unternehmen dazu, dieses Kundenbedürfnis zu befriedigen. Das führt wiederum dazu, dass sich immer mehr Unternehmen damit beschäftigen, Nachhaltigkeit bei sich zu verankern – übrigens gilt das für alle Branchen.

Wie beraten Sie Ihre Mandanten in Sachen Nachhaltigkeit?

Winkeljohann: Ein Teil unserer Arbeit ist Information und Aufklärung zu den möglichen Fallstricken. Darüber hinaus helfen wir unseren Mandanten, ihr Nachhaltigkeitsverständnis zu systematisieren: Wie integrieren wir Nachhaltigkeit in die Unternehmensziele, wie ins Controlling, wie schaffen wir eine plausible Struktur für einen eventuellen Nachhaltigkeitsbericht? Da viele mittelständische oder öffentliche Unternehmen für diese Themen keine Stabstelle haben, muss alles gut vernetzt sein und beim Chef aufgehängt werden.

Kämpfer: Der Einstieg ist häufig die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten. Besonders nachgefragt wird dies von börsennotierten Unternehmen, die sich vergewissern wollen, wo sie in Sachen Nachhaltigkeit stehen. Uns verschafft eine solche Prüfung die Möglichkeit, die Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten unserer Mandanten umfassend kennenzulernen. Dies ist eine ideale Plattform, um unser Leistungsspektrum gezielt anbieten zu können.

liche Vorschriften. Diese Anforderungen werden in Fachkonzepten umgesetzt, in denen die Prozesse und Verantwortlichkeiten von der Annahme bis zur Beendigung eines Auftrags festgelegt sind.

Zur Sicherstellung der Unabhängigkeit hat PwC verschiedene Instrumentarien implementiert. Hierzu dienen unter anderem Datenbanken wie die Independence List (Verzeichnisse aller Mandanten von öffentlichem Interesse einschließlich der relevanten Unternehmensverbindungen), das Global Portfolio System (System zur automatisierten Erkennung, ob eine Wertpapierposition die berufliche Unabhängigkeit gefährdet) sowie die Clientfirst-Datenbank aller Mandanten und Aufträge. Diese Datenbanken sowie Prozesse wie der „Conflict Check“ oder das „Authorization for Services“-Verfahren stellen die Wahrung der beruflichen Unabhängigkeit bereits vor der Auftragsannahme sicher. Weitere Bestandteile unseres Qualitätsmanagements sind unter anderem die interne Clean-Desk-Richtlinie sowie IT-Security-Richtlinien, mit denen wir die vertrauliche Handhabung von Mandantenunterlagen sicherstellen.

Für unsere Mitarbeiter gehört die Beachtung von Vorgaben und Prozessen zum täglichen Handwerk. Kontinuierliche Schulungen stellen sicher, dass die aktuellen Regelungen allen Mitarbeitern bekannt sind. Regelmäßige Nachschauen, die von internen wie auch von externen Spezialisten (Peer Review, Abschlussprüferaufsichtskommission [APAK]) durchgeführt werden, garantieren die Einhaltung dieser Regelungen.

Im Netz der Kontrollen

Die gesetzlichen und berufsständischen Rahmenbedingungen sehen ein engmaschiges Netz aus Kontrollen vor. Nach der Wirtschaftsprüfungsordnung sind Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, die gesetzlich vorgeschriebene Abschlussprüfungen durchführen, verpflichtet, sich regelmäßig einer Qualitätskontrolle zu unterziehen, dem sogenannten Peer Review. Da PwC Unternehmen von öffentlichem Interesse prüft, hat sie diese Qualitätskontrolle alle drei Jahre durchführen zu lassen. Die Wirtschaftsprüferkammer hat PwC mit Bescheinigung vom 10. November 2008 die erfolgreiche Teilnahme an der Qualitätskontrolle bestätigt. Die Bescheinigung ist bis zum 14. November 2011 befristet. Zusätzlich hat die APAK im Jahr 2009 eine Inspektion bei PwC durchgeführt, die ebenfalls ohne Beanstandungen der Praxisorganisation abgeschlossen wurde.

Hohe ethische Standards

Neben internen Kontrollinstanzen sorgen die Berufsaufsicht durch die Wirtschaftsprüferkammer (WPK)

und eine besondere Berufsgerichtsbarkeit dafür, dass Fehler vermieden und Verfehlungen geahndet werden. Damit es dazu nicht kommt, haben wir mit den PwC-Ethikgrundsätzen 2008 unseren eigenen Verhaltenskodex geschaffen. Er basiert auf dem internationalen PwC Code of Conduct und soll sicherstellen, dass auch jene Tätigkeitsfelder, die keinen gesetzlichen Regelungen unterliegen, gemäß unserer Vorstellung von Integrität bearbeitet werden.

Für PwC ist ein wertschätzendes, diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld ein Grundpfeiler erfolgreichen Handelns. Bevor der Gesetzgeber dazu mit dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz eine gesetzliche Grundlage geschaffen hatte, hat PwC bereits in den Ethikgrundsätzen diese Grundgedanken niedergelegt. Kurz nach der Einführung des AGG wurde eine Online-Schulung für alle Mitarbeiter durchgeführt. Die Ethikgrundsätze werden den Arbeitsverträgen beigelegt und sind für die Mitarbeiter verpflichtend. Verstößen geht PwC in einem standardisierten Verfahren nach.

Unsere Ethikgrundsätze schreiben unsere gemeinsamen Werte fest und schaffen damit eine Basis dafür, unser Renommee zu schützen, uns professionell zu verhalten, Respekt gegenüber anderen zu zeigen und uns in der Gesellschaft zu engagieren. Die Ethikgrundsätze regeln unter anderem den Schutz der Kundendaten, das Vermeiden von Interessenkonflikten sowie in der internen Sicht die Förderung der kulturellen Vielfalt und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Sie verpflichten uns zudem zum Schutz der Umwelt, zur Förderung gemeinnütziger Projekte und zur Bekämpfung von Korruption und Wirtschaftskriminalität. Der Ethik-Officer ist für die Einhaltung der Ethikgrundsätze verantwortlich. Er ist auch Anlaufstelle bei Beschwerden – für Kunden wie für Mitarbeiter.

Die Stärke von PwC beruht nicht auf der Einhaltung von Regeln allein. Unsere Verhaltensgrundsätze haben auch unseren Umgang mit den Kunden geprägt und unser Unternehmen mit den Jahren unverwechselbar gemacht. Im Rahmen einer kürzlich gestarteten Client-Relationship-Management-Initiative (CRM-Initiative) mit einer Befragung zur Kundenzufriedenheit stellen wir uns gegenwärtig dem Urteil unserer Mandanten auf den vier Ebenen Verhaltensweisen, Organisation, Prozesse und Werkzeuge. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist unsere ausgeprägte Branchenkenntnis durch Experten, die ihr Know-how aus verschiedensten Wirtschaftszweigen und der öffentlichen Verwaltung bei uns einbringen. Unsere Berater kennen dadurch immer auch die interne Sicht bei den Kunden und verbinden diese mit dem Blick von außen.

Ausgewählte Dienstleistungen für unsere Kunden

Um unseren Kunden dabei zu helfen, gesellschaftliche Unternehmensverantwortung zu übernehmen, hat PwC ein breites Portfolio an Dienstleistungen entwickelt. Die Forensic Services und AntiFraudSolutions-Experten werden tätig bei Prävention und Aufklärung wirtschaftskrimineller Vorgänge in Unternehmen. Denn Wirtschaftskriminalität – oder englisch *fraud* – kann verheerende Folgen haben: Neben den materiellen Schäden beeinträchtigt Fraud auch die Lieferanten-, Kunden- und sonstigen Geschäftsbeziehungen sowie die Reputation eines Unternehmens und die Mitarbeitermoral.

Ein spezielles Tax-Risk-Management verknüpft das Know-how von Steuerexperten, Prozessexperten und Experten aus dem Sustainability-Netzwerk. Denn zunehmend fordern Aktionäre international agierender Aktiengesellschaften als Nachweis eines vorausschauenden Managements die Offenlegung der Steuerstrategie und damit die Harmonisierung von Steuerzielen mit der gesellschaftlichen Verantwortung.

Die Supply-Chain-Governance-Beratung optimiert nicht nur die Kosten- und Logistikseite von Lieferprozessen, sondern achtet auch auf Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette. Denn die Beschaffung insbesondere aus Entwicklungs- und Schwellenländern verlangt von Unternehmen zunehmend, Nachhaltigkeitsstandards einzuhalten. PwC hilft bei der Systematisierung eines ganzheitlichen Managementansatzes zur Supply Chain Governance. So haben wir unter anderem ein international anwendbares Überprüfungs-system für den Common Code for the Coffee Community (4C), einen Nachhaltigkeitskodex für den Kaffeesektor, entwickelt.

Wo wir uns engagieren

In den folgenden Verbänden und Initiativen engagiert sich PwC Deutschland im Handlungsfeld „Markt“ für Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung (Auswahl):

- Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA), Frankfurt am Main
- Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE), Zittau
- Global Reporting Initiative (GRI), Amsterdam
- Stiftung der Deutschen Wirtschaft, Berlin
- Transparency International, Berlin
- UN Global Compact, New York

Studien und Analysen

Vorausdenken im Markt



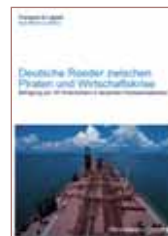
Auslandsinvestitionen

Unternehmen verstoßen bei Investitionen in Schwellenländern häufig gegen Corporate-Responsibility-Standards.
www.pwc.de/de/sustainability



Nachhaltigkeitsmanagement

Die mit externen Experten erarbeitete Publikation *Unternehmerische Verantwortung praktisch umsetzen* gibt Hinweise zum Aufbau integrierter CR-Managementsysteme.
www.pwc.de/de/pwc400



Logistik

Die PwC-Umfrage *Deutsche Reeder zwischen Piraten und Wirtschaftskrise* wirft ein Schlaglicht auf eine krisengeplagte Branche.
www.pwc.de/de/pwc378



Pharmaindustrie

Die Pharmabranche muss sich vom bewährten Geschäftsmodell der Entwicklung und des Verkaufs von Arzneimitteln verabschieden.
www.pwc.de/de/pwc347



Unterhaltungsindustrie

Die Branchenerlöse bei Musik und anderen Unterhaltungsmedien werden in den kommenden Jahren voraussichtlich weiter sinken.
www.pwc.de/de/pwc377



Soziales Verhalten setzt gemeinsames Lernen voraus, wie die Weißbüschelaffen beweisen. Die Tatsache, dass sich bei ihnen – ähnlich wie bei den Menschen – viele Gruppenmitglieder an der Aufzucht der Jungen beteiligen, macht diese zu rücksichtsvollen Artgenossen: Weißbüschelaffen können ihr Leben lang zum Wohl anderer etwas hergeben, ohne dafür auch etwas zu erhalten – ein sozialer Akt, der in der Tierwelt einzigartig ist.

- 957.113 Stunden investierten wir im vergangenen Geschäftsjahr in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter.
- 1.185 Mitarbeiter wurden im Geschäftsjahr 2008/09 bei PwC Deutschland neu eingestellt.
- 678 Frauen arbeiteten im vergangenen Jahr durchschnittlich bei PwC auf den Ebenen Senior Manager und Manager – eine Zunahme um 8 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- 172 Auszubildende waren bei PwC im vergangenen Jahr durchschnittlich beschäftigt – ein Plus von 16 gegenüber dem Vorjahr.

Werte leben

Als Dienstleistungsunternehmen sind unsere Mitarbeiter die wichtigste Ressource. Von ihrem Wissen und ihrer Integrität hängt unser Erfolg im Markt ab. Daher ist es für uns oberste Priorität, die besten Mitarbeiter für unser Unternehmen zu gewinnen und sie weiterzuentwickeln – fachlich, aber auch im Hinblick auf unsere Werte und Qualitätsmaßstäbe. Die Qualifizierung unserer Mitarbeiter erhöht wiederum das Know-how in Wirtschaft und Gesellschaft, wenn die Mitarbeiter später das Unternehmen verlassen. Unser Verhalten, eine offene Kommunikation und die Übernahme von Verantwortung prägen unseren Umgang miteinander und gestalten damit auch unsere Kundenbeziehungen.

Nachwuchsarbeit, Qualifizierung und die Förderung der kulturellen Vielfalt im Unternehmen sind Kernpunkte unserer Personalarbeit. 2009 haben wir mit der PwC Academy unsere Weiterbildung auf eine neue Basis gestellt. Mit gezielten internationalen Programmen fördert PwC weibliche Karrieren und sorgt bei beiden Geschlechtern für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie – seit 2008 auch extern auditiert.

Erfahrung und Verantwortung

„PwC Experience ist ... wenn Kunden und Mitarbeiter merken: Es ist PwC.“ – so bewerben wir die 2008 gestartete interne Initiative. Sie stellt Verhaltensweisen in den Mittelpunkt, die für den langfristigen und nachhaltigen Erfolg unseres Unternehmens unverzichtbar sind. Denn fachliche Kompetenz allein reicht nicht aus, um im Wettbewerb zu bestehen und unsere Organisation weiterzuentwickeln. Die vielen rechtlichen Anforderungen an das Qualitätsmanagement einer Wirtschaftsprüfungsorganisation verpflichten uns zu höchster Sorgfalt und kritischer Reflexion. Gleichzeitig hat uns der Gesetzgeber damit auch einen ethischen Anspruch ins Stammbuch geschrieben. Wir betrachten es als zentrale Verpflichtung und Schwerpunkt unseres Nachhaltigkeitsmanagements, dies allen Mitarbeiter so zu vermitteln, dass sie es täglich leben – bei uns und dort, wohin sie später vielfach wechseln. Daher investieren wir in die Beziehung zu unseren Mitarbeitern auf die gleiche Weise wie in unsere Kundenbeziehungen.

Vom Praktikanten zum Profi

PwC beschäftigte im Geschäftsjahr 2008/09 über 9.000 Mitarbeiter, von denen knapp 1.200 neu eingestellt wurden. Ein großer Teil dieser Stellen wird von Hochschulabsolventen besetzt, die häufig schon vor ihrer Anstellung ein Praktikum bei uns absolviert haben. So engagiert sich PwC im Rahmen einer strategischen Hochschulförderung an zahlreichen Hochschulen, auch in Form von Lehraufträgen, um gute Absolventen schon früh an sich zu binden. Bei der Besetzung von Stellen greifen wir bevorzugt auf Teilnehmer unseres Praktikantenbindungsprogramms „Keep in Touch“ (KiT) zurück. Praktikanten und Auszubildende genießen bei PwC die gleiche Fairness und den Respekt wie fest angestellte Mitarbeiter. Um dies zu unterstreichen, engagieren wir uns in der bundesweiten Initiative „Fair Company“ des Job- und Wirtschaftsmagazins *Karriere*: Wir haben uns unter anderem dazu verpflichtet, keine Vollzeitstellen durch Praktikantenposten zu ersetzen und Praktikanten eine angemessene Aufwandsentschädigung zu zahlen. Mit unserem internationalen Praktikantenprogramm „Stairway“ vermitteln wir talentierten Studenten auch Praktikumsstellen im Ausland.

