



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

OSUVA Open
Science

This is a self-archived – parallel published version of this article in the publication archive of the University of Vaasa. It might differ from the original.

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher und finnischer börsennotierter Unternehmen

Author(s): Enell-Nilsson, Mona; Koskela, Merja

Title: Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher und finnischer börsennotierter Unternehmen

Year: 2020

Version: Published version.

Copyright ©2020 Lit Verlag.

Please cite the original version:

Enell-Nilsson, M. & Koskela, M. (2020). Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher und finnischer börsennotierter Unternehmen. In: Gansel, C. & Luttermann, K. (eds.) *Nachhaltigkeit - Konzept, Kommunikation, Textsorten*, 257-280. Reihe: Projekt Angewandte Linguistik (PAL), 1. Berlin: Lit Verlag.

Mona Enell-Nilsson und Merja Koskela

Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung deutscher und finnischer börsennotierter Unternehmen

Der Beitrag¹ stellt eine Untersuchung der Nachhaltigkeitsberichterstattung börsennotierter Unternehmen im DAX 30 und im OMX Helsinki 25 vor. Das Ziel ist es, das Berichtsformat, die Berichtssprache(n) und die Berichtsbezeichnungen zu analysieren und zu vergleichen sowie den Nachhaltigkeitsbericht als Mitglied von Textsortenkolonien in seinem Umfeld von Varianten, Hybriden und verwandten Textsorten zu beschreiben. Die Teilkorpora weisen sowohl Ähnlichkeiten als auch Unterschiede auf. Es zeichnet sich das Bild einer dynamischen Textsorte ab.

Schlüsselwörter: Nachhaltigkeitsberichterstattung, börsennotierte Unternehmen, vergleichende Studie, Berichtsformat, Berichtssprache, Berichtsbezeichnung, Textsortenkolonie.

On Sustainability Reporting in German and Finnish Listed Companies

The article presents an analysis of the sustainability reporting of listed DAX 30 and OMX Helsinki 25 companies. The aim is to analyze and compare the reporting format, the reporting language(s) and the titles of the reports as well as to describe the sustainability report as a member of genre colonies in the setting of variants, hybrids and closely related genres. The subcorpora show both similarities and differences. The picture of a dynamic genre emerges.

Keywords: sustainability reporting, listed companies, comparative study, reporting format, reporting language, title of report, genre colony.

¹ Die Forschung wurde von der *Emil Öhmann* Stiftung und von *Svensk-Österbottniska Samfundet* und Foundation for Economic Education finanziell gefördert.

1 Einführung

Die Nachhaltigkeitskommunikation bzw. CSR-Kommunikation hat in den letzten Jahren als Bestandteil der Unternehmenskommunikation an Bedeutung gewonnen, und der Nachhaltigkeitsbericht hat sich als ein mögliches Instrument der Nachhaltigkeitskommunikation etabliert (vgl. u.a. Schach 2015: 181–183). *Corporate Social Responsibility (CSR)* ist schon seit Jahrzehnten ein Forschungsbereich nicht nur in den Wirtschaftswissenschaften, sondern auch u.a. in der Soziologie, in der Politikwissenschaft und Philosophie (vgl. z.B. Gonzalez-Perez 2013: 3). Erst seit einem knappen Jahrzehnt wird der Bereich innerhalb der Kommunikationswissenschaft erforscht (vgl. Raupp/Jarolimek/Schultz 2011), und in den letzten Jahren sind auch erste linguistische Publikationen erschienen, die sich Nachhaltigkeitskommunikation und Nachhaltigkeitsberichten widmen (vgl. z.B. Glausch 2017: 26–29).

Im Gegensatz zum Geschäftsbericht erfolgte das Erstellen eines Nachhaltigkeitsberichts bis jetzt in den meisten Ländern auf freiwilliger Basis. Dies ändert sich mit dem Inkrafttreten der EU-Richtlinie 2014/95/EU² insofern, als dass größere Unternehmen in den EU-Mitgliedstaaten ab dem Geschäftsjahr 2017 dazu verpflichtet sind, jährlich über ihre Nachhaltigkeitsleistung zu berichten. Diese EU-Richtlinie ist z.T. unterschiedlich in nationales Recht der EU-Mitgliedstaaten umgesetzt worden. So sind z.B. in den hier aktuellen Ländern Deutschland und Finnland Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern zur Berichterstattung verpflichtet. In anderen Ländern wie etwa Schweden und Dänemark ist die nationale Gesetzgebung strikter und gibt eine verpflichtende Berichterstattung für Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern vor. Auch bzgl. des Berichtsformats ist die Richtlinie in den EU-Mitgliedstaaten unterschiedlich umgesetzt worden. So kann beispielsweise in Deutschland und Finnland, wie in den meisten EU-Mitgliedstaaten, die notwendige Information entweder im Geschäftsbericht oder in einem getrennten Bericht dargelegt werden. Einige wenige

² Die Richtlinie ist verfügbar unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32014L0095> (Letzter Zugriff 28.08.2020).

