

Corporate Responsibility 2014

*Fokusthemen, Ziele und
Kennzahlen*

*(Auszug aus dem
CR-Onlinebericht)*

Inhalt

Vorwort von Prof. Dr. Norbert Winkeljohann	3
CR-Management	4
1 Fokusthema: PwC setzt auf offenen Austausch mit Stakeholdern	4
2 Ziele	6
Markt	7
1 Fokusthema: Innovative Lösungen für weltweite Megatrends	7
2 Ziele	9
3 Kennzahlen	10
Menschen	11
1 Fokusthema: Eine offene Unternehmenskultur für PwC's Talente	11
Stakeholdermeinung zu Diversity	13
2 Ziele	14
3 Kennzahlen	15
Umwelt	18
1 Fokusthema: Clever reisen – CO ₂ -Emissionen vermeiden	18
2 Ziele	20
3 Kennzahlen	21
Gesellschaft	24
1 Fokusthema: Skilled Volunteering für junge Sozialunternehmen	24
2 Ziele	26
3 Kennzahlen	27
Kontakt	28



Prof. Dr. Norbert Winkeljohann

Sehr geehrte Damen und Herren,

Meinungsvielfalt und Offenheit sind grundlegende Werte demokratischer Gesellschaften. Sie sind Stützfeiler der Menschenrechte und fördern die stetige Weiterentwicklung gesellschaftlicher Strukturen. Gleichzeitig sind Meinungsvielfalt und Toleranz aber auch in einem Unternehmen unverzichtbar – zum Beispiel, wenn kreativ neue Dienstleistungen entwickelt werden oder Geschäftsprozesse auf ihre Aktualität zu prüfen sind.

Und nicht zuletzt sind Vielfalt und Offenheit die Basis eines guten Miteinanders im Betriebsalltag zwischen den Menschen. Unternehmen sind heute aufgefordert, dieses Miteinander gezielter als bisher zu fördern – und es unter dem Begriff Diversity greifbar zu machen.

Als international tätige Wirtschafts- und Beratungsgesellschaft ist für PwC Offenheit für das Neue und die Bereitschaft „Anders zu denken“

Ausgangsbasis unseres Erfolgs. Mit unserem 2014 erfolgten Beitritt zur Initiative Charta der Vielfalt haben wir diese Haltung nach außen hin sichtbar gemacht. Gleichzeitig haben wir mit einem für alle Mitarbeiter verpflichtenden E-Learning zu Diversity und weiteren Aktionen auch im Unternehmen Zeichen gesetzt.

Informieren Sie sich hierzu in unserem internetbasierten Corporate Responsibility Report für das Geschäftsjahr 2014 mit dem Schwerpunkt Diversity und verschaffen Sie sich einen Überblick, wie wir unsere unternehmerische Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft praktisch umsetzen.

Prof. Dr. Norbert Winkeljohann
PwC Deutschland, Vorstandssprecher und
Mitglied des PwC Network Leadership Team

CR-Management

Das Thema Corporate Responsibility ist wesentlich für unser Selbstverständnis und die Unternehmensentwicklung. Aus diesem Grund ist unsere CR-Organisation direkt dem Vorstandssprecher zugeordnet. Dieser bringt die CR-Strategie und das jährliche CR-Programm in das Leadership Team von PwC ein und informiert dieses regelmäßig über externe und interne aktuelle Entwicklungen zu CR.



1 Fokusthema

PwC setzt auf offenen Austausch mit Stakeholdern

Mit Stakeholdern zu kommunizieren bedeutet mehr als nur Informationen weiterzugeben. Im Dialog greift PwC Ideen und Wünsche von Kunden, Mitarbeitern oder Verbänden auf, entwickelt neue Ideen und kann so die Handlungskompetenz des Unternehmens stärken.

Die Kommunikation mit Stakeholdern ist für PwC eine strategische Aufgabe mit hoher Priorität. Wir wollen die Anforderungen unserer Stakeholder verstehen und ihre Ansprüche und Bedürfnisse systematisch in unsere Entscheidungen einbeziehen. Dazu gehört ein offener, vertrauensvoller Dialog auf Augenhöhe. So informieren wir unsere Stakeholder über unsere Unternehmensziele und stellen ihnen die Auswirkungen unseres Handelns dar. Gleichzeitig nutzen wir den Austausch, um PwC voran-

zubringen und bei der Entwicklung neuer Marktstandards und -richtlinien mitzuwirken.

Dieses Vorgehen gewährleistet Transparenz und eröffnet die Chance, Ansprüche der Stakeholder und aktuelle Trends frühzeitig zu erkennen. „Somit beugen wir Risiken für unser Unternehmen vor, identifizieren Ansatzpunkte für den weiteren Unternehmenserfolg und stärken das Vertrauen in PwC“, erklärt Dieter W. Horst, Nachhaltigkeitsbeauftragter von PwC. Zu den wichtigsten Stakeholdern von PwC gehören Mitarbeiter, Kunden, Berufs- und Industrieverbände, Regulierungsinstitutionen, Lieferanten und Wettbewerber.

Mitarbeiter bringen ihre Ideen ein

Wir bieten Mitarbeitern in der jährlichen Befragung „Global People Survey“ (GPS) ein Forum, Meinungen, Anregungen und Ideen einzubringen. Dies bezieht sich auf so unterschiedliche Themen wie Zufriedenheit mit dem Unternehmen, Umweltschutz oder Flexibilität. Diese Umfrage ist für PwC eines der wichtigsten Feedbackinstrumente und gibt den Mitarbeitern die Möglichkeit, das Unternehmen mitzugestalten. Einen weiteren Ansatzpunkt dafür bieten wir über unser Innovationsmanagement. Dort greifen wir Ideen unserer Mitarbeiter auf oder unterstützen sie bei der Entwicklung neuer marktfähiger Produkte oder Dienstleistungen.

PwC hat als Wirtschaftsprüfungsunternehmen eine besondere Beziehung zu berufsspezifischen Stakeholdergruppen wie dem Institut der Wirtschaftsprüfer Deutschland e. V. (IDW) oder der Wirtschaftsprüferkammer (WPK). PwC arbeitet aktiv in diesen Institutionen mit und unterstützt bei der Klärung fachspezifischer Fragen. „Wir bringen aktiv unsere Expertise in die Entwicklung neuer Regularien, Richtlinien oder Standards ein und unterstützen deren praxisnahe Implementierung“, betont Horst.

Breiter Austausch mit Stakeholdern

Für den Dialog mit Stakeholdern nutzt PwC unterschiedliche Kommunikationswege und Medien. So stellen wir bei PwC-Fachveranstaltungen unseren Kunden, Verbänden und der Politik unsere Expertise zu spezifischen Themen zur Verfügung und ermöglichen einen breiten Austausch mittels verschiedener Dialogformate. Über das Internet, Pressemitteilungen, Newsletter, Studien und Broschüren stellen wir Informationen für alle Interessenten bereit. Social-Media-Kanäle ermöglichen uns eine sehr zeitnahe Versorgung unserer Stakeholder mit Informationen. Aktuell entwickeln wir unser Stakeholder-Management weiter, um einen zielgerichteten Stakeholderdialog bei PwC in Deutschland zu etablieren, der gleichzeitig neuen Anforderungen unseres globalen Netzwerkes entspricht.

2 Ziele

Ziel	Frist	Status
Analyse der Wirkung von PwC-Mitgliedschaften in gesellschaftlich wirksamen Institutionen und Organisationen	12/2015	in Bearbeitung
Externe Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts	06/2015	weiter in Bearbeitung – CR-Reporting-Prozess wurde definiert und in einem Handbuch dokumentiert sowie die Interne Revision in die Berichtserstellung eingebunden.
Systematisierung der bestehenden Ansätze zum Stakeholdermanagement	12/2014	erfüllt – eine Bestandsaufnahme der Stakeholder und eine Materialitätsanalyse für Nachhaltigkeitsthemen wurden vorgenommen.
Berücksichtigung von CR im Veranstaltungsmanagement	12/2014	weiter in Bearbeitung
Verankerung von CR bei internen Veranstaltungen sowie der internen Kommunikation	06/2014	weiter in Bearbeitung
Integration von CR bei externen Casino-betreibern und Catering-Anbietern	12/2014	weiter in Bearbeitung

Markt

Als marktführendes Beratungs- und Prüfungsunternehmen sind wir davon überzeugt, dass unsere Prüfungs- und Beratungsleistungen unser größtes Gestaltungspotenzial im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft darstellen.