Hackerangriff auf Bewerberdatenbank

Anfang September 2008 war PwC von einem Hackerangriff betroffen und stellte daraufhin Strafanzeige gegen unbekannt. Bei dem Vorfall wurde eine externe Servicedatenbank für Jobsuchende angegriffen und Daten wurden gestohlen. Die von einem externen Serviceprovider betriebene Internetseite diente interessierten Nutzern zur vereinfachten Erstellung ihrer Bewerbung bei PwC.

Auf die Spur der Hacker kam PwC nach Hinweisen der Redaktion der ZDF-Sendung Wiso. Unmittelbar eingeleitete Stichprobenuntersuchungen hatten die Vermutung nahegelegt, dass die Hacker mit den gestohlenen Adressen vor allem den Missbrauch für Spam-Mails planten. Darüber hinaus waren E-Mail-Adressen und Passwörter neben Daten aus den Beständen anderer Unternehmen auf einem chinesischen Server aufgetaucht. PwC hatte deshalb seinen externen Serviceprovider umgehend zur Stilllegung der betroffenen Internetseite veranlasst und vorsorglich die Aufsichtsbehörde für den Datenschutz sowie die Berufsaufsicht von dem Hackerangriff und den eingeleiteten Sicherheitsmaßnahmen in Kenntnis gesetzt. PwC reagierte außerdem sofort mit der Einrichtung eines internen Krisenstabs und offensiver Kommunikation, vor allem den möglicherweise betroffenen Nutzern gegenüber. Nicht betroffen von dieser Hackerattacke waren sämtliche Internetangebote und Datenbanken, die von PwC selbst betrieben werden, darunter unser Internetauftritt und sämtliche Kunden-, Mitarbeiter- sowie alle übrigen Bewerberdaten.

PwC Academy startet

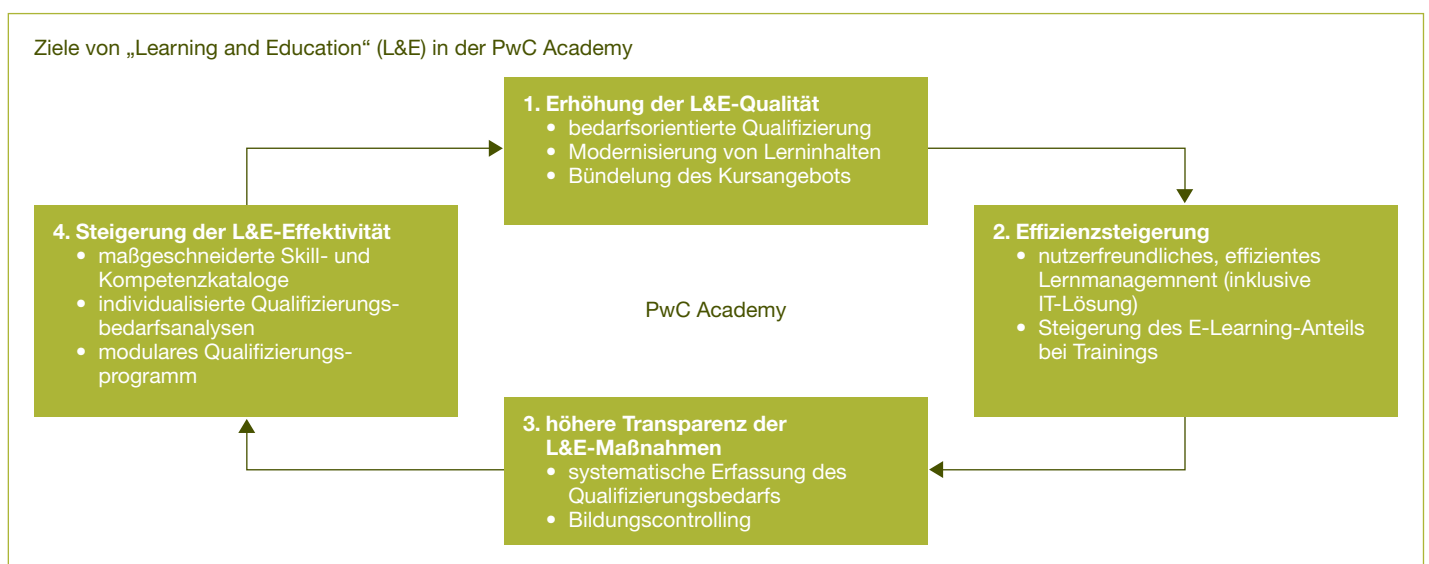
PwC sucht nicht nur qualifizierte Mitarbeiter, sondern bildet sie auch gezielt weiter – über die gesamte Mitarbeiterkarriere hinweg. Gesetzesnovellen, neue Kundenanforderungen und unternehmensinterne Strategien sorgen dafür, dass auch etablierte Führungskräfte nie auslernen. Die Vielfalt der Lernerfordernisse und Mitarbeiterlaufbahnen erfordert ein zielgruppenspezifisches und bedarfsgerechtes System zur Organisation der Aus- und Weiterbildung. Nach rund 18-monatiger Vorbereitung startete im Sommer 2009 die PwC Academy, ein bereichsübergreifendes Lernmanagementsystem, das künftig den Fortbildungsbedarf bei PwC steuert.

Ziel der virtuellen PwC Academy ist es, die Weiterbildungsangebote bei PwC noch besser zu verzahnen und Überschneidungen zu vermeiden. So werden Trainings künftig genauer an den individuellen Kenntnisstand der Mitarbeiter angepasst. Pre- und Post-Tests helfen, zu bestimmen, ob die Voraussetzungen für eine Bildungsmaßnahme bestehen, ob sie vielleicht übersprungen werden kann und ob sie – im Nachhinein – erfolgreich war. Für die Wissensvermittlung setzt die PwC Academy auf das sogenannte Blended Learning, eine Mischung aus verschiedenen Lernformen wie Web-based Training, Präsenzschiulung, Virtual Classroom oder E-Tests.

Wirtschaftskrise hinterlässt Spuren

Die im vierten Quartal 2008 einsetzende Wirtschafts- und Finanzkrise hat mit etwas zeitlicher Verzögerung auch PwC betroffen. So erwarten unsere Kunden, dass wir unsere Leistungen den veränderten Rahmenbedingungen anpassen. Das bedeutet für uns eine genaue Prüfung aller internen Kosten. Wir haben uns daher entschlossen, Programme im Bereich der Führungskräftequalifizierung vorübergehend auszusetzen.

Zwar genießen die globalen Leadership-Programme hohes Ansehen bei Mitarbeitern, Mandanten und auch bei den Wettbewerbern. Die Resonanz der Teilnehmer ist stets sehr positiv. Die derzeitige wirtschaftliche Lage macht es aber erforderlich, die Programme im aktuellen Geschäftsjahr auszusetzen oder zu reduzieren. Die Konsolidierung nutzen wir gezielt, um die Inhalte der Programme zu überarbeiten und an den Kriterien von PwC Experience neu auszurichten. Denn die Programme sollen grundsätzlich aufrechterhalten werden, um unsere Leadership-Kultur national wie international stetig weiterzuentwickeln.



Auf was es uns ankommt

Die besten Talente für PwC

Unsere Aufgaben sind komplex und unsere Mandanten anspruchsvoll. Wir brauchen deshalb die besten Mitarbeiter, die zudem mit Freude und Engagement an ihre Arbeit gehen. Dafür haben wir uns einiges einfallen lassen. Und das mit Erfolg:

PwC wurde im September 2009 auf Platz zehn der beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands gewählt. Das Ranking erfolgte im Rahmen des Deutschen Absolventenbarometers des Trendence Instituts für Personalmarketing und ist die größte und umfassendste Studie ihrer Art in Deutschland.

Im Universum Student Survey 2009 belegte PwC Rang 15 der 100 größten deutschen Unternehmen bezüglich ihrer Beliebtheit bei Studenten der Wirtschaftswissenschaften. Dabei wurden über 19.000 Studierende deutscher Universitäten und Fachhochschulen nach ihren Lieblingsarbeitgebern befragt.

Bei beiden Studien mussten wir Verluste in der Platzierung hinnehmen. Daraufhin haben wir einen Maßnahmenkatalog entwickelt, um verlorenes Terrain zurückzugewinnen.

Die Karrierewebseite von PwC gehört zu den drei besten in Deutschland. In der jährlich durchgeführten Studie *The Top Employer Web Benchmark* des schwedischen Beratungsunternehmens Potentialpark hat PwC 2009 den dritten Platz belegt und konnte sich gegenüber dem Vorjahr um einige Plätze verbessern. Für die Studie werden jedes Jahr rund 2.000 Studenten und Absolventen zu ihren Präferenzen beim Berufseinstieg und Erwartungen an Karrierewebsites befragt. Nach diesen Kriterien wurden rund 100 Karrierewebsites namhafter Unternehmen analysiert.

Auch unsere Mitarbeiter bekommen die Krise zu spüren: Im März 2009 hat die Unternehmensleitung einen Stufenplan beschlossen, mit dem wir auf den weiteren Verlauf der Krise angemessen reagieren können. Dabei ist es wichtig, dass wir auch für die Wiederbelebung der konjunkturellen Situation in Deutschland gerüstet sind. Dafür brauchen wir genügend qualifizierte Mitarbeiter. PwC befand sich am Ende des Geschäftsjahres 2008/09 auf einer Stufe, die sich mit „schonende Anpassung der Personalseite an die Krise“ überschreiben ließe. Dazu gehören die bessere Ausnutzung der Jahresarbeitszeitkonten, der Abbau von Überstunden und Alturlaub und die freiwillige Verringerung und Flexibilisierung der Arbeitszeiten. Außerdem konnten wir einige Mitarbeiter nach Beendigung der Probezeit nicht weiterbeschäftigen. Insgesamt haben wir in diesem Geschäftsjahr 950 Hochschulabsolventen eingestellt, 160 davon wurden am Ende der Probezeit gekündigt.

Weitere Stufen wären ein Stopp bei Einstellungen und Gehaltserhöhungen gewesen sowie kollektivrechtliche Maßnahmen wie Kurzarbeit, Teilzeit und gegebenenfalls betriebsbedingte Kündigungen. Auf all diese Maßnahmen konnte verzichtet werden. Weitere Kosteneinsparungen werden wir 2009 dadurch realisieren, dass wir auf die Partnertagung und Staff Days verzichten und die Reisen für Meetings reduzieren.

Ausgezeichnete Frauenförderung

PwC hat sich vorgenommen, den Anteil von Frauen in Führungspositionen deutlich auszubauen. Dafür sprechen viele Gründe. Der wichtigste ist, dass wir schon jetzt exzellent ausgebildete Kolleginnen haben, deren Karrieren wir fördern möchten. Dies entspricht einem parallelen Trend auf Mandantenseite, sodass künftig – deutlich stärker als früher – gemischte Teams an einem Tisch sitzen werden. Aus diesem Grund hat PwC Global die Initiative „Women-at-PwC“ gestartet. Mit „Women-at-PwC Germany“ hat sich PwC Deutschland im Frühjahr 2008 der Initiative angeschlossen.

Ziel der deutschen Initiative ist es, den Anteil weiblicher Führungskräfte zu erhöhen und weibliche Talente stärker an das Unternehmen zu binden. Denn der Frauenanteil bei den PwC-Partnern liegt in Deutschland derzeit nur bei 8,4 Prozent, bei PwC Global sind es 13 Prozent. Unsere Maßnahmen, diesen Anteil zu steigern, zielen auf ein verbessertes internes und externes Networking, spezielle Fördermaßnahmen für weibliche High Potentials wie ein Mentoring-Programm, ausführliche Information und Kommunikation und ein systematisches Diversity-Monitoring zur Erfolgsmessung. Auf der Ebene der Manager und Senior Manager nahm die Zahl der Frauen im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits um acht Prozent von 629 auf 678 zu.

Im Gespräch

Drei Fragen an ...

... Marius Möller, seit Juli 2009 Personalvorstand bei PwC Deutschland.

Welche Bedeutung hat die Personalarbeit für das Geschäft mit dem Kunden?

Eine sehr große, denn wir bei PwC betreiben ein People Business und unser wichtigstes Gut sind die Mitarbeiter. Bei uns erbringen hoch qualifizierte Mitarbeiter sehr komplexe Dienstleistungen. Deshalb bieten wir unseren Mitarbeitern ein transparentes Karrieremodell mit einer konsistenten Systematik für die Personalentwicklung, unser Performance Management System, systematische Feedbackrunden, Integrationsmeetings mit den Vorgesetzten und ein Poolmodell für angehende Führungskräfte, die für die nächste Karrierestufe vorgesehen sind. Dabei ist für uns nicht nur wichtig, was wir tun, sondern wie wir etwas tun, weshalb wir unsere Mitarbeiter nicht nur fachlich fortbilden, sondern auch in bestimmten Verhaltensprinzipien schulen, die wir uns für die Differenzierung vom Wettbewerb wünschen.

Sie haben Ihr neues Amt mitten in der Wirtschaftskrise angetreten. Was ist Ihre Botschaft an die Belegschaft?

Abgesehen von dem etwas überstrapazierten Spruch, dass jede Krise auch Chancen birgt (wovon ich übrigens überzeugt bin), ist meine wichtigste Botschaft: Seid flexibel! Wir haben zum Beispiel Bereiche, die von der Krise weniger nachgefragt werden, und welche, die in der Krise stärker gefordert sind. Da erwarte ich, dass Mitarbeiter bereit sind, sich inhaltlich in neue Aufgaben einzuarbeiten. Flexibilität heißt aber auch, vielleicht den Standort



zu wechseln, in ein anderes Land zu gehen, sich im Hinblick auf die Arbeitszeiten veränderten Umständen anzupassen. Kurzum: Flexibilität ist wichtig – und das nicht nur in der Krise.

Wie sorgen Sie dafür, dass PwC immer genug gut ausgebildete Mitarbeiter an Bord hat?

Zum einen betreiben wir ein intensives Hochschulmarketing und Beziehungspflege zu Universitäten. Ebenso wichtig ist es aber, den bestehenden Mitarbeitern Perspektiven zu bieten. Dazu gehören klare Wege zur Karriereplanung, internationale Perspektiven und Entsendemöglichkeiten, Maßnahmen, die eine Work-Life Choice ermöglichen, um Beruf und Privatleben zu vereinbaren, und die Förderung der Mitarbeitervielfalt. Unsere Mitarbeiter sind unsere wichtigsten Multiplikatoren, und das in Richtung potenzieller neuer Mitarbeiter und in Richtung Kunde, auch wenn sie das Unternehmen verlassen. Deshalb ist die Nachhaltigkeit in der Beziehungspflege zum Mitarbeiter so wichtig.

Dass wir mit „Women at PwC“ richtig liegen, wird auch durch externe Bewertungen und Auszeichnungen deutlich. Im Mai 2009 errang PwC Global den ersten Platz im Ranking „Top Companies for Global Diversity“ des amerikanischen Fachmagazins DiversityInc. Im April 2009 erhielt PwC den „Global Award“ der britischen Organisation Opportunity Now für sein Gender Advisory Council, der das „Women at PwC“-Programm entwickelt hat. Der Preis würdigt die beste Diversity-Initiative, die sich über mindestens drei Länder erstreckt.

