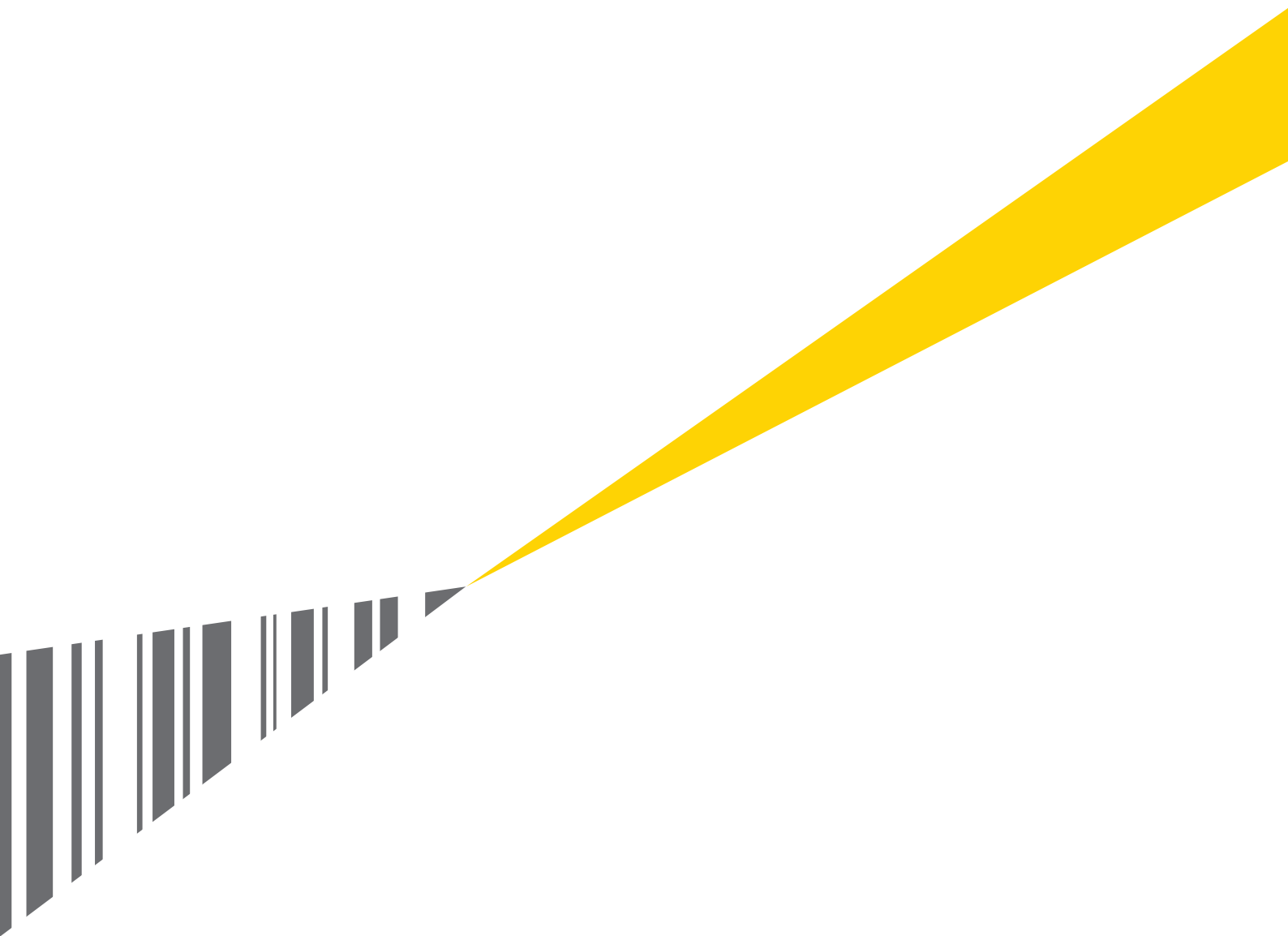


# Nachhaltigkeit 2009

Fortschrittsbericht für das Geschäftsjahr vom 1. Juli 2008  
bis zum 30. Juni 2009



# Der Fortschrittsbericht 2009

Im November 2008 legte Ernst & Young\* als erstes großes deutsches Prüfungs- und Beratungsunternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht vor. Unter dem Titel „Engagement aus Überzeugung“ informiert dieser Bericht umfassend über unsere ethisch, gesellschaftlich und ökologisch relevanten Aktivitäten und Vorhaben in allen Unternehmensbereichen.

Der diesjährige Bericht ergänzt den Nachhaltigkeitsbericht 2008 mit aktuellen Zahlen, Daten und Erlebnisberichten. Der vorliegende Bericht umfasst den Zeitraum vom 1. Juli 2008 bis zum 30. Juni 2009 und vervollständigt damit unsere Berichterstattung in Form eines Geschäfts- und eines separaten Transparenzberichts 2009.

\* „Ernst & Young“, „wir“ und „unser“ beziehen sich in diesem Fortschrittsbericht auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited, die sich zur deutschen Ernst & Young-Gruppe zusammengeschlossen haben. Die Gruppengesellschaften sind auf Seite 5 dieses Fortschrittsberichts aufgeführt; die Gruppenstruktur finden Sie auf Seite 63.

# Ernst & Young in Deutschland



**Unser Unternehmen** | Ernst & Young in Deutschland ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Transaktionsberatung sowie in der Risk- und Performance-Beratung. Mehr als 7.100 Kolleginnen und Kollegen sind durch gemeinsame Werte und einen hohen Qualitätsanspruch verbunden. Gemeinsam mit den 144.000 Kollegen der internationalen Ernst & Young-Organisation betreuen wir unsere Mandanten überall auf der Welt. Wir wollen unsere Kunden dabei unterstützen, ihre Chancen zu nutzen – auch und gerade dann, wenn die Märkte schwierig sind und Teams verlangt werden, die grenzüberschreitend arbeiten.

**Wir haben unsere globale Ausrichtung gestärkt** | Gerade internationale Mandanten erwarten von ihrem Prüfer und Berater, dass er ebenso global aufgestellt ist und agiert wie sie selbst. Und sie erwarten geografische und organisatorische Strukturen, die ähnlich sind wie ihre eigenen.

Mit ihren weltweit fünf „Areas“ bzw. Regionen erfüllt die internationale Ernst & Young-Organisation diesen Anspruch. Diese Organisationsform ermöglicht es, dass die in den Areas verbundenen Landesgesellschaften für ihre Mandanten die besten Teams zusammenstellen und über Ländergrenzen hinweg nahtlos einheitliche Dienstleistungen mit gleich hoher Qualität erbringen.

Dazu hat im abgelaufenen Geschäftsjahr eine wichtige gesellschaftsrechtliche Änderung innerhalb von Ernst & Young in Deutschland stattgefunden. In einem ersten Schritt haben wir am 27. Februar 2009 rückwirkend zum 1. Juli 2008 die Ernst & Young Deutsche Allgemeine Treuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Stuttgart, mit der Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft, Stuttgart, (Ernst & Young AG, operative Gesellschaft) verschmolzen.

In einem zweiten Schritt firmierten wir die Ernst & Young AG am 22. Juni 2009 in die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft um. Dieser Rechtsformwechsel war die Voraussetzung dafür, den im vorherigen Geschäftsjahr beschlossenen Beitritt von Ernst & Young Deutschland zur EMEIA-Area (Europe, Middle East, India and Africa) juristisch umzusetzen.

Mit dem Beitritt zur EMEIA-Area, in der 87 Länder zu einer operativen Einheit zusammengeschlossen sind, haben wir die Voraussetzungen dafür geschaffen, unseren nationalen und internationalen Mandanten noch stärker global integrierte Dienstleistungen zu erbringen. Unsere besten Branchen, also die besten Branchen- und Service-Line-Vertreter und die stärksten Teams stehen zur Verfügung.

# Inhalt

|                      |    |   |
|----------------------|----|---|
| 1.0 Unternehmen      | 10 | Nachhaltigkeit leben. Nachhaltigkeit liefern.                           |
|                      | 13 | Ernst & Young bekennt sich zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact |
|                      | 15 | Weiterführende Informationen  |
| 2.0 Werte            | 18 | Qualität leben. Qualität liefern.                                       |
| 3.0 Mitarbeiter      | 22 | Potenziale erkennen. Potenziale entfalten.                              |
|                      | 24 | Weitere Initiativen im Bereich Mitarbeiter                              |
| 4.0 Umwelt           | 28 | Umwelt erhalten. Umwelt gestalten.                                      |
| 5.0 Gesellschaft     | 34 | Engagement zeigen. Engagement unterstützen.                             |
| 6.0 Entrepreneurship | 38 | Wachstum begleiten. Wachstum gestalten.                                 |
| 7.0 Transparenz      | 43 | Zahlen & Fakten   |
|                      | 50 | Ziele & Maßnahmen   |



# 1.0 Unternehmen

Wir wollen begeistern und fördern,  
entdecken und voranbringen:  
Menschen und Ihre Talente,  
Märkte und ihre Dynamik,  
Unternehmen und ihre Erfolge.

# Nachhaltigkeit leben. Nachhaltigkeit liefern.

|    |                  |
|----|------------------|
| 9  | Unternehmen      |
| 17 | Werte            |
| 21 | Mitarbeiter      |
| 27 | Umwelt           |
| 33 | Gesellschaft     |
| 37 | Entrepreneurship |
| 41 | Transparenz      |
| 59 | Anhang           |

**Nachhaltigkeitsmanagement bei Ernst & Young** | Unser Unternehmen übernimmt Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und folgt dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung. Daher achten wir bei unseren unternehmerischen Aktivitäten auch auf die ökologischen, gesellschaftlichen und ethischen Aspekte.

Wir haben ein „Sustainability Council“ eingerichtet und damit beauftragt, ein systematisches und umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement bei Ernst & Young weiter auszubauen. Dieses interdisziplinäre Gremium fungiert als internes Planungs- und Kontrollgremium für alle wesentlichen Nachhaltigkeitsaktivitäten und berichtet direkt an die Unternehmensführung. Der Sustainability Council bereitet strategische Entscheidungen vor, überwacht gesetzte Ziele und stößt konkrete Maßnahmen in den vorab definierten Nachhaltigkeitsbereichen Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship und Corporate Governance an.

Darüber hinaus ist der Sustainability Council für die jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung verantwortlich und koordiniert die weitere Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeitsmanagement mit unseren Mitarbeitern, Mandanten und der Öffentlichkeit. Beispielsweise begleitet er das quartalsweise erscheinende Nachhaltigkeitsmagazin. Das digitale Magazin enthält einen Mix aus praxisorientierten und wissenschaftlichen Artikeln rund um aktuelle Fragestellungen und wird kostenlos über einen Mailverteiler und die Internetauftritte „Corporate Responsibility“ und „Climate Change and Sustainability Services“ bereitgestellt.

Den organisatorischen Aufbau unseres Nachhaltigkeitsmanagements sowie die grundsätzlich unternehmensrelevanten Themen haben wir ausführlich in unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht dargestellt, den wir Ende 2008 veröffentlicht hatten.

**Im Dialog mit unseren Stakeholdern** | Zu einer verantwortlichen Unternehmensführung gehören für uns auch ein partnerschaftlicher und offener Dialog mit den relevanten Anspruchsgruppen sowie unsere diversen Mitgliedschaften in nationalen und internationalen Nachhaltigkeitsforen. Dort tauschen wir uns regelmäßig über neue wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Entwicklungen im Nachhaltigkeitsbereich aus. Die folgenden Beispiele geben einen Überblick über Art und Umfang unserer Dialogaktivitäten im Berichtszeitraum; weiterführende Informationen finden sich in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2008 und im Internet unter „Corporate Responsibility“.

Seit August 2008 ist Ernst & Young Mitglied im UN Global Compact. Mit dem Beitritt zu diesem weltumspannenden Wertebündnis zwischen den Vereinten Nationen, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen dokumentieren wir unseren eigenen Anspruch zu einem verantwortungsvollen und nachhaltigen Handeln.

„Wir bekennen uns zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact und setzen uns im Rahmen unserer Einflussmöglichkeiten für die Wahrung der Menschenrechte, faire Arbeitsbedingungen, den Umweltschutz und den Kampf gegen Korruption ein“, betont Dr. Herbert Müller, Vorsitzender der Geschäftsführung der Ernst & Young GmbH, in einem Schreiben an UN-Generalsekretär Ban Ki-moon. „Die Mitgliedschaft im Global Compact ermöglicht es uns, in einen kontinuierlichen Dialog und Wissensaustausch mit unseren Stakeholdern und weiteren gesellschaftlichen Gruppen zu treten“, so Dr. Herbert Müller. „Darüber hinaus können wir deutschlandweit und international das nachhaltige Wirtschaften in Unternehmen noch aktiver mitgestalten und weiterentwickeln. Im kommenden Jahr wird Ernst & Young einen ersten detaillierten Bericht zur Umsetzung der zehn Prinzipien im Geschäftsalltag veröffentlichen. Bereits jetzt thematisieren wir ausgewählte Aspekte in unseren digitalen Nachhaltigkeitsmagazinen und berichten in dem jüngst erschienenen Global Compact International Yearbook 2009 über das Thema ‚Diversity & Inclusiveness at Ernst & Young‘.“

Darüber hinaus engagiert sich Ernst & Young im Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN) und nimmt regelmäßig an den Arbeitstreffen, Workshops und Fachgesprächen in Berlin teil. So fand beispielsweise am 25. August 2009 eine Diskussion zu den „Folgen der Weltfinanzkrise für das unternehmerische Nachhaltigkeitsmanagement“ statt. Die Diskussionsbasis war eine Studie von Dr. Heribert Dieter (Stiftung Wissenschaft und Politik) sowie deren Kommentierung durch Karin Sahr, Mitglied im Climate Change and Sustainability Services (CCaSS)-Team von Ernst & Young.

Die zehn Prinzipien des UN Global Compact.

- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

**Menschenrechte**

- 01# Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und
- 02# sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

**Arbeitsnormen**

- 03# Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für
- 04# die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,
- 05# die Abschaffung der Kinderarbeit und
- 06# die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

**Umweltschutz**

- 07# Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,
- 08# Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und
- 09# die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

**Korruptionsbekämpfung**

- 10# Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Ernst & Young engagiert sich auch in anderen Institutionen und Netzwerken, die sich mit Nachhaltigkeit befassen. So fand im Frühjahr 2009 das Jahrestreffen der deutschen Organizational Stakeholder der Global Reporting Initiative (GRI) in den Räumlichkeiten von Ernst & Young in Stuttgart statt. Die Teilnehmer diskutierten während der zweitägigen Veranstaltung mit renommierten Unternehmen und Experten über die Zukunft einer transparenten und vergleichbaren Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Als Hauptsponsor unterstützt Ernst & Young erneut die wichtigste deutschsprachige Plattform für Corporate Social Responsibility, das „Deutsche CSR-Forum – Forum EnviComm“. Es fand am 27. und 28. April 2009 zum fünften Mal in Stuttgart statt. Unter dem Motto „Verantwortung tragen – Verantwortlichkeit managen“ diskutierten hochrangige Vertreter aus der Wirtschaft. Die Veranstaltung förderte einen offenen Dialog zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Nichtregierungsorganisationen und Medien.