1 Fokusthema

Innovative Lösungen für weltweite Megatrends

Der Umbruch in der Energiewirtschaft, der demografische Wandel, immer größere Städte und die Digitalisierung der Industrie sind weltweite Megatrends, mit denen sich PwC im Geschäftsjahr 2013/2014 intensiv auseinandergesetzt hat und sich auch weiter beschäftigen wird. Wegweisende Ideen werden bei PwC besonders gefördert.

Mit innovativen Dienstleistungen steht PwC Unternehmen und der Politik bei zentralen Fragen zur Seite. Dabei ist es unser Ziel, Trends frühzeitig zu erkennen und passende Lösungsansätze zu finden. Das Team Business Development & Innovation um Andreas Gorholt beobachtet permanent die Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft: „Um Top-Themen zu identifizieren, betreiben wir umfangreiche Trendanalysen. Dabei spielen Marktstudien, aber auch das

Feedback von Mandanten und die Ideen der Mitarbeiter eine wichtige Rolle.“

Innovation lebt von Austausch und Kooperationen

Top-Themen werden bei PwC gezielt entwickelt und gefördert. „Wir vernetzen dabei Experten verschiedener Abteilungen aus unserem Hause, um die Themen aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten und integrierte Lösungsansätze zu entwickeln“, erklärt Gorholt. Dabei arbeitet PwC mit externen Experten, wissenschaftlichen Einrichtungen wie auch mit anderen Unternehmen zusammen: „Heute lassen sich oft nur mit Hilfe von Kooperationen passende Lösungen für hochkomplexe Themen finden“, betont Gorholt. So steht PwC beispielsweise in engem Austausch mit Themenexperten der „Stiftung neue Verantwortung“ oder engagiert sich in verschiedenen BITKOM-Arbeitskreisen.

Energy Transformation: Energiewirtschaft im Umbruch

Eines der wichtigsten Innovationsthemen im Geschäftsjahr 2013/14 ist die Energiewende in Deutschland. Das Marktumfeld der Energiewirtschaft ändert sich grundlegend. Viele etablierte Geschäftsmodelle der Energieversorger müssen sich radikal verändern, um auch in Zukunft bestehen zu können. Stand bisher die zentrale Energieerzeugung im Vordergrund, rückt mit den erneuerbaren Energien die dezentrale Produktion mehr und mehr in den Fokus. Unternehmen aus der Energiewirtschaft müssen sich auf diesen Wandel einstellen und neu positionieren. PwC hat dafür eigens den Energiewende-Outlook entwickelt, der Szenarien für die zukünftige Entwicklung der Energiewende liefert. Er ist eine wichtige Entscheidungshilfe für Politik und Unternehmen, um Investitionen zu planen, Geschäftsmodelle anzupassen oder Beteiligungen entsprechend auszurichten.

Eine wichtige Rolle spielt in der Energiewirtschaft von morgen auch das Thema Big Data: Denn um Stamm- und Verbrauchsdaten zu erfassen und zu verarbeiten, bedarf es eines adäquaten Energie-Daten-Managements. Aber auch für das Kundenmanagement sind innovative Lösungen gefragt. Denn Konsumenten erzeugen teilweise selbst Strom und wollen ihren Stromverbrauch gezielt steuern. Ein Projektteam um Dr. Norbert Schwieters, der bei PwC den Bereich Energiewirtschaft verantwortet, entwickelt vielfältige Lösungen für die sehr unterschiedlichen Fragestellungen: „Für Unternehmen ist die Energiewende eine große Herausforderung. Dabei gilt es, neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, das bisherige Geschäftsmodell auf den Prüfstand zu stellen und an das neue Umfeld anzupassen“, sagt Schwieters.

Demografischer Wandel: Der Fachkräftemangel ist nur eine von zahlreichen Herausforderungen

PwC-Experten beschäftigen sich auch eingehend mit dem demografischen Wandel: Dessen Auswirkungen treffen nicht nur Unternehmen, sondern Kommunen, Bundesländer und den Staat insgesamt. Der Fachkräftemangel ist nur eine Ausprägung des demografischen Wandels, den die Unternehmen schon jetzt zu spüren bekommen. Gerade für den deutschen Mittelstand ist es eine große Herausforderung, genügend Fachkräfte zu finden und zu binden. Außerdem sind die Geschäftsmodelle vieler Unternehmen fragil, wenn Käufer-schichten mangels Geburt und Migration zunehmend wegfallen. Immer stärker rücken aber auch gesundheits- und versorgungspolitische Fragestellungen in den Vordergrund. „Die Herausforderung besteht in Zukunft vor allen Dingen auch darin, die Leistungsfähigkeit der staatlichen Versorgungssysteme zu sichern“, sagt Michael Burkhart, Leiter des PwC-Bereichs Gesundheitswesen und Pharma. Sein Team entwickelt Lösungsansätze für die vielfältigen Fragen, die sich durch den demographischen Wandel ergeben.

Digitalisierung: Neue Chance auch für Industrieunternehmen

Ein weiteres Top-Thema des Geschäftsjahres 2013/2014 ist die zunehmende Digitalisierung von Industrieunternehmen. Unter dem Stichwort Industrie 4.0 geht es um die Vernetzung der Produktion mit der virtuellen Welt. „Die Smart Factory ist das Kernstück der vierten industriellen Revolution. Dabei werden sämtliche Produktions- und Betriebsstätten eines Unternehmens vernetzt. Alle Abläufe werden zentral koordiniert und im Idealfall sogar automatisch gesteuert“, erklärt PwC-Experte Dr. Reinhard Geissbauer. Gemeinsam mit seinem Team entwickelt er ganzheitliche Lösungsansätze für die digitalisierte Produktion. Aber bisher koordiniert nur jedes fünfte Unternehmen seine Abläufe in den Produktions- und Betriebsstätten über vernetzte IT-Systeme. Gerade bei Unternehmen, die ihre Wertschöpfungskette auf viele Standorte verteilen, macht das Konzept der vernetzten Fabrik Sinn.

Doch Industrie 4.0 geht über die horizontale und vertikale Integration der Wertschöpfungsketten weit hinaus. Unternehmen digitalisieren derzeit auch ihre Kundenprodukte und Dienstleistungen, um über zusätzliche Funktionalitäten Umsatzwachstum zu steigern. Im Fokus steht beispielsweise eine Online-Anbindung der Produkte oder Maschinen, die neue Möglichkeiten der Fernwartung, externe Qualitätssicherung oder Produktoptimierung für den Kunden ermöglicht. „Wie überall in der digitalen Welt entstehen auch für Maschinen- und Anlagenbauer neue Geschäftsmodelle auf Basis von integrierten Lösungen und Mehrwertdiensten“, betont Geissbauer.

Smart Cities: Lösungen für wachsende Städte gefragt

Auch die zunehmende Verstädterung hat bei PwC als Megatrend höchste Priorität. 2007 lebten erstmals mehr Menschen in den Städten als auf dem Land. Und dieser Trend hält an: Laut einer Schätzung der Vereinten Nationen werden bis 2050 rund 72 Prozent der Weltbevölkerung in Städten leben. Damit verbunden sind immense Herausforderungen: knapper Wohnraum, überlastete Verkehrssysteme und steigender Energiebedarf sind nur einige der zentralen Themen. Unter dem Stichwort Smart Cities entwickelt ein Team unter der Leitung von Alfred Höhn, der bei PwC den Bereich Öffentlicher Sektor verantwortet, neue Lösungsansätze. „Wachsende Städte brauchen nicht nur neue Mobilitätskonzepte, auch die Energieversorgung steht vor einer immensen Aufgabe. Vernetzte Lösungen sind gefragt“, sagt Höhn. Dabei arbeitet das Team um Höhn eng mit dem globalen Cities-Netzwerk von PwC zusammen.