Audit berufundfamilie: Zertifikat erhalten

Seit November 2008 können wir stolz auf das Zertifikat zum Audit berufundfamilie sein. Es wird von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung für die während des Auditprozesses erarbeiteten Zielvereinbarungen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie erteilt. Mit der Auditierung verfolgt PwC ein langfristig angelegtes Konzept, das allen Mitarbeitern Flexibilität bei der Ausgestaltung ihres Arbeits- und Privatlebens bieten soll.

Das Aufgabenpaket, das wir bis zur geplanten Rezertifizierung nach drei Jahren bewältigen müssen, ist groß. Darunter fallen unter anderem eine stärkere Individualisierung der Arbeitszeiten innerhalb der bestehenden Jahresarbeitszeitkonten, die Flexibilisierung des Arbeitsortes sowie der Ausbau des Gesundheitsmanagementsystems.

Ein erstes Ergebnis ist die Richtlinie „Flexwork@PwC“, die PwC im Sommer 2009 eingeführt hat. Diese Flexibilisierung des Arbeitsortes ermöglicht nicht nur die Arbeit von zu Hause aus, sondern von einer Vielzahl von Orten außerhalb des eigentlichen Büroarbeitsplatzes. Work-Life Choice bedeutet bei PwC, dass alle Mitarbeiter entsprechend ihrer individuellen Lebensphase flexibel wählen können, wie sie im Rahmen des PwC-Geschäftsmodells und ihres Einsatzgebietes persönliche und berufliche Interessen in Einklang bringen.

Umfragen analysieren Mitarbeiterzufriedenheit

In jedem Jahr führt die globale PwC-Organisation eine Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit durch, den Global People Survey (GPS). Er ermöglicht neben einem Überblick zur Gesamtzufriedenheit auch Einblicke in die Landesorganisationen und den Vergleich zwischen Länder-Clustern. Die Ergebnisse geben einen Überblick zu verschiedenen PwC-relevanten Themen wie dem persönlichen Commitment und der Einschätzung der Führungskultur.

Die Ergebnisse aus dem Jahr 2009 zeigen, dass PwC im Bereich der Kundenorientierung – von einem bereits hohen Niveau ausgehend – die Ergebnisse noch weiter verbessern konnte, zum Beispiel in der Reaktion auf Mandantenbedürfnisse und in der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Bereichen. Des Weiteren wurde große Zufriedenheit bezüglich der Qualifizierungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten bei PwC geäußert.

Die Wirtschaftskrise führt aber auch zu Unsicherheiten in der Belegschaft, die sich in niedrigeren Umfragewerten bei der allgemeinen Mitarbeiterzufriedenheit im Vergleich zu den Vorjahren spiegeln. Daher entwickelt PwC einen Katalog an Maßnahmen in jedem Unternehmensbereich, um Verbesserungspotenziale optimal nutzen zu können.

Führungskräftebewertung

Alle zwei Jahre erhalten die Mitarbeiter von PwC Deutschland die Gelegenheit, ihren Führungskräften eine Einschätzung darüber zu geben, wie sie deren Führungsverhalten erleben. Im sogenannten Upward-Feedback können die Mitarbeiter ihren Führungskräften über eine Onlineplattform freiwillig und anonym ein Feedback geben. Anhand der Rückmeldungen der Mit-

arbeiter können unsere Führungskräfte – in Deutschland sind das circa 1.300 Partner und Senior Manager – ihr eigenes Führungsverhalten reflektieren und sie erhalten zudem konkrete Hinweise, um gezielt an bestimmten Aspekten ihrer Führung arbeiten zu können.

Ausgewählte Dienstleistungen für unsere Kunden

Die Kompetenz, die wir PwC-intern aufgebaut haben, kommt auch unseren Kunden in der Beratungsarbeit zugute. So bieten wir etwa angesichts der weltweiten Wirtschaftskrise Beratung bei Talentstrategien an, die Unternehmen davor bewahren, in Krisenzeiten das Talentmanagement zu vernachlässigen. Denn die Gefahr ist groß, dass durch kurzfristige Maßnahmen Mitarbeiter nicht gefördert werden oder gar das Unternehmen verlassen, die entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens sind und im Falle eines Aufschwungs dringend gebraucht werden. Talentmanagement dagegen befähigt eine Organisation, Talente zu identifizieren, zu erhalten und den langfristigen Wert zu optimieren.

Die Steuerexperten bei PwC beraten unter anderem bei Mitarbeiterentsendungen ins Ausland – etwa wenn es um den Einsatz von Steuerausgleichsverfahren und die damit verbundene Berechnung hypothetischer Steuern geht – oder sie stehen bei der Gestaltung von Nettolohnvereinbarungen und ihren Besonderheiten zur Verfügung. PwC unterstützt Unternehmen bei der Planung der entsendungsbezogenen Kosten und zeigt Optimierungspotenziale auf. Mit Kalkulationen zu voraussichtlichen und endgültigen Steuerabgaben entsprechend den Entsendebedingungen machen PwC-Experten die tatsächlich entstehenden Kosten transparent und kalkulierbar. Auf diese Weise wird eine Entsendung nicht zum Risiko.

Ein weiteres Beispiel ist die Sicherheit der unternehmerischen IT-Struktur. Häufig bleibt unklar, ob die geleisteten Investitionen eines Unternehmens in die IT-Sicherheit vor dem Hintergrund aktueller Daten-skandale tatsächlich das erforderliche Sicherheitsniveau halten. IT-Umfelder sind nicht statisch und so können gerade auch in Zeiten von Wirtschaftskrisen Sicherheitslücken entstehen. PwC prüft mit aktiven IT-Sicherheitstests – sogenannten Security Penetration Testings (SPT) –, ob die eingeführten Risikomanagementsysteme erfolgreich arbeiten und die Sicherheitsmaßnahmen ihren Zweck erfüllen. Diese von Hackern abgeschauten Methodik kommt während des laufenden IT-Betriebs zum Einsatz.

Wo wir uns engagieren

In den folgenden Verbänden und Initiativen engagiert sich PwC Deutschland im Handlungsfeld „Menschen“

für Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung (Auswahl):

- Deutsche Gesellschaft für Personalführung (DGFP), Düsseldorf
- Deutsches Komitee der AIESEC (Association Internationale des Étudiants en Sciences Économiques et Commerciales), Bonn
- Fair Company, Düsseldorf

Studien und Analysen

Vorausdenken für Menschen



Nachwuchsführungskräfte

Der *Young Executives Survey 2009 (YES)* ergab, dass die Wirtschaftskrise die Karriereaussichten der jungen Wirtschaftselite Deutschlands stark getrübt hat. www.pwc.de/de/pwc381



Demografiemanagement

Die PwC-Studie *Pro 50 – Arbeit mit Zukunft* gibt Hinweise, wie Unternehmen sich auf den demografischen Wandel und alternde Belegschaften einstellen können. www.pwc.de/de/pwc396



HR-Technologie

Die Publikation *HR-Technologie effizient nutzen – Ressourcen optimal einsetzen* beschreibt den Nutzen von IT-Systemen für Talent- oder Performance-Management. www.pwc.de/de/pwc395



Talentmanagement

Die Publikation *Talent and the Finance Function* zeigt, wie Finanzdienstleister in Mitarbeiter investieren können, die ihnen effizient aus der Wirtschaftskrise heraushelfen. www.pwc.de/de/pwc394



Wirtschaftskrise

Das Vertrauen von Firmenchefs in die zukünftige Geschäftsentwicklung ist nachhaltig erschüttert, so der CEO Survey 2009 von PwC. www.pwc.de/de/ceosurvey2009



Im effizienten Umgang mit der Ressource Wasser sind Kamele unerreicht. Da sie erst ab einer Körpertemperatur von 40 Grad schwitzen, verlieren sie in der Hitze weit weniger Flüssigkeit als Menschen oder andere Säugetiere. Und so können sie von ihrem Vorrat viele Tage zehren: Frisch getränkt beträgt dieser weit über 100 Liter Wasser. Kamele können diese Menge in kürzester Zeit aufnehmen, ohne dass es zu einer Wasserintoxikation des Körpers kommt.

- 119,6 Millionen Kilometer legten unsere Mitarbeiter im vergangenen Geschäftsjahr bei Dienstreisen zurück – rund 12 Millionen Kilometer weniger als im Vorjahr.
- 19.758 Tonnen CO₂-Emissionen waren auf diese Dienstreisen zurückzuführen.
- 4,14 Tonnen beträgt der durchschnittliche CO₂-Fußabdruck eines jeden PwC-Mitarbeiters.
- 551 Tonnen Papier hat PwC im vergangenen Jahr in den Büros sowie für den Druck von Broschüren verbraucht – 4,2 Prozent weniger als im Vorjahr.

Ressourcen schonen

Unsere Tätigkeit als Prüfer und Berater ist zwar im Vergleich zu anderen Branchen nicht energieintensiv. Dennoch hat auch unser Geschäft – zum Beispiel durch unsere berufsbedingte Mobilität und den Energieverbrauch unserer Gebäude – Auswirkungen auf die Umwelt. Dieser Verantwortung sind wir uns bewusst. Daher arbeiten wir daran, Lösungen zu finden, um die negativen Auswirkungen unserer Tätigkeit auf die Umwelt bestmöglich zu reduzieren, und unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern.

Auch unseren Mandanten helfen wir, verantwortungsvoll mit der Vielzahl gesetzlicher und gesellschaftlicher Anforderungen umzugehen, mit denen sie im Umweltbereich konfrontiert sind. Viele Kollegen beschäftigen sich bei PwC mit Nachhaltigkeitsthemen. Experten für erneuerbare Energien, energiewirtschaftsrechtliche Beratung oder den Emissionshandel identifizieren jenseits unserer eigenen umweltrelevanten Aktivitäten auch sektorspezifische Umweltthemen für Unternehmen und erarbeiten gemeinsam mit ihnen Problemlösungen.

Vorausdenken und handeln

Die Umweltauswirkungen einer Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft sind auf den ersten Blick gering. Was CO₂-Emissionen anbetrifft, können sicher durch vorausschauende Beratung unserer Mandanten – also durch unser operatives Geschäft – insgesamt höhere Einsparungen in Deutschland erzielt werden als durch Reduktionsverpflichtungen unserer eigenen Organisation.

Dass wir uns dennoch um den betrieblichen Umweltschutz und unseren Carbon Footprint kümmern, hat mehrere Gründe. Zum einen können wir nur glaubwürdig beraten, wenn wir den Umweltschutz bei uns selbst ernst nehmen. Zum Zweiten gewinnen wir mit dem Erstellen einer eigenen Umweltbilanz zusätzliche Praxiserfahrung, die wir wieder in die Kundenberatung einfließen lassen können. Und zum Dritten sprechen die Kosten für aktiven Umweltschutz: Wir sparen mehr, beispielsweise durch verringerten Energieverbrauch, als wir in die Erstellung der Bilanz investieren.

Wir haben deshalb im Juli 2009 beschlossen, ein Managementsystem nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 aufzubauen und dieses dann auch prüfen zu lassen. Schließlich wissen wir, wie wichtig der systematische Umgang mit Umweltaspekten ist und dass nur derjenige, der sich regelmäßig damit befasst und Optimierungspotenziale auslotet, einen wirklichen und dauerhaften Nutzen daraus zieht. Die Umweltaspekte, mit denen wir uns beschäftigen, werden sich dadurch ausweiten und neben Energie und Klimaschutz auch Wasser, Papier sowie andere Verbrauchsmaterialien und damit sowohl das Einkaufsmanagement als auch das Thema Recycling und Entsorgung umfassen.

Mobilität als größte CO₂-Quelle

Die größte Auswirkung auf die Umwelt hat unsere berufsbedingte Mobilität. Dazu zählt die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter zu den Mandanten und ihren Projekten vor Ort. Für solche Reisen haben unsere Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2008/09 insgesamt rund 120 Millionen Kilometer zurückgelegt (Vorjahr: 132 Mio. km). Wir sind uns bewusst, dass dieser Rückgang vor allem auf die Finanz- und Wirtschaftskrise und den damit einhergehenden Rückgang des Geschäftsvolumens zurückgeht.

Dennoch tragen auch unsere bewussten Umweltbemühungen Früchte, etwa bei der Verlagerung von Reisen auf die Bahn. Eine weitere Möglichkeit, Dienstreisen zu reduzieren, ist die verstärkte Nutzung von Videokonferenztechnik. So haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr beschlossen, den Erfolg in der Nutzung

der Videokonferenztechnologie an drei Pilotstandorten und den damit verbundenen positiven Umwelteffekt weiter fortzuschreiben und sieben weitere PwC-Standorte mit dieser Technologie auszustatten. Wir schätzen, dass wir auf diese Weise mindestens fünf Prozent der Reisen ganz einsparen können.

Rückgang bei Flug- und Pkw-Reisen

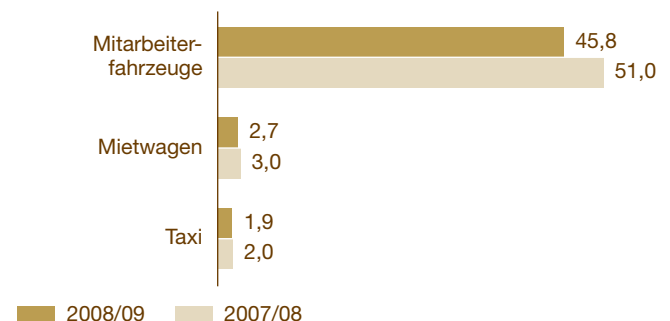
Die am meisten genutzten Verkehrsmittel waren Pkw und Flugzeug. Auf Pkw entfielen rund 50,4 Millionen Kilometer (Vorjahr: 56,0 Mio. km), wozu neben Fahrten zu und für Mandanten auch solche zu Veranstaltungen, Workshops und Weiterbildungsmaßnahmen zählen, außerdem Fahrten mit Mietwagen und Taxis. Der jährliche Durchschnitt der Pkw-Fahrten pro Mitarbeiter lag bei 5.600 Kilometer (Vorjahr: 6.300 km). Die CO₂-Emissionen aus den Dienstreisen per Pkw lagen im Geschäftsjahr 2008/09 bei 10.003 Tonnen (Vorjahr: 11.128 t), wobei wir einen durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von etwa 200 Gramm pro Kilometer zugrunde gelegt haben.

Das Flugzeug ist als Verkehrsmittel im internationalen Geschäft unverzichtbar. Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2008/09 48,1 Millionen Kilometer mit dem Flugzeug zurückgelegt (Vorjahr: 54,8 Mio. km). 31 Prozent der Flugziele lagen im Ausland, davon 82 Prozent in Europa. Innerhalb von Deutschland wurden rund 15,4 Millionen Kilometer mit dem Flugzeug zurückgelegt (Vorjahr: 18,1 Mio. km). Rund dreißig Prozent der innerdeutschen Flüge lagen im Kurzstreckensegment unter 550 Kilometern. Aus den Flugreisen ergab sich 2008/09 ein CO₂-Ausstoß von insgesamt 7.002 Tonnen (Vorjahr: 7.822 t). Im Rahmen unserer CO₂-Reduktionsbemühungen diskutieren wir derzeit, inwieweit für Kurzstrecken verstärkt die Bahn genutzt werden kann. Zwar hat sich die Reisetätigkeit vor allem aufgrund der Finanz- und Wirtschaftskrise verringert, was sich bei den CO₂-Emissionen positiv bemerkbar gemacht hat. Doch wollen wir unser grundsätzliches Ziel, für Kurzstrecken das Flugzeug seltener zu benutzen, deshalb nicht aus dem Auge verlieren.