Länder wie Frankreich und die Slowakei schreiben vor, dass die Information im Geschäftsbericht präsentiert werden soll. Bei der Umsetzung der EU-Richtlinie in das nationale Recht nennen weiter die meisten Mitgliedstaaten, beispielsweise auch Deutschland und Finnland, nationale, europäische oder internationale Rahmenwerke als mögliche Ausgangspunkte für die Berichterstattung (GRI & CSR Europe 2017).³ So sind zum Beispiel der Deutsche Nachhaltigkeitskodex und die G4 Leitlinien der Global Reporting Initiative Beispiele für Rahmenwerke, auf die deutsche Unternehmen bei der Berichterstattung zurückgreifen können.

Auf Basis der obigen Ausführungen kann geschlussfolgert werden, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung künftig in den EU-Mitgliedstaaten an Bedeutung gewinnen wird. Der im letzten Jahrzehnt verstärkte Druck der umgebenden Gesellschaft auf die Unternehmen, ihre Leistungen im ökologischen, sozialen und ökonomischen Bereich den Stakeholdern gegenüber offen zu legen, konkretisiert sich in dieser verpflichtenden Berichterstattung. Vor diesem Hintergrund ist es gerade jetzt relevant und interessant, die Praxis der Nachhaltigkeitsberichterstattung europäischer Unternehmen zu untersuchen.

In der vorliegenden Studie wird die Nachhaltigkeitsberichterstattung von deutschen und finnischen Unternehmen analysiert und verglichen. Die Studie ist Teil des umfangreicheren, international angelegten Forschungsprojekts *Practising transparency*, in dem Texte der Veröffentlichungs- und Informationspolitik der größten und börsenumsatzstärksten Unternehmen in sieben EU-Ländern (DE, DK, ES, FI, FR, IT und SE) untersucht werden. Der oben erwähnte verstärkte gesellschaftliche Druck auf Unternehmen zur Offenlegung von Nachhaltigkeitsleistungen geht nämlich mit einem allgemeineren gesellschaftlichen Anspruch auf verstärkte Transparenz einher. Dieser ist in erster Linie als eine Konsequenz verschiedener Skandale wie dem Enron-Skandal oder der Volkswagen-Krise zu interpretieren, die umfassende negative Folgen für den globalen finanziellen Markt gehabt

³ Verfügbar unter: https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/NFRpublication%20online_version.pdf (Letzter Zugriff 28.08.2020).

haben. *Transparenz* verstehen wir in diesem Zusammenhang als strategische kommunikative Praktiken, die sicherstellen, dass die Stakeholder eines Unternehmens die Aktivitäten des Unternehmens verstehen können und auf dem finanziellen Markt mit dem Unternehmen konstruktiv interagieren können (vgl. Chandler 2014; Parum 2005).

Der Beitrag ist wie folgt aufgebaut: In Abschnitt 2 werden zunächst die Zielsetzung, die Forschungsfragen und das Untersuchungsmaterial der Studie näher vorgestellt. In Abschnitt 3 wird Bhatias (2004) Terminus *Textsortenkolonie* eingeführt, der den theoretischen Ausgangspunkt für den vorliegenden Beitrag darstellt, und Textsorten werden als Mitglieder von Textsortenkolonien diskutiert. In Abschnitt 4 werden die Ergebnisse der Analyse präsentiert, während Abschnitt 5 abschließend die zentralen Ergebnisse zusammenfasst.