2 Ziele

Ziel	Frist	Status
Weiterentwicklung und Relaunch des bestehenden Innovationsprozesses zur Reduktion der Durchlaufzeit und Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit	12/2014	teilweise erfüllt – weiter in Bearbeitung. Der Prozess wurde unter Einbezug aller relevanten Stakeholder überarbeitet. Der finale Roll-out des neuen Ansatzes ist für Ende 2014 geplant.
Entwicklung und Umsetzung eines einheitlichen und gemeinsamen Innovationsansatzes für PwC Europe	12/2015	teilweise erfüllt – weiter in Bearbeitung. Der Relaunch wird Ende 2014 auf Ebene von PwC Europe erfolgen. Langfristig ist ein gemeinsames PwC-Europe-Innovation-Team geplant.
Systematische Bearbeitung von Megatrends, um das Marktportfolio weiterzuentwickeln	06/2015	teilweise erfüllt – weiter in Bearbeitung. Megatrends und Marktthemen werden systematisch beobachtet und analysiert. Zur Entwicklung von Topthemen werden entsprechende Projekte etabliert.
Durchführung eines Piloten zur Bewertung der Wirkung von PwC-Dienstleistungen auf Wirtschaft und Gesellschaft	12/2013	erfüllt – es wurden drei Pilotprojekte umgesetzt, weitere Pilotprojekte sind in Vorbereitung.
Vermarktung des PwC Total Impact Measurement and Management Ansatzes (TIMM) zur Ermittlung des Wertbeitrags von unternehmerischen Aktivitäten auf die Gesellschaft	12/2014	erfüllt – erste Mandantenprojekte erfolgreich umgesetzt sowie Mitarbeit in der econsense-Arbeitsgruppe zur Impact Messung.
Einbindung von Nachhaltigkeitsthemen in die Weiterbildung der verschiedenen PwC Industrie-Cluster	12/2014	in Bearbeitung
Schulung aller PwC-Mitarbeiter zur Bedeutung von Nachhaltigkeit für unsere Mandanten	12/2014	neues Ziel

3 Kennzahlen

Gesamtleistungsanteile

Der Geschäftsbereich Assurance verzeichnete mit einer Gesamtleistung von 675 Millionen Euro einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr. Dagegen steuerte Tax & Legal (Steuer- und Rechtsberatung) die Gesamtleistung auf 460,8 Millionen Euro. Der Geschäftsbereich Consulting erreichte mit einer Gesamtleistung von 414,3 Millionen Euro einen Zuwachs um 16 Prozent. Durch den Zusammenschluss mit Strategy& (ehemals Booz&Company) und der Akquisition des Experten für Business Analytics, Cundus, hat PwC das Beratungsgeschäft deutlich erweitert. Als einziges Unternehmen bietet PwC damit weltweit eine Beratung von der Strategiefindung bis zur Umsetzung aus einer Hand an.

Im Berichtsjahr konnte PwC mit einer Gesamtleistung von 1.550 Millionen Euro seine Position als führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft behaupten.

Einheit in Mio. Euro	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Assurance	684,7	692,4	687	687,8	675,0
Tax	338,5	374,5	398,3	447,5	460,8
Advisory	309,7	326,6	343,6	357,1	414,3
x-LoS Group (Geschäftsbereich- übergreifende Dienstleistungen)		51,7	62,7	58,6	¹
Gesamt (Ergebnisse gerundet)	1.333	1.445	1.492	1.551	1.550

¹ X-Los Group wurde im Berichtsjahr in Assurance, Tax und Advisory überführt.

Einheit in % (Ergebnisse gerundet)	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Assurance	51	48	46	44	43,6
Tax	25	26	27	29	29,7
Advisory	23	23	23	23	26,7
x-LoS Group (Geschäftsbereich- übergreifende Dienstleistungen)			4	4	¹

¹ X-Los Group wurde im Berichtsjahr in Assurance, Tax und Advisory überführt.

Umsätze nach Branchen

Nach Branchen betrachtet ist PwC wie in den Vorjahren besonders erfolgreich in der Finanzwirtschaft (Financial Services) sowie den Sektoren Industrielle Produktion (IP) und dem öffentlichen Sektor (Public Sector).

Einheit in %	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Automotive	6,0	6,4	6,3	5,5	5,3
Healthcare & Pharma	4,9	4,5	4,8	4,8	5,1
Energy	8,3	7,4	7,4	7,2	6,3
Financial Services	22,9	25,0	25,0	24,5	25,3
IP	14,9	15,7	16,9	16,9	17,1
Public Sector	13,8	13,8	13,3	12,7	11,6
Retail & Consumer	8,7	7,7	7,2	7,0	6,9
Technology	10,3	9,7	9,1	9,4	8,8
T&L	10,3	9,7	10,0	12,0	13,6

Menschen

Das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung ist Grundlage unseres Handelns – dies spiegelt sich insbesondere im verantwortungsvollen Umgang mit unseren Mitarbeitern. Unsere Werte und Ethik-Richtlinien basieren auf Toleranz, gegenseitigem Respekt und Integrität, im Umgang miteinander ebenso wie im Dialog mit unseren Mandanten.



1 Fokusthema

Eine offene Unternehmenskultur für PwC's Talente

„Be yourself. Be different“ – PwC steht heute schon für Vielfalt und stärkt seine Diversity in Zukunft weiter. Damit Menschen verschiedener Nationalitäten, Kulturkreise, Religionen oder sexueller Identität in einer offenen und vorurteilsfreien Arbeitsatmosphäre zusammenarbeiten. Dies ist wichtig für das Image von PwC als Arbeitgeber und fördert den Unternehmenserfolg.

PwC lebt Diversity seit vielen Jahren. Das Diversity & Inclusion-Team unter Leitung von Birthe Stegmann und Angela Dern entwickelt Strategien, Maßnahmen und Aktivitäten, um die Vielfalt im Unternehmen als Wert an sich bewusst zu machen und zu fördern. Dabei steht das Team im engen Austausch mit dem weltweiten Netzwerk von PwC, das diesen Ansatz in allen Ländergesellschaften verfolgt. In den Unternehmensbereichen gibt es außerdem zentrale Ansprech-

partnerinnen, die Diversity & Inclusion in den einzelnen Servicelines bei PwC in Deutschland weiter vorantreiben: Bei Assurance Verena Heineke, bei Tax & Legal Petra Raspels und bei Advisory Susanne Eickermann-Riepe.

Diversity – mehr als Gleichstellung

Diversity umfasst viel mehr als die Gleichstellung der Geschlechter und die Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen. Zur Vielfalt zählen die Hautfarbe, der kulturelle Hintergrund, die sexuelle Identität eines Menschen, aber auch unterschiedliche Herangehensweisen sowie Meinungen und Ansichten. „Das Stichwort Inclusion steht für eine Unternehmenskultur, in der jeder einzelne Mitarbeiter seine Fähigkeiten einbringen und umsetzen kann, Wertschätzung erfährt und sich willkommen fühlt“, erklärt Stegmann.

Für PwC ist das Thema Diversity von zentraler Bedeutung: Allein in Deutschland arbeiten an den 29 Standorten mehr als 9400 Mitarbeiter aus 69 unterschiedlichen Nationen. Der grenzüberschreitende Kontakt zu Kunden und anderen Mitarbeitern gehören zum Arbeitsalltag. „Das kann nur in einer von Offenheit geprägten Unternehmenskultur funktionieren, in der Vielfalt und Verschiedenheit begrüßt wird“, betont Stegman. Denn allein schon die unterschiedlichen Herangehensweisen an Probleme oder bei Verhandlungen, bedingt durch den jeweiligen kulturellen Hintergrund, erfordern Verständnis und gegenseitigen Respekt.

Mit einer solchen Unternehmenskultur kann PwC mehr Talente anziehen und halten: „Wir brauchen die besten Talente, um unsere Kunden optimal zu beraten und unsere führende Rolle auszubauen“, sagt Stegmann. Dafür sind unterschiedliches Know-how und eine Vielfalt an Talenten unerlässlich. Diversity & Inclusion wird so zum zentralen Thema, um den nachhaltigen Unternehmenserfolg eines international agierenden Unternehmens wie PwC langfristig zu gewährleisten.