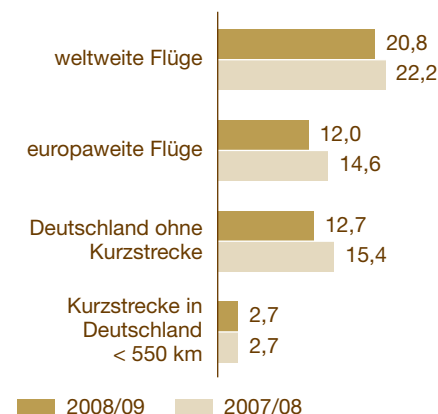
Bahnfahrten legen zu

Die Bahn gilt als das umweltschonendste und energieeffizienteste Verkehrsmittel. Daher ermutigen wir unsere Mitarbeiter, im innerdeutschen Verkehr verstärkt die Bahn zu benutzen – mit Erfolg: Während die Flugkilometer um 12,3 Prozent und die Pkw-Kilometer um 10,0 Prozent zurückgingen, stiegen die Bahnkilometer trotz Wirtschaftskrise um 0,5 Prozent an, von 21,0 auf 21,1 Millionen Kilometer. Für die über das Internetportal der Bahn erworbenen Tickets haben wir uns von der Deutschen Bahn eine Analyse erstellen lassen. Die meistgefahrenen Strecken waren hierbei jeweils von

Aufteilung der mit dem Pkw zurückgelegten Strecken (in Mio. km)



Aufteilung der mit dem Flugzeug zurückgelegten Kilometer nach Zielentfernung (in Mio. km)



Entwicklung der mit der Bahn zurückgelegten Kilometer (in Mio. km)



Frankfurt am Main nach Düsseldorf (3.794 Fahrten), nach München (3.221 Fahrten) sowie nach Stuttgart (2.121 Fahrten). Auch die Zahl der BahnCard-Inhaber lag mit 1.590 im Jahr 2008/09 um 16,7 Prozent höher als im Vorjahr. Der von uns ermittelte CO₂-Ausstoß aus den Bahnfahrten betrug im Geschäftsjahr 2008/09 rund 925 Tonnen (Vorjahr: 933 t).²

Auf was es uns ankommt

Der Carbon Footprint von PwC

Auch als Dienstleister verursacht PwC umweltschädliche Treibhausgase: Zwar entstehen bei unserer Tätigkeit nur wenige Emissionen aus eigenem Brennstoffverbrauch, die Hauptbelastung entsteht allerdings durch indirekt verursachte Emissionen.

Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2007/08 haben sich unsere absoluten CO₂-Emissionen 2008/09 um 6,7 Prozent von 40.020 auf 37.357 Tonnen CO₂ verringert. Diese Reduktion liegt prozentual leicht unter dem Jahresgeschäftsrückgang. Den Hauptanteil an den Emissionen macht die Reisetätigkeit aus, gefolgt vom Energieverbrauch der Standorte. Pro Kopf sind die CO₂-Emissionen um etwa 8,3 Prozent von 4,51 auf 4,14 Tonnen gesunken. Die spezifischen Emissionen pro Mitarbeiter aus den Geschäftsreisen sanken von 2,50 auf 2,19 Tonnen CO₂ pro Kopf.

Bei der Berechnung unseres CO₂-Fußabdrucks (Carbon Footprint) haben wir uns am internationalen Standard des Greenhouse Gas Protocol orientiert, das vom World Resource Institute (WRI) zusammen mit dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) 2005 in überarbeiteter Fassung herausgegeben wurde.¹ Bei der Berechnung haben wir alle operativen und nicht operativen Bereiche miteinbezogen – die drei Geschäftsbereiche Assurance, Tax und Advisory sowie die internen Dienste „IFirmS“.

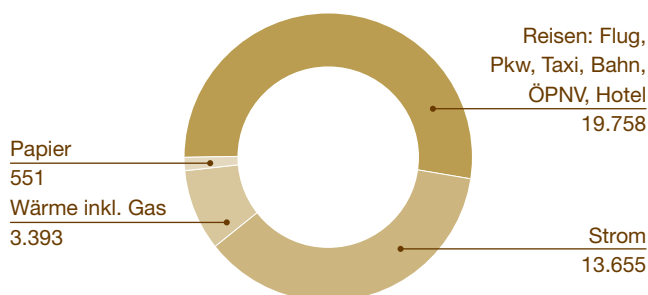
Bei der Berechnung der Emissionsquellen gilt:

Scope 1: Emissionen aus direktem Brennstoffverbrauch an unseren 28 Standorten (Erdgas): 898 t

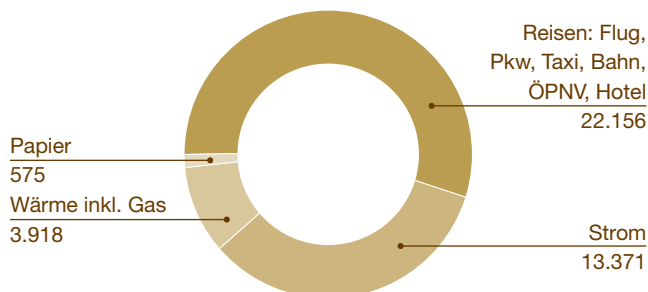
Scope 2: Emissionen aus indirektem Brennstoffverbrauch für Elektrizität und Fernwärme an unseren 28 Standorten: 16.161 t

Scope 3: Emissionen aus Geschäftsreisen der Mitarbeiter, zusätzlich Emissionen aus Hotelübernachtungen und Papierverbrauch: 20.309 t. Eine genauere Aufschlüsselung unseres Carbon Footprint finden Sie im Datenteil auf den Seiten 41 – 42.

CO₂-Fußabdruck 2008/09
(in Tonnen CO₂)



CO₂-Fußabdruck 2007/08
(in Tonnen CO₂)



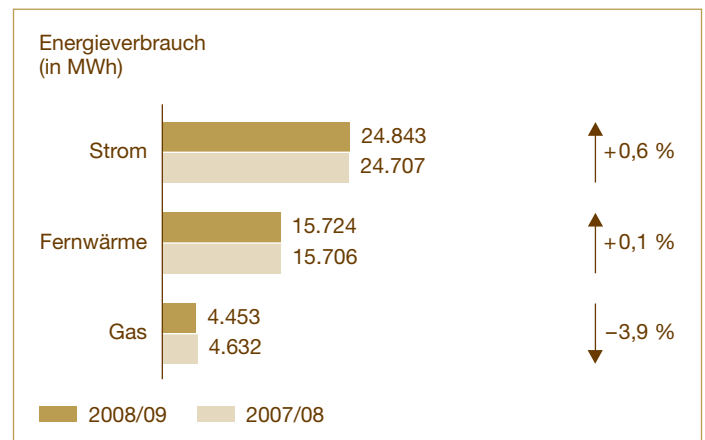
¹ The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard, Revised Edition 2005. Herausgegeben vom World Resources Institute (WRI) und World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).
Download unter: www.ghgprotocol.org/files/ghgprotocolrevised.pdf

Begrenzte Möglichkeiten beim Energieverbrauch

Der Energieverbrauch an unseren 28 Standorten ist ein weiterer wesentlicher Bestandteil unserer Umweltauswirkungen. Er entsteht vor allem durch die Heizungs- und Klimaanlage sowie die Nutzung von Computern, Informationstechnologie, Beleuchtung und anderen elektrischen Geräten. Da PwC in Deutschland keine eigenen Gebäude besitzt, sondern nur Mieter ist, haben wir auf die energietechnische Ausstattung der Gebäude nur dann einen größeren Einfluss, wenn wir der alleinige oder der Hauptmieter sind. Bei der Wahl unserer Computer- und IT-Ausstattung können wir stärker in Richtung Energieeffizienz steuern.

Trotz gestiegener Mitarbeiterzahlen und eines im Vergleich zu den Vorjahren härteren Winters mit längeren Heizperioden scheint der Energieverbrauch an unseren 28 Standorten annähernd konstant. Der Heizenergieverbrauch betrug im Geschäftsjahr 2008/09 insgesamt 20.177 Megawattstunden. Bei elektrischer Energie (Strom) waren es 24.843 Megawattstunden. Mit den Werten aus dem Vorjahr (Heizenergie: 20.338 MWh, Strom: 24.707 MWh) sind diese Verbrauchszahlen allerdings nicht direkt vergleichbar, da die Erhebungsmethodik im Geschäftsjahr 2008/09 angepasst wurde. So wurden in diesem Jahr die Abrechnungszeiträume der vorliegenden Abrechnungen tagesgenau dem betreffenden Geschäftsjahr zugeordnet. Im vergangenen Jahr gab es diese Zuordnung nach Kalender-/Geschäftsjahr. Dennoch legt die Größenordnung nahe, dass sich der Energieverbrauch insgesamt nur unwesentlich geändert hat. Bei größeren Standorten und Gebäuden, die ausschließlich von PwC genutzt werden, sind Verträge mit lokalen Versorgern vorhanden. Dadurch liegen Verbrauchszahlen für Frankfurt am Main, Düsseldorf, Hamburg, München, Berlin sowie für die Rechenzentren vor. Hierbei beträgt der Anteil des Stromverbrauchs bei den Rechenzentren circa 25 Prozent und bei den kleineren Standorten zusammen circa 15 Prozent.

Der Stromverbrauch der Rechenzentren lag 2008/09 bei 6.228 Megawattstunden (Vorjahr: 6.566 MWh) und damit 5,1 Prozent unter dem Vorjahreswert. Der CO₂-Ausstoß aus dem Energieverbrauch betrug 17.048 Tonnen im Geschäftsjahr 2008/09. Auch hier gilt, dass der Wert aus dem Vorjahr (17.289 t) nicht direkt vergleichbar ist, da die Verbrauchszahlen nach einer veränderten Methodik erhoben wurden.



Einflussfaktor Informationstechnologie

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für unsere Dienstleistungen ist eine gut funktionierende technische Infrastruktur. Unsere Mitarbeiter müssen von überall und jederzeit die Möglichkeit haben, auf Informationen aus dem Firmennetzwerk sicher zugreifen und gegenüber unseren Mandanten Auskunft geben zu können. Wir vermeiden damit auch sonst notwendige Reisen. Insbesondere durch die ökologische Optimierung der Rechenzentren, die Nutzung neuer energieeffizienterer Kommunikationstechnologien und IT-Geräte sowie Verbesserungen in den Abläufen wollen wir künftig Energieeinsparpotenziale nutzen.

Die größte Wirkung versprechen wir uns durch die Optimierung der beiden Rechenzentren im Raum Frankfurt am Main. Eines der Zentren wird im aktuellen Geschäftsjahr in eine neue Liegenschaft umziehen, die als Energiespar-Datencenter angelegt wurde. Dabei waren der Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen zentrale Kriterien dieser Entscheidung, die zudem auch zu Kostenreduzierungen führt. Hauptreduktionsfaktor sind neue, effizientere Kühlungstechniken für die technische Infrastruktur und die Virtualisierung von bisher physisch vorgehaltenen Rechnerressourcen. Wir erwarten, durch diese Virtualisierungen eine wesentliche Energieeinsparung zu erreichen. Auch am zweiten Rechenzentrumsstandort wird ein neues Kühlsystem eingeführt. Dieses neue System setzt auf eine noch genauere Steuerung der kalten und warmen Luft und auf eine Abschottung der zu kühlenden und nicht zu kühlenden Bereiche, um die Wärmetauschestleistung noch gezielter zur Wirkung zu bringen.

Nachdem schon im Geschäftsjahr 2007/08 alle alten Röhrenmonitore gegen neue energieeffizientere 22-Zoll-LCD-Monitore ausgetauscht worden waren, fand im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Austausch der

² Quelle für den Emissionsfaktor: Umweltanalyse der Deutschen Bahn. In Abweichung von der sonstigen Methodik enthält dieser auch Teile der Vorkette bei der Stromerzeugung.

Notebooks durch die neueste Gerätegeneration statt. In der Konfiguration der Notebooks wird immer auf den geringstmöglichen Stromverbrauch geachtet, ohne dass die Gesamtleistung für den Anwender verloren geht. Erreicht wird dies in den neuen Geräten durch die Auswahl von integrierten Grafikchips und energieeffizienten Prozessoren. Eine PwC-interne Vergleichsmessung der neuen mit der alten Notebookplattform ergab einen bis zu 38 Prozent geringeren Stromverbrauch bei gleichem Nutzungsverhalten.

Papierverbrauch rückläufig

Wir sind uns bewusst, dass der Papierverbrauch erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt hat. In bestimmten Bereichen ist der Einsatz von Papier aber unverzichtbar, etwa wegen gesetzlicher Anforderungen bei Geschäfts- und Prüfungsberichten. Durch den Einsatz neuer Technologien wie zum Beispiel multifunktionaler Geräte und durch die zunehmende Digitalisierung von Daten kann der Papierverbrauch aber sukzessive reduziert werden. Gleichzeitig sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter dafür, verantwortungsvoll mit Papier umzugehen, was im vergangenen Geschäftsjahr zu einem Verbrauchsrückgang von 4,2 Prozent auf 551 Tonnen führte. Beim Einkauf von Papier greifen wir auf einen Lieferanten zu, der die 28 Standorte von PwC Deutschland mit FSC-zertifiziertem Papier beliefert. Das Siegel des Forest Stewardship Council (FSC) garantiert die nachhaltige Erzeugung von Holz zur Herstellung von Papier.

Einkauf wird nachhaltiger

Die Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen in die unternehmerische Praxis ist ein fortwährender Prozess – auch in der Einkaufspolitik. So haben wir mehrfach unsere Einkaufsrichtlinie überarbeitet, um darin neben der Kosteneffizienz auch Schritt für Schritt Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen. Im aktuellen Stand von Januar 2009 haben wir bereits mit positivem Ergebnis festgehalten, dass der Einkauf nachhaltiger werden kann und soll. Bis zum Geschäftsjahr 2010/11 soll dies auch praktisch umgesetzt und in die Geschäftsprozesse integriert sein.

Ausgewählte Dienstleistungen für unsere Kunden

Einen großen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung können wir durch unsere Beratungs- und Prüfungsarbeit leisten. Schon heute arbeitet der Bereich Sustainable Business Solutions bei PwC bereichsübergreifend daran, die Synergien aus der Kompetenz unserer Geschäftsbereiche zu bündeln und daraus Vorteile für unsere Kunden zu generieren, die sich auch positiv auf den Umweltschutz auswirken werden. Wir wollen damit den Wandel vom Shareholder Value zum Stakeholder Value in Deutschland vorantreiben.