Im Frühjahr 2009 rief die renommierte Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft e.V. den Arbeitskreis „Nachhaltige Unternehmensführung“ (AKNU) ins Leben. Dieser interdisziplinäre Arbeitskreis wird von Prof. Dr. Edeltraud Günther (TU Dresden) und Rudolf X. Ruter (Ernst & Young) geleitet. Im Rahmen des Engagements für den AKNU untersucht Ernst & Young gemeinsam mit hochrangigen Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft, welche Instrumente Eigentümern, Geschäftsleitung, Bereichsleitung und Aufsichtsrat zur Verfügung stehen, um einzeln und gemeinsam verantwortlich zu handeln. Dabei sollen sowohl typische Hemmnisse benannt als auch Lösungen gefunden werden, wie Nachhaltigkeit in Entscheidungsprozesse wirksam eingebunden werden kann, um den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern.

Es entspricht dem Selbstverständnis von Ernst & Young, einen weit über den gesetzlichen Auftrag hinausgehenden Beitrag für eine nachhaltige Wirtschaft zu leisten. Neben der aktiven Mitarbeit in Initiativen wie dem UN Global Compact, der GRI oder dem AKNU spiegelt sich das Nachhaltigkeitsengagement in weiteren Aktivitäten wider. So veranstalten wir beispielsweise regelmäßig für unsere Mandanten und die interessierte Öffentlichkeit Arbeitskreise, die sich unterschiedlichen Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit widmen. Diese Dialogforen bieten gute Möglichkeiten, sowohl um Erfahrungen auszutauschen und Netzwerke aufzubauen als auch um gemeinsam erste Lösungswege für konkrete Nachhaltigkeitsfragen zu erarbeiten.

- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

Im Januar 2009 veranstalteten wir in Wien gemeinsam mit unseren Kollegen aus der Schweiz und Österreich einen Arbeitskreis zum Thema „Zukunftsfähiges Wirtschaften in turbulenten Zeiten – Nachhaltigkeit als Chance“. Gemeinsam mit über 100 Gästen und Referenten diskutierten wir kritisch die Bedeutung der Nachhaltigkeit für Investoren und das Risikomanagement. Ein Ergebnis dieses Treffens ist die Erkenntnis, dass die aktuelle Suche nach ökonomischer Stabilität und Zukunftsfähigkeit eine große Chance für nachhaltige Umstrukturierungen in der Wirtschaft bietet und den Investoren dabei eine zentrale Rolle zukommen kann. Als ebenso wichtig für eine verantwortliche Unternehmensführung wurde die systematische Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in das Risikomanagement benannt.

**Fazit** | Ernst & Young ist sich der Tatsache bewusst, dass der Aufbau eines eigenen Nachhaltigkeitsmanagements und die Entwicklung eines umfassenden Stakeholder-Dialogs Zeit brauchen und in einigen Bereichen erst Zwischenergebnisse vorliegen. Mit unserem eindeutigen Bekenntnis zum Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung verbinden wir die Verpflichtung, diesen Weg konsequent weiterzugehen. Erst wenn das Prinzip der Nachhaltigkeit dauerhaft in unserer Unternehmenskultur, unseren Managementsystemen sowie im Denken und Handeln unserer Mitarbeiter verankert ist, kann es seine volle Wirkung entfalten. Darum bauen wir weiter konsequent Organisationsstrukturen auf, die sowohl verantwortliches Handeln im Unternehmen fördern als auch Stakeholderbelange systematisch in unseren Entscheidungsprozessen berücksichtigen.

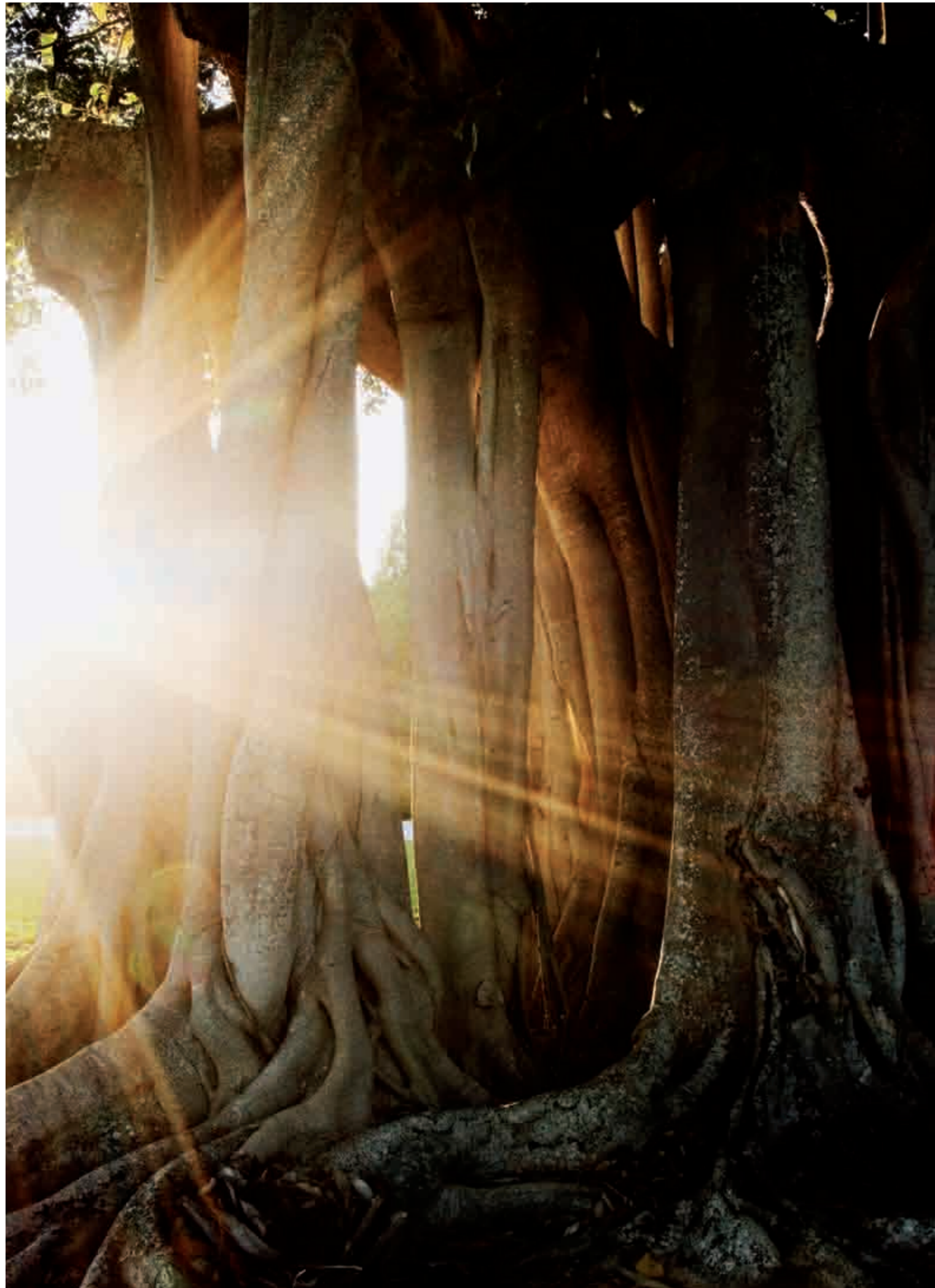
## Weiterführende Informationen

### Ernst & Young Links:

- ▶ Internetauftritt  
„Corporate Responsibility“  
<http://www.de.ey.com/cr>
- ▶ Corporate Social Responsibility
- ▶ Corporate Governance
- ▶ Corporate Citizenship
- ▶ Internetauftritt  
„Climate Change and Sustainability Services“  
<http://www.de.ey.com/ccass>

### Externe Links:

- ▶ Internetauftritt  
„UN Global Compact“  
<http://unglobalcompact.org>
- ▶ Internetauftritt  
„Deutsches Global Compact Netzwerk“  
<http://www.unglobalcompact.de>
- ▶ Internetauftritt  
„Arbeitskreis Nachhaltige Unternehmensführung“  
<http://www.aknu.org>
- ▶ Internetauftritt  
<http://www.schmalenbach.org>



## 2.0 Werte

Ernst & Young steht für allerhöchste Qualitätsansprüche in jeder Hinsicht. Nur so können wir unser Ziel erreichen, unter Einsatz all unserer Ressourcen und Kompetenzen das Potential unserer Mandanten erfolgreich umzusetzen.

# Qualität leben. Qualität liefern.

9 Unternehmen

17 Werte

21 Mitarbeiter

27 Umwelt

33 Gesellschaft

37 Entrepreneurship

41 Transparenz

59 Anhang

Unsere weltweite Verpflichtung „Quality in everything we do“ zeigt, wofür wir stehen: für qualitativ hochwertige Dienstleistungen. Wir unterstützen unsere Mandanten dabei, nachhaltige Erfolge zu erzielen, und sind an einer langfristigen Zusammenarbeit interessiert. Unsere Reputation stützt sich auch darauf, dass wir unsere Unabhängigkeit wahren, objektiv sind und nach ethischen Grundsätzen arbeiten. Dies ist der Schlüssel für unseren Erfolg, besonders als unabhängige Wirtschaftsprüfer. Unser internes Qualitäts- und Risikomanagement ist eine unverzichtbare Voraussetzung dafür. Wir haben unser umfassendes System von Richtlinien und Verfahrensweisen zur Qualitätssicherung auch im letzten Geschäftsjahr weiter verbessert.

Wir fördern eine Unternehmenskultur, in deren Mittelpunkt Integrität sowie die Erbringung von hochwertigen Dienstleistungen stehen. Die im Ernst & Young-Verhaltenskodex verankerten Grundsätze geben uns klare Standards und Verhaltensrichtlinien an die Hand und sind Leitlinien für unsere Handlungen und für unsere Geschäftsausübung. Die Grundsätze sind von all unseren Mitarbeitern zu beachten und dienen als Verhaltensrichtlinie in Bezug auf unser gesamtes Leistungsspektrum. Der Verhaltenskodex ist in fünf Kategorien unterteilt:

- ▶ Zusammenarbeit mit Kollegen
- ▶ Zusammenarbeit mit Mandanten und anderen Personen
- ▶ Handeln unter dem Gesichtspunkt der berufsständischen Integrität
- ▶ Wahrung unserer Objektivität und Unabhängigkeit
- ▶ Achtung geistigen Kapitals.

Zum 1. Oktober 2009 haben wir ein neues Verfahren implementiert, das die Verbindlichkeit bestimmter Richtlinien unterstreicht. Alle Mitarbeiter müssen elektronisch bestätigen, dass sie den Verhaltenskodex sowie die Antikorruptions- und Insiderhandlungsrichtlinien kennen und einhalten.

Mit unserem Verhaltenskodex und regelmäßiger Kommunikation sind wir bestrebt, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich sämtliche Mitarbeiter zu verantwortungsbewusstem Handeln aufgerufen fühlen. Dies schließt auch die Möglichkeit ein, Fehlverhalten zu melden, ohne Repressalien fürchten zu müssen. Mit unserer Ethik-Hotline haben wir dafür eine Möglichkeit geschaffen. Hier können Mitarbeiter von Ernst & Young, Mandanten und auch andere Personen Verstöße gegen unsere ethischen Grundsätze, unsere Berufsgrundsätze oder gegen Gesetze melden. Wie bereits im Vorjahr sind im Geschäftsjahr 2008/2009 über die Ethik-Hotline keine Beschwerden oder Anfragen eingegangen.

Die Ernst & Young GmbH ist nicht kapitalmarktorientiert. Gleichwohl sind Aufsichtsrat, Geschäftsführung und Partner übereingekommen, für die Unternehmensführung und -kontrolle einen Kodex einzuführen. Dieser orientiert sich am Deutschen Corporate Governance Kodex, soweit er für ein nicht kapitalmarktorientiertes Unternehmen infrage kommt.

„Quality in everything we do“ | Die externe Qualitätskontrolle wurde erfolgreich und mit einem uneingeschränkten Prüfungsurteil abgeschlossen.

Um die Qualität unserer Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern, befragen wir jährlich unsere Kunden. Wie im Vorjahr zeigte sich eine außerordentlich hohe Zufriedenheit unserer Kunden: 92 Prozent (Vorjahr: ebenfalls 92 Prozent) waren rundum zufrieden. Die Rücklaufquote betrug 40 Prozent (Vorjahr: 30 Prozent). Damit haben wir unser im Vorjahr gestecktes Ziel (40 Prozent) erreicht. Im nächsten Jahr möchten wir dieses hohe Niveau halten.

**Ausblick** | Im nächsten Geschäftsjahr werden wir weltweit ein „Service Quality Framework“ einführen. Diese globalen Standard-Rahmenbedingungen stellen sicher, dass wir in allen Arbeitsschritten und Prozessen leichter höchste Qualität für unseren Mandanten liefern. Das „Service Quality Framework“ betrachtet dabei nicht nur die Qualität unserer Dienstleistungen, sondern erfasst auch einzelne Aspekte wie unsere Konsultationspflichten, unsere Netzwerkarbeit sowie die Arbeit im Team bzw. die Zusammenarbeit mit dem Mandanten.



## 3.0 Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolgs. Ihre Fähigkeiten, ihr Wissen und ihr Engagement bilden die Grundlage für unser nachhaltiges Wachstum.

# Potenziale erkennen. Potenziale entfalten.

- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter**
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

In turbulenten Zeiten spüren gerade die Mitarbeiter jede Veränderung sehr deutlich, denn oftmals bringt die wirtschaftliche Stagnation Sparmaßnahmen mit sich. Auch unsere Mitarbeiter mussten in diesem Jahr sparsam sein. Wir haben jedoch nachhaltig an unserem Bestreben festgehalten, eine große Anzahl Seminare, Weiterbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten anzubieten, um das Wissen und die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter weiterhin bestmöglich zu fördern. So konnten wir in diesem Jahr die Zahl der Trainingsstunden auf 451.709 (Vorjahr: 449.785 Stunden) erhöhen. Im Durchschnitt hat jeder Mitarbeiter 8,7 Tage Training erhalten. Da wir unsere Mitarbeiter wiederum auch als Trainer einsetzen, um relevantes praxisbezogenes Wissen zu vermitteln, hat durchschnittlich jeder Mitarbeiter 8,2 Trainingsstunden durchgeführt.

Auch die nachfolgenden Initiativen zeigen, dass das Thema Nachhaltigkeit bei uns im Bereich Mitarbeiter ein hohes Maß an Aufmerksamkeit genießt.

**Diversity & Inclusiveness (D&I)** | D&I gehört zu den sechs globalen Prioritäten unseres Unternehmens und ist somit ein Topthema auf der Managementagenda. Wir verstehen D&I als geschäftsorientiertes Prinzip und sehen es als wesentlichen Baustein und Erfolgsfaktor für die Umsetzung unserer Unternehmensstrategie sowie unserer Unternehmenskultur. Diese strategische Verankerung löst D&I aus den Strukturen kurzlebiger, projektbezogener Initiativen und garantiert die Nachhaltigkeit unseres Ansatzes auf lange Sicht. Georg Graf Waldersee, Managing Partner für die Sub Area Germany, Switzerland, Austria (GSA), erläutert diesen Ansatz wie folgt: „D&I ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Kerngeschäftsstrategie und kein Luxus. Es ist nicht die ‚Idee des Monats‘. Es ist zentral und es ist direkt mit unserer Geschäftsstrategie verknüpft. Das ist so in guten Zeiten und sogar noch mehr in schwierigen Zeiten.“

D&I ist für uns wichtig, weil es direkt zum Unternehmenserfolg beiträgt; gleichzeitig ist es Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung. D&I steigert das Potenzial für Innovationen und damit sowohl die Qualität und Einzigartigkeit unseres Dienstleistungsangebots als auch unsere Wettbewerbsfähigkeit. Vielfalt im Unternehmen intensiviert unsere Mandantenbeziehungen, indem wir ihre Heterogenität spiegeln und auch so besser auf individuelle Bedürfnisse eingehen können. D&I unterstützt uns dabei, die besten Talente zu gewinnen und zu halten. Denn so schaffen wir ein Umfeld, in dem sich unsere Mitarbeiter respektiert und wertgeschätzt fühlen, unabhängig von physischen Attributen, der familiären und persönlichen Situation oder anderen individuellen Merkmalen. D&I hilft uns nicht zuletzt dabei, die Verbundenheit unserer Mitarbeiter mit der Kultur von Ernst & Young zu stärken.