Diversity in der täglichen Arbeit – was PwC tut

Bereits vor einigen Jahren wurde das Frauennetzwerk Women@PwC gegründet. Spezielle Programme unterstützen Frauen dabei, Führungspositionen optimal zu erreichen und begleiten ihre Karriere langfristig. Ein weiteres Forum zur persönlichen und fachlichen Diskussion bietet das Gay- und Lesbian-Netzwerk mit den Namen GLEE@PwC (Gays, Lesbians and Everyone Else), das im Oktober 2014 gegründet wurde. Ein Ziel des Netzwerkes ist auch der Austausch mit den GLEE-Netzwerken anderer Unternehmen.

Um die strategische Bedeutung von Diversity zu unterstreichen, fand im weltweiten Netzwerk von PwC im März 2014 eine Diversity-Week statt. In Deutschland wurde diese zum Beispiel durch Informationsstände, die „Diversity Corners“, umgesetzt, die an acht Standorten eingerichtet wurden. Dort informierten sich Mitarbeiter über das Thema und diskutierten mit Kollegen.

Ein weiterer Schritt auf dem Weg zu mehr Diversität bei PwC ist es, Mitarbeiter für mögliche eigene, unbewusste Vorbehalte zu sensibilisieren. Welche das sind und wie sich diese im Berufsalltag bemerkbar machen, können PwC-Mitarbeiter bei einer für alle verbindlichen Online-Schulung selbst testen. Das Programm Open Mind E-Learning hilft eigene Vorbehalte zu erkennen, zu hinterfragen und zu lernen, sie zu überwinden.

Vielfalt als Teil unserer sichtbaren Unternehmenskultur

Um auch nach außen unser Diversity-Engagement sichtbar zu machen, ist PwC im August 2014 der Charta der Vielfalt beigetreten. Dabei handelt es sich um die größte deutsche Initiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen, in der auch viele unserer Mandanten Mitglied sind. Sie steht unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel. Durch den Beitritt verpflichtet sich PwC, Vielfalt zum festen Bestandteil der Unternehmenskultur zu machen und Mitarbeitern ein vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu bieten, in dem Menschen aus verschiedenen Ländern, Kulturkreisen und Regionen, mit unterschiedlicher sexueller Orientierung offen und ohne Ressentiments zusammenarbeiten.

Dazu gehört es auch, dass PwC seinen Mitarbeitern optimale Rahmenbedingungen bietet, damit sie ihren persönlichen Lebensentwurf und ihre individuelle Vielfalt leben können. Mit zahlreichen Möglichkeiten zur Work-Life-Choice können sie das passende Modell für die jeweilige Lebens- und Karrierephase wählen. Umgekehrt wird Diversity auch bei der Personalauswahl in Zukunft eine noch größere Rolle spielen, damit PwC durch eine hohe Vielfalt an Talenten, sozialen Kompetenzen, Sichtweisen und Haltungen die wachsenden Anforderungen einer globalisierten Arbeitswelt sicher erfüllt.

Stakeholdermeinung zu Diversity

„Vielfalt fördern, gestalten, leben“

Für Diversity kann es keine Einheitslösung geben, betont Ulrike Brouzi, Mitglied des Vorstands der Nord/LB.

Was sind für Unternehmen die Herausforderungen in Sachen Diversity?

Ulrike Brouzi: Es besteht immer die Gefahr, dass das Thema Diversity in den Unternehmen zuerst als formales Pflichtprogramm eingestuft wird, das die Political Correctness einfordert. Aber vorrangig geht es nicht um Pflichten und Formalien, sondern vor allem darum, wie wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei unterstützen, eingefahrene Denk- und Verhaltensmuster zu hinterfragen und offener mit sich und dem kollegialen Umfeld zu sein. In der Quintessenz ist Diversity die Herausforderung, eine Unternehmenskultur zu schaffen, in der individuelle Aspekte wie Herkunft, Geschlecht, Behinderung, sexuelle Orientierung, Alter, Religion, Weltanschauung nicht als Problem, sondern als Chance und Bereicherung angesehen werden.

Wie hat die NORD/LB das Thema Diversity aufgegriffen?

Ulrike Brouzi: Wir schätzen unsere Mitarbeiter gerade wegen ihrer Individualität. Um diese Haltung auch nach außen zu dokumentieren, haben wir im Jahr 2013 die Charta der Vielfalt unterschrieben. Unser Motto lautet „Vielfalt fördern, gestalten, leben“. Für Diversity gibt es keine Einheitslösung. Unsere Standorte, unsere internen Unternehmensbereiche, unsere Führungskräfte und die Kollegen untereinander entwickeln eigene Strategien, abhängig von ihrer Geschichte, ihrer Kultur und aktuellen Bedürfnissen. Eines unserer vorrangigen Ziele im Bereich der Chancengleichheit ist beispielsweise eine aktive Förderung der Frauen. Dies haben wir in unserer Konzern-Nachhaltigkeitsstrategie 2020 festgehalten. In der praktischen Umsetzung streben wir an, dass alle Führungskräfte eine freiwillige Selbstverpflichtung für einen festen Frauenanteil in führenden Positionen abgeben. Zur Zeit arbeiten wir außerdem daran, auch für andere Gruppen speziellere Förderungen und Angebote auszuarbeiten, damit sich alle Mitarbeiter unabhängig vom Alter, Herkunft, Hautfarbe oder sexueller Identität bei uns im Haus willkommen und wertgeschätzt fühlen.

Was macht aus Ihrer Sicht ein gutes Diversity-Management im Dienstleistungsbereich aus?

Ulrike Brouzi: Dienstleistungen werden an der Schnittstelle Mensch/Mensch erbracht. Vorurteile und Berührungängste stören diese Schnittstelle genauso wie demonstrativ vortragene Bekenntnisse zu Toleranz und Gleichberechtigung, die nicht durch eine entsprechende persönliche Haltung gelebt sind. Gute und individuelle Dienstleistungen können nur dann erbracht werden, wenn die agierenden Personen des Dienstleisters sich mit dem Kunden identifizieren, ihn sympathisch finden und in seinen individuellen Eigenheiten schätzen. Die Diversity-Maßnahmen und die Tonalität ihrer

Umsetzung bzw. Vermarktung müssen zum Unternehmen und seinen Kunden individuell passen. Und da es in ganz besonderem Maße um Glaubwürdigkeit geht, halte ich es für wichtig, die Herausforderungen genauso offen zu kommunizieren wie Absichtserklärungen und Erfolge.

Was erwarten Sie von einem Dienstleister wie PwC in Sachen Diversity?

Ulrike Brouzi: Berater sehen sich selbst als Innovatoren und Trendsetter – das müssen sie natürlich auch bei Diversity einlösen. Dazu kommt, dass das Geschäftsmodell von Prüfern und Beratern zwingend auf Diversity-Kompetenzen wie zum Beispiel Teamfähigkeit und Internationalität aufbaut. Ich erwarte also gerade von dort richtungweisende Impulse und Ideen mit Vorbildfunktion, um Diversity in Wirtschaft und Gesellschaft schneller voranzubringen.

Ulrike Brouzi ist als Chief Financial Officer (CFO)/Chief Operating Officer (COO) Mitglied des Vorstands der NORD/LB Norddeutsche Landesbank Girozentrale. Sie zeichnet verantwortlich für die Bereiche Finanzen/Steuern, Organisation und IT, Unternehmensservice, Compliance und Konzernsicherheit. Darüber hinaus betreut sie das Geschäftsgebiet Mecklenburg-Vorpommern und das Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern.