2 Zielsetzung und Untersuchungsmaterial

Der vorliegende Beitrag verfolgt das Ziel, einige Aspekte der Nachhaltigkeitsberichterstattung der börsennotierten Unternehmen im DAX 30 und im OMX Helsinki 25 zu beschreiben sowie Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den Teilkorpora zu diskutieren. Folgenden Forschungsfragen soll dabei nachgegangen werden:

- In welchem Format erfolgt die hauptsächliche Nachhaltigkeitsberichterstattung des Unternehmens (s. Abschnitt 4.1)?
- In welcher Sprache/welchen Sprachen erfolgt die hauptsächliche Nachhaltigkeitsberichterstattung des Unternehmens (s. Abschnitt 4.2)?
- Wie wird das hauptsächliche Berichtsdokument bezeichnet (s. Abschnitt 4.3)?
- Welche weiteren Publikationen werden zusammen mit dem hauptsächlichen Berichtsdokument vorgestellt und wie können sie als Mitglieder von sog. *Textsortenkolonien* beschrieben werden (s. Abschnitt 4.4)?

Das Untersuchungsmaterial besteht aus den Dokumenten, die auf den Webseiten der größten und börsenumsatzstärksten Unternehmen in Deutschland und Finnland zu finden sind. In Deutschland handelt es sich um die DAX 30-Unternehmen, in Finnland um die OMXH 25-Unternehmen (s. Tabelle 3 im Anhang). Die Entscheidung, die Nachhaltigkeitsberichterstattung dieser Unternehmen zu analysieren und zu vergleichen, wird wie folgt begründet: Erstens sind die Listen in den zwei Ländern ausgehend von demselben Kriterium erstellt; es geht um die größten und börsenumsatzstärksten Unternehmen, wodurch auch ein Vergleich berechtigt ist. Zweitens geht es um Großunternehmen, die von der neuen Berichterstattungspflicht betroffen sind. Drittens kann davon ausgegangen werden, dass die Unternehmen als Großunternehmen eine gewisse Rolle als Vorreiter in ihren Branchen ausüben und dass die Berichterstattung dieser Unternehmen somit ein Modell für andere Unternehmen darstellt. Viertens ist anzunehmen, dass gerade diese Unternehmen den Investorendialog betonen, der u.a. mithilfe eines Nachhaltigkeitsberichts gefördert werden kann, da diese Unternehmen von den Investoren finanziell abhängig sind.

Die hauptsächliche Datenerhebung der vorliegenden Studie erfolgte mithilfe einer Recherche der Webseiten der gelisteten Unternehmen im Juni 2017, die durch eine Überprüfung möglicher neuer Inhalte und eine weitere Datenerhebung im Dezember 2017 ergänzt wurde. Die Analyse basiert in erster Linie auf der Nachhaltigkeitsberichterstattung für das Geschäftsjahr 2016. In die Analyse des Berichtsformats und der Berichtsbezeichnung sowie bei der Diskussion über Mitglieder der Textsortenkolonie werden zusätzlich einige Beobachtungen der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Geschäftsjahre 2012 bis 2015 einbezogen. Eine diachrone Perspektive mit einem kompletten Rückblick auf die letzten fünf Geschäftsjahre erwies sich bei der Analyse insofern als problematisch, da die Berichte aus den früheren Jahren auf den Webseiten nicht immer (komplett) zugänglich waren. Es war daher nicht immer möglich festzustellen, ob ein Bericht vorliegt oder nicht, und die Analyse musste auf die auf den Webseiten zugänglichen Berichte beschränkt werden.

3 Textsorten in Textsortenkolonien

In der Forschung werden die Termini *Text* und *Textsorte* sehr unterschiedlich definiert, und es gibt z.B. verschiedene hierarchische Klassifikationen, in denen *Textsorte* auf unterschiedliche Ebenen eingeordnet wird und als Unter- bzw. Oberbegriff oder auch synonym zu anderen Termini wie *Textklasse* und *Texttyp* verstanden wird.⁴ Gemeinsam für viele jüngere Ansätze ist die Annahme, dass das Phänomen der Hybridisierung (vgl. Hauser/Luginbühl 2015; Mäntynen/Shore 2014) kennzeichnend für Textsorten ist. Diese Auffassung ist auch zentral in Bhatias (2004) Textsortenansatz, der den theoretischen Ausgangspunkt in dem vorliegenden Beitrag darstellt. Bhatia (2004: xiv) stellt fest:

„[...] we often find a wide gap between genre analyses of texts in published literature, emphasizing the integrity and purity of individual genres, and the variety of rather complex and dynamic instances of hybridized genres that one tends to find in the real world“.