PwC prüft beispielsweise Umweltkennzahlen und CO₂-Daten in Ergänzung zur Prüfung von Nachhaltigkeits- und Lageberichten, wo PwC deutscher Marktführer ist. Wir haben eine Prüfmethodik entwickelt, um die Qualitätsmaßstäbe des Finanz- und Rechnungswesens auf die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu übertragen. Mit der Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichtes können Unternehmen die Glaubwürdigkeit ihrer Kommunikation für die Gesellschaft, die Mitarbeiter und den Finanzmarkt stärken. Eine Prüfung durch PwC stellt sicher, dass die publizierten Informationen richtig, vollständig und angemessen sind.

Unsere Steuerexperten beraten unter anderem bei den steuerlichen Konsequenzen aus dem europäischen Emissionshandel. So bewegt sich zwar der Handel mit Emissionszertifikaten im Rahmen einer EU-weiten Richtlinie, die Besteuerung von Einkünften und Verlusten dagegen wird in den 27 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union unterschiedlich gehandhabt. Daher ist es für Unternehmen mit Niederlassungen in verschiedenen Ländern der EU zunehmend schwierig, den Überblick zu behalten und kostenträchtige Fehler zu vermeiden.

CO₂-Emissionen werden auch auf der Ebene einzelner Konsumgüter immer wichtiger. So machen immer mehr Verbraucher ihre Kaufentscheidung davon abhängig, ob Produkte nach ethisch oder ökologisch vertretbaren Kriterien hergestellt worden sind. Dabei spielt der Klimaschutz eine wesentliche Rolle. PwC-Experten helfen dabei, einen sogenannten Product Carbon Footprint (PCF) zu erstellen, der die Menge an Klimagasemissionen beschreibt, die durch ein Produkt bei dessen Herstellung, Nutzung und Entsorgung insgesamt freigesetzt werden. Unternehmen können sich über einen solide berechneten PCF profilieren und zusätzliche Kunden- und Umsatzpotenziale erschließen.

Wo wir uns engagieren

In den folgenden Verbänden und Initiativen engagiert sich PwC Deutschland im Handlungsfeld „Umwelt“ für Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung (Auswahl):

- Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME), Frankfurt am Main
- Deutsche Vereinigung für Wasserwirtschaft, Abwasser und Abfall (DWA), Hennef
- World Energy Council – Deutsches Nationales Komitee des Weltenergiesrates, Berlin

Studien und Analysen

Vorausdenken für die Umwelt



Klimaschutz

Die Mehrheit deutscher Logistikunternehmen hat das Potenzial klimafreundlicher Transportdienstleistungen noch nicht erkannt, so die PwC-Studie *Land unter für den Klimaschutz*.
www.pwc.de/de/pwc364



Klimawandel

Der Klimawandel birgt für Einzelhändler und Konsumgüterhersteller zahlreiche Risiken entlang der gesamten Wertschöpfungskette.
www.pwc.de/de/retail-consumer



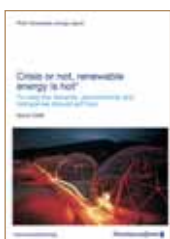
Beschaffung

Mit ökologischer Beschaffungspolitik könnten deutsche Behörden Geld sparen und im europäischen Vergleich wieder aufholen, belegt die PwC-Studie *Green Public Procurement*.
www.pwc.de/de/sustainability



Wettbewerb

Smart Metering hilft Unternehmen der Strom- und Gaswirtschaft, Klimaschutzvorgaben der Bundesregierung zu erfüllen.
www.pwc.de/de/pwc399



Erneuerbare Energien

Vor dem Hintergrund der europäischen Klimaschutzziele für 2020 analysiert diese PwC-Studie das Marktpotenzial der erneuerbaren Energien.
www.pwc.de/de/pwc398



Partnerschaften verschiedener Arten machen gemeinsam stark. Symbiotische Systeme prägen deshalb den größten Teil der Biomasse auf der Erde. Sie stehen nicht für ein Leben in Harmonie, sondern für einen dauerhaften gegenseitigen Nutzen. Ein Beispiel ist die Orientalische Süßlippe und der Putzerlippfisch: Indem das kleine Fischlein das Maul des Großen reinigt, erhält es seine Nahrung und gleichzeitig des anderen Gesundheit.

- 30.000 Euro Preisgeld winken den Gewinnern des jährlich ausgeschriebenen Transparenzpreises für Spendenorganisationen.
- 2,37 Millionen Euro hat PwC Deutschland im vergangenen Geschäftsjahr für gemeinnützige Zwecke gespendet, davon knapp 624.000 Euro an die PwC-Stiftung.
- 2,62 Millionen Euro hat die PwC-Stiftung 2008 für die Förderung kultureller Jugendarbeit ausgegeben – mehr als doppelt so viel wie im Vorjahr.
- 6.500 Jugendliche an Brennpunktschulen wurden innerhalb der vergangenen drei Jahre mit der von der PwC-Stiftung geförderten Musical-Initiative erreicht.

Verantwortung tragen

Als Teil der Wirtschaft sind wir Teil dieser Gesellschaft. Daher sehen wir uns in der Pflicht, unsere Verantwortung für sie wahrzunehmen und einen gesellschaftlichen Mehrwert jenseits des Kerngeschäfts zu schaffen.

In unserer Arbeit als Wirtschaftsprüfungsgesellschaft sorgen wir für Glaubwürdigkeit und Transparenz. Um diese Kompetenz verstärkt in die Gesellschaft einzubringen, haben wir den jährlichen Transparenzpreis für gemeinnützige Organisationen initiiert. Damit unterstützen wir den sozialen Sektor, sich zukunftsorientiert aufzustellen und den auch in diesem Bereich wachsenden Transparenzansprüchen der Gesellschaft zu begegnen.

Ein weiteres Anliegen ist uns Bildung und Wissen – die wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Zukunft des Standorts Deutschland. Wir kooperieren deshalb intensiv mit Hochschulen und wissenschaftlichen Instituten. Die Jugendbildung ist – verbunden mit der Kulturförderung – zentrales Anliegen unserer rechtlich eigenständigen PwC-Stiftung.

In Bildung investieren

Bildung ist die Ressource der Zukunft. Dies trifft in besonderem Maße auf Deutschland zu, dessen natürliche Ressourcen begrenzt sind und das seinen Status als eine führende Exportnation maßgeblich seinen Ingenieurs- und Forschungsleistungen verdankt. Um den Wandel von der Industriegesellschaft zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft zu bewältigen, ist die Bildung der Jugend und des wirtschaftlichen Nachwuchses ein wichtiger Baustein.

Das Thema Bildung liegt PwC deshalb besonders am Herzen – auch wegen unseres Kundenversprechens, „Vorausdenker“ zu sein. Ein wesentlicher Teil unseres Bildungsengagements besteht in der Kooperation mit mehreren Universitäten im ganzen Bundesgebiet. Dabei unterstützen wir die Einrichtungen nicht nur finanziell, sondern auch mit Praxis-Know-how in der Lehre – beispielsweise dadurch, dass unsere Mitarbeiter und Führungskräfte neben ihrer Arbeit Lehraufträge wahrnehmen. Die Themen der Seminare und Vorlesungen reichen von Steuerangelegenheiten über internationale Rechnungslegung und Themen wie „Finanzkrise aus Sicht eines Wirtschaftsprüfers“ bis hin zum Nachhaltigkeitsmanagement. Weitere Lehraufträge bestehen an Fachhochschulen und Bildungseinrichtungen der Wirtschaft wie der Frankfurt School of Finance & Management. Die Verbindung mit den Hochschulen pflegen wir zum Beispiel durch Aktivitäten wie ein Doktorandenseminar zum Thema Nachhaltigkeit. Darüber hinaus pflegen spezielle University-Relationship-Manager diese Kontakte. Denn unser Engagement in der Lehre trägt nicht unerheblich dazu bei, dass sich talentierte Absolventen bei uns bewerben.

Auch mit anderen Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen pflegen wir eine enge Zusammenarbeit. Ein Beispiel ist das Hamburgische WeltWirtschaftsinstitut (HWWI). Dabei geht es um eine langfristig angelegte Partnerschaft als Ergänzung des jeweils eigenen Leistungsangebots. Das dadurch vertiefte volkswirtschaftliche Know-how kommt auch den PwC-Kunden aus Unternehmen und öffentlicher Verwaltung zugute.

Führungskräfte für Nachhaltigkeit schulen

An anderer Stelle kooperieren wir explizit zum Thema Nachhaltigkeit und Verantwortung: Im Juni 2009 startete eine Zusammenarbeit mit der in Frankfurt am Main ansässigen Fundraising Akademie, die sich mit einem Ausbildungskurs zum CR-Manager an Führungskräfte aus Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen wendet. Die glaubwürdige Integration sozialer und ökologischer Aspekte in das wirtschaftliche Handeln steht dabei im Vordergrund. Und so stehen auf dem Lehrplan: Nachhaltigkeits-

strategien und -instrumente, Wirtschafts- und Unternehmensethik, soziale, ökonomische und ökologische Kriterien, Kooperationsmöglichkeiten zwischen Wirtschaftsunternehmen und Non-Profit-Organisationen sowie die zielgruppenspezifische Berichterstattung. Mit solchen Bildungsk Kooperationen gestaltet PwC auch die gesellschaftliche Dimension seiner Initiative PwC Experience.

Engagement für Bildung und Kultur

Neben der rechtlich eigenständigen PwC-Stiftung bestehen bei PwC eigene Spenden- und Sponsoringaktivitäten, mit denen wir flexibel auf gesellschaftlich relevante Themen reagieren. Beispiele sind der vom Stifterverband jährlich ausgelobte Wettbewerb „Stadt

der Wissenschaft“, der Businessplan-Wettbewerb „Future-SAX“ in Sachsen, die Unterstützung der Erweiterung des Städelmuseums in Frankfurt am Main und exklusive Veranstaltungen wie die „ZEIT-Konferenz“, die „Rheingauer Impulse“ oder der „Eurobörsentag“ der Börsen-Zeitung.

Neue Spenden- und Sponsoringrichtlinie

Um Klarheit über die Ziele, Themen und Grenzen unseres Engagements zu schaffen, hat PwC im März 2008 eine Spenden- und Sponsoringrichtlinie erlassen. Grundlage der Förderaktivitäten ist demnach das Leitmotiv „Wissen ist unser Kapital“. Hinzu kommt der Wissenstransfer auf eigenen Veranstaltungen sowie Hochschulförderprojekte.

Auf was es uns ankommt

Transparenzpreis für Spendenorganisationen

Transparenz – für Mitarbeiter, Investoren, Behörden und Bürger – ist ein wesentliches Ziel unserer Arbeit. Daher haben wir auch unser gesellschaftliches Engagement in den Dienst dieser Sache gestellt: Mit der jährlichen Verleihung des Transparenzpreises an deutsche Spendenorganisationen tragen wir den Rechenschaftsgedanken in einen Sektor, dem viele Bürger hohe Geldsummen zukommen lassen. Denn die Spender haben ein Recht auf Transparenz – darauf, zu erfahren, was mit ihren Geldern geschieht.

Bislang gibt es in Deutschland keine Vorschriften für das Erstellen einer Erfolgsrechnung von Spendenorganisationen. PwC hat gemeinsam mit dem Lehrstuhl für Rechnungslegung und Prüfung der Georg-August-Universität Göttingen einen Kriterienkatalog entwickelt, der speziell auf die Beurteilung der Berichterstattung von Spendenorganisationen zugeschnitten ist und laufend aktualisiert wird. Auf dieser Basis nehmen wir seit 2005 deutsche Spendenorganisationen unter die Lupe und wollen ihnen damit gleichzeitig Unterstützung bieten – indem wir einerseits größere Transparenz für die Spender schaffen und andererseits den Hilfsorganisationen

Orientierung in Form von Best-Practice-Beispielen für die Berichterstattung bieten. Denn sie stehen zunehmend im Wettbewerb um immer knappere Gelder und müssen sich vielfach rechtfertigen. Bewerben können sich alle deutschen Spendenorganisationen, die Spendeneinnahmen von mindestens einer Million Euro jährlich nachweisen. Die Teilnahme ist kostenlos, ebenso wie die Einzelauswertung und Beurteilung, die alle Teilnehmer erhalten.

Im November 2008 ging der zum vierten Mal verliehene PwC-Transparenzpreis in Höhe von insgesamt 30.000 Euro anteilig an drei Organisationen: CARE Deutschland-Luxemburg e. V., Ärzte ohne Grenzen e. V. und die Deutsche Welthungerhilfe e. V. Der Sonderpreis für kleinere Spendenorganisationen ging an den Landesverband Hessen der Deutschen Multiple Sklerose Gesellschaft e. V.

Neben der Nennung des Leitmotivs legt die Richtlinie Kriterien fest, denen Förderprojekte entsprechen müssen. So werden Spenden grundsätzlich freiwillig an religiöse, wissenschaftliche, gemeinnützige und kulturelle Einrichtungen und ohne Erwartung einer Gegenleistung vergeben. Beim Sponsoring dagegen geht es um die Bereitstellung von Finanzmitteln, Sach- und/oder Dienstleistungen gegen die Gewährung des Rechts auf kommunikative Nutzung der Sponsoringleistung. Trotz des beidseitigen Nutzens für die Gesponserten und den Sponsor macht unsere Richtlinie deutlich, dass durch die Förderung keine Befangenheit von PwC-Mitarbeitern entstehen darf. Der Nutzen für PwC darf nicht in der Aussicht auf einen Beratungs- oder Prüfungsauftrag bestehen, sondern muss auf die Steigerung der Reputation beschränkt bleiben.

Kulturelle Jugendbildung

Einen Großteil seines Engagements hat PwC in die PwC-Stiftung „Jugend – Bildung – Kultur“ ausgliedert. Sie unterstützt innovative Projekte, die den Dialog zwischen der Jugend und dem Kulturbereich fördern und kulturelle Inhalte verstärkt in der Bildung verankern. Dem zugrunde liegt die Erkenntnis, dass kulturelle Bildung die Urteilskraft stärkt und damit den Jugendlichen hilft, einfacher durchs Leben zu kommen – unabhängig davon, ob sie sich weiter selbst kulturell engagieren. So wollen wir ein Gegengewicht zu Phänomenen einer Gesellschaft setzen, in der Kinder und Jugendliche sozial isoliert werden, Sprach- und Kommunikationskultur verkümmern, Massenmedien Passivität statt Kreativität fördern und die Wertekultur stagniert.

Für eine Förderung durch die PwC-Stiftung bewerben können sich Initiativen aus allen Bereichen der ästhetischen Bildung. Sie sollen Kinder und Jugendliche an Kunst und Kultur heranzuführen, denen dieser Zugang bisher verwehrt war. Ziel ist nicht die Begabten- oder Nachwuchsförderung, sondern die Breitenförderung.

Rekordfördersumme in 2008

Durch die rechtliche Eigenständigkeit und die Rechtsform kann die Stiftung relativ unabhängig vom Unternehmenserfolg von PwC agieren; lediglich die Höhe der jährlichen Zustiftung variiert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte die PwC-Stiftung bundesweit 27 Projekte mit einer Rekordsumme von insgesamt 2,62 Millionen Euro unterstützen.