Ulrike Brouzi, Mitglied des Vorstands der Nord/LB

2 Ziele

Ziel	Frist	Status
Einführung eines Managementsystems für den Arbeitsschutz nach OHSAS 18001	06/2015	weiter in Bearbeitung
Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit durch interne Kommunikationsmaßnahmen	06/2014	erfüllt
Erhöhung der Secondment-Rate von Mitarbeitern, die länger als ein Jahr im Ausland arbeiten, von 161 Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2011/12 auf 240 Mitarbeiter im Geschäftsjahr 2014/15	06/2015	weiter in Bearbeitung
Steigerung des Frauenanteils auf Ebene der Partner um mindestens 50 Prozent auf Basis des Geschäftsjahres 2010/2011	06/2015	weiter in Bearbeitung
Re-Zertifizierung Audit beruf&familie	06/2015	weiterhin in Bearbeitung
Erhöhung des Anteils der weiblichen Bewerberinnen für den Geschäftsbereich Advisory durch gezielte Kampagnen und sonstige Maßnahmen	06/2014	neues Ziel
50 zusätzliche Entsendungen (Secondments) innerhalb PwC Europe zur Verbesserung der internationalen Zusammenarbeit	06/2014	erfüllt
Ausbau des Anteils der Durchführung von dezentral durchgeführten Klassenraumtrainings in den PwC-Niederlassungen zur Vermeidung von Reisetätigkeit	06/2014	neues Ziel
Ausbau des Anteils der E-Learningtage um 20 Prozent zur Vermeidung von Reisen und Unterstützung der zeitlichen Flexibilität der Nutzer.	06/2015	weiter in Bearbeitung
100 Entsendungen (Secondments) innerhalb PwC Europe zur Verbesserung der internationalen Zusammenarbeit.	jährlich	neues Ziel
Positionierung von PwC als attraktivsten Arbeitgeber unter den Big 4 und innerhalb der Top 10 beim Trendence Absolventenbarometer	06/2015	neues Ziel
Messung der psychischen Belastungen der Mitarbeiter	06/2015	neues Ziel
Ausbau der betrieblichen Gesundheitsförderung	06/2015	neues Ziel

3 Kennzahlen

Anzahl Mitarbeiter (LA1)

Die Anzahl der Mitarbeiter erhöhte sich im Berichtsjahr auf insgesamt 9.418, wobei die Anzahl der Fachkräfte wiederum zugenommen hat und die Zahl der Verwaltungskräfte beinahe gleich geblieben ist. Die Anzahl an jungen Menschen, die bei PwC eine Ausbildung erhalten, konnte nunmehr im siebten Jahr in Folge gesteigert werden.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Partner	426	448	489	499	502
Fachkräfte	6.525	6.761	7.147	7.159	7.281
Verwaltungskräfte	1.722	1.678	1.666	1.641	1.635
Gesamt	8.673	8.887	9.302	9.299	9.418
davon Auszubildende	180	185	208	232	252

Voll- und Teilzeitbeschäftigung (LA1)

Die Anzahl der Teilzeitkräfte, die mehr als 60 Prozent des vollen Stundensatzes arbeiten, hat sich im Vergleich zum Vorjahr weiter erhöht. Der Anteil derjenigen Beschäftigten, die weniger als 60 Prozent arbeiten, hat sich im Vergleich zum Vorjahr weiter verringert.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Vollzeit	6.982	7.207	7.470	7.262	7.136
Teilzeit 60–100 %	621	607	705	764	807
Teilzeit < 60 %	348	392	369	361	327

Angaben ohne Mitarbeiter mit Zeitverträgen/Langzeiterkrankungen.

Mitarbeiterfluktuation (LA2)

Einheit in %	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Fluktuation	11,2	13,0	14,0	12,0	13,0

Aus- und Fortbildung (LA10)

Die Investitionen für die Qualifizierung der Mitarbeiter sind von 116 Mio. Euro auf 105 Mio. Euro leicht zurückgegangen, ebenso die Anzahl der Stunden, die insgesamt in Anspruch genommen wurden.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Stunden gesamt	813.111	870.438	890.800	874.460	783.834
Stunden pro Mitarbeiter	106	112	101	108	97
Ausgaben in Mio. Euro	105	114	119	116	105
Ausgaben in % zur Gesamtleistung	7,9	7,9	8,0	7,5	6,8
Mitarbeiter mit Leistungsbeurteilung in %	90	90	88	90	91

Gesundheitsmanagement (LA7)

Die Zahl der krankheitsbedingten Ausfallzeiten hat im Vergleich zum Vorjahreszeitraum abgenommen, ebenso die Anzahl der Arbeitsunfälle.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Krankheitsbedingte Ausfallzeiten (Tage gesamt mit/ohne Lohnfortzahlung)	67.300	75.700	72.400	76.400	71.525
Krankheitsbedingte Ausfallzeiten (bezahlte Krank-Stunden pro Mitarbeiter)	45	57	52	56	51
Anzahl der Arbeitsunfälle	91	116	100	122	110

Anzahl Frauen (LA1)

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Weibliche Mitarbeiter inkl. Partner	4.061	4.132	4.336	4.398	4.396
Manager/Senior Manager/Direktoren	692	746	825	874	920
Partner	41	48	54	55	57

Nationalitäten der Mitarbeiter (LA13)

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Amerikanisch	3,7 %	4,0 %	4,3 %	3,4 %	3,9 %
Britisch	9,3 %	8,2 %	6,8 %	6,0 %	5,8 %
Bulgarisch	5,8 %	5,7 %	5,5 %	5,5 %	5,0 %
Chinesisch	3,3 %	3,8 %	4,3 %	4,2 %	4,2 %
Französisch	5,0 %	5,0 %	4,6 %	4,4 %	4,1 %
Griechisch	3,9 %	2,9 %	2,6 %	2,7 %	2,8 %
Italienisch	5,6 %	5,4 %	4,0 %	3,7 %	4,9 %
Japanisch	2,9 %	2,1 %	2,6 %	2,9 %	2,3 %
Kroatisch	4,3 %	3,6 %	3,3 %	3,7 %	4,4 %
Niederländisch	1,7 %	1,9 %	2,3 %	3,7 %	3,9 %
Österreichisch	5,8 %	8,0 %	8,3 %	9,0 %	8,8 %
Polnisch	5,6 %	5,9 %	6,0 %	6,1 %	5,5 %
Russisch	7,9 %	7,1 %	6,6 %	5,7 %	7,5 %
Spanisch	2,9 %	2,3 %	3,5 %	3,9 %	2,9 %
Türkisch	4,6 %	5,0 %	4,1 %	4,7 %	4,1 %
Ukrainisch	4,8 %	4,8 %	4,8 %	4,8 %	4,9 %
Sonstige	23,0 %	24,3 %	23,0 %	25,6 %	25,0 %
Basis (Anz. Mitarbeiter)	542	483	522	619	617

Mitarbeiterzufriedenheit

Zahl der Mitarbeiter, die ...	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
... PwC weiterempfehlen würden in %	62	59	65	66	69
... gerne für PwC arbeiten in %	71	67	70	71	72
... mit PwC als Arbeitgeber zufrieden sind in %	65	60	64	63	65

Umwelt

Wir übernehmen Verantwortung für unsere natürlichen Ressourcen und Lebensgrundlagen und setzen uns aktiv für den Schutz der Umwelt ein. Bei PwC hat das Thema Umweltschutz zweierlei Dimensionen, eine interne und eine externe. Durch unser betriebliches Umweltmanagement sind wir bestrebt, die ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit stetig zu verringern.



1 Fokusthema

Clever reisen – CO₂-Emissionen vermeiden

Mit Ressourcen schonend umzugehen ist für PwC elementarer Teil der Umweltstrategie. Ein wichtiger Ansatzpunkt ist dabei, CO₂-Emissionen zu senken. Warum Dienstreisen in diesem Zusammenhang ganz oben auf der Prioritätenliste stehen, erklärt Claus Kütting, Partner und Umweltmanagementbeauftragter von PwC.

Wo kann PwC als Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft CO₂-Emissionen vermeiden?

Claus Kütting: Der allerwichtigste Ansatzpunkt sind für uns die Dienstreisen und die durch sie verursachten Umweltauswirkungen. Wir stellen ja keine Waren oder Güter her, sondern erbringen Dienstleistungen, und das sehr oft direkt beim Kunden. Da gehören für uns alle Dienstreisen selbstverständlich dazu. Sie prägen unseren CO₂-Fußabdruck

entscheidend. Denn 95,2 Prozent der von PwC verursachten CO₂-Emissionen gehen auf Reiseaktivitäten zurück.

Lassen sich CO₂-Emissionen bei Dienstreisen überhaupt senken?