Mit der Ernennung von Ana-Cristina Grohnert zur D&I-Partnerin für Deutschland, Österreich und die Schweiz (GSA) sowie der Integration verschiedener regionaler D&I-Komitees in ein zentrales D&I-Soundingboard konnten wir die organisatorische Aufstellung stärken. Somit ist es uns möglich, effizienter Erfahrungen auszutauschen sowie die D&I-Ziele konstant durchzusetzen. Darüber hinaus erweitert diese organisatorische Aufstellung unsere Möglichkeiten für länderübergreifende Initiativen. Die neue Partnerin setzt sich im ersten Schritt dafür ein, das Bewusstsein für D&I zu stärken. Ihr ist es wichtig, ein gemeinsames Verständnis für D&I und deren Bedeutung sowie Nutzen für unsere Mandanten, unsere Mitarbeiter und unser Unternehmen zu etablieren.

Die Vereinbarung von Zielkorridoren für die Implementierung des „Gender Equity“-Prinzips war ein weiterer wichtiger Meilenstein.

Schon über 200 von insgesamt 474 unserer Partnerinnen und Partner nahmen in den letzten Monaten an interaktiven „Diversity Workshops“ teil. Dort wurde ihnen unser D&I-Verständnis dargestellt. Darüber hinaus war es Anliegen des Workshops, ihre Sensibilität für das Thema zu erhöhen sowie ihre Bereitschaft, sich aktiv dafür einzusetzen. Der Workshop vermittelte den Führungskräften durch verschiedene praktische Beispiele, wie persönliche implizite Annahmen eine Managemententscheidung beeinflussen können.

Wir haben über verschiedene Kanäle der **internen Kommunikation** unsere Mitarbeiter für dieses Thema sensibilisiert und auf weitere D&I-Maßnahmen vorbereitet.

Ernst & Young arbeitet aktiv in **externen Netzwerken** mit, um den Gedankenaustausch und die Etablierung von Best Practices in diesem Feld weiter voranzutreiben. So sind wir zum Beispiel Partner in der Synergiewerkstatt (weiterführende Informationen unter <http://www.synergie-durch-vielfalt.de>) sowie in einer Reihe von Instituten, die wissenschaftliche Forschung unterstützen und praktische Anwendung von D&I-Themen untersuchen.

Gender Equity bleibt in der D&I-Strategie von Ernst & Young ein zentrales Thema. Auf der obersten Führungsebene konnten wir den Anteil weiblicher Partner im Vergleich zum Vorjahr erhöhen, doch liegt dieser Anteil weiterhin bei nur ca. elf Prozent.

---

**Definition von D&I** | **Diversity** bezeichnet die Vielfalt der Mitarbeiter in unserem Unternehmen im Hinblick auf verschiedene Diversitätsmerkmale wie Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft, kulturelle Identität, Bildungsstand, Religion, sexuelle Identität, Erfahrungen, sozialer Hintergrund etc.

**Inclusiveness** bedeutet wie wir diese Vielfalt wertschätzen und nutzen. Es geht darum ein Arbeitsumfeld zu schaffen, indem sich alle Mitarbeiter als Teil einer Gemeinschaft anerkannt fühlen und so persönliche Bestleistungen erzielen und ihr volles Potential entfalten können.

---

# Weitere Initiativen im Bereich Mitarbeiter

9 Unternehmen

17 Werte

21 Mitarbeiter

27 Umwelt

33 Gesellschaft

37 Entrepreneurship

41 Transparenz

59 Anhang

**Alumni** | Nach wie vor sind uns unsere ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr wichtig. Wir möchten mit ihnen auch nach dem Ende der Betriebszugehörigkeit in Kontakt bleiben.

Seit Jahrzehnten gibt es den Alumni-Gedanken bei Ernst & Young. Für unsere Alumni stellen wir seit fünf Jahren eine geschlossene Mitgliederwebsite bereit, veranstalten regelmäßige Alumni-Treffen und publizieren ein eigenes Printmagazin, das zweimal jährlich erscheint.

Im April 2009 gingen wir mit einer neuen Alumni-Website an den Start. Sie erstreckt sich länderübergreifend auf Deutschland und die Schweiz. Außerdem sind jetzt auch die aktiven EY-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Deutschland und der Schweiz Mitglieder des Netzwerks. So können wir nun auf der Plattform auch die real existierenden persönlichen Kontakte zwischen Ehemaligen und Aktiven technisch unterstützen.

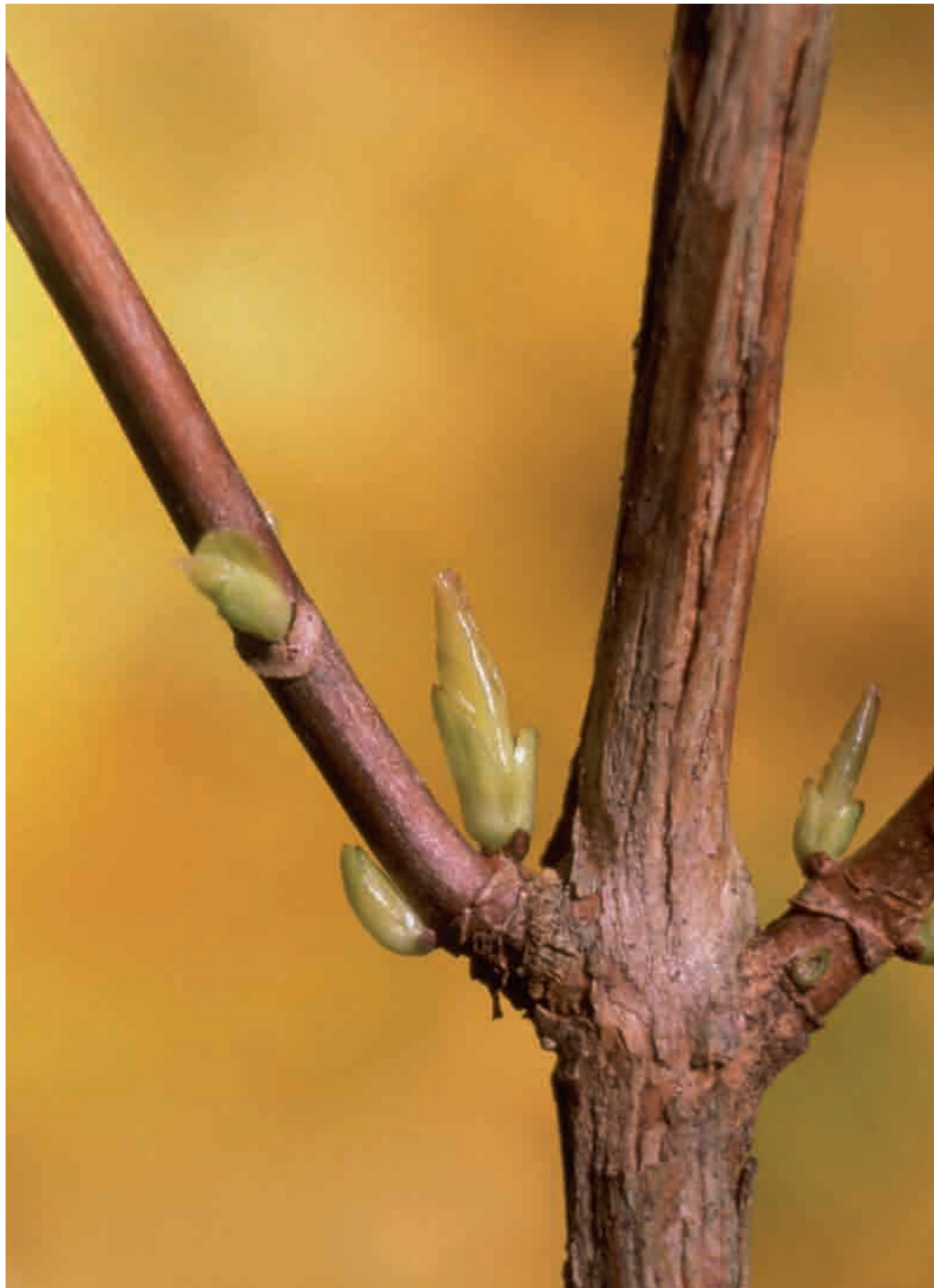
Auf der Website erfahren die Mitglieder wo und wann das nächste Alumni-Treffen, oder der nächste IFRS-Stammtisch stattfindet. Darüber hinaus können die Mitglieder ihren beruflichen und privaten Werdegang teilen. Für die Aktualität der eigenen Daten ist jeder selbst verantwortlich.

Knapp sechs Monate nach dem Launch der Website ist die Zahl der aktiven Mitglieder um rund 1.000 auf 4.500 angestiegen. Ehemalige wie aktuelle Mitarbeiter sind zunehmend daran interessiert, untereinander in Kontakt zu bleiben. Neben den offiziellen Alumni-Veranstaltungen gibt es auch immer wieder privat organisierte Treffen, die sich dank des Mitgliederverzeichnisses auf der Website leicht organisieren lassen.

---

**Fazit** | Die Ziele und Maßnahmen unseres letzten Berichts sind weiterhin für uns bindend; allerdings haben auch hier die wirtschaftlichen Bedingungen teilweise andere Prioritäten vorrangig werden lassen. Unser gemeinsames Ziel ist jedoch weiterhin, unseren Mitarbeitern das bestmögliche Umfeld zu bieten, damit jeder seine Potenziale entfalten kann.

---



## 4.0 Umwelt

Weil wir wissen, dass nur nachhaltiges Handeln auf allen Ebenen auch zu nachhaltigem unternehmerischem Erfolg führt, ist für uns ein verantwortungsbewusster Umgang mit der Umwelt und ihren Ressourcen selbstverständlich.

# Umwelt erhalten. Umwelt gestalten.

|    |                  |
|----|------------------|
| 9  | Unternehmen      |
| 17 | Werte            |
| 21 | Mitarbeiter      |
| 27 | <b>Umwelt</b>    |
| 33 | Gesellschaft     |
| 37 | Entrepreneurship |
| 41 | Transparenz      |
| 59 | Anhang           |

Ähnlich wie in Ökosystemen gibt es auch in Unternehmenssystemen Wechselwirkungen zwischen den einzelnen Bereichen, die dann das Gesamtergebnis bestimmen. In unserem Unternehmen zeigt sich eine ökologische Interaktion zwischen den Bereichen Travel, IT, Energie und Papier: Während einerseits im Segment „Geschäftsreisen“ Emissionseinsparungen zu verzeichnen sind, wirken andererseits globale interne Projekte als Treiber für den Anstieg des Papierverbrauchs. Deshalb ist es wichtig, die Bereiche in ihrer Gesamtheit zu betrachten. Wir beleuchten hier umfassend die Prozesse unseres Unternehmens, die Einfluss auf Klima und Umwelt haben, um Ökologie und Ökonomie in Balance zu halten.

**Travel Management** | Reisen sind in unserem Unternehmen unvermeidbar; sie werden vor allem durch die Prüfungs- und Beratungsleistungen beim Mandanten vor Ort generiert. Es ist erforderlich, die von uns verursachten Emissionen durch Geschäftsreisen genauer zu betrachten.

Das Travel Management verfolgt weiterhin das Ziel, langfristig diese unvermeidbaren Auswirkungen auf die Umwelt zu kompensieren. Voraussetzung hierfür ist es, die verursachten Emissionen zu erfassen und darzustellen; diese Vorgehensweise haben wir in diesem Jahr optimiert. Die kontinuierliche Reduzierung der Emissionen ist inzwischen ein laufender Prozess, der durch verschiedene Maßnahmen – z. B. die Lenkung von Flug- auf Bahnreisen – vorangetrieben wird. Den ersten Schritt zur Neutralisierung der Emissionen gehen wir durch CO<sub>2</sub>-freie Bahnreisen ab 2010.

Vor allem die internen Reisen haben im letzten Geschäftsjahr abgenommen; dies spiegelt sich in einem Rückgang der Emissionen wider. Die Gründe dafür sind Einsparungsmaßnahmen als Reaktion auf die Wirtschaftskrise, aber auch umweltorientierte Maßnahmen.

Wie im Vorjahr konnten wir die Bahnnutzung steigern und dadurch Flugreisen reduzieren; dies hat sich positiv auf unsere Umweltbilanz ausgewirkt. Durch die künftige Neutralisierung der Bahnemissionen sehen wir eine Tendenz zur weiteren Verringerung der Emissionen.

Unser Online-Buchungstool hebt die Hotels in Laufdistanz zu unseren Niederlassungen hervor. Dieses Verfahren werden wir schrittweise auch in weiteren Ländern wie z. B. Österreich und der Schweiz implementieren. Wir haben im letzten Geschäftsjahr eine höhere Nutzung der niederlassungsnahen Hotels erreicht und wollen damit weiterhin die Transferfahrten für interne Meetings verringern.

Unsere Mitarbeiter wollen wir mit Kommunikationsmaßnahmen und Informationen weiterhin für das Thema Klimaschutz sensibilisieren und zu umweltbewusstem Denken anregen, z. B. durch die Darstellung des CO<sub>2</sub>-Werts auf den Flugscheinen. Um eine Reduktion der Emissionen auf den unvermeidbaren Reisen zu erreichen, versuchen wir, das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter zu schärfen und dadurch die Wahl der Verkehrsmittel zu beeinflussen.

**Informationstechnologie** | Unser ständiges Bestreben ist es, unseren Mitarbeitern die optimale Arbeitsausstattung sowie die notwendige IT-Infrastruktur zur Verfügung zu stellen. Bei der Beschaffung achten wir auf die entsprechenden Zertifizierungen (z. B. „Blauer Engel“).

Trotz der Konsolidierung verschiedener Rechenzentren im europäischen Raum und der damit zunächst verbundenen Erhöhung der Anzahl von physikalischen Servern in einem Rechenzentrum in Deutschland haben wir es geschafft, den Anteil der virtuellen Server auf über 20 Prozent zu halten. Unser Ziel ist weiterhin, bis 2010 einen Wert von 60 Prozent zu realisieren.

Mit der Migration aller Server in den deutschen Niederlassungen in das zentrale deutsche Rechenzentrum wurde im Geschäftsjahr 2009 begonnen. Dadurch fallen teilweise Serverräume mit speziellen Klimaanlage in den Niederlassungen weg. Ebenso entfällt der aufwendige wöchentliche Transport der Sicherungsbänder per Pkw zum externen Provider.

Zwischenzeitlich haben wir jeden Standort in Deutschland mit modernen Multifunktionsdruckern ausgestattet. Die Anzahl der Multifunktionsdrucker stieg von 341 auf 397 Geräte. Durch die Nutzung der flächendeckend zur Verfügung stehenden Multifunktionsdrucker reduzieren wir die individuellen Arbeitsplatzdrucker fortlaufend.

**Energie** | Im Nachhaltigkeitsbericht 2008 haben wir Maßnahmen vorgestellt, die u. a. auch die Reduzierung des Stromverbrauchs positiv unterstützen (vgl. „Ziele und Maßnahmen“ im Kapitel „Umwelt“). Somit konnten wir trotz zahlreicher Neueinstellungen von Mitarbeitern den Stromverbrauch nahezu konstant halten.