Erstmals war in diesem Jahr ein eigeninitiiertes, mehrjähriges Programm dabei, in das über die Hälfte der gesamten Fördersumme floss: Unter dem Titel „Kultur.Forscher!“ arbeitet die Stiftung mit der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung zusammen, um über

einen Zeitraum von drei Jahren Schulen in Kooperation mit Kulturinstitutionen gezielt dabei zu unterstützen, Ansätze forschenden Lernens in künstlerischen Fächern zu stärken. Ausgehend von den Fragen der Schüler, entwickelt jede der 24 teilnehmenden Schulen aus acht Städten ihr eigenes „Kultur.Forscher!“-Projekt.

Kreativprogramm mit Sprachförderung

Ein besonderes Highlight ist die seit 2006 von PwC geförderte amerikanische Tanzgruppe „Young Americans“, die sogenannte Music Outreach Tours zu Schulen in sozialen Brennpunkten unternimmt. Die Schulen müssen einen Förderantrag stellen, und wenn sie erfolgreich waren, sponsert die Stiftung den kompletten Auftritt der „Young Americans“, der normalerweise rund 25.000 Euro kostet. In wenigen Tagen studieren die rund 40 professionellen Tänzer mit Schülern ein bühnenreifes Musical ein. Da bei den intensiven Proben ausschließlich Englisch gesprochen wird, erweitern die Jugendlichen nebenbei auch ihre Sprachkompetenz. Am Ende der drei Tage steht die Aufführung vor Zuschauern.

An den meisten teilnehmenden Schulen wandelten sich das Miteinander und die Atmosphäre positiv, einige haben im Anschluss eigene Theater- und Tanzgruppen gegründet. Innerhalb von drei Jahren trat die Gruppe an bei bislang 23 Brennpunktschulen in Deutschland auf und erreichte rund 6.500 Jugendliche.

Ausgewählte Dienstleistungen für unsere Kunden

Gesellschaftliches Engagement stellt PwC aber nicht nur in seinem eigenen Umfeld unter Beweis, sondern auch in seinen Prüfungs- und Beratungsdienstleistungen. Gemeinnützige Unternehmensaktivitäten müssen zu Unternehmenszweck und Strategie passen, um Mehrwert zu stiften und Glaubwürdigkeit zu fördern. Unsere Mandanten unterstützen wir deshalb dabei, die richtigen Maßnahmen auszuwählen, und begleiten sie beim Design der Projekte und deren Umsetzung. Des Weiteren bieten wir Hilfestellung bei der Messung und Bewertung des Langzeitzutzens von Maßnahmen sowie der Prüfung von internen oder externen Regeln, Vorgaben und Richtlinien.

Die maßgeschneiderte Steuerberatung für Stiftungen leistet einen Beitrag zum Erhalt von gesellschaftlichem Kapital, besonders in der Finanz- und Wirtschaftskrise. So birgt der Grundsatz der Vermögenserhaltung bei Stiftungen in Krisenzeiten rechtliche Risiken, etwa in Form der Klärung, ob der Wert des Stiftungsvermögens nominal oder real zu erhalten ist. Etwaige Verluste einer Stiftung können Auswirkungen auf die Anerkennung der Gemeinnützigkeit haben oder Haftungsrisiken für den Vorstand beinhalten.

Mit Responsible Investment Management helfen wir unseren Mandanten, wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Risiken bei Auslandsdirektinvestitionen zu vermeiden. Damit schützen Unternehmen zum einen den wirtschaftlichen Wert ihrer Investitionen durch ein umfassendes Risikomanagement. Gleichzeitig wahren sie ihre Reputation in ihren Herkunftsländern, wenn sie nachweisen können, dass sie sich keiner Verletzung von Konventionen der Vereinten Nationen oder der Menschenrechte schuldig machen. Schließlich fördern sie damit auch die Lebensgrundlagen in den Zielregionen und sorgen so für eine nachhaltige Entwicklung in aufstrebenden Schwellenländern.

Wo wir uns engagieren

In den folgenden Verbänden und Initiativen engagiert sich PwC Deutschland im Handlungsfeld „Gesellschaft“ für Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung (Auswahl):

- Arbeitskreis Corporate Citizenship der Bertelsmann Stiftung, Gütersloh
- Common Purpose Deutschland, Frankfurt am Main
- Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI, Berlin
- Stiftung Deutsche Sporthilfe, Frankfurt am Main

Studien und Analysen

Vorausdenken für die Gesellschaft



Spendenwesen

Die PwC-Studie *Informationsbedarf und Vertrauen privater Spender* unterstreicht das Anliegen des PwC-Transparenzpreises, Spendern sachliche Informationen zu bieten.
www.pwc.de/de/pwc351



Kommunen

Stadtwerke als Unternehmen mit breitem kommunalem Auftrag können nur durch verstärkte Kooperationen die Zukunft sichern und Abhängigkeiten vermeiden.
www.pwc.de/de/pwc374



Integration

Türkischstämmige Unternehmer haben sich in Deutschland mit „typisch deutschen“ und mediterranen Tugenden fest etabliert. Ihr Erfolg könnte ein Modell für Deutschland sein.
www.pwc.de/de/pwc401



Arbeitsplätze

In der Studie *Deutschland 2018* prognostiziert PwC die Entwicklung der Erwerbstätigkeit in den 429 deutschen Kreisen und kreisfreien Städten und stellt drei mögliche Szenarien vor.
www.pwc.de/de/pwc402



Regionalentwicklung

Die Studie von PwC und dem Hamburgischen WeltWirtschaftsinstitut (HWWI) zeigt, dass sich die Ostseestädte zu wissensintensiven Regionen wandeln müssen.
www.pwc.de/de/pwc359

Daten und Fakten

Dieser Bericht ist der zweite Nachhaltigkeitsbericht der PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Der erste Bericht erschien im Dezember 2008. Der Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2008/09, das vom 1. Juli 2008 bis zum 30. Juni 2009 reichte. Alle Informationen beziehen sich auf die Tätigkeit von PwC Deutschland mit ihren 28 Standorten und dem Hauptsitz in Frankfurt am Main.

Der Bericht entstand in enger Zusammenarbeit zwischen Mitgliedern des Teams Sustainable Business Solutions, Unternehmenskommunikation und Controlling bei PwC sowie des Unternehmens akzent kommunikation und beratung GmbH, München/Darmstadt. Die Berichtsinhalte wurden dabei nach einem 2008 entwickelten Modell von PwC Global strukturiert, wodurch sich die Gliederung dieses Berichts vom Vorjahresbericht unterscheidet. Die Auswahl der Berichtsthemen entstand nach Abwägung von Stärken und Schwächen des Vorjahresberichts, nach Aktualität und Wesentlichkeit im Berichtszeitraum sowie in Orientierung an den Berichtsleitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der aktuellen dritten Fassung.

Die Datenerfassung, vor allem für den Datenteil dieses Berichts, erfolgte durch zentrale Abfragen und systematisch geführte Statistiken durch die verantwortlichen Stellen am Hauptsitz von PwC, namentlich in den Abteilungen für Controlling, Human Resources, Infrastructure, IT Services sowie für die Umweltdaten bei Sustainable Business Solutions, im Kapitel Gesellschaft zusätzlich unter Verwendung des Jahresberichts der PwC-Stiftung.

Managementansatz für Nachhaltigkeit

Der Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (vgl. auch GRI-Index auf der hinteren Umschlagseite) verlangt eine explizite Darstellung des Managementansatzes für verschiedene Dimensionen des unternehmerischen Nachhaltigkeitsmanagements. Diese Ansätze sind den einzelnen Kapiteln dieses Berichts zugeordnet – die für uns relevantesten Aspekte sind im Kapitel „Unsere Nachhaltigkeitsstrategie“ (Seite 5 - 7) dargestellt. Die unten stehende Tabelle gibt einen stichpunktartigen Überblick mit Seitenverweisen für weiterführende Informationen.

Managementansatz Nachhaltigkeit	
Managementebene nach GRI	Ziele, Leistungen und Richtlinien von PwC
Ökonomie (EC)	sorgfältige, rechtskonforme und ethisch anspruchsvolle Ausübung unserer Tätigkeit (Seiten 10, 12); Unterscheidbarkeit im Wettbewerb durch Initiative „PwC Experience“ (Seiten 6/7); Ziele „Markt“ (Seite 44)
Umweltschutz (EN)	Beitrag zu Klimaschutz, Energie- und Ressourceneffizienz und Sensibilisierung der Mitarbeiter für den Umweltschutz durch Ermittlung und Verringerung des Carbon Footprint (Seiten 26, 41/42) und Aufbau eines Umweltmanagementsystems (Seite 24); Ziele „Umwelt“ (Seite 44)
Arbeitsumfeld/-bedingungen (LA)	Umgang mit der branchenbedingt hohen Mitarbeiterfluktuation als ein Kernelement unserer Nachhaltigkeitsstrategie (Seiten 6/7); Frauenförderung (Seiten 18/19); Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit (Seiten 18, 20, 40); Vereinbarkeit von Familie und Beruf (Seite 20); Ziele „Menschen“ (Seite 44)
Menschenrechte (HR)	größtenteils für PwC nicht relevant. Ausnahme: Vorfälle von Diskriminierung – hierzu verweisen wir auf unsere Ethikgrundsätze (Seite 12), auch für etwaige Risiken hinsichtlich Gewerkschaftstätigkeiten, Kinderarbeit und Zwangsarbeit
Gesellschaft (SO)	strikte Antikorruptionspolitik und entsprechende Schulungen (Seiten 9, 12, 37); Investitionen in gesellschaftliche Anliegen, insbesondere in (Jugend-)Bildung (Seiten 32/33); Ziele „Gesellschaft“ (Seite 45)
Produktverantwortung (PR)	für PwC nicht relevant, da wir keine Produkte im Sinne der GRI herstellen; zur verantwortlichen Erbringung unserer Dienstleistungen vgl. Seiten 10 und 12

Kennzahlen Ökonomie

Gesamtleistung nach Geschäftsbereichen

Das Geschäftsjahr 2008/09 (01.07.2008 bis 30.06.2009) war vor allem durch die Auswirkungen der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise geprägt, die vor allem in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres zu spüren waren. Dadurch ist die Gesamtleistung von PwC Deutschland im abgelaufenen Geschäftsjahr erstmals seit längerer Zeit zurückgegangen: um 7,1 Prozent.

Entwicklung Gesamtleistung in Mio. €	2006/07	2007/08	2008/09
Assurance	784	851	769
Tax	323	353	338
Advisory	241	266	259
Gesamt	1.349	1.470	1.366

Gesamtleistungsanteile der Geschäftsbereiche

Die Gesamtleistungsanteile innerhalb der drei Geschäftsbereiche von PwC sind über die Jahre relativ konstant. Der Bereich Advisory erzielte annähernd die gleiche Leistung wie im Vorjahr.

Gesamtleistungsanteile in %	2006/07	2007/08	2008/09
Assurance	58	58	56
Tax	24	24	25
Advisory	18	18	19

Umsätze nach Branchen

Nach Branchen betrachtet, ist PwC traditionell besonders stark in der Finanzwirtschaft, gefolgt vom Sektor Gesundheitswesen und öffentliche Verwaltung, industrielle Produktion sowie dem Transport- und Logistikbereich.

Umsätze nach Branchen in %	2006/07	2007/08	2008/09
Automobilindustrie	9,2	7,3	5,6
Chemie & Pharma	6,0	5,4	5,5
Energiewirtschaft	7,1	8,0	9,1
Finanzdienstleistungen	20,8	22,2	23,6
Gesundheitswesen & Öffentliche Verwaltung	12,6	12,1	14,1
Handel & Konsumgüter	8,8	7,8	9,0
Industrielle Produktion	11,8	11,3	11,8
Technologie, Medien & Telekommunikation	9,4	13,7	9,2
Transport & Logistik	13,7	11,8	11,8
Sonstige	0,6	0,4	0,3

Antikorruption

Unsere Leitlinien zum Thema Antikorruption umfassen den Verhaltenskodex von PwC Global und die Ethikgrundsätze von PwC Deutschland. Verstöße führen zu disziplinarischen Konsequenzen, bis hin zur Kündigung. Wir bekennen uns zudem ausdrücklich zu Prinzip 10 des UN Global Compact (siehe Seite 45). Im vergangenen Geschäftsjahr wurden im Rahmen des Risikomanagementtrainings rund 6.500 Mitarbeiter zur Antikorruptionspolitik von PwC geschult. Dabei handelte es sich um Partner, Prokuristen und Fachkräfte.

Kennzahlen Mitarbeiter¹**Mitarbeiter nach Einstufung**

Die Zahl der Mitarbeiter bei PwC Deutschland steigt seit Jahren beständig an, wobei dieser Anstieg 2008/09 leicht abgeflacht ist. Die Zahl der Verwaltungskräfte ist rückläufig. Ausbildungsberufe bei PwC sind unter anderem Kaufleute für Bürokommunikation, Steuerfachangestellte sowie Berufsakademie-Studenten.

Anzahl Mitarbeiter	2006/07	2007/08	2008/09
Partner	399	426	441
Fachkräfte	6.200	6.657	6.832
Verwaltungskräfte	1.791	1.787	1.756
Gesamt¹	8.390	8.870	9.028
davon Auszubildende	138	156	172

¹ Unstimmigkeiten in der Addition erklären sich durch Rundungsdifferenzen, da die Zahlen sich jeweils aus den Endständen pro Quartal ergeben.

Arbeitsverträge und betriebliche Leistungen

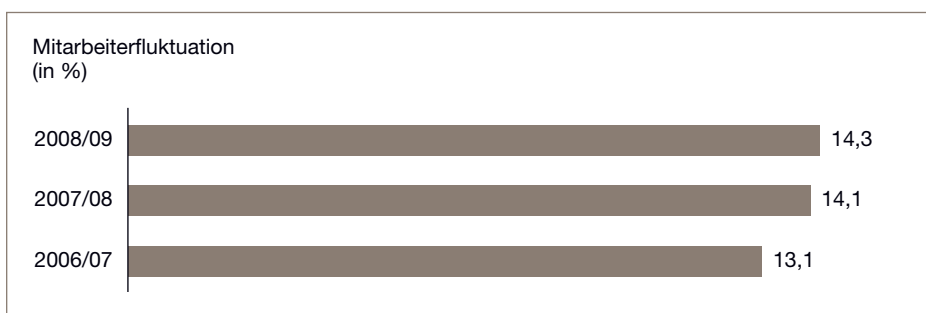
Die Aufschlüsselung der Mitarbeiterzahlen nach Vertragsart unterstreicht unsere Bemühungen, Familie und Beruf besser zu verbinden. Das spiegelt sich in der seit einigen Jahren steigenden Quote der Teilzeitbeschäftigten. Gleichzeitig können unsere Mitarbeiter künftig auch vielfach Vollzeitarbeitsplätze von zu Hause aus einnehmen.