Claus Kütting: Die beste Möglichkeit zur Verringerung des von uns verursachten CO₂-Ausstoßes besteht natürlich darin, auf unnötige Reisen zu verzichten. Um das Reisen so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten, suchen wir gemeinsam mit unserem Reisemanagement nach neuen Ansätzen. Eine Alternative sind Videokonferenzen oder Online-Konferenzen mit Webex, die einen persönlichen Austausch mit Präsentationen ermöglichen. Damit lassen sich gleich mehrere Fliegen mit einer Klappe schlagen: Sie helfen, CO₂ zu vermeiden, sparen aber auch Zeit und Geld.

Welche Verkehrsmittel bevorzugt PwC?

Claus Kütting: Unter ökologischen Gesichtspunkten

präferieren wir Reisen mit der Deutschen Bahn. Seit 1. April 2013 bietet sie Unternehmenskunden Reisen mit 100 Prozent grünem Strom an. Das hat sich in unserer CO₂-Bilanz bereits positiv bemerkbar gemacht. Der Anteil der Bahnreisen ist bei PwC in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Generell empfehlen wir unseren Mitarbeitern, nach Möglichkeit die Bahn zu nutzen und ermutigen sie, mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Arbeitsplatz zu fahren – oder sogar mit dem Fahrrad. Bei einer Projektwoche am PwC-Standort in München haben wir für diese Idee geworben und sind auf positive Resonanz gestoßen.

Wie können Sie Mitarbeiter dazu motivieren, auf Dienstreisen zu verzichten oder vom Auto auf umweltfreundliche Verkehrsmittel umzusteigen?

Claus Kütting: Wir halten unsere Mitarbeiter dazu an zu prüfen, ob Dienstreisen wirklich sein müssen und ob es Alternativen gibt. Wir setzen hier auf Freiwilligkeit. Das Feedback der Mitarbeiter ist positiv, aber es besteht immer die Gefahr, doch wieder in alte Muster zu verfallen. Insgesamt beobachten wir aber ein Umdenken. Umweltbewusst zu reisen ist nun auch fester Bestandteil der Reiserichtlinie von PwC. Die Schulung der Inhalte unseres Umweltmanagement-Systems ist zudem Teil des jährlichen PwC-Compliance Trainings, das jeder Mitarbeiter bei PwC absolvieren muss. Auch das Umwelt-Gewinnspiel, das wir im vergangenen Jahr veranstaltet haben, ist bei den Mitarbeitern gut angekommen. Wir möchten uns diesem Thema in einer offenen und auch unterhaltsamen Form nähern und auf den erhobenen Zeigefinger verzichten.

Welche Ziele haben Sie sich für die Zukunft gesetzt?

Kütting: Wir hatten uns 2010 vorgenommen, die CO₂-Emissionen innerhalb von fünf Jahren um fünf Prozent zu senken. Nachdem wir diese Marke bereits 2013 erreicht haben, wollen wir die Treibhausgasemissionen bis 2015 um weitere fünf Prozent senken. Wir sind auf einem guten Weg, dieses Ziel zu erreichen.

Eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft produziert doch viel Papier. Spielt das nicht eine große Rolle bei CO₂-Emissionen?

Kütting: Das Papier hat gefühlt eine große Bedeutung. Das bekommen wir in Gesprächen auch mit unseren Mitarbeitern immer wieder zu hören. Sicher werden bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft viele Prüfungsberichte, Gutachten, Präsentationen und Studien produziert, um nur einige Beispiele zu nennen. Tatsächlich gehen auf Papier aber nur 2,3 Prozent der durch PwC verursachten CO₂-Emissionen zurück. Wir haben den Verbrauch bereits in der Vergangenheit massiv reduziert, was natürlich nicht nur die Umwelt entlastet, sondern auch einen positiven Kosteneffekt hat. Dazu tragen ressourcenschonende Drucker und ein innovatives Drucksystem bei, mit dem Mehrfachdrucke verhindert werden. Auch beim Strom sind die CO₂-Emissionen massiv gesunken. Wir beziehen zu 94 Prozent grünen Strom, bei dem fast überhaupt keine CO₂-Emissionen anfallen. Daher macht auch der Strom inzwischen nur noch 2,5 Prozent der gesamten CO₂-Emissionen bei PwC aus.

Wie sind Sie als Umweltmanagementbeauftragter von PwC denn persönlich unterwegs?

Kütting: Ich nutze die Bahn für nahezu alle Geschäfts- und auch privaten Termine in Deutschland und weiß die bequeme Art des Reisens zu schätzen. Auch der öffentliche Personennahverkehr ist umweltfreundlich und spart Zeit.

2 Ziele

Ziel	Frist	Status
Weitere Reduktion der CO ₂ -Emissionen um fünf Prozent pro Mitarbeiter bis 2015 auf Basis des Geschäftsjahres 2012/2013	06/2015	weiter in Bearbeitung
Förderung nachhaltiger Mobilität für den Weg zur Arbeit	06/2015	weiter in Bearbeitung
Veröffentlichung von Mitarbeiterinformationen zum Thema Dienstreisen und umweltbewusstes Verhalten	06/2014	weiter in Bearbeitung – verlängert bis 06/2015. Durchführung eines Pilotprojektes am Standort Hannover im Geschäftsjahr 2014. Die Veröffentlichung der Informationen an den übrigen Standorten ist vorgesehen.
Sukzessive Umstellung der Energieversorgung aus erneuerbaren Energiequellen soweit möglich an allen 29 Standorten in Deutschland	06/2018	weiter in Bearbeitung – 21 von 29 Niederlassungen werden bereits mit Energie aus erneuerbaren Energiequellen versorgt. Die Umstellung weiterer Standorte ist vorgesehen.
Reduzierung des Stromverbrauchs durch Förderung der Energieeffizienz an PwC-Standorten	06/2016	neues Ziel. Pilotprojekte in Osnabrück und Essen im ersten Halbjahr 2014 erfolgreich durchgeführt.
Bildung eines Informationsschwerpunktes zum Papierverbrauch je Mitarbeiter	06/2014	weiter in Bearbeitung – verlängert bis 06/2015. Durchführung eines Pilotprojektes am Standort Hannover im Geschäftsjahr 2014. Die Veröffentlichung der Informationen an den übrigen Standorten ist vorgesehen.
Weitere Reduktion des Papierverbrauchs durch den Verzicht auf Printpublikationen sowie die sukzessive Umstellung von Print- auf Onlinepublikationen und E-Books	06/2015	weiter in Bearbeitung
Integration wesentlicher Elemente des Umwelttrainings für Mitarbeiter in das jährliche Compliance-Training	06/2014	erfüllt
Update des videobasierten Schulungskonzepts zum umweltfreundlichen Verhalten der Mitarbeiter	06/2015	weiter in Bearbeitung – verlängert bis 06/2016. Für das Geschäftsjahr 2014 wurde die Umweltschulung als gesondertes Modul in das Compliance Training integriert.
Einsatz von ausschließlich umweltfreundlichen Produkten	06/2015	neues Ziel
Ausbau des Monitorings wesentlicher umweltrelevanter Größen	06/2014	weiter in Bearbeitung – verlängert bis 06/2016

3 Kennzahlen

Carbon Footprint Dienstreisen

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden für Fahrten mit dem Pkw, die für Dienstreisen genutzt wurden, 8,3 Prozent weniger Kilometer als im Vorjahreszeitraum zurückgelegt. Insgesamt sind die durch Fahrten mit dem Pkw entstandenen CO₂-Emissionen entsprechend gefallen.

Für Dienstreisen mit der Bahn stieg die Zahl der zurückgelegten Kilometer leicht an. Die Zahl der BahnCard-Inhaber wuchs auf 2083. Die CO₂-Emissionen gingen stark zurück, da die Bahn Geschäftsreisen mit 100 Prozent Grünstrom anbietet.