Die Konzentration auf zwei Strombezugsquellen ermöglicht es uns, den Verbrauch umfassend und exakt zu erfassen. Dadurch wird das Monitoring der energiereduzierenden Maßnahmen unterstützt.

**Papier** | Papier spielt in unserer täglichen Arbeit eine wichtige Rolle. Den Stellenwert, den Papier in unserem Unternehmen einnimmt, haben wir im Nachhaltigkeitsbericht 2008 dargelegt.

Im April 2008 haben wir weltweit ein Projekt gestartet, mit dem wir unsere Druckmaterialien und unseren Außenauftritt komplett neu gestaltet haben. Mit der „New Visual Identity“ haben wir unser optisches Erscheinungsbild noch stärker vereinheitlicht. Diese umfasst u. a. alle Dokumente, Publikationen und Broschüren. Der neue Auftritt wurde zeitgleich in allen Ländern aktiviert. Die Umstellungen und Anpassungen in der jeweils erforderlichen Detailtiefe wurden in den Folgemonaten entsprechend priorisiert umgesetzt und sind nahezu abgeschlossen. Dieses globale interne Projekt führte in den Vor-, Nach- und Finalisierungsphasen aller beteiligten Teams zu einem erhöhten Papieraufkommen in diesem Geschäftsjahr. Doch insgesamt wirkt sich der Wechsel positiv auf unseren Auftritt am Markt auf: Wir haben unsere Marke gestärkt.

|    |                  |
|----|------------------|
| 9  | Unternehmen      |
| 17 | Werte            |
| 21 | Mitarbeiter      |
| 27 | <b>Umwelt</b>    |
| 33 | Gesellschaft     |
| 37 | Entrepreneurship |
| 41 | Transparenz      |
| 59 | Anhang           |

## Nachhaltigkeitsbericht

Mit unserem eindeutigen Bekenntnis zum nachhaltigen Management verbinden wir die Verpflichtung, diesen Weg konsequent weiterzugehen. Deshalb stehen wir hinter der Erstellung unseres Nachhaltigkeitsberichts 2008 - trotz des damit verbundenen Papierverbrauchs von rund zehn Tonnen.

Um den Verbrauch nicht zusätzlich negativ zu beeinflussen, erscheint der diesjährige Fortschrittsbericht in digitaler Form.

## Druckmaschinen

Zukünftig werden unsere Prüfungsberichte auf neuesten, emissionsreduzierten Druckmaschinen produziert. Diese Entscheidung haben wir bewusst getroffen, auch wenn damit ein vertraglich vorzeitiger Austausch der Druckmaschinen einhergeht. Der Rollout der neuen Maschinen ist zum Jahresende 2009 geplant.

Dieses Projekt ist nach der Komplettierung unserer digitalen Produktionsprozesse und der Umstellung auf Duplexdruck im Bereich der Prüfungsberichte eine der wesentlichen Maßnahmen zur Ressourcenschonung, um steigenden Produktionszahlen ein ökologisch ausgleichendes Gewicht entgegenzusetzen.

## Gehaltsabrechnungen

Jährlich wurden 560 Kilogramm Papier beim Druck der Gehaltsabrechnungen extern beauftragt und somit verbraucht. Mit der Digitalisierung der Gehaltsabrechnungen im Oktober 2008 ging eine theoretische Reduzierung der 560 Kilogramm Papier pro Jahr einher. Die Praxis hat jedoch gezeigt, dass viele Mitarbeiter auf einen Papierausdruck Wert legen und die Gehaltsabrechnungen ausdrucken. Damit entsteht eine Wechselwirkung, die direkten Einfluss auf den Kopierpapierverbrauch hat. Diese Erkenntnis zeigt, dass sich durch Digitalisierung Einsparungspotenziale erzielen lassen, gleichwohl das individuelle Verhalten unkalkulierbaren Einfluss auf den tatsächlichen Verbrauch ausübt.

## Wechselwirkung externe vs. interne Veranstaltungen

Im Zuge von Maßnahmen zur Kostenoptimierung haben wir in den vergangenen Monaten viele Veranstaltungen in den eigenen Räumlichkeiten statt in angemieteten Hotels durchgeführt. Jede Veranstaltung generiert administrativen Aufwand bei den Vorbereitungen. Dieser Papierverbrauch sowie das Druckaufkommen während der Veranstaltungen fallen nunmehr in unsere Verbrauchsstatistik. Für die bislang in den Hotels generierten Verbrauchsmengen ist eine Quantifizierung nicht möglich. Einem positiven Kosteneffekt steht ein Anstieg des Papierverbrauchs im eigenen Hause entgegen.

**Green Library - von Gutenberg zum digitalen Content** | Als Johannes Gutenberg um 1450 den Buchdruck zu handwerklicher Reife führte, konnte er nicht ahnen, dass über 500 Jahre später an der Universität zu Illinois ein nach ihm benanntes Projekt ins Leben gerufen wird, dessen Ergebnisse die Welt der Literatur radikal verändern sollte. Kern der Forschungen des „Project Gutenberg“ war die Erfindung des E-Books, die schließlich auf dem Computerurgestein Xerox Sigma V gelang. Kurz darauf wurde von Illinois aus eine der weltweit größten, im Internet beheimateten virtuellen Bibliotheken begründet.

Spätestens mit dem Launch der Literaturplattform „Beck-Online“ ist Ernst & Young im Frühjahr 2005 in der digitalen Literaturwelt angekommen. Im Zuge unseres aktuellen Bibliothekenprojekts „Green Library“ werden wir jetzt nach und nach eine maßgeschneiderte Kollektion elektronischer Medien aufbauen und so einen Beitrag zur Reorganisation des Wissens unserer Mitarbeiter, aber auch zur nachhaltigen Ressourcenschonung leisten. Das Abfotografieren aller Buchbestände in den Bibliotheken unserer Standorte kann dabei nicht unser Ziel sein. „Digitale Bibliothek bei Ernst & Young“ meint eine andere Strategie: Wo immer möglich, wollen wir künftig anstatt der Papierwerke digitale Verlags-erzeugnisse zum Einsatz kommen lassen.

Alarmierende Zahlen hinsichtlich der weltweiten Abholzung - für das Jahr 2015 rechnen Experten mit einer Papierproduktion von 440 Millionen Tonnen (1970: 130 Millionen) - bestärken uns darin, die digitale Wissenswelt konsequent in unserem Unternehmen zu implementieren. Durch diesen Erneuerungsprozess wollen wir dazu beitragen, dass zum Beispiel im Amazonasgebiet nicht weiterhin täglich rund 7.000 Hektar Wald verschwinden.

---

**Fazit** | Aufgrund der Abhängigkeit von der Geschäftstätigkeit erscheint eine kontinuierliche Reduzierung von Verbrauchs- bzw. Emissionsmengen schwer realisierbar. Durch eine Gesamtbetrachtung der vier Umweltsegmente Travel, IT, Energie und Papier schaffen wir die erforderliche Transparenz, um Entwicklungen festzustellen. Dadurch entsteht die Möglichkeit, negative Entwicklungen in Einzelsegmenten mit segmentübergreifenden Maßnahmen zu kompensieren und damit die Balance zwischen Ökologie und Ökonomie zu erhalten. Die Ziele und Maßnahmen dienen uns hierfür als Steuerungsinstrument. Umso wichtiger ist zukünftig die ganzheitliche Betrachtung der Prozesse, um frühzeitig Synergien, Spannungsfelder und Wechselwirkungen erkennen zu können.

---



## 5.0 Gesellschaft

Als wissensbasiertes Unternehmen leben wir von der Kompetenz und der Persönlichkeit unserer Mitarbeiter. Soziales Engagement und Bildung fördern und fordern wir nicht nur innerhalb des Unternehmens, sondern auch über unser Haus hinaus.

# Engagement zeigen. Engagement unterstützen.

- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

**Ernst & Young mit World Vision aktiv in Mali** | Eine gute Ausbildung in der Kindheit erhöht die Chance auf ein freies und selbstbestimmtes Leben nachhaltig. Dieses Leitbild und die Erfahrung unserer Mitarbeiter, dass Bildung der Schlüssel zu einem erfolgreichen Leben ist, hat Ernst & Young dazu veranlasst, das regionale Entwicklungsprojekt von World Vision in Sourountouna/Mali zu unterstützen. Der Schwerpunkt unserer Unterstützung liegt dabei auf der Verbesserung der personellen und materiellen Voraussetzungen für Schulbildung von Kindern und Erwachsenen. In dem Projekt geht es darum, Schulen zu bauen, Klassenzimmer einzurichten, Lehrmaterial anzuschaffen, die Lehrerbildung zu verbessern und die Menschen über die Notwendigkeit von Bildung aufzuklären. Der Handlungsbedarf in Mali ist gewaltig. Über 80 Prozent der Menschen in dem westafrikanischen Land sind Analphabeten. In dem Projekt geht es darum, Schulen zu bauen, Klassenzimmer einzurichten, Lehrmaterial anzuschaffen, die Lehrerbildung zu verbessern und die Menschen über die Notwendigkeit von Bildung aufzuklären.

Tino Boller und Philip Kurz hatten das Projekt im Jahr 2008 auf dem Partner-Manager-Meeting unseres Unternehmens vorgestellt und die Teilnehmer zur Unterstützung aufgefordert. Bis Ende 2008 konnten die Kolleginnen und Kollegen von Ernst & Young und die Partnerschaft 110.000 Euro für das Projekt sammeln. Im Juni 2009 flogen Tino Boller und Philip Kurz dann ins westafrikanische Mali, um sich über den Stand des Projekts zu informieren.

Vor Ort zeigte ihnen der Leiter des regionalen Entwicklungsprojekts, Jean Calvin Tienou, was die Unterstützung von Ernst & Young bewirkt hat. Erwartet hatten sie in Sourountouna eine Schule im landestypischen Stil, wie sie im Projektvorschlag von World Vision abgebildet war. Doch aus dem Geld, das die Kolleginnen und Kollegen sowie Ernst & Young Deutschland für das Projekt gespendet haben, ist viel mehr entstanden: ein Alphabetisierungszentrum für Erwachsene und zwei Schulgebäude in verschiedenen Dörfern mit jeweils drei Klassenräumen - Bildungschancen für fast 500 Menschen. Alle Bauvorhaben wurden und werden mit lokalen Bauunternehmen und Arbeitskräften realisiert. Das hält die Kosten niedrig und bringt Beschäftigung und Einkommen in die strukturschwache Region.

Ein Schulgebäude befand sich noch im Bau. Die Arbeiten zwischen den gigantischen Affenbrotbäumen werden bald abgeschlossen sein. Dann müssen die Kinder des Dorfes nicht mehr fünf Kilometer und mehr zur nächsten Schule durch den brennend heißen Sand der Sahelzone zurücklegen. In der Regenzeit ist dies häufig ein aussichtsloses Unterfangen. In jedem Klassenraum werden bald 60 bis 70 Kinder sitzen, die Lesen und Schreiben lernen und Zeit für sich und ihre individuelle Entwicklung haben. Denn wenn sie nicht zur Schule gehen können, müssen sie oft in der Landwirtschaft mitarbeiten, was eine Kindheit schnell beendet und den Entwicklungsstand dieser Menschen auf niedrigstem Niveau einfriert.

Einen Eindruck davon, wie dankbar die Menschen aus Sourountouna für diese Unterstützung sind, bekamen die Besucher aus Deutschland bei ihrem Besuch der Schulen bzw. Baustellen. Überall versammelten sich viele Bewohner des Ortes, um sie zu begrüßen. Sie überhäufte die Deutschen mit Gastfreundschaft und Geschenken, die in einem Land, in dem es vielerorts Hunger und Elend gibt, große Schätze sind: eine Ziege, Hühner, Eier und Papayas.



Tino Boller erinnert sich: „In den neuen Klassenräumen saßen sie bereits, bis zu fünf Kinder an einer Bank. Überglücklich. Gespannt. Privilegiert. Die Zukunft eines Landes, das noch einen langen Weg vor sich hat.“ Und Philip Kurz ergänzt: „Die strahlenden Augen sprachen eine unmissverständliche Sprache. Das war anrührend und machte demütig zugleich. Und das haben wir gemeinsam bewirkt: alle Kolleginnen und Kollegen von Ernst & Young Deutschland mit großzügigen Spenden. Das darf uns alle stolz machen - und auch ein klein wenig glücklicher.“

**Ausblick** | Die Arbeit von World Vision in Sourountouna geht weiter. Die regionalen Entwicklungsprojekte von World Vision laufen über 20 Jahre und sind darauf gerichtet, das Leben der Bevölkerung in allen lebenswichtigen Bereichen nachhaltig zu verbessern, hierbei jedoch die kulturellen und religiösen Besonderheiten zu beachten, um ein Höchstmaß an Akzeptanz sicherzustellen. Ein wichtiger Baustein bei der Hilfe zur Selbsthilfe sind Schulen, da die Alphabetisierung die entscheidende Voraussetzung für gesellschaftlichen Fortschritt ist.

Ernst & Young wird das Sourountouna-Projekt weiter unterstützen. Unsere Mitarbeiter sowie die Partnerschaft werden weiterhin für dieses Projekt spenden. So haben wir uns beispielsweise dazu entschlossen, in diesem Jahr keine Weihnachtsgeschenke an Mandanten und Lieferanten zu verschicken und stattdessen eine Summe von 20.000 Euro für das Sourountouna-Projekt zu spenden. Denn es bleibt viel zu tun: Schulbücher, Lehrer und Schulgebäude müssen weiter finanziert werden.

Weiterführende Informationen finden Sie unter [http://www.worldvision.de/news\\_ernst---young.php](http://www.worldvision.de/news_ernst---young.php)



## 6.0 Entrepreneurship

Wir sind davon überzeugt,  
dass verantwortungs-  
volles Unternehmertum  
die Gesellschaft als Ganzes  
sozial und ökonomisch  
nachhaltig stärkt.

# Wachstum begleiten. Wachstum gestalten.

- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

**Ernst & Young Junior Academy** | Seit vielen Jahren fördert Ernst & Young mit dem „Entrepreneur of the Year“-Programm unternehmerischen Spirit und ermutigt erfolgreiche Unternehmerpersönlichkeiten, neue Wege zu gehen. Im Nachhaltigkeitsbericht 2008 haben wir ausführlich darüber berichtet. Jetzt hat Ernst & Young dieses Programm ausgeweitet. „Wir wollen auch die nachfolgende Generation unserer Entrepreneure fördern“, erklärt Peter Englisch, Leiter der GSA Mittelstandsinitiative. „Darum haben wir die Ernst & Young Junior Academy ins Leben gerufen. Mit ihr wollen wir der nächsten Unternehmergegeneration Gelegenheit geben, ihre eigenen Stärken und Potenziale zu entdecken, gemeinsam eine unternehmerische Herausforderung zu meistern und außergewöhnliche Persönlichkeiten zu treffen.“

Mit der Ernst & Young Junior Academy bietet Ernst & Young der nächsten Unternehmergegeneration Gelegenheit, Unternehmertum zu erleben, die eigenen Stärken zu entdecken und Grenzen auszuloten. „Unternehmertum hat immer etwas mit Wirtschaft zu tun. Aber es braucht auch einen Traum, den man verwirklichen will“, so die Stimmen der Teilnehmer. Dabei vermittelt das einzigartige Angebot nicht nur unternehmerisches Know-how, sondern fördert auch die Vernetzung der künftigen Entrepreneure.