Voll- und Teilzeitbeschäftigung (ohne Partner) ¹	2006/07	2007/08	2008/09
Vollzeit	7.000	7.426	7.278
Teilzeit 60–100%	494	512	582
Teilzeit < 60%	308	315	324

¹ Nicht enthalten sind hierin Mitarbeiter mit stundenbasierten Verträgen, Langzeitkrankheit, Secondments sowie Elternzeit.

Mitarbeiterfluktuation

Die Fluktuation ist in unserem Geschäft branchentypisch hoch und trotz des hohen Aufwands in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter strategisch kein Nachteil. Die Fluktuation bezieht sich zu 38 Prozent auf Mitarbeiter unter 30 Jahren, was unsere Rolle als Ausbilder für die Wirtschaft unterstreicht. Der Anteil von Männern zu Frauen an der Fluktuationsrate beträgt 58 zu 42 Prozent.

**Aus- und Fortbildung**

Die Aus- und Weiterbildung bei PwC ist ein Kernelement unseres Unternehmenserfolgs und unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Gleichwohl versuchen wir, in diesem Bereich die Kosten zu senken, ohne die Qualität der Ausbildung einzuschränken. Dies geschieht vorwiegend durch E-Learning-Maßnahmen im Rahmen der PwC Academy.

Aus- und Fortbildung	2006/07	2007/08	2008/09
Stunden gesamt	798.019	995.950	957.113
Stunden pro Mitarbeiter	100	118	111
Mitarbeiter mit Leistungsbeurteilung in %	nicht erfasst	nicht erfasst	86
Ausgaben in Mio. €	120,1	138,8	129,6
Ausgaben in % zur Gesamtleistung	9,0	9,4	9,5

¹ ohne Aushilfen und Praktikanten, Finanzjahresdurchschnitt auf Basis der Monats-/Quartalsendbestände

Gesundheitsmanagement

Zu den „Corporate Activities“ bei PwC zählen neben den Betriebs-sportaktivitäten alle Gesundheitsvorsorgemaßnahmen sowie die Begleitung von Langzeiterkrankten bei der Wiedereingliederung. Gesundheitsvorsorgemaßnahmen führen wir zusammen mit der Betriebskrankenkasse durch. Dazu zählten im vergangenen Jahr ein Infotag zum Thema Hautkrebs, Rückendiagnosetage und Raucherentwöhnungskurse. Diese Angebote werden von unseren Mitarbeitern sehr stark genutzt. Zudem bieten wir im Herbst allen Mitarbeitern die Möglichkeit, sich gegen Grippe impfen zu lassen. Der Betriebssport umfasst Fußball-, Basketball- und Volleyballteams sowie Laufgemeinschaften. Zusammen mit europäischen PwC-Gesellschaften veranstalten wir internationale Sportturniere.

Gesundheitsmanagement	2006/07	2007/08	2008/09
Krankheitsbedingte Ausfallzeiten (Tage gesamt)	53.900	61.100	65.300
Krankheitsbedingte Ausfallzeiten (Stunden pro Mitarbeiter)	58	63	65
Anzahl der Arbeitsunfälle	97	103	70

Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat

PwC pflegt eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Geschäftsführung und Betriebsrat, für den in fast allen Niederlassungen Vertreter gewählt wurden. Überörtliche Fragen werden vom Gesamtbetriebsrat behandelt. Es werden alle Vorschriften des Betriebsverfassungsgesetzes eingehalten, zu dem unter anderem Anhörungen zu wirtschaftlichen Angelegenheiten und personellen Einzelmaßnahmen gehören. Für die leitenden Angestellten wurde an allen größeren Standorten ein Sprecherausschuss gewählt. Dieser wird ebenfalls nach den Vorschriften des Sprecherausschussgesetzes informiert. PwC hat die wesentlichen betrieblichen Regelungen (Arbeitszeit, Urlaub, Vergütung etc.) in Form von Gesamtbetriebsvereinbarungen getroffen.

Frauenanteil

Im Geschäftsjahr 2008/09 ist die Anzahl der Frauen auf den Ebenen Manager und Senior Manager um 8 Prozent gestiegen. Auch künftig wollen wir den Frauenanteil in Führungspositionen deutlich ausbauen.

Anzahl Frauen	2006/07	2007/08	2008/09
Weibliche Mitarbeiter inkl. Partner	3.846	4.078	4.169
Manager und Senior Manager	589	629	678
Partner	30	34	39

Nationalitäten der Mitarbeiter bei PwC Deutschland

Offenheit gegenüber anderen Kulturen und Mentalitäten ist bei PwC gerade vor dem Hintergrund unseres internationalen Netzwerks besonders wichtig. Dies spiegelt sich auch in der Vielfalt der Nationalitäten unserer Mitarbeiter bei PwC Deutschland.

Nationalitäten der Mitarbeiter in % ¹	2007/08	2008/09
Amerikanisch	6,0	4,6
Britisch	9,5	8,9
Bulgarisch	4,3	4,2
Chinesisch	4,2	5,0
Französisch	5,1	4,6
Griechisch	3,2	3,7
Italienisch	4,0	4,8
Japanisch	2,5	3,0
Kroatisch	3,6	3,9
Niederländisch	2,1	2,2
Österreichisch	6,8	5,4
Polnisch	4,9	5,4
Russisch	7,4	8,1
Spanisch	3,6	2,8
Tschechisch	1,9	2,0
Türkisch	5,3	4,6
Ukrainisch	3,8	3,9
Sonstige	22,1	23,1

¹ Bezogen auf die Gesamtzahl der bei PwC in Deutschland 542 (2007/08: 530) beschäftigten Mitarbeiter mit nicht deutscher Nationalität (Stand: jeweils zum 30.06.)

Mitarbeiterzufriedenheit

Die Mitarbeiterzufriedenheit bei PwC ist im abgelaufenen Geschäftsjahr erstmals erkennbar zurückgegangen. Bedingt durch die Finanz- und Wirtschaftskrise, ist speziell auf der Mitarbeiterebene eine allgemeine Verunsicherung zu spüren. Um die Mitarbeiterzufriedenheit in der Zukunft wieder zu erhöhen, haben das Topmanagement und die Leitungsteams in den Geschäftsbereichen eine Reihe von Maßnahmen beschlossen, die vor allem den Dialog zwischen der Führungsebene und den Mitarbeitern im Fokus haben.

Zahl der Mitarbeiter, die ...	2006/07	2007/08	2008/09
... PwC weiterempfehlen würden in %	67	71	62
... gerne für PwC arbeiten in %	72	75	72
... mit PwC als Arbeitgeber zufrieden sind in %	62	70	66

Kennzahlen Umwelt

Berechnung des Carbon Footprint

Der Carbon Footprint von PwC Deutschland hat sich im Geschäftsjahr 2008/09 trotz steigender Mitarbeiterzahlen erfreulich nach unten entwickelt. Dies ist zum Teil auf die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise zurückzuführen – etwa bei der Reisetätigkeit. Gleichzeitig ist auch eine Verlagerung der Reisetätigkeit auf die Bahn zu beobachten, die auf entsprechende Ermutigungen des Managements zurückgeht. Unser Carbon Footprint pro Mitarbeiter hat sich durch diese Faktoren insgesamt um 8,3 Prozent reduziert.

Die Energieverbräuche des Geschäftsjahres 2008/09 sind mit denen der Vorjahre nur eingeschränkt vergleichbar, da die Erhebungsmethodik angepasst worden ist. Gleiches gilt demnach auch für die Emissionen aus den Energieverbräuchen. Ebenfalls haben wir in diesem Jahr auf die Erhebung des Dieselbedarfs für die Notstromaggregate verzichtet, zum einen wegen unzureichender Datenverfügbarkeit und zum anderen, weil die Menge insgesamt nicht wesentlich ist (unter 1 Prozent).

Die Methodik der Datenerhebung bei den CO₂-Emissionen folgt dem Greenhouse Gas Protocol von World Resources Institute (WRI) und World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Die Daten beziehen alle operativen und nicht operativen Bereiche des Unternehmens ein. Die operationellen Grenzen für Scopes 1 und 2 sind die Raumnutzung, für Scope 3 die Reisetätigkeit und der Papier-

Berechnung des Carbon Footprint			
Dienstreisen	2006/07	2007/08	2008/09
Per Pkw			
Eigene Fahrzeuge der Mitarbeiter in 1.000 km	51.443	50.992	45.801
Mietwagen in 1.000 km	2.434	2.966	2.716
Taxi in 1.000 km	1.638	2.041	1.868
Gesamt in 1.000 km	55.515	55.999	50.384
Strecke pro Mitarbeiter in 1.000 km	6,6	6,3	5,6
CO ₂ -Emissionen durch Fahrten mit eigenen Fahrzeugen der Mitarbeiter in t	10.289	10.198	9.160
CO ₂ -Emissionen durch Fahrten mit Mietwagen in t	423	521	469
CO ₂ -Emissionen durch Taxifahrten in t	328	408	374
CO₂-Emissionen gesamt in t	11.039	11.128	10.003
Per Bahn			
Gesamt in 1.000 km	17.674	21.008	21.110
Strecke pro Mitarbeiter in 1.000 km	2,1	2,4	2,3
CO₂-Emissionen gesamt in t	782	933	925
Zahl der BahnCard-Inhaber	1.143	1.362	1.590
Per Flugzeug			
Weltweite Flüge in 1.000 km	24.176	22.160	20.787
Europa in 1.000 km	14.006	14.570	11.955
Deutschland (ohne Kurzstrecken) in 1.000 km	13.048	15.400	12.684
Kurzstrecke (< 550 km) in 1.000 km	1.728	2.720	2.676
Gesamt in 1.000 km	52.959	54.850	48.101
CO ₂ -Emissionen in t	7.700	7.822	7.002
ÖPNV			
CO ₂ -Emissionen in t	36	40	40
Hotel			
Übernachtungen	115.916	147.887	118.429
CO ₂ -Emissionen in t	1.750	2.233	1.788

verbrauch, jeweils bezogen auf die eigenen Mitarbeiter. Die berichteten Treibhausgase sind – bis auf den Bahnverkehr – ausschließlich CO₂ ohne Vorketten. Bei der Berechnung haben wir, soweit möglich, auf physikalische Verbrauchs- und Aktivitätsdaten und spezifische Emissionsfaktoren zurückgegriffen. Wo dies nicht möglich war, wurde anhand von finanziellen Größen hochgerechnet. Bei Bahnreisen wird auf den UmweltMobilCheck der Deutschen Bahn zurückgegriffen, der auf einer Methodik des Instituts für Energie- und Umweltforschung (Ifeu), Heidelberg, beruht. Bei den Emissionsfaktoren sind wir so spezifisch wie möglich vorgegangen (z. B. Strom, Fernwärme). Emissionen des Flugverkehrs haben wir mit Hilfe des ICAO Carbon Emissions Calculator berechnet. Dabei berücksichtigen wir derzeit nur CO₂, da es noch keinen wissenschaftlichen Konsens über die genaue Bewertung des Strahlungsantriebs (RFI) gibt.¹

Geringfügige Unstimmigkeiten in den Summen erklären sich durch Rundungsdifferenzen. Ergänzende Informationen finden Sie im Kapitel Umwelt.

Berechnung des Carbon Footprint			
Energieverbrauch	2006/07	2007/08	2008/09
Stromverbrauch nach Standorten in MWh			
Rechenzentrum Frankfurt/Oberursel	5.758	6.566	6.228
Frankfurt am Main	6.813	7.500	7.613
Düsseldorf	2.651	2.857	2.849
Hamburg	1.783	1.774	1.689
München	1.168	1.354	1.294
Berlin	1.109	1.232	1.232
Kleinere Standorte	3.269	3.423	3.937
Gesamt	22.551	24.707	24.843
Energieverbrauch nach Primärenergiequellen in MWh			
Strom	22.551	24.707	24.843
Fernwärme	13.093	15.706	15.724
Gas	4.624	4.632	4.453
Gesamt	40.269	45.044	45.020
CO ₂ -Emissionen aus dem Energieverbrauch in t			
Strom	12.233	13.371	13.655
Fernwärme	2.488	2.984	2.496
Gas	932	934	898
Gesamt	15.653	17.289	17.048
Papierverbrauch			
Gesamt in t	586	575	551
Verbrauch pro Mitarbeiter in kg	70	65	61
CO ₂ -Emissionen in t	586	575	551
CO ₂ -Fußabdruck in t			
Scope 1	932	934	898
Scope 2	14.721	16.356	16.151
Scope 3	21.818	22.731	20.309
Gesamt	37.546¹	40.020¹	37.357
Durchschnittliche CO ₂ -Emissionen pro Mitarbeiter	4,48	4,51	4,14
¹ Korrektur gegenüber letztjährigem Bericht. Dieser Wert enthält keinen Dieselverbrauch für Notstromaggregate.			

¹ Siehe auch: www2.icao.int/en/carbonoffset/Pages/default.aspx

Kennzahlen Gesellschaft

Förderzusagen PwC-Stiftung

Die positive Ertragslage der PwC-Stiftung im Geschäftsjahr 2008 hat neben der Regelförderung externer Projekte erstmals auch die Etablierung eines eigenen Programms ermöglicht. Dies machte den Löwenanteil der insgesamt mehr als verdoppelten Fördersumme aus. Der „Zukunftspreis Jugendkultur“ wird alle zwei Jahre vergeben. Die Potenzialstudie im Jahr 2006 war eine einmalige Untersuchung.

Förderzusagen PwC-Stiftung in €	2006	2007	2008 ¹
Regelförderung	857.100	993.700	1.230.610
Eigenprogramm Kultur.Forscher!	0	0	1.392.938
Zukunftspreis Jugendkultur	0	56.000	0
Potenzialstudie	66.880	0	0
Gesamt	923.980	1.049.700	2.623.548

¹ Im Unterschied zur PwC AG entspricht das Geschäftsjahr der PwC-Stiftung dem Kalenderjahr.

Mittelherkunft PwC-Stiftung

Die ursprünglich aus Spenden von PwC-Führungskräften gespeisten Mittel der PwC-Stiftung konnten sich in den Folgejahren vor allem aus erwirtschafteten Zinsen und Dividenden finanzieren. Stetig zugenommen hat der Anteil der Spenden der PwC AG, der weitgehend abhängig vom operativen Geschäftserfolg ist. Die jährliche Zuwendung von PwC im Geschäftsjahr 2009 der PwC-Stiftung wird aufgrund der allgemeinen Wirtschaftskrise niedriger ausfallen als im Rekordjahr 2008.

Stiftungsmittel nach Herkunft in €	2006	2007	2008
PwC AG	656.100	733.667	1.555.010
Einzelspenden	23.240	25.810	10.750
Erträge aus Stiftungsvermögen	243.587	262.776	303.597
Stiftungsmittel (gesamt)	922.927	1.022.253	1.869.357

Ausgaben für gesellschaftliche Projekte PwC AG

Gemäß unserer neuen Spenden- und Sponsoringrichtlinie (siehe Seite 34) fördert PwC auch unabhängig von der PwC-Stiftung gesellschaftlich relevante und gemeinnützig orientierte Projekte. Ein Großteil des Spendenaufkommens geht dabei an die PwC-Stiftung. Unterschiedliche Beträge in den Zahlungen an die Stiftung im Vergleich zur vorangehenden Tabelle erklären sich durch die unterschiedlichen Geschäftsjahre der AG (01.07. bis 30.06.) und der Stiftung (Geschäftsjahr = Kalenderjahr).