Die Kilometerzahl für Dienstreisen mit dem Flugzeug ist im Berichtszeitraum insgesamt um 3,7 Prozent gestiegen. Das liegt vor allen Dingen an der Zunahme von Flugreisen innerhalb von Deutschland. Aber auch bei Langstreckenflügen nahm die Zahl der geflogenen Kilometer zu. Die durch Flugreisen verursachten CO₂-Emissionen stiegen um 8,5 Prozent.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Per PkW					
Eigene Fahrzeuge der Mitarbeiter in 1.000 km	44.480	43.113	43.903	39.926	37.360
Mietwagen in 1.000 km	3.246	3.617	3.932	3.579	3.548
Taxi in 1.000 km	2.015	2.374	2.410	2.289	2.414
Gesamt in 1.000 km (gerundet)	49.741	49.105	50.245	45.794	43.322
Strecke pro Mitarbeiter in 1.000 km	5,7	5,3	5,4	4,9	4,6
CO ₂ -Emissionen durch Fahrten mit eigenen Fahrzeugen der Mitarbeiter in t	8.896	8.623	8.781	7.985	7.472
CO ₂ -Emissionen durch Fahrten mit Mietwagen in t	553	637	685	628	468 ¹
CO ₂ -Emissionen durch Taxifahrten in t	403	475	482	458	483
CO₂-Emissionen gesamt in t (gerundet)	9.852	9.735	9.947	9.071	8.423
Per Bahn					
Gesamt in 1.000 km	21.336	22.520	24.665	25.310	25.949
Strecke pro Mitarbeiter in 1.000 km	2,5	2,5	2,7	2,7	2,8
CO₂-Emissionen gesamt in t	935	874	957	741¹	118²
Zahl der BahnCard-Inhaber	1.532	1.532	1.793	1.906	2.083
Per Flugzeug					
Weltweite Flüge in 1.000 km	17.832	23.687	27.192	23.438	24.354
Europa in 1.000 km	11.669	16.652	17.085	15.526	15.516
Deutschland (ohne Kurzstrecken) in 1.000 km	13.513	15.994	18.359	17.066	18.094
Kurzstrecke (< 550 km) in 1.000 km	3.332	3.608	3.357	2.782	3.028
Gesamt in 1.000 km (gerundet)	46.346	59.940	65.994	58.813	60.992
Strecke pro Mitarbeiter (in 1.000 km)	5,3	6,7	7,1	6,3	6,5
CO₂-Emissionen in t	6.760	8.775	9.759	8.706	9.448
ÖPNV					
CO ₂ -Emissionen in t	43	50	63	64	48
Hotel					
Übernachtungen	126.957	126.478	130.105	131.397	143.410
Übernachtung pro Mitarbeiter	14,6	14,2	14,0	14,1	15,2
CO ₂ -Emissionen in t	1.917	1.910	1.965	1.984	2.165

¹ Korrektur CO₂-Ummrechnungsfaktor

² Seit 01. April 2013 garantiert die Bahn ihren bahn.corporate-Kunden die Nutzung von 100 Prozent Ökostrom auf allen Geschäftsreisen im Fernverkehr innerhalb Deutschlands.

Energieverbrauch

Der Stromverbrauch stieg im Berichtsjahr insgesamt an. Dafür konnte die CO₂-Emission aus dem Stromverbrauch deutlich sinken. Der Großteil aller Standorte von PwC wird mit Strom aus erneuerbaren Quellen versorgt.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Stromverbrauch nach Standorten in MWh (EN 4)					
Rechenzentrum Frankfurt/Oberursel	6.429	3.983	3.584	3.194	3.045
Frankfurt am Main	7.391	9.126	7.181	4.526	4.550
Düsseldorf	2.822	2.840	2.916	3.280	3.863
Hamburg	1.612	1.570	1.508	1.618	1.393
München	1.308	1.295	1.117	930	930
Berlin	1.355	1.385	1.460	1.389	1.283
Kleinere Standorte	3.912	3.917	4.726	4.626	5.464
Gesamt (gerundet)	24.828	24.117	22.492	19.562	20.529
Energieverbrauch nach Primärenergiequellen in MWh (EN 3&4)					
Strom	24.828	24.117	22.492	19.562	20.529
Fernwärme	16.924	18.453	20.741	23.024	20.582
Gas	5.260	4.319	4.238	2.575	2.529
Gesamt (gerundet)	47.013	46.888	47.471	45.162	43.639
CO₂-Emissionen aus dem Energieverbrauch in t (EN16)					
Strom	12.105	9.899	6.131	2.436	1.964
Fernwärme	2.688	2.321	3.057	3.483	2.941
Gas	1.061	871	854	519	510
Gesamt (gerundet)	15.854	13.090	10.042	6.439	5.415

Papierverbrauch (EN1)

Der Papierverbrauch stieg im Berichtsjahr nach einem kontinuierlichen Rückgang in den Vorjahren erstmals wieder an.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Papierverbrauch (EN1)					
Gesamt in t	521	482	476	439	492
Verbrauch pro Mitarbeiter in kg	60	54	51	47	52
CO ₂ -Emissionen in t	521	482	476	439	492

CO₂-Fußabdruck in t (EN16)

Der durchschnittliche CO₂-Fußabdruck pro Mitarbeiter hat sich für den Berichtszeitraum erneut verringert und ist weiter rückläufig.

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Scope 1 ¹	1.061	871	854	519	510
Scope 2 ²	14.793	12.220	9.187	5.920	4.905
Scope 3 ³	20.028	21.826	23.167	21.005	20.695
Gesamt (gerundet)	35.882	34.917	33.209	27.444	26.110
Durchschnittliche CO ₂ -Emissionen pro Mitarbeiter	4,14	3,93	3,57	2,95	2,76

¹ Scope 1: CO₂-Fußabdruck für den Verbrauch von Gas als Primärenergiequelle.

² Scope 2: CO₂-Fußabdruck für den Verbrauch von Fernwärme und Strom als Primärenergiequellen.

³ Scope 3: CO₂-Fußabdruck für Dienstreisen, Hotelaufenthalte und den Verbrauch von Papier.

Gesellschaft

Wir setzen uns über unsere Geschäftstätigkeit hinaus aktiv für gesellschaftliche Belange ein und leisten damit einen Beitrag für eine zukunftsfähige Gesellschaft. Im Rahmen unserer globalen CR-Strategie fokussieren wir unser Engagement inhaltlich auf die Themen Bildung und Kompetenzaufbau. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf der Professionalisierung von gemeinnützigen Organisationen und Sozialunternehmen im Rahmen unserer Kernkompetenzen und unserer Expertise. Ein Schwerpunkt unserer weltweiten Aktivitäten ist die Unterstützung unserer Mitarbeiter bei der Umsetzung sozialer Projekte.



1 Fokusthema

Skilled Volunteering für junge Sozialunternehmen

PwC unterstützt mit Skilled Volunteering junge Sozialunternehmen, die den Anfang der Start-up-Phase erfolgreich hinter sich haben und vor weiteren Herausforderungen stehen. Für beide Seiten ein Gewinn: Die Sozialunternehmen bekommen wertvolle Unterstützung und PwC-Mitarbeiter können ihr Fachwissen in einem anderen Umfeld als üblich einsetzen.

Unternehmen in der Gründungsphase stehen vor einer immensen Herausforderung. Sie müssen einen Businessplan entwickeln, Preise für ihre Dienstleistungen finden, den Markt sondieren und dabei noch ihre Finanzen im Blick behalten. Das gilt auch für Sozialunternehmen, die vorrangig soziale oder ökologische Ziele verfolgen und damit zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen einen wichtigen Beitrag

leisten. Social Enterprises werden im Rahmen der globalen Strategie von PwC weltweit durch unterschiedliche Initiativen unterstützt. In Deutschland startete PwC in diesem Zusammenhang ein Pilotprojekt zum Skilled Volunteering: Mitarbeiter begleiten dabei ausgewählte Sozialunternehmen, die die ersten Schritte erfolgreich gegangen sind – je nach Bedarf bei der Konsolidierung oder einer Wachstumsphase. „Das Beste, was wir geben können, ist die vielfältige Expertise und das Fachwissen unserer Mitarbeiter“, so Professor Dr. Norbert Winkeljohann, Sprecher des Vorstands von PwC. Die Sozialunternehmen auticon und dotHIV wurden im Rahmen des Piloten durch PwC-Experten zu unterschiedlichen Fragestellungen über sechs Monate hinweg beraten.

auticon: „Dienstleistungen zielgerichteter und umfassender anbieten“

auticon beschäftigt Menschen, die an einer bestimmten Form von Autismus (Asperger-Syndrom) leiden, als Consultants im IT-Bereich. Denn diese häufig hochbegabten Menschen haben besondere Fähigkeiten, Muster zu erkennen und zu analysieren. So können sie riesige Datenmengen in kurzer Zeit filtern und Fehler auf eine Art und Weise identifizieren, wie das keine Maschine oder Programm leisten könnten. Deswegen kommen ihre Stärken besonders gut im IT-Bereich zur Geltung – zum Beispiel, um Software-Fehler auszumachen. Doch Autisten haben Probleme in der Kommunikation mit ihrer Umwelt und finden deswegen trotz ihrer Begabung häufig keine Beschäftigung. auticon hat dafür eine Lösung gefunden: „Jobcoaches begleiten unsere Mitarbeiter und helfen ihnen bei der Kommunikation mit den Kunden“, sagt Kurt Schöffler, Geschäftsführer von auticon. Damit leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur Integration benachteiligter Menschen in die Arbeitswelt.