Die Junior Academy wurde in Zusammenarbeit mit dem Center for Family Business der Universität St. Gallen und dem SBW Haus des Lernens, einer international vernetzten Schweizer Bildungsorganisation, entwickelt. Zugleich ist sie ein hervorragendes Beispiel für die erfolgreiche länderübergreifende Zusammenarbeit. „Ohne den Impuls von Dr. Astrid Wimmer aus Salzburg und dem Engagement einiger Züricher Kollegen hätten wir das Projekt nicht so schnell und erfolgreich umsetzen können“, so Peter Englisch.

In der Zeit vom 2. bis zum 8. August 2009 fand die erste Junior Academy auf dem Executive Campus der Universität St. Gallen in der Schweiz statt. Mit dabei waren 18 Jugendliche zwischen 16 und 20 Jahren. „Wir haben vorrangig die Entrepreneur-of-the-Year-Finalisten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aus den vergangenen Jahren angesprochen“. Unter dem Motto „Push your limits!“ hatten die Teilnehmer der ersten Junior Academy viele Gelegenheiten die eigenen Grenzen auszuweiten, unkonventionelle Lösungen zu finden und von den Besten zu lernen. So berichteten der englische Nordpolbezwinger Ben Saunders, der deutsche Skateboardpionier und Entrepreneur Of The Year 2001 Titus Dittmann und sein Sohn Julius sowie Reto Gurtner, Entrepreneur of the Year 1998 und Betreiber der Weißen Arena in Flims-Laax davon, wie sie es schafften, ihr ganzes Potenzial für ein Ziel zu aktivieren und das scheinbar Unmögliche möglich zu machen.

Der Schweizer Reto Gurtner stellte auch die Projektaufgabe, die die zukünftigen Entrepreneure lösen mussten: Wie schaffe ich es, mein Skigebiet auch in den Sommermonaten als attraktives Urlaubsziel für Familien mit Kindern zu vermarkten? In vier Teams erarbeiteten die Jugendlichen – oftmals bis in die Nacht hinein – ihre Lösungen. Daneben wurden die vielleicht zukünftigen Unternehmer von morgen mit fachlichen Themen wie Projektmanagement, Business Modelling und Präsentationstechniken vertraut gemacht.



Die individuellen Stärken erkennen und einbringen, konnten die Jugendlichen vor allen Dingen auch bei den Outdoor-Aktivitäten, dazu gehörte das Durchqueren eines Hochseilgartens oder das Abseilen aus einer Seilbahngondel in 40 Meter Höhe.

Andrea Baars, Projektleiterin der Junior Academy, berichtete nicht ohne Stolz: „Das durchweg positive und sehr emotionale Feedback, das wir von den Jugendlichen und ihren Eltern am letzten Tag erhalten haben, war überwältigend. Es hat uns gezeigt, dass wir mit unserem Angebot den Nerv der jungen Menschen getroffen haben. Alle haben uns ermuntert, auch im kommenden Jahr eine Junior Academy mit weiteren internationalen Klassen anzubieten.“

---

**Fazit** | Das Konzept der Ernst & Young Junior Academy hat sich bewährt. Im Jahr 2010 werden wir der nächsten Unternehmergegeneration aus weiteren Ländern, wie beispielsweise aus Frankreich, Oman oder Kasachstan, die Junior Academy anbieten können. Interessenten können dann aus einem international erweiterten Programm auswählen: INSEAD (Institut Européen d'Administration des Affaires) in Fontainebleau bei Paris, Universität St. Gallen wahlweise in englischer oder deutscher Sprache sowie Ashridge Business School bei London.

Mit dem Erfolg der Auftaktveranstaltung ist das Fundament für den „NextGen Club“ gelegt, einer Ernst & Young-Community der Unternehmensnachfolger, deren internationales Netzwerk mit jedem zukünftigen Junior-Academy-Absolventen wachsen wird.

---



## 7.0 Transparenz

Konkretes Engagement spiegelt sich in konkreten Zahlen und Fakten. Wir legen besonderen Wert auf eine nachvollziehbare Dokumentation aller relevanten Aspekte zum Thema Nachhaltigkeit.

## Rücklaufquote der Kundenzufriedenheitsbefragung

**+7 %**

Steigerung von 30 % im KJ 2007 auf 37 % im KJ 2008.

2.0 Gelebte Werte

## Steigerung der Anzahl an Mitarbeitern

**+538**

Steigerung auf insgesamt 7.096 Mitarbeiter.

3.0 Mitarbeiter

## Co2 Verbrauch

**-11,2 %**

Bei unseren Geschäftsreisen sank der Co2 Verbrauch von 13.051.124 kg auf 11.585.944 kg.

4.0 Umwelt

## Spendenaufkommen

**+222.036 €**

Steigerung von 836.450 € im GJ 2008 auf 1.058.486 € im GJ 2009.

5.0 Gesellschaft

## Mitarbeiterwachstum von „Entrepreneur des Jahres“ Finalisten

**30 %**

Durchschnittliches Wachstum stieg von 28 % auf 30 % im KJ 2008 an.

6.0 Entrepreneurship

# 7.1 Zahlen & Fakten

## 1.0 Unternehmen\*

|   | GJ: Geschäftsjahr |           | KJ: Kalenderjahr |           |
|---|-------------------|-----------|------------------|-----------|
|   | GJ 2009*          | GJ 2008** | GJ 2007**        | GJ 2006** |
|   | T€                | T€        | T€               | T€        |
| Umsatzerlöse  | 1.086.899         | 1.096.897 | 1.039.219        |           |
| Bilanzsumme   | 1.220.277         | 1.163.914 | 1.108.168        |           |
| Investitionen (Sachanlagen)   | 3.297             | 8.276     | 13.061           |           |
| Abschreibungen (Sachanlagen)  | 5.015             | 9.474     | 12.857           |           |
| Löhne und Gehälter  | 648.883           | 591.288   | 549.240          |           |
| Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung | 139.274           | 104.288   | 142.060          |           |
| davon für Altersversorgung  | 78.090            | 49.085    | 89.713           |           |

Weitere Informationen hierzu finden Sie in unserem Geschäftsbericht 2009 oder auf unseren Internetseiten: [www.de.ey.com](http://www.de.ey.com)

\* Zahlenangaben betreffen die 21 Niederlassungen des Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

\*\* Zahlen der nach handelsrechtlichen Vorschriften aufgestellten Konzernabschlüsse der Ernst & Young DAT AG die neben einigen kleineren Konzerngesellschaften im ganz überwiegenden Teil die konsolidierten Werte der beiden zur Ernst & Young GmbH verschmolzenen Gesellschaften Ernst & Young DAT AG und Ernst & Young AG enthalten. Für 2009 wurde kein handelsrechtlicher Konzernabschluss aufgestellt, da die Ernst & Young GmbH in den Konzernabschluss der Ernst & Young Europe LLP, London einbezogen wird.

## 2.0 Gelebte Werte

| Indikatoren  | KPIs          | Erhebungszeitraum | KPIs         | Erhebungszeitraum |
|--|---------------|-------------------|--------------|-------------------|
| Rücklaufquote Kundenzufriedenheitsbefragung ASQ (Assessment of Service Quality)  | 37 %          | KJ 2008           | 30 %         | KJ 2007           |
| Gesamtzufriedenheitsquote ASQ  | 91 %          | KJ 2008           | 92 %         | KJ 2007           |
| Erbrachte Stunden reines Qualitäts- und Risikomanagement*  | nicht erhoben | GJ 2009           | 150.000 Std. | GJ 2008           |
| Anzahl bekannter Korruptionsfälle  | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |
| Anzahl Korruptionsuntersuchungen   | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |
| Anzahl Anfragen oder Beschwerden bei der deutschen Ethik-Hotline   | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |
| Höhe Bußgelder im Zusammenhang mit relevanten Vorschriften in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring sowie in Bezug auf Umweltgesetze | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |
| Anzahl Beschwerden aus dem Kreis unserer Kunden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten oder deren Verlust  | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |
| Anzahl der Klagen, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung erhoben wurden, und deren Ergebnisse  | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |
| Wesentliche Bußgelder (Geldwert) und Anzahl nicht monetärer Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften   | 0             | GJ 2009           | 0            | GJ 2008           |

\* Seit Juli 2008 gehört Ernst & Young der EMEA-Area an, die Mitgliedsunternehmen in insgesamt 87 Staaten umfasst. Innerhalb der EMEA-Area ist Ernst & Young Teil der Sub-Area GSA (Germany-Switzerland-Austria). Aufgrund dieser Umstrukturierung wurde auch das Qualitäts- und Risikomanagement umorganisiert und länderübergreifend ausgerichtet. Dadurch sind die für das Qualitäts- und Risikomanagement in Deutschland erbrachten Stunden nur noch mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand zu ermitteln, weshalb wir auf eine Erhebung dieser Kennzahl für das Geschäftsjahr 2009 verzichtet haben.

### 3.0 Mitarbeiter

| Indikatoren   | KPIs         | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr |                        | KJ: Kalenderjahr |                        |
|---|--------------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------|------------------------|
|   |              |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum | KPIs             | Erhebungs-<br>zeitraum |
| <b>Mitarbeiter nach Bereichen</b>   |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| Practice-Mitarbeiter  | 4.963        | GJ 2009                | 4.511             | GJ 2008                |                  |                        |
| Shared-Services-Mitarbeiter   | 1.641        | GJ 2009                | 1.589             | GJ 2008                |                  |                        |
| Partner   | 492          | GJ 2009                | 458               | GJ 2008                |                  |                        |
|   | <b>7.096</b> | <b>GJ 2009</b>         | <b>6.558</b>      | <b>GJ 2008</b>         |                  |                        |
| <b>Beschäftigungsverhältnis</b>   |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| Vollzeit  | 89,0 %       | GJ 2009                | 89,5 %            | GJ 2008                |                  |                        |
| Teilzeit  | 11,0 %       | GJ 2009                | 10,5 %            | GJ 2008                |                  |                        |
| <b>Mitarbeiterfluktuation</b>   |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| männlich  | 9,91 %       | GJ 2009                | 12,94 %           | GJ 2008                |                  |                        |
| weiblich  | 10,93 %      | GJ 2009                | 12,39 %           | GJ 2008                |                  |                        |
| <b>Bewerbungen und Einstellungen</b>  |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| Bewerbungen   | ca. 22.620   | GJ 2009                | ca. 26.000        | GJ 2008                |                  |                        |
| Mitarbeiter Einstellungen   | ca. 1.280    | GJ 2009                | ca. 1.420*        | GJ 2008                |                  |                        |
| Praktikanten Einstellungen  | 1.033        | GJ 2009                | ca. 1.000         | GJ 2008                |                  |                        |
| * Aufgrund der Konsolidierung der beiden zur Ernst & Young GmbH verschmolzenen Gesellschaften Ernst & Young DAT AG und Ernst & Young AG weicht die Angabe von der Zahl im Nachhaltigkeitsbericht 2008 ab. |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| <b>Mitarbeiterstruktur</b>  |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| Anteil Akademiker im Unternehmen  | ca. 85 %     | GJ 2009                | ca. 80 %          | GJ 2008                |                  |                        |
| Durchschnittsalter (in Jahre)   | ca. 35       | GJ 2009                | ca. 34            | GJ 2008                |                  |                        |
| durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (in Jahre)  | ca. 6,64     | GJ 2009                | ca. 5,23          | GJ 2008                |                  |                        |
| <b>Weiterbildung</b>  |              |                        |                   |                        |                  |                        |
| Weiterbildung aller Mitarbeiter (in Stunden)  | 451.709      | GJ 2009                | 449.785           | GJ 2008                |                  |                        |
| Angebotene Seminar Termine  | 1.409        | GJ 2009                | 715               | GJ 2008                |                  |                        |
| Anzahl angebotener Kurse<br>(interne wie externe Angebote)  | 454          | GJ 2009                | 162               | GJ 2008                |                  |                        |
| Anzahl Teilnehmer an Seminaren, Fort- und Weiterbildungen insgesamt   | 22.800       | GJ 2009                | 26.000            | GJ 2008                |                  |                        |

### 3.0 Mitarbeiter

| Indikatoren  | KPIs        | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr |                        | KJ: Kalenderjahr |                        |
|--|-------------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------|------------------------|
|  |             |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum | KPIs             | Erhebungs-<br>zeitraum |
| <b>Mitarbeiterumfrage</b>  |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| ... aller Mitarbeiter beteiligten sich 2009 an einer Umfrage zu den Themen Qualität, Führung, Mitarbeiterbindung, Karriereentwicklung, Weiterentwicklung und Umsetzung der Werte | 45 %        | GJ 2009                | 58 %              | GJ 2008                |                  |                        |
| <b>Feedback</b>  |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| Feedbacks von Mitarbeitern über Führungskräfte im Rahmen des „Multisource-Feedback-Prozesses“  | 10.742      | GJ 2009                | 7.911             | GJ 2008                |                  |                        |
| <b>Mitarbeiterentsendungen</b>   |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| Anzahl Mitarbeiter<br>(Deutsche Mitarbeiter im Ausland)  | 180         | GJ 2009                | 182               | GJ 2007                |                  |                        |
| Anzahl Mitarbeiter<br>(Ausländische Mitarbeiter in Deutschland)  | 83          | GJ 2009                | 90                | GJ 2007                |                  |                        |
| <b>Gender-Verteilung der Mitarbeiter (männlich - weiblich)</b>   |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| Partner  | 89 % - 11 % | 30.6.2009              | 90 % - 10 %       | 30.6.2008              |                  |                        |
| Senior-Manager   | 70 % - 30 % | 30.6.2009              | 73 % - 27 %       | 30.6.2008              |                  |                        |
| Manager  | 59 % - 41 % | 30.6.2009              | 59 % - 41 %       | 30.6.2008              |                  |                        |
| Senior   | 55 % - 45 % | 30.6.2009              | 54 % - 46 %       | 30.6.2008              |                  |                        |
| Assistant  | 52 % - 48 % | 30.6.2009              | 53 % - 47 %       | 30.6.2008              |                  |                        |
| <b>Mitarbeiterbeurteilung</b>  |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| ► Aktueller Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten.<br>(Beurteilungszeitraum ist noch nicht abgeschlossen)      |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| ► Entlohnung im Rahmen der jeweiligen Karrierestufe unabhängig vom Gender.   | ca. 63 %    | GJ 2009                | ca. 60 %          | GJ 2008                |                  |                        |
| <b>Kollektivvereinbarungen/Arbeitsschutz</b>   |             |                        |                   |                        |                  |                        |
| Prozentsatz Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen.   | 80 %        | GJ 2009                | ca. 80 %          | GJ 2008                |                  |                        |

#### 4.0 Umwelt

| Indikatoren  | KPIs       | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr | KJ: Kalenderjahr       |
|--|------------|------------------------|-------------------|------------------------|
|  |            |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum |
| <b>Energie</b>   |            |                        |                   |                        |
| Energiebezug in Mio Kw/h   | 23.827.279 | KJ 2008                | 23.272.389        | KJ 2007                |
| <b>Logistik/Travel</b>   |            |                        |                   |                        |
| Anzahl Kurier und Paketversand   | 64.276     | GJ 2008                | 60.389            | GJ 2007                |
| Anzahl Briefversand  | 624.660    | GJ 2008                | 709.385           | GJ 2007                |
| Durch Flugaufkommen verursachtes CO <sub>2</sub> in kg<br>(Angabe für GJ 2008 geändert durch Kilometeranpassung) | 5.044.345  | GJ 2009                | 6.652.458         | GJ 2008                |
| Personenkilometer Flug in km<br>(Kilometerangabe für GJ 2008 angepasst, da genauere Auswertung möglich)          | 40.918.529 | GJ 2009                | 47.949.373        | GJ 2008                |
| Anzahl Flüge   | 26.573     | GJ 2009                | 28.824*           | GJ 2008                |
| Durch Bahnreisen verursachtes CO <sub>2</sub> in kg  | 915.618    | GJ 2009                | 833.691           | GJ 2008                |
| Anzahl Bahnreisen  | 55.315     | GJ 2009                | 49.140            | GJ 2008                |
| Personenkilometer Bahn in km   | 15.209.596 | GJ 2009                | 13.894.847        | GJ 2008                |
| Anzahl Mietwagen Anmietungen   | 4.796      | GJ 2009                | 3.975             | GJ 2008                |
| Durch Mietwagen verursachtes CO <sub>2</sub> in kg   | 586.561    | GJ 2009                | 431.733**         | GJ 2008                |
| Personenkilometer mit Mietwagen  | 2.872.481  | GJ 2009                | 2.116.337         | GJ 2008                |
| Durch Leasing- und Privatwagen verursachtes CO <sub>2</sub> in kg  | 5.039.421  | GJ 2009                | 5.133.242***      | GJ 2008                |
| Personenkilometer mit Leasing- und Privatwagen   | 24.678.848 | GJ 2009                | 25.162.953***     | GJ 2008                |