Um der im Zitat beschriebenen Komplexität und Dynamik hybrider Textsorten gerecht zu werden, führt Bhatia (2004) den Terminus *genre colony* ein, für den im Folgenden in Anlehnung an u.a. Gruber/Huemer (2016: 86) der deutsche Terminus *Textsortenkolonie* verwendet wird. Bhatia (2004: 57) definiert *Textsortenkolonie* wie folgt:

„[I]t represents a grouping of closely related genres, which to a large extent share their individual communicative purposes, although most of them will be different in a number of other respects, such as their disciplinary and professional affiliations, contexts of use and exploitations, participant relationships, audience constraints and so on“.

Ausgehend davon skizziert Bhatia (2004) die Textsortenkolonie *Berichte*, so wie sie in Abbildung 1 präsentiert wird. Als Mitglied dieser Textsortenkolonie ist u.a. der Geschäftsbericht zu finden, der dem gesellschaftlichen Bereich Wirtschaft angehört und Ähnlichkeiten und Überlappungen mit

⁴ Siehe u.a. Janich (2008) zu zentralen germanistischen textlinguistischen Ansätzen.

anderen Berichten dieses Bereichs wie z.B. dem Verkaufsbericht aufweist, aber auch denselben kommunikativen Zweck hat wie Berichte anderer Bereiche, z.B. der Zeitungsbericht oder der wissenschaftliche Bericht.

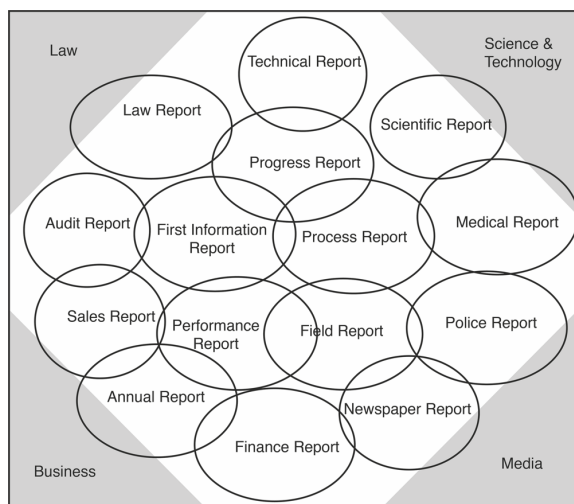


Abb. 1: Colony of reporting genres (Bhatia 2004: 83)

Der von Bhatia (2004) eingeführte Terminus *Textsortenkolonie* hat bis jetzt in der germanistischen Forschung wenig Beachtung gefunden. Die Beschreibung von Textsorten als Mitgliedern von Textsortenkolonien geht auf die Annahme zurück, dass Textsorten Subsysteme bilden, was in der germanistischen Forschung als *Vernetztheit von Textsorten* (vgl. Hauser 2016) oder auch *Textsorten(-in-)vernetzung* (vgl. Janich 2008: 194) bezeichnet und wofür der Terminus *Textsortennetz* (vgl. Adamzik 2011) verwendet wird. Auch andere Termini wie *Textsortenrepertoire*, *Textsorten-*

verbund, *Textsortenspektrum*, *Textsortenensemble*, *Textsorteninventar*, *Textsortenreihe*, *Textsortenfamilie*, *Textsortenfeld* kommen in der einschlägigen Literatur vor, wobei jedoch betont werden muss, dass diese Termini z.T. unterschiedlich definiert werden und dass sie nicht immer auf dasselbe Verständnis von Vernetztheit zurückgehen (vgl. Hauser 2016: 278–279).

Im vorliegenden Beitrag wird Bhatias (2004) Terminus *Textsortenkolonie* bevorzugt, da dieser unseres Erachtens den Aspekt der Hybridisierung stärker hervorhebt als die oben genannten anderen deutschen Termini:

„Colonization as a process thus involves invasion of the integrity of one genre by another genre or genre convention, often leading to the creation of a hybrid form, which eventually shares some of its genre characteristics with the one that influenced it in the first place“ (Bhatia 2004: 58).

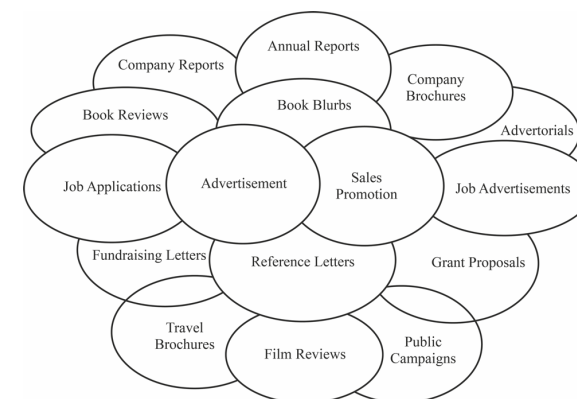


Abb. 2: Colony of promotional genres (Bhatia 2004: 62)