Die PwC-Experten haben das Führungsteam von auticon über sechs Monate hinweg beraten. Dabei standen die Analyse des Geschäftsmodells und die Frage, wie das Unternehmen sein Alleinstellungsmerkmal in Zukunft noch besser nutzen kann, im Vordergrund. Denn bereits schon jetzt zählen renommierte DAX-Unternehmen zu den Kunden von auticon. Im Rahmen mehrerer Workshops wurden Dienstleistungspakete zum Produktportfolio entwickelt sowie eine Strategie, um das Unternehmen zukünftig verstärkt als Premiummarke zu etablieren. „Die Beratung durch die Mitarbeiter von PwC hat uns gezeigt, wo wir nachjustieren müssen, um unsere Dienstleistungen noch zielgerichteter und umfassender anzubieten“, wie auticon-Geschäftsführer Schöffler betont.

dotHIV: Entwicklung eines individuellen Controlling Tools

Die Geschäftsidee von dotHIV ist es, die Domainendung .hiv im Internet zugunsten von Aidsprojekten zu verkaufen. Unternehmen, die diese Adresse nutzen, bezahlen eine Gebühr, die diesem Zweck weltweit zugutekommt. Bei der mehrmonatigen Beratung durch PwC-Experten lag der Fokus vor allem auf der Entwicklung eines Controllings, das auf die spezifischen Bedürfnissen des Sozialunternehmens hin zugeschnitten ist. Die PwC-Experten entwarfen gemeinsam mit dem Team von dotHIV ein individuell zugeschnittenes

Tool. „Die Zusammenarbeit mit PwC hat uns in der Startphase entscheidend weitergeholfen. Wir konnten dank der Begleitung durch die PwC-Mitarbeiter ein maßgeschneidertes Controlling entwickeln, das uns die tägliche Arbeit erleichtert und uns wichtige Informationen liefert“, sagt Maria Schöfeld, Chief Financial Officer von dotHIV. Auch beim Projektmanagement konnten die PwC-Experten das junge Sozialunternehmen dabei unterstützen, Projekte gezielter anzugehen und besser zu strukturieren.

PwC baut mit der Skilled Volunteering Initiative auf Förderprogrammen für Start-ups auf

Die beiden Unternehmen waren Stipendiaten eines Förderprogramms für Social Start ups, das von der SAP AG gemeinsam mit Social Impact Lab vor einigen Jahren gestartet wurde. „Wir sehen unsere Rolle darin, junge Unternehmen mit einer vielversprechenden Idee zu begleiten und den unternehmerischen Geist in die richtige Bahn zu lenken“, sagt Gabriele Hartmann, Head of Corporate Social Responsibility Middle and Eastern Europe bei SAP. Wie wichtig diese Unterstützung ist, betont auch Norbert Kunz, Geschäftsführer von Social Impact Lab: „Gerade während der Gründung gilt es, den richtigen Kurs einzuschlagen. Selbst leichte Fehler können in dieser Phase auch vielversprechende Projekte mit einer guten Idee zum Scheitern bringen.“ PwC hat sich mit seinem eigenen Programm bewusst dafür entschieden, keine reine Start-up-Beratung anzubieten, sondern Sozialunternehmen zu fördern, die erste Schritte bereits erfolgreich hinter sich haben und nun zunehmend komplexere Fragestellungen bewältigen müssen. Hierfür ist das breite Portfolio von Kompetenzen und Wissen, das PwC zu bieten hat, besonders gut geeignet.

Für PwC selbst waren die Erfahrungen mit auticon und dotHIV äußerst positiv. „Bei diesen Projekten können wir unser Know-how aus dem täglichen Projektgeschäft für eine gute Sache weitergeben. Nicht nur die Unternehmen profitieren davon, auch wir selbst bekommen spannende Einblicke. Wir können dabei sehr viel lernen und interessante Ideen kennenlernen“, sagt PwC-Partner Christoph Hagmann, der sich mit einigen seiner Mitarbeiter bei beiden Projekten engagiert hat. Nach der positiven Resonanz wird PwC das Skilled Volunteering-Programm im nächsten Jahr schrittweise ausbauen.

2 Ziele

Ziel	Frist	Status
Erstellung eines geschäftsbereichsübergreifenden Corporate-Volunteering und eines Pro-Bono-Konzeptes	06/2015	teilweise erfüllt – weiter in Bearbeitung. Ein umfassendes Konzept zum Thema Mitarbeiterengagement mit verschiedenen Bausteinen wurde im Berichtszeitraum entwickelt, ein Pro-Bono-Konzept wird im Rahmen einer Corporate-Citizenship-Richtlinie weiter erarbeitet
Konzeption und Umsetzung überregionaler wie regionaler Corporate-Citizenship- und Skilled Volunteering-Aktivitäten	06/2015	erfüllt – weiter in Bearbeitung. Pilotprojekte für Corporate-Citizenship-Aktivitäten im unmittelbaren Umfeld mit aktiver Einbindung der Mitarbeiter wurden für die Standorte Frankfurt am Main und München erfolgreich durchgeführt. Eine Fortführung dieser Projekte sowie die Konzeption und Umsetzung regionaler Corporate-Citizenship-Aktivitäten an weiteren Standorten in Deutschland ist in Arbeit. Ein überregionales Skilled-Volunteering-Programm zum Thema Skalierungsberatung von Social Enterprises wurde ebenfalls im Berichtszeitraum als Pilotprojekt erfolgreich umgesetzt. Eine Erweiterung des bundesweiten Programms wurde beschlossen und ist in Bearbeitung.
Erarbeitung einer Corporate-Citizenship-Richtlinie für PwC Deutschland.	06/2014	in Bearbeitung

3 Kennzahlen

Förderzusagen PwC-Stiftung (EC1)

Die Angaben zur Mittelverwendung beziehen sich auf die Mittelzusagen – nach Bereinigung um nicht realisierte Projekte und unabhängig vom zeitlichen Abfluss der Mittel. Die im Jahr 2013 verfügbaren Mittel in Höhe von 418.470 Euro kamen 22 Projekten aus dem Bereich der Regelförderung zugute. Die Schwerpunkte der Stiftung lagen – wie in den Vorjahren auch – insbesondere in den Genres Theater/Tanz/Musical sowie Museum/Kunst. Für das Jahr 2014 wurde zusätzlich eine Rücklage für Eigen- und Initiativprogramme in Höhe von 287.385 Euro gebildet.

	2009	2010	2011	2012	2013
Eigen- und Initiativprojekte	599.900	170.000	1.091.900	306.165	
Regelförderung	582.200	421.250	361.299	341.278	418.470
Sonstiges (Zukunftspreis Jugendkultur)	55.000				
Gesamt	1.237.100	591.250	1.453.199	647.443	418.470

Sponsoring und Spenden (EC1)

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Sponsoring	2.355.096	3.085.098	3.598.052	2.391.471	2.534.198
Spenden	1.621.760	1.801.242	3.793.664	1.586.012	1.603.301
(davon an PwC-Stiftung)	(960.350)	(1.101.283)	(2.974.436)	(583.168)	(615.150)
Gesamt	3.976.856	4.886.340	7.391.716	3.977.873	4.137.499

Kontakt

Dieter W. Horst

Tel.: +49 69 9585-1397

E-Mail: verantwortung@de.pwc.com

Nicole Susann Roschker

Tel.: +49 69 9585-1669

E-Mail: verantwortung@de.pwc.com