\* Fluganzahl von FY 08 angepasst, da detailliertere Auswertung möglich  
 \*\* GJ 08 Wert höher als in 2008 berichtet, da Anpassung d. Berechnungsgrundlage  
 \*\*\* FY 08 Wert höher als in 2008 berichtet, da Privatwagen nun auch ermittelbar und integriert sind

#### Papier

|  |            |         |            |         |
|--|------------|---------|------------|---------|
| Eingekauftes Papier durch externe Druckaufträge (Seiten) |            |         |            |         |
| davon für Gehaltsabrechnung (Digital seit 10/2008)       | 0          | GJ 2009 | 112.000    | GJ 2008 |
| davon für Broschüren                                     | 19.050.330 | GJ 2009 | 11.000.000 | GJ 2008 |
|  | 19.050.330 | GJ 2009 | 11.112.000 | GJ 2008 |
| Eingekauftes Papier durch externe Druckaufträge in kg    |            |         |            |         |
| davon für Gehaltsabrechnung in kg (Digital seit 10/2008) | 0          | GJ 2009 | 560        | GJ 2008 |
| davon für Broschüren in kg                               | 115.445    | GJ 2009 | 66.690     | GJ 2008 |
|  | 115.445    | GJ 2009 | 67.250     | GJ 2008 |

#### 4.0 Umwelt

| Indikatoren   | KPIs           | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr | KJ: Kalenderjahr       |
|---|----------------|------------------------|-------------------|------------------------|
|   |                |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum |
| <b>Papier</b>   |                |                        |                   |                        |
| Eingekauftes Papier durch die Beschaffung von Printmedien (Literatur) in kg             | 31.589         | GJ 2009                | 27.078            | GJ 2008                |
| Eingekauftes Papier durch die Beschaffung von Printmedien in Seiten                     | 6.317.800      | GJ 2009                | 5.415.691         | GJ 2008                |
| Papierverbrauch für Kalender und Schreibtischauflagen (gemischte Grammaturen) in Seiten | 832.942        | GJ 2009                | 1.366.000         | GJ 2008                |
| Papierverbrauch für Kalender und Schreibtischauflagen in kg                             | 5.353          | GJ 2009                | 6.830             | GJ 2008                |
| <b>Jahresverbrauch pro Mitarbeiter in kg</b>  |                |                        |                   |                        |
| davon Arbeitspapiere  | 69,3           | GJ 2009                | 62,7              | GJ 2008                |
| davon Berichtspapiere   | 15,2           | GJ 2009                | 12,2              | GJ 2008                |
| davon Geschäftspapiere  | 9,9            | GJ 2009                | 8,1               | GJ 2008                |
| davon Broschüren  | 16,3           | GJ 2009                | 10,2              | GJ 2008                |
| davon Kalender/Schreibtischauflagen   | 0,8            | GJ 2009                | 1,0               | GJ 2008                |
|   | <b>111,4</b>   | <b>GJ 2009</b>         | <b>94,2</b>       | <b>GJ 2008</b>         |
| <b>Papierverbrauch insgesamt (kg)</b>   |                |                        |                   |                        |
| davon Arbeitspapiere  | 491.738,4      | GJ 2009                | 411.408,4         | GJ 2008                |
| davon Berichtspapiere   | 107.526,3      | GJ 2009                | 79.825,6          | GJ 2008                |
| davon Geschäftspapiere  | 70.551,1       | GJ 2009                | 53.242,3          | GJ 2008                |
| davon Broschüren  | 115.445        | GJ 2009                | 66.690            | GJ 2008                |
| davon Kalender/Schreibtischauflagen   | 5.353          | GJ 2009                | 6.830             | GJ 2008                |
|   | <b>790.614</b> | <b>GJ 2009</b>         | <b>617.996</b>    | <b>GJ 2008</b>         |
| <b>Anzahl der veröffentlichten Printmedien</b>  |                |                        |                   |                        |
| Broschüren  | 25             | GJ 2009                | 49                | GJ 2008                |
| Newsletter  | 38             | GJ 2009                | 33                | GJ 2008                |
| Studien   | 37             | GJ 2009                | 20                | GJ 2008                |
| Mitarbeitermagazine „Eye Catcher“   | 2              | GJ 2009                | 3                 | GJ 2008                |
| Unternehmensmagazine „Entrepreneur“   | 2              | GJ 2009                | 2                 | GJ 2008                |
| Geschäftsbericht  | 1              | GJ 2009                | 1                 | GJ 2008                |
| Nachhaltigkeitsbericht (2009 nur als PDF-Dokument)                                      | 1              | GJ 2009                | 1                 | GJ 2008                |

## 4.0 Umwelt

| Indikatoren  | KPIs | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr |                        | KJ: Kalenderjahr |                        |
|--|------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------|------------------------|
|  |      |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum | KPIs             | Erhebungs-<br>zeitraum |
| <b>IT</b>  |      |                        |                   |                        |                  |                        |
| Einführung von Multifunktionsgeräten (Anzahl Geräte) | 696  | GJ 2009                | 250               | GJ 2008                |                  |                        |
| Reduzierung von Arbeitsplatzdruckern (Anzahl Geräte) | 0    | GJ 2009                | 300               | GJ 2008                |                  |                        |

Die in diesem Fortschrittsbericht angegebenen Zahlen und Fakten stellen durch einen Vergleich der Geschäftsjahre 2008 und 2009 die Entwicklung unseres Unternehmens dar. Teilweise wurden Vorjahreszahlen angepasst, was mit der Weiterentwicklung unserer Reportingmöglichkeiten zusammenhängt. Diese Anpassungen sind bei den entsprechenden Zahlen erläutert. Die Emissionsberechnungen basieren weiterhin auf den Referenzwerten des britischen Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA), wobei für dieses Geschäftsjahr die aktuellen Referenzwerte herangezogen wurden. Wir ziehen immer die aktuellsten Referenzwerte für den aktuellen Bericht heran, da diese die Veränderungen ideal widerspiegeln. Dazu gehören Veränderungen des technischen Standards der Fahrzeuge, Flugzeuge, etc., wie auch der aktuelle Stand und neue Erkenntnisse der Wissenschaft. Des Weiteren ändert sich die Zusammensetzung der einzelnen Treibstoffe.

## 5.0 Gesellschaft

| Indikatoren              | KPIs      | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr |                        | KJ: Kalenderjahr |                        |
|--------------------------|-----------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------|------------------------|
|                          |           |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum | KPIs             | Erhebungs-<br>zeitraum |
| Spendenaufkommen in Euro | 1.058.486 | GJ 2009                | 836.450           | GJ 2008                |                  |                        |
| Mitgliedschaften         | 567       | 25.9.2009              | 607               | 20.8.2008              |                  |                        |

## 6.0 Entrepreneurship

| Indikatoren   | KPIs      | Erhebungs-<br>zeitraum | GJ: Geschäftsjahr |                        | KJ: Kalenderjahr |                        |
|---|-----------|------------------------|-------------------|------------------------|------------------|------------------------|
|   |           |                        | KPIs              | Erhebungs-<br>zeitraum | KPIs             | Erhebungs-<br>zeitraum |
| Anzahl Nominierungen für den Wettbewerb   | 300       | KJ 2008                | 353               | KJ 2007                |                  |                        |
| Weltweite Bewerber für den Wettbewerb „Entrepreneur des Jahres“                           | ca. 4.700 | KJ 2008                | ca. 6.500         | KJ 2007                |                  |                        |
| Anzahl Länder, in denen EY den Wettbewerb durchführt                                      | 50        | KJ 2008                | 50                | KJ 2007                |                  |                        |
| Anzahl Interviews im Wettbewerb „Entrepreneur des Jahres“                                 | 65        | KJ 2008                | 98                | KJ 2007                |                  |                        |
| Anzahl eingebundener Mitarbeiter in Interviews  | 65        | KJ 2008                | 104               | KJ 2007                |                  |                        |
| Durchschnittliches Mitarbeiterwachstum der letztjährigen Finalisten im vorangegangenen GJ | 30 %      | KJ 2008                | 28 %              | KJ 2007                |                  |                        |
| Anzahl Gäste bei der Preisverleihung „Entrepreneur des Jahres“                            | 675       | KJ 2008                | 907               | KJ 2007                |                  |                        |
| Anzahl Gäste bei der Roadshow „Unternehmer im Dialog“                                     | 612       | KJ 2008                | 948               | KJ 2007                |                  |                        |

# 7.2 Ziele & Maßnahmen für das kommende Geschäftsjahr

GJ: Geschäftsjahr KJ: Kalenderjahr

| Kapitel                | Ziele   | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen  |
|------------------------|---|---|----------------|----------------|--|
| <b>1.0 Unternehmen</b> | Sensibilisierung und Motivation unserer Mitarbeiter für Nachhaltigkeitsaspekte und verantwortliches Handeln                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wöchentliche digitale Unternehmensnachrichten</li> <li>Vierteljährliche Verteilung der Mitarbeiterzeitschrift EYeCatcher</li> </ul>                      |                |                | Bedarfsweise Einstellung von CR relevanten digitalen Unternehmensnachrichten   |
|                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßiger Versand eines digitalen CSR-Newsletters</li> <li>Jährlicher Nachhaltigkeitsbericht</li> </ul>   |                |                | Die CR-relevanten Themen werden über die digitalen Unternehmensnachrichten abgedeckt und durch das externe Nachhaltigkeitsmagazin CCaSS News (CCaSS: Climate Change and Sustainability Services) |
|                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Einrichtung und fortlaufende Aktualisierung einer Rubrik „Nachhaltigkeit“ im Intranet</li> </ul>   | 12/2008<br>    |                | Zunächst Fokussierung auf oben genannte interne Kommunikationsmaßnahmen  |
|                        | Regelmäßige Information unserer externen Stakeholder über unser Nachhaltigkeitsengagement, aktuelle Entwicklungen und Veranstaltungen | <ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßiger Versand des Magazins „SAAS NEWS“</li> <li>Regelmäßige Organisation von themenspezifischen CSR-Arbeitskreisen</li> </ul>                     |                |                | Der Newsletter wurde im Berichtsjahr zu einem umfassenderen digitalen Nachhaltigkeitsmagazin ausgebaut.<br><br>Der Arbeitskreis wurde auch auf Österreich und Schweiz ausgeweitet.               |
|                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Regelmäßiger digitaler Versand von aktuellen Ernst &amp; Young-Studien und Veranstaltungshinweisen</li> <li>Jährlicher Nachhaltigkeitsbericht</li> </ul> |                |                | Bedarfsweiser digitaler Versand von aktuellen Ernst & Young-Studien und Veranstaltungshinweisen  |
|                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Relaunch unseres Internetauftritts und abwechselnde Vorstellung eines Kernthemas aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2008</li> </ul>                          |                |                | Der Relaunch wurde erreicht <a href="http://www.de.ey.com/cr">www.de.ey.com/cr</a><br><br>Die Vorstellung von Berichtsthemen wurde vorerst zurückgestellt  |

Maßnahme noch nicht gestartet  
 Maßnahme gestartet  
 Ziel noch nicht erreicht  
 Ziel erreicht  
 eingestellt  
 fortlaufend

| Kapitel                  | Ziele   | Maßnahmen  | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen   |
|--------------------------|---|--|----------------|----------------|---|
| <b>1.0 Unternehmen</b>   | Stärkere organisatorische Verankerung des Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen                   | Einrichtung einer Nachhaltigkeitsmanagement-Struktur in Form eines Sustainability Council        | --<br>         | <br>           | Regelmäßige Treffen und mindestens alle 14 Tage Telefonkonferenz  |
|                          | Entwicklung eines Leitbilds für Nachhaltigkeit und Integration in unseren bestehenden Code of Conduct | Thematische Behandlung in einer der nächsten Sitzungen des Sustainability Council                | 12/2008<br>    | 06/2010<br>    | Hier befinden wir uns in der Abstimmung mit unserer globalen Organisation   |
|                          | Institutionelle Verankerung des Nachhaltigkeitsengagements von Ernst & Young                          | Bestellung von Direktoren für Corporate Social Responsibility und Corporate Governance           | --<br>         | --<br>         | Direktoren für Corporate Social Responsibility und Corporate Governance haben ihre Arbeit fortgeführt und dank der Unterstützung weiterer Mitarbeiter ausgebaut |
| <b>2.0 Gelebte Werte</b> | Einhaltung des Code of Conduct  | Schriftliche Bestätigung aller Mitarbeiter, dass sie die Regelungen des Code of Conduct beachten | 07/2009<br>    | 06/2010<br>    | Schriftliche Bestätigung aller Mitarbeiter wird ab 1.10.09 eingeholt.   |
|                          | Erfolgreicher Abschluss des Peer Review   | Prüfung durch einen externen Prüfer für Qualitätskontrolle                                       | 12/2008<br>    | --<br>         |   |
|                          | Verhinderung von Korruption durch die Anti-Korruptionsrichtlinie                                      | Etablierung einer Anti-Korruptionsrichtlinie und schriftliche Bestätigung durch alle Mitarbeiter | 06/2009<br>    | 06/2010<br>    | Richtlinie wurde eingeführt. Schriftliche Bestätigung aller Mitarbeiter wird ab 1.10.09 eingeholt.  |

Maßnahme noch nicht gestartet  
 Maßnahme gestartet  
 Ziel noch nicht erreicht  
 Ziel erreicht  
 eingestellt  
 fortlaufend

| Kapitel                     | Ziele   | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen   |
|-----------------------------|---|---|----------------|----------------|---|
| <b>2.0</b><br>Gelebte Werte | Steigerung der Rücklaufquote der Kundenzufriedenheitsumfrage (Assessment of Service Quality, ASQ) auf mindestens 40%      | Optimierung des Prozesses   | 12/2009        | 12/2010        | Erreichte Rücklaufquote: 37 %   |
|                             |   |   |                |                |   |
| <b>3.0</b><br>Mitarbeiter   | EYU (Ernst & Young and You) = Vereinheitlichung aller Komponenten der Personalentwicklung in einem ganzheitlichen Konzept | Modelldef. der Fachbereiche, in denen die Entwicklung v. Kernkompetenzen und die indiv. Förderung jedes Mitarbeiters zusammengeführt werden | 12/2009        |                | Arbeitsgruppen in verschiedenen Service Lines hierzu etabliert.   |
|                             | Erhöhung der Nutzung des flexiblen Arbeitzeitsystems  | Steigerung der Transparenz und Information über die vorhandenen flexiblen Arbeitszeitmodelle  | 03/2009        |                | Kontinuierliche Information über die verschiedenen Arbeitszeitmodelle mittels diverser interner Medien (Mitarbeiterzeitung, Intranetseiten) |
|                             | Stärkere Flexibilisierung des Arbeitsortes  | Prüfung der Rahmenbedingungen und ggf. Implementierung einer formalen Regelung  | 12/2009        | 06/2010        | Die Prüfung der Rahmenbedingungen ist noch nicht abgeschlossen  |
|                             | Steigerung des Bewusstseins zur Life Balance  | Verankerung des Themas Life Balance und Familienbewusstsein in Führungsinstrumente  | 12/2009        | 06/2010        | Derzeit Prüfung, wie die Verankerung in den Führungsinstrumenten konkret gestaltet werden kann und welche Instrumente sich dafür anbieten   |
|                             | Ausbau des Gesundheitsmanagements   | Prüfen der Möglichkeiten und ggf. Einführung an den jeweiligen Standorten   | 12/2009        | 06/2010        | Lokale Aktionen zum Gesundheitsmanagement haben stattgefunden, weitere Möglichkeiten werden geprüft.  |
|                             |   |   |                |                |   |

Maßnahme noch nicht gestartet  
 Maßnahme gestartet  
 Ziel noch nicht erreicht  
 Ziel erreicht  
 eingestellt  
 fortlaufend

| Kapitel                   | Ziele  | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen   |
|---------------------------|--|---|----------------|----------------|---|
| <b>3.0</b><br>Mitarbeiter | Stärkere Einbindung/Kontakthaltung zu Mitarbeitern während der Elternzeit              | Entwicklung und Einführung eines Kontakthalteprogrammes   | 12/2009        | 06/2010        | Kontakthalteprogramm entwickelt, derzeit Planung der Implementierung  |
|                           |  |   |                |                |   |
| <b>4.0</b><br>Umwelt      | Steigerung der Umsetzungsquote des Beurteilungsprozesses                               | Optimierung des Prozesses, des IT-Systems und Ausbau des Trainings für Beurteiler               | 12/2009        | 06/2010        | Mit Einführung einer neuen IT-Plattform bereits erste Optimierungserfolge   |
|                           | Reduktion des Druckpapierverbrauchs um rund 7%   | Reduktion des Papierverbrauches durch „Think-before-you-print“-Kampagne und digitale Rechnungen | 06/2009        |                |   |
|                           | Reduktion des Druckpapierverbrauchs um rund 40%, insbesondere bei den Berichtspapieren | Beidseitiger Druck/Duplexverfahren  | 06/2009        |                |   |
|                           | Reduktion des telefaxbezogenen Druckpapierverbrauches um ca. 5%                        | Reduktion des Druckpapierverbrauches durch digitalisierten Telefaxempfang                       |                |                |   |
|                           | Einsatz von ressourcenschonendem Papier  | Auswahl und Nutzung von FSC-zertifizierten Papieren   | 06/2009        |                | Nutzung von FSC-zertifiziertem Papier bei dem überwiegenden Teil der eingesetzter Papiere (Kopierpapier und Berichtspapier) |
|                           |  |   |                |                |   |

Maßnahme noch nicht gestartet  
 Maßnahme gestartet  
 Ziel noch nicht erreicht  
 Ziel erreicht  
 eingestellt  
 fortlaufend

| Kapitel       | Ziele   | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen  |
|---------------|---|---|----------------|----------------|--|
| 4.0<br>Umwelt | Einsatz umweltfreundlicher Multifunktionsdrucker                                      | Optimierung des bestehenden Druckerkonzepts   |                |                | Ziel erreicht  |
|               | Reduzierung des Stromverbrauches  | Realisierung in Neubauten durch Vorgabe in Bau- und Ausstattungsbeschreibung als Bestandteil der Mietverträge   |                |                | Kontinuierliche Berücksichtigung der Energieeffizienz bei der Projektierung von Neu- bzw. Umbauten.  |
|               | Erhöhung des Anteils an virtuellen Servern auf 60%                                    | Installation mehrerer virtueller Server auf einem physischen Server   | 06/2010<br>    |                | Unterliegt ständiger Optimierung   |
|               | Verlagerung der Server aus den verschiedenen Standorten in das zentrale Rechenzentrum | Transfer der Datenvolumina in das zentrale Rechenzentrum  | 06/2009<br>    | 06/2010<br>    | Erläuterung siehe Seite 29   |
|               | Kontinuierliche Steigerung der Bahnnutzung  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gezielte Informationen im Intranet</li> <li>Kostenlose BahnCard 50 für die geschäftsreisenden Mitarbeiter</li> </ul>                                       |                |                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Eine Steigerung der Fahrtenanzahl um mehr als 10 % im Vergleich zum vorigen Fiskaljahr wurde erreicht.</li> <li>Die Personenkilometer sind um 9,5 % gestiegen, was bedeutet, dass im abgelaufenen Fiskaljahr auch längere Strecken mit der Bahn zurückgelegt wurden.</li> </ul> |
|               | Verlagerung von 5% unserer Kurzstreckenflüge auf die Bahn                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Empfehlung des zu nutzenden Verkehrsmittels</li> <li>Vorschlag im Intranet mit Darstellung von Verbrauchswerten, Kosten, CO<sub>2</sub>-Rechner</li> </ul> |                |                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Eine genaue Ermittlung dieser Zahl ist nicht möglich. Jedoch ist die Anzahl der Inlandsflüge um mehr als 10 % zurückgegangen.</li> <li>Die Anzahl der Bahnfahrten ist gestiegen.</li> </ul>   |
|               |   |   |                |                |  |

Maßnahme noch nicht gestartet   
 Maßnahme gestartet   
 Ziel noch nicht erreicht   
 Ziel erreicht   
 eingestellt   
 fortlaufend

| Kapitel       | Ziele  | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen  |
|---------------|--|---|----------------|----------------|--|
| 4.0<br>Umwelt | Steigerung der Nutzung von Hotels in „Walking Distance“ zertifizierten Hotels zu Ernst & Young-Niederlassungen               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Markierung von Hotels in „Walking Distance“ im Online-Buchungs-System</li> <li>Zertifizierung auf Schweiz und Österreich ausweitern</li> </ul> |                |                | Steigerung der Übernachtungszahlen um 9 % im Vergleich zum letzten Geschäftsjahr   |
|               | Vermeidung von Reisen für interne Meetings   | Gezielte Information zur Nutzung von Telefon- und Videokonferenzen und in den Unternehmensnachrichten   |                |                | Interne Reisen haben im Vergleich zum Vorjahr abgenommen.  |
|               | Schaffung einheitlicher Umweltstandards und Aufbau eines einheitlichen Vorgabekataloges für die Vergabe von Dienstleistungen | Anfertigung einer Diplomarbeit zum Thema CR im Travel-Management, Ableitung konkreter Maßnahmen in Zusammenarbeit mit dem Vertragsreisebüro   | 12/2008<br>    | 06/2010<br>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Diplom-Arbeit und Maßnahmen entwickelt und teilweise umgesetzt (z. B. Datenerfassung)</li> <li>Schaffung einheitlicher Umweltstandards momentan nicht umsetzbar aufgrund der Differenzen u. verschied. Ansätze am Hotelmarkt</li> <li>Rückstellung des Themas bis der Markt sich weiterentwickelt hat.</li> </ul> |
|               | Optimierung der Sicherheit auf Dienstreisen als Bestandteil des umweltbewussten Travel-Managements                           | Ortung der Mitarbeiter in Notfällen durch People Locator im Hotel-Buchungs-System   |                |                | Desweiteren wird an der Möglichkeit, Mitarbeiter in Notfällen ebenso durch ein ISOS-System zu orten, gearbeitet.   |
|               | Umstieg auf CO <sub>2</sub> -freies Bahnreisen   | Vermeidung von Emissionen durch Bahnreisen  |                |                | Ab Januar 2010 erfolgt der Umstieg auf CO <sub>2</sub> -freies Bahnreisen  |
|               | Umweltzertifizierung von neuem IT-Equipment  | Favorisierung umweltzertifizierter Produkte bei der Beschaffung   |                |                |  |
|               |  |   |                |                |  |

Maßnahme noch nicht gestartet   
 Maßnahme gestartet   
 Ziel noch nicht erreicht   
 Ziel erreicht   
 eingestellt   
 fortlaufend

| Kapitel             | Ziele   | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen   |
|---------------------|---|---|----------------|----------------|---|
| 4.0<br>Umwelt       | Reduzierung der Emmissionen von Druckmaschinen  | Beschaffung neuer emissionsreduzierter Druckmaschinen in den zentralen Druckereien                              |                | 12/2009        |   |
| 5.0<br>Gesellschaft | Institutionelle Verankerung des Corporate-Citizenship-Engagements von Ernst & Young                     | Bestellung eines Corporate-Citizenship-Direktors  | --             | --             | Direktor für Corporate Citizenship hat seine Arbeit fortgeführt und dank der Unterstützung weiterer Mitarbeiter ausgebaut   |
|                     | Fokussierung des Corporate-Citizenship-Engagements von Ernst & Young auf definierte Themenfelder        | Umsetzung der Corporate-Citizenship-Strategie; „CC Exzellenz 2009+“ genannt                                     | 12/2009        | 06/2010        |   |
|                     | Verbesserung der Bildungschancen von Kindern mit Migrationshintergrund bzw. aus Nichtakademikerfamilien | Identifizierung und Umsetzung von Initiativen und Projekten im Bereich Leseförderung an Grund- und Hauptschulen | 06/2009        | 06/2010        | Ernst & Young und einige Mitarbeiter unterstützen gemeinnützige Vereine wie beispielsweise „Lesenohren“ und „Lesefüchse“ finanziell und zeitlich, durch regelmäßige Lesungen in Kindergärten und Schulen. |
|                     | Fokussierung der Ernst & Young Spenden auf definierte Themenfelder                                      | Aufstellung und Umsetzung einer Spendenrichtlinie   |                |                | Die Umsetzung ist noch nicht abgeschlossen  |

Maßnahme noch nicht gestartet
 Maßnahme gestartet
 Ziel noch nicht erreicht
 Ziel erreicht
 eingestellt
 fortlaufend

| Kapitel               | Ziele  | Maßnahmen   | Status GJ 2008 | Status GJ 2009 | Bemerkungen |
|-----------------------|--|---|----------------|----------------|-------------|
| 6.0<br>Unternehmertum | Heraufführen der nachfolgenden Generation an das Thema Unternehmertum bereits während der Schulzeit    | „Ernst & Young Junior Academy“  | 08/2009        | 08/2009        |             |
|                       | Erhöhung der Anzahl von Vorträgen und Lehrtätigkeiten an Hochschulen zum Thema Unternehmertum          | Erarbeitung und Umsetzung eines Vortragskonzepts  | 06/2009        |                |             |
|                       | Inhaltliche Unterstützung und Zusammenarbeit mit Initiativen zur Förderung von Social Entrepreneurship | Prüfung und Bewertung vorhandener Initiativen im Hinblick auf Synergien und Formen der Zusammenarbeit | 06/2009        | 06/2010        |             |
|                       | Steigerung der Anzahl von Mitarbeitern bei Unternehmertum-Aktivitäten                                  | Prüfung und Bewertung vorhandener Entrepreneurship-Initiativen im Hinblick auf ein Engagement         | 06/2009        |                |             |

Maßnahme noch nicht gestartet
 Maßnahme gestartet
 Ziel noch nicht erreicht
 Ziel erreicht
 eingestellt
 fortlaufend

# Anhang

# Glossar A-D

9 Unternehmen

17 Werte

21 Mitarbeiter

27 Umwelt

33 Gesellschaft

37 Entrepreneurship

41 Transparenz

59 Anhang

## Code of Conduct (Verhaltenskodex)

Zusammenstellung der grundlegenden Verhaltensregeln für Mitarbeiter in einem Unternehmen. Ein Code of Conduct umfasst ethische Richtlinien (Ethik-Code), Entsprechenserklärungen für den Kapitalmarkt (Compliance, Corporate Governance), Leitlinien für Führungskräfte sowie Verhaltensregeln, die sich aus Leitbildern und Values Statements ergeben.

## Compliance

Compliance ist ein wichtiges Element der Corporate Governance. Darunter versteht man die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien sowie von freiwilligen Kodizes im Unternehmen.

## Corporate Citizenship

Der Begriff verweist auf das Rollenverständnis eines Unternehmens, sich als Mitglied der Gesellschaft zu sehen und wie ein „Bürger“ gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.

## Corporate Governance

Corporate Governance bezeichnet den rechtlichen und faktischen Rahmen für die Leitung und Überwachung von Unternehmen. Corporate-Governance-Regelungen dienen der Transparenz und stärken damit das Vertrauen in eine verantwortliche, auf Wertschöpfung gerichtete Unternehmensleitung und -kontrolle.

## Corporate-Governance-Kodex

Die Ernst & Young AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuerberatungsgesellschaft ist weder an der Börse notiert noch in sonstiger Weise kapitalmarktorientiert. Gleichwohl sind Aufsichtsrat, Vorstand/Leadership Team und Aktionäre/Partner übereingekommen, der Unternehmensführung und -kontrolle einen Kodex zugrunde zu legen, der die wesentlichen Elemente des deutschen Corporate-Governance-Kodex übernimmt, soweit sie sich für ein nicht kapitalmarktorientiertes Unternehmen eignen.

## Corporate Responsibility

Corporate Responsibility, im Deutschen gleichbedeutend mit „unternehmerischer Verantwortung“, beschreibt den Grad des Verantwortungsbewusstseins eines Unternehmens, wo immer seine Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Mitarbeiter, die Umwelt und das wirtschaftliche Umfeld hat.

## CO<sub>2</sub>-Emissionen

CO<sub>2</sub>-Emissionen entstehen zum Beispiel bei der Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Kohle, Erdöl oder Erdgas. Das freigesetzte CO<sub>2</sub> trägt maßgeblich zu dem vom Menschen verursachten Treibhauseffekt bei.

## Deutscher Corporate-Governance-Kodex

Mit dem deutschen Corporate-Governance-Kodex sollen die in Deutschland geltenden Regeln für Unternehmensleitung und -überwachung für nationale und internationale Investoren transparent gemacht werden, um so das Vertrauen in die Unternehmensführung deutscher Gesellschaften zu stärken.

## Diversity & Inclusiveness

Diversity bezeichnet die Vielfalt der Mitarbeiter in unserem Unternehmen im Hinblick auf verschiedene Diversitätsmerkmale wie Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft, kulturelle Identität, Bildungsstand, Religion, sexuelle Identität, Erfahrungen, sozialer Hintergrund etc.

Inclusiveness bedeutet wie wir diese Vielfalt wertschätzen und nutzen. Es geht darum ein Arbeitsumfeld zu schaffen, indem sich alle Mitarbeiter als Teil einer Gemeinschaft anerkannt fühlen und so persönliche Bestleistungen erzielen und ihr volles Potential entfalten können.

# Glossar E-M

## Emissionen

(lat. emissio = das Herausschicken, Ausströmenlassen) bedeutet im umwelttechnischen Sinne Aussendung von Störfaktoren in die Umwelt.

## Engagement

Persönlicher und/oder finanzieller Einsatz aus übergeordneten Beweggründen.

## Entrepreneurship

Maßnahmen zur Gründung und zur Forcierung des Wachstums von inhabergeführten mittelständischen Unternehmen.