Textsorten können Mitglieder mehrerer Textsortenkolonien sein. Und so präsentiert Bhatia (2004: 62) eine zweite Textsortenkolonie – die Kolonie

werbender Textsorten –, in der die Textsorte Geschäftsbericht ebenfalls zu finden ist. Sie wird in Abbildung 2 vorgestellt. In Bezug auf diese Textsortenkolonie betont Bhatia (2004: 61–62), dass man zwischen primären und sekundären Mitgliedern der Textsortenkolonie unterscheiden soll. Die Textsorten, die in der Mitte der Abbildung stehen, versteht Bhatia (2004: 63) als die primären Mitglieder der Kolonie, während u.a. der Geschäftsbericht ein sekundäres Mitglied dieser Kolonie ist, da der kommunikative Zweck des Werbens für ihn zweitrangig ist. Er hat in erster Linie den kommunikativen Zweck des Informierens und ist somit ein primäres Mitglied der Textsortenkolonie ‚Berichte‘, wie oben erläutert wurde.

Die im vorliegenden Beitrag analysierte Textsorte *Nachhaltigkeitsbericht* ist nicht in den von Bhatia (2004) beschriebenen Textsortenkolonien zu finden. Wir gehen jedoch im Folgenden davon aus, dass der Nachhaltigkeitsbericht genau wie der Geschäftsbericht in erster Linie den kommunikativen Zweck des Informierens hat und somit als primäres Mitglied der Textsortenkolonie ‚Berichte‘ anzusehen ist. Wie der Geschäftsbericht ist auch der Nachhaltigkeitsbericht als sekundäres Mitglied der Kolonie ‚werbende Textsorten‘ zu verstehen, da der kommunikative Zweck des Werbens unseres Erachtens auch beim Nachhaltigkeitsbericht zweitrangig ist.⁵ Dies soll in Unterabschnitt 4.4 weiter diskutiert werden, in dem der Nachhaltigkeitsbericht im Kontext von anderen Publikationen der externen Nachhaltigkeitskommunikation der DAX 30-Unternehmen und OMXH 25-Unternehmen besprochen wird.

4 Analyse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Analyse vorgestellt, wobei die in Abschnitt 2 präsentierten Forschungsfragen die Ausgangspunkte für die Unterabschnitte darstellen.

⁵ So für Stellenwerbung z.B. Luttermann (2018).

4.1 Berichtsformat

In einem ersten Analyseschritt haben wir die auf den Webseiten präsentierte Nachhaltigkeitsberichterstattung der DAX 30-Unternehmen und OMXH 25-Unternehmen für das Geschäftsjahr 2016 betrachtet und ermittelt, in welchem Format die Berichterstattung hauptsächlich erfolgt. Unsere Analyse zeigt (s. Tabelle 1), dass die Mehrheit sowohl der DAX 30-Unternehmen als auch der OMXH 25-Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsleistungen in Form eines selbstständigen Berichts präsentieren.

	DAX 30	OMXH 25
Selbstständig	23 (77 %)	14 (56 %)
Integriert	7 (23 %)	11 (44 %)
Gesamt	30 (100 %)	25 (100 %)

Tab. 1: Format der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2016

In beiden Ländern wird ein integrierter Bericht von einer Minderheit der Unternehmen verwendet; dieses Format ist jedoch unter den OMXH 25-Unternehmen üblicher als unter den DAX 30-Unternehmen. In der Literatur wird das sog. *Integrated Reporting*, das u.a. vom International Integrated Reporting Council (IIRC) unterstützt wird, als ein Trend beschrieben. Es geht dabei darum, den „Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht zu einem Dokument zu verschmelzen, das sich an sämtliche Stakeholder des Unternehmens richtet“ (Schwalbach/Schwerk 2014: 215). Der Terminus *integrierter Bericht* wird z.T. nur für Berichte verwendet, die die Kriterien der IIRC-Definition erfüllen, und so bezeichnet z.B. die Deutsche Börse (2016)⁶ eine zusammenfassende Dokumentation finanzieller und nicht-finanzieller Kennzahlen allgemeiner als *kombinierten Bericht*. Der integrierte Bericht wird dabei als Sonderform des kombinierten Berichts betrachtet. In der vorliegenden Untersuchung wird der Terminus ‚