Sponsoring und Spenden der PwC AG in €	2006/07	2007/08	2008/09
Sponsoring	2.854.061	3.392.510	2.864.649
Spenden	1.616.230	2.712.026	2.374.936
[davon an PwC-Stiftung]	[691.100]	[1.832.177]	[623.800]
Gesamt	4.470.291	6.104.536	5.239.585

Nachhaltigkeitsziele von PwC

Für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsleistung in unseren vier Handlungsfeldern haben wir zusammen mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht 2008 ein Programm aufgestellt, das vom Vorstand beschlossen worden ist. Nachfolgend stellen wir dar, wo wir bei der Erreichung unserer Ziele stehen und welche neuen Ziele wir uns gesetzt haben.

Ziel	Frist ¹	Status
Handlungsfeld Markt		
Prüfung der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Einkaufsrichtlinie	06/2009	Erfüllt (mit positivem Ergebnis). Umsetzung bis zum Geschäftsjahr 2010/11.
Review der Hauptlieferanten hinsichtlich der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten	06/2010	In Bearbeitung. Wir sammeln z. B. Eckpunkte für mögliche Auditierungen.
Etablierung einer CR-Organisationsstruktur	06/2009	Erfüllt. Michael Werner ist CR-Beauftragter. In allen relevanten Fachbereichen gibt es offizielle Ansprechpartner für die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie.
Entwicklung spezifischer PwC-CR-KPIs	06/2009	Vorerst zurückgestellt. Aktuell arbeiten wir vorrangig an der Überführung der CR-Datenerhebung in einen effizienten Regelprozess.
Erstellung des PwC-Nachhaltigkeitsberichts 2008/09 gemäß GRI-Leitlinien und externe Prüfung	10/2009	Teilweise erfüllt. Bericht nach GRI Level B mit Bestätigung liegt vor. Für die externe Prüfung haben wir noch keine Lösung gefunden, die unseren Anforderungen gerecht wird (verschoben auf Geschäftsjahr 2010/11).
Handlungsfeld Menschen		
Umsetzung der Zielvereinbarungen des Audits berufundfamilie	06/2011	Erste Maßnahmen durch Einführung von Flexwork@PwC eingeleitet.
Einführung einer Voice-over-IP Kommunikationslösung	06/2009	Verschoben auf Geschäftsjahr 2009/10 aufgrund technischer Schwierigkeiten.
Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit durch interne Dialogveranstaltungen	06/2011	Neues Ziel.
Nachhaltige Steigerung der Arbeitgeberattraktivität durch Intensivierung des Dialogs mit Hochschulen	06/2011	Neues Ziel.
Einführung eines Managementsystems für den Arbeitsschutz gemäß OHSAS 18001	06/2011	Neues Ziel.
Handlungsfeld Umwelt		
Reduzierung des CO ₂ -Ausstoßes um zehn Prozent pro Mitarbeiter gegenüber dem Geschäftsjahr 2007/08	06/2010	In Bearbeitung. 2008/09 wurden - 8,3 % Reduktion erreicht – zum Teil aufgrund der verringerten Reisetätigkeit durch die Wirtschaftskrise.
Umstellung auf erneuerbare Energieversorgung	06/2010	In Bearbeitung.
Reduzierung des Papierverbrauchs um 10 % pro Mitarbeiter gegenüber dem Geschäftsjahr 2007/08	06/2010	In Bearbeitung. Im abgelaufenen Geschäftsjahr Reduzierung um 4,2 Prozent.
Prüfung der Berücksichtigung von Umweltaspekten in Reisekostenrichtlinie	06/2009	Verschoben auf Geschäftsjahr 2009/10, aufgrund der Priorität anderer HR-Themen.
Austausch der Notebooks gegen energieeffizientere Gerätegeneration	06/2010	Vorzeitig erfüllt.
Einführung eines Managementsystems für den Umweltschutz gemäß ISO 14001	06/2011	Neues Ziel.
Energieeinsparung des Serverbetriebs um ca. 20 % durch Virtualisierung im Rechenzentrum	06/2010	Neues Ziel.

Ziel	Frist ¹	Status
Handlungsfeld Gesellschaft		
Bewertung wesentlicher CR-Handlungsfelder und Diskussion mit Stakeholdergruppen	06/2009	Ausgesetzt, da zurzeit in unserem globalen Netzwerk ein einheitlicher Prozess für das Stakeholder-Management erarbeitet wird, an dem wir uns orientieren wollen.
Einsendung der Bewerbung von PwC Deutschland für das (PwC-interne) Projekt „Global Communities“	06/2010	Ausgesetzt. Prioritäten in Deutschland haben der Transparenzpreis und die PwC-Stiftung.
¹ „06“ steht stellvertretend für Juni und damit das Ende des Geschäftsjahres (01.07. bis 30.06. eines Jahres).		

Fortschrittsbericht zum UN Global Compact



Der Global Compact ist eine Initiative der Vereinten Nationen, die 2003 gegründet wurde. Als Unterzeichner bekennt sich PwC Deutschland zu zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Wir haben uns verpflichtet, uns für die Umsetzung der Prinzipien im eigenen Einflussbereich aktiv einzusetzen und darüber jährlich zu berichten. Weitere Informationen: www.unglobalcompact.org und www.globalcompact.de

Zehn Prinzipien des Global Compact

	Unternehmen sollen ...	
Prinzip 1	... die internationalen Menschenrechte in ihrem Einflussbereich unterstützen und achten.	Ethikgrundsätze (Seite 12) Studie Auslandsinvestitionen (Seite 13) Supply Chain Governance-Beratung (Seite 13) Responsible Investment Management (Seite 35)
Prinzip 2	... sicherstellen, dass sich das eigene Unternehmen nicht an Menschenrechtsverletzungen beteiligt.	Ethikgrundsätze (Seite 12)
Prinzip 3	... die Vereinigungsfreiheit wahren und das Recht auf Tarifverhandlungen wirksam anerkennen.	Beratungen mit Betriebsrat (Seite 39)
Prinzip 4	... jede Art von Zwangsarbeit abschaffen.	Ethikgrundsätze (Seite 12)
Prinzip 5	... die Kinderarbeit abschaffen.	Beratung mittelständischer Kunden (Seite 11)
Prinzip 6	... Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung beseitigen.	Ethikgrundsätze & Ethikbeauftragter (Seite 12) Women-at-PwC (Seiten 18/19)
Prinzip 7	... einen vorsorgenden Ansatz im Umgang mit Umweltproblemen unterstützen.	Ethikgrundsätze (Seite 12) Vorausschauender Umweltschutz (Seite 24)
Prinzip 8	... Schritte zur Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit der Umwelt ergreifen.	Einführung Umweltmanagementsystem (Seite 24) Carbon Footprint reduzieren (Seite 26) Optimierung Rechenzentren (Seite 27) Nachhaltigkeit in der Einkaufsrichtlinie (Seite 28) Beratungsdienstleistungen (Seiten 28/29) Nachhaltigkeitsziele (Seiten 44/45)
Prinzip 9	... auf die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien hinwirken.	Supply Chain Governance-Beratung (Seite 13) Optimierung Rechenzentren (Seite 27) Beratungsdienstleistungen (Seiten 28/29)
Prinzip 10	... gegen alle Arten von Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.	Antikorruptionsschulungen (Seiten 9, 37) Ethikgrundsätze & Code of Conduct (Seite 12) AntiFraudSolutions (Seite 13)

Impressum

Herausgeber

PricewaterhouseCoopers AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Olof-Palme-Straße 35
60439 Frankfurt am Main
www.pwc.de

Verantwortlich für den Inhalt

Michael Werner, CR-Management und Sustainable Business Solutions
Tel.: +49 69 9585-5247, E-Mail: michael.werner@de.pwc.com
Oliver Heieck, Marketing & Communications
Tel.: +49 69 9585-1074, E-Mail: oliver.heieck@de.pwc.com

Redaktionsteam PwC

Angela Dern
Christian Engel
Corinna Freudig
Susanne Klages
Nicole Kummer
Miriam Scherf
Michael Werner
Simone Zeuner

Beratung, Text und Layout

akzente kommunikation und beratung GmbH, München/Darmstadt

Redaktionsschluss

15. Oktober 2009

Druck

Kohlhammer und Wallishauser GmbH, Hechingen

Fotos

Getty Images (Seiten 6, 12, 20), Valerija Vlasov/Water Frame (Seite 28)



Dieser Bericht wurde auf Recyclingpapier aus 100 Prozent Altpapier gedruckt:
RecyStar 250 g/qm (Umschlag) und 135 g/qm (Innenseiten).



Index nach GRI



Index nach GRI (G3 Kernindikatoren)	Seitenzahl
1 Vision und Strategie	
1.1 Vorwort des Vorstands- oder Aufsichtsratsvorsitzenden	2
1.2 Zentrale Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken und -chancen	5-7, 24, 32
2 Organisationsprofil	
2.1 Name des Unternehmens	4
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	4, TB 29/30
2.3 Geschäftsbereiche und Unternehmensstruktur	TB 29/30
2.4 Hauptsitz des Unternehmens	4, 36
2.5 Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	(4), (41)
2.6 Eigentümerstruktur	4, TB 6/7
2.7 Märkte	4
2.8 Größe des Unternehmens	4, 9, 37, 38
2.9 Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum	keine
2.10 Auszeichnungen im Berichtszeitraum	18, 19
3 Berichtsparameter	
3.1 Berichtszeitraum	36
3.2 Datum des letzten Berichts	36
3.3 Berichtszyklus	36
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	46
3.5 Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte	36
3.6 Bilanzierungsgrenzen des Berichts	36
3.7 Einschränkungen des Berichtsumfangs	36
3.8 Joint Ventures, Tochterunternehmen, Outsourcing	36
3.9 Datenerfassung	36
3.10 Änderungen bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	36
3.11 Änderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	27, 41/42
3.12 Index nach GRI – tabellarische Übersicht mit Seitenzahlen	47
3.13 Verifizierung – externe Verifizierung der Aussagen	keine, (44)
4 Unternehmensführung, Verpflichtungen und Engagement	
4.1 Führungsstruktur	TB 20-23
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	TB 21-23
4.3 Kontrollorgan bzw. unabhängige Mitglieder der Unternehmensführung	TB 6/7, TB 20/21
4.4 Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an den Vorstand/Aufsichtsrat	(TB 6/7)
4.5 Verknüpfung der Vorstandsvergütung mit der Unternehmensleistung	TB 17-19
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten	10, 12, TB 15-17
4.7 Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	(7)
4.8 Leitbilder, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	5, 6, 10, 12, 33/34
4.9 Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratssebene zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	2, 5, 12
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Leistungen des Vorstands	TB 17/18
4.11 Umsetzung des Vorsorgeprinzips	2, 5-7, 10, 12, 24, 32
4.12 Unterstützung externer Initiativen	2, 26, 41, 45
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	13, 21, 28, 35
4.14 Einbezogene Stakeholdergruppen	7
4.15 Auswahl der Stakeholder	7
4.16 Ansätze für den Stakeholderdialog (Art/Häufigkeit)	7, 11, 32, 39, 45
4.17 Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder	20, 39, 44
5 Leistungsindikatoren	
Ökonomie – Managementansatz	36
EC1 Erwirtschafteter und verteilter Wert	37, 43, GB
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	24-26
EC3 Betriebliche soziale Zuwendungen	38/39, GB
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	keine
EC6 Zahlungen an lokale Zulieferer	n.e.
EC7 Beschäftigung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen	n.r.
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	33/34, 43

Index nach GRI (G3 Kernindikatoren)	Seitenzahl
Ökologie – Managementansatz	36
EN1 Gewicht/Volumen der eingesetzten Materialien	27, 42
EN2 Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	n.r.
EN3 Direkter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen	27, 42
EN4 Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergiequellen	42
EN8 Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen	n.e.
EN11, EN12 Flächennutzung und Aktivitäten in geschützten Gebieten	n.r.
EN16 Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen	24-27, 41/42
EN17 Weitere relevante Treibhausgasemissionen (z.B. durch Geschäftsreisen)	41/42
EN19, EN20 Emissionen Ozon schädigender Substanzen, sowie NO _x , SO _x u.ä.	n.r.
EN21 Abwassereinleitungen	n.e.
EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	n.e.
EN23 Freisetzung von Schadstoffen nach Anzahl und Volumen	n.r.
EN26 Initiativen zur Verringerung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen	24/25, 27/28, 44
EN27 Anteil von Produkten und deren Verpackungen, die wiederverwendet wurden	n.r.
EN28 Geldbußen/Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Umweltauflagen	keine
Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen – Managementansatz	36
LA1 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen und Regionen	38
LA2 Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppen, Geschlecht, Regionen	38
LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen	(39)
LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	(17/18)
LA7 Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle	39
LA8 Risikokontrolle und Programme bzgl. schwerer Krankheiten	39
LA10 Aus- und Weiterbildungsstunden nach Mitarbeiterkategorien	38
LA13 Zusammensetzung des oberen Managements und der Mitarbeiterstruktur (z.B. Alter/Geschlecht/Kultur)	40
LA14 Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	k.A.
Menschenrechte – Managementansatz	36
HR1 Investitionsvereinbarungen mit Klauseln oder Prüfungen bzgl. Menschenrechten	n.r.
HR2 Anteil Lieferanten, bei denen Prüfungen zu Menschenrechtsfragen durchgeführt wurden, und ergriffene Maßnahmen	n.r.
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	12, vgl. Ethikgrundsätze
HR5 Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko	vgl. HR4
HR6 Geschäfte mit erhöhtem Risiko und ergriffene Maßnahmen	vgl. HR4
HR7 Geschäfte mit erhöhtem Risiko und ergriffene Maßnahmen	vgl. HR4
Gesellschaft – Managementansatz	36
SO1 Eindämmung negativer Folgen für Standortgemeinden	n.r.
SO2 Anteil/Anzahl der überprüften Geschäftsbereiche	37
SO3 Zur Prävention geschulte Mitarbeiter in Prozent	37
SO4 Nach Korruptionsvorfällen ergriffene Maßnahmen	(37)
SO5 Positionen und Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen und Lobbying-Aktivitäten	(10), (12)
SO8 Geldbußen/Sanktionen wegen Gesetzesverstößen	keine
Produktverantwortung – Managementansatz	36
PR1, PR3 Gesundheitsauswirkungen und Kennzeichnung von Produkten	n.r.
PR6 Programme zur Einhaltung von Gesetzen und freiwilligen Vereinbarungen in der Werbung	34
PR9 Wesentliche Geldbußen für Gesetzesverstöße bzgl. der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	keine
GB Geschäftsbericht 2009	
TB Transparenzbericht 2009	
k.A. keine Angabe	
n.e. nicht erfasst	
n.r. nicht relevant	
Seitenzahlen in Klammern bedeuten, dass der Indikator nicht vollständig abgebildet worden ist.	
Alle Kernindikatoren sind abgebildet. Sprünge in der Nummerierung sind darauf zurückzuführen, dass GRI-Zusatzindikatoren nicht im Index erfasst werden.	