## EYG-Mitgliedsunternehmen

steht in diesem Nachhaltigkeitsbericht für alle rechtlich selbstständigen und unabhängigen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

## Gender

Der Begriff wurde aus dem Englischen übernommen, um im Deutschen die Unterscheidung zwischen sozialem und biologischem Geschlecht treffen zu können, da das deutsche Wort Geschlecht in beiden Bedeutungen verwendet wird. Gender bezeichnet zum einen die soziale Geschlechtsrolle beziehungsweise die sozialen Geschlechtsmerkmale. Es bezeichnet also alles, was in einer Kultur als typisch für ein bestimmtes Geschlecht angesehen wird.

## Geschäftsjahr 2009

Das Geschäftsjahr bedeutet bei Ernst & Young den Zeitraum 1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009.

## Key Performance Indicators (KPI)

Betriebliche Kennzahlen, mit denen der Fortschritt bzw. der Erfüllungsgrad hinsichtlich wichtiger Zielsetzungen oder kritischer Erfolgsfaktoren innerhalb einer Organisation gemessen und/oder ermittelt werden kann.

# Glossar N-Z

|                     |   |
|---------------------|---|
| 9 Unternehmen       | <b>Nachhaltigkeit</b><br>Der Begriff Nachhaltigkeit steht für ein Gesamtkonzept, das eine Entwicklung zum Ziel hat, die ökologisch verträglich, sozial gerecht und wirtschaftlich leistungsfähig ist. Dies bedeutet mit Blick auf heutige und zukünftige Generationen, verantwortungsvoll, sorgfältig und effizient mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen.   |
| 17 Werte            |   |
| 21 Mitarbeiter      |   |
| 27 Umwelt           |   |
| 33 Gesellschaft     | <b>Nachhaltigkeits-Rating</b><br>Ratingverfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeits-Performance eines Unternehmens.  |
| 37 Entrepreneurship |   |
| 41 Transparenz      | <b>Reputation</b><br>Unter Reputation versteht man die Summe der Wahrnehmungen und Einschätzungen aller Stakeholder hinsichtlich der Leistungen, Produkte, Services und Personen zum Beispiel eines Unternehmens und der sich hieraus ergebenden Achtung vor diesem Unternehmen. Reputation wird daran gemessen, wie gut ein Unternehmen dem Zweck dient, für den es geschaffen wurde, und ob es dabei auch gesellschaftliche Normen und Werte berücksichtigt.    |
| 59 Anhang           | <b>Stakeholder</b><br>Stakeholder werden auch übersetzt als Anspruchs- oder Interessengruppen. Die Stakeholder eines Unternehmens sind Gruppen oder Individuen, die Einfluss auf die Zielerreichung eines Unternehmens nehmen (können) oder von dessen Aktivitäten betroffen sind. Demnach gehören zum Beispiel Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Nachbarn, Nichtregierungsorganisationen (NGO), Behörden und die Politik zu den Stakeholdern eines Unternehmens. |

|   |
|---|
| <b>UN Global Compact</b><br>Globales Netzwerk, in dem die Vereinten Nationen mit privaten Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Organisationen zusammenarbeiten, um Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung voranzutreiben.<br>▶ <a href="http://www.unglobalcompact.org">www.unglobalcompact.org</a>   |
| <b>Virtualisierung</b><br>Es gibt keine allgemeingültige Definition. Virtualisierung bezeichnet Methoden, die es erlauben, Ressourcen eines Computers zusammenzufassen oder aufzuteilen. Serverhardware wird oft nur zu 5 bis 20 Prozent ausgelastet. Hier sind Virtualisierungslösungen geeignet, die diese Auslastung bis zu 80 Prozent erhöhen können, ohne die Anwendungsperformance stark zu beeinflussen. |

# Gruppengesellschaften

- ▶ CE IT Services GmbH, Stuttgart
- ▶ „Datag“  
Deutsche Allgemeine Treuhand Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München
- ▶ Ernst & Young Steuerberatungsgesellschaft mbh, Bad Reichenhall
- ▶ Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart
- ▶ Ernst & Young Beteiligungen GmbH, Eschborn\*
- ▶ Ernst & Young Corporate Finance Beratung GmbH, Düsseldorf\*
- ▶ Ernst & Young Heilbronner Treuhand-GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Heilbronn
- ▶ Ernst & Young IT-Security GmbH, Stuttgart
- ▶ Ernst & Young Real Estate GmbH, Eschborn\*
- ▶ Ernst & Young Retail Services GmbH, Eschborn\*
- ▶ Ernst & Young Strategie und Management GmbH, Stuttgart
- ▶ Ernst & Young Law GmbH, Stuttgart\*
- ▶ EY Revision und Treuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart
- ▶ GFIS GmbH, Stuttgart
- ▶ Industrie-Treuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Mannheim
- ▶ Oberrheinische Revisions- und Treuhand GmbH, Freiburg im Breisgau
- ▶ Schitag-Hilfe Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Stuttgart\*
- ▶ QEY Projektentwicklung GmbH & Co. KG, Stuttgart
- ▶ QEY Verwaltungsgesellschaft mbH, Stuttgart
- ▶ SEY Immobilien GmbH, Stuttgart
- ▶ Treuhand Schrade GmbH, Villingen-Schwenningen

\* Diese Gesellschaften sind keine mit der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart, verbundenen Unternehmen.

## Die EMEIA-Area

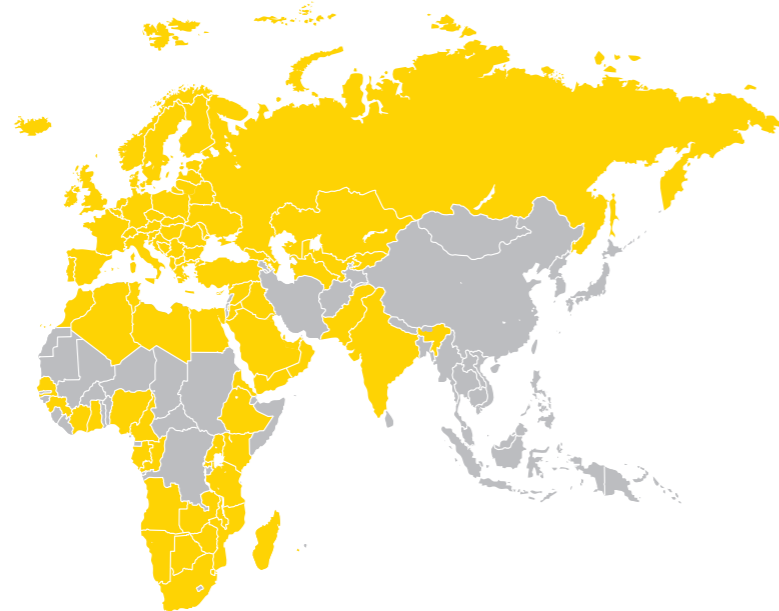
- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

Gerade internationale Mandanten erwarten von ihrem Prüfer und Berater, dass er ebenso global aufgestellt ist und agiert wie sie selbst. Und sie erwarten geografische und organisatorische Strukturen, die ähnlich sind wie ihre eigenen.

Mit ihren weltweit fünf „Areas“ erfüllt die internationale Ernst & Young-Organisation diesen Anspruch. Diese Organisationsform ermöglicht es, dass die in den Areas verbundenen Landesgesellschaften für ihre Mandanten die besten Teams zusammenstellen und über Ländergrenzen hinweg nahtlos einheitliche Dienstleistungen mit gleich hoher Qualität erbringen.

Die fünf Areas bzw. Regionen, über die die internationale Ernst & Young-Organisation geführt wird, sind Amerika, Fernost, Ozeanien, Japan und EMEIA (Europe, Middle East, India and Africa). Mit ihren über 68.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von 9,6 Mrd. US-Dollar ist EMEIA die größte operative Einheit innerhalb des weltweiten Ernst & Young-Netzwerks.

Die EMEIA-Area besteht aus zwölf geografischen Sub-Areas. Eine davon ist die GSA-Sub-Area, zu der auch Ernst & Young in Deutschland gehört (Germany, Switzerland, Austria).



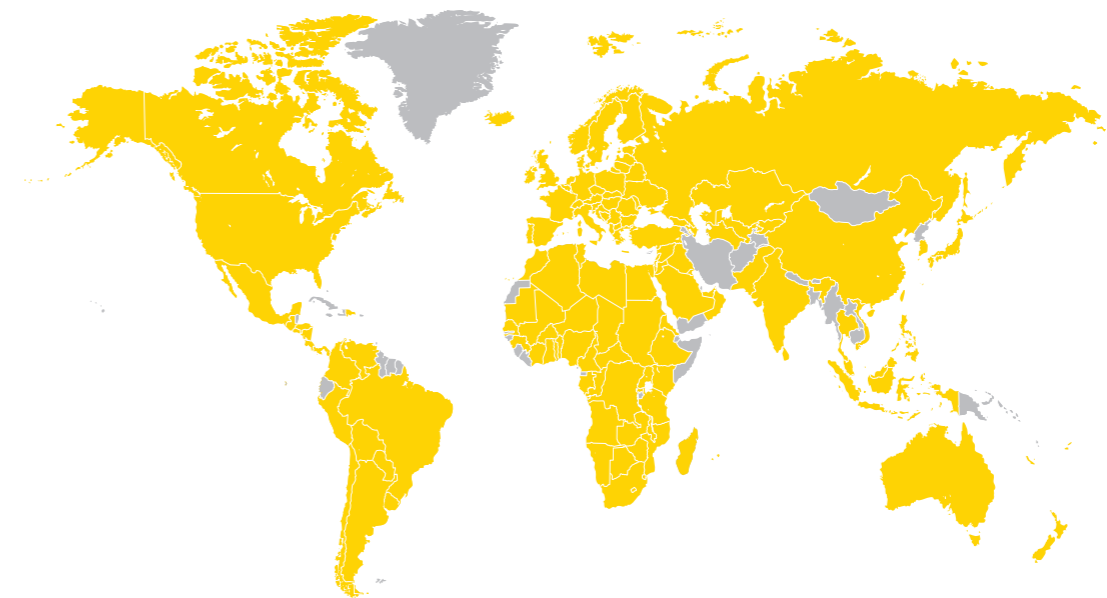
## Die internationale Ernst & Young-Organisation

Die internationale Ernst & Young-Organisation ist weltweit einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Transaktionsberatung sowie in den Advisory Services.

Die weltweit 144.000 Mitarbeiter in 140 Ländern sind durch gemeinsame Werte wie Integrität, Respekt und Teamgeist, Enthusiasmus und den Mut, Verantwortung zu übernehmen, verbunden. Auf der Grundlage ihrer Kompetenz entwickeln und pflegen sie enge Beziehungen zu ihren Stakeholdern. Die Mitgliedsgesellschaften der internationalen Ernst & Young-Organisation haben den Anspruch, etwas zu bewegen und die Potenziale ihrer Mitarbeiter, ihrer Mandanten und anderer Menschen zu wecken und zu fördern.

Die internationale Ernst & Young-Organisation erreichte im Geschäftsjahr 2008/2009 weltweit einen Umsatz von 21,4 Milliarden US-Dollar. Dies entspricht in lokaler Währung einem leichten Rückgang von 0,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Mehr Informationen zur internationalen Ernst & Young-Organisation finden Sie im Internet unter [www.ey.com](http://www.ey.com).



# Anschriften

## der deutschen Ernst & Young-Gruppe

- 9 Unternehmen
- 17 Werte
- 21 Mitarbeiter
- 27 Umwelt
- 33 Gesellschaft
- 37 Entrepreneurship
- 41 Transparenz
- 59 Anhang

### 10117 Berlin

Friedrichstraße 140  
Telefon +49 30 25471 0  
Telefax +49 30 25471 550

### 28195 Bremen

Katharinenklosterhof 3  
Telefon +49 421 33574 0  
Telefax +49 421 33574 550

### 44141 Dortmund

Westfalendamm 11  
Telefon +49 231 550 11 0  
Telefax +49 231 550 11 550

### 01099 Dresden

Forststraße 2a  
Telefon +49 351 4840 0  
Telefax +49 351 4840 550

### 40213 Düsseldorf

Graf-Adolf-Platz 15  
Telefon +49 211 9352 0  
Telefon +49 211 9352 550

### 99092 Erfurt

Barbarossahof 18  
Telefon +49 361 6589 0  
Telefon +49 361 6589 550

### 65760 Eschborn/Frankfurt a. M.

Mergenthalerallee 3–5/10–12  
Telefon +49 6196 996 0  
Telefon +49 6196 996 550

### 45131 Essen

Wittekindstraße 1a  
Telefon +49 201 2421 0  
Telefax +49 201 2421 550

### 79098 Freiburg im Breisgau

Bismarckallee 15  
Telefon +49 761 1508 0  
Telefax +49 761 1508 23250

### 20148 Hamburg

Rothenbaumchaussee 78  
Telefon +49 40 36132 0  
Telefax +49 40 36132 550

### 30159 Hannover

Landschaftstraße 8  
Telefon +49 511 8508 0  
Telefax +49 511 8508 550

### 74072 Heilbronn

Titotstraße 8  
Telefon +49 7131 9391 0  
Telefax +49 7131 9391 550

### 50667 Köln

Ludwigstraße 8  
Telefon +49 221 2779 0  
Telefax +49 221 2779 550

### 04109 Leipzig

Grimmaische Straße 25  
Telefon +49 341 2526 0  
Telefax +49 341 2526 550

### 68165 Mannheim

Theodor-Heuss-Anlage 2  
Telefon +49 621 4208 0  
Telefax +49 621 4208 550

### 80636 München

Arnulfstraße 126  
Telefon +49 89 14331 0  
Telefax +49 89 14331 550

### 90425 Nürnberg

Forchheimer Straße 2  
Telefon +49 911 3958 0  
Telefax +49 911 3958 550

### 88212 Ravensburg

Gartenstraße 86  
Telefon +49 751 3551 0  
Telefax +49 751 3551 550

### 66123 Saarbrücken

Peter-Zimmer-Straße 11  
Telefon +49 681 2104 0  
Telefax +49 681 2104 550

### 78224 Singen

Maggistraße 5  
Telefon +49 7731 9970 10  
Telefax +49 7731 9970 11

### 70499 Stuttgart

Mittlerer Pfad 15  
Telefon +49 711 9881 0  
Telefax +49 711 9881 550

### 78052 Villingen-Schwenningen

Max-Planck-Straße 11  
Telefon +49 7721 801 0  
Telefax +49 7721 801 550

## Impressum

### Herausgeber

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Mittlerer Pfad 15  
70499 Stuttgart  
Telefon +49 711 9881 0  
Telefax +49 711 9881 550

### Redaktion

Gabriele Doll  
Hubert Eckert  
Petra Lengfellner  
Rudolf X. Ruter  
Markus Seiz

### Projektmanagement

Ellen Skalla

### Text- und Designberatung

Romesh Naik  
Claudia Siedenbiedel  
Medienmassiv, Stuttgart

### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Dag-Stefan Rittmeister  
Telefon +49 711 9881 15980  
dag-stefan.rittmeister@de.ey.com

**Ernst & Young**

Ernst & Young ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Transaktionsberatung sowie in den Advisory Services. Rund 7.100 Mitarbeiter sind durch gemeinsame Werte und einen hohen Qualitätsanspruch verbunden. Gemeinsam mit den 144.000 Mitarbeitern der internationalen Ernst & Young-Organisation betreut Ernst & Young Mandanten überall auf der Welt. Das Ziel von Ernst & Young ist es, das Potenzial seiner Mitarbeiter und Mandanten zu erkennen und zu entfalten.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.de.ey.com](http://www.de.ey.com)

Der Name Ernst & Young bezieht sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG), einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht. Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Alle EYG-Mitgliedsunternehmen weltweit werden gemeinsam auch als die internationale Ernst & Young-Organisation bezeichnet.

© 2010

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
All Rights Reserved

KKL 0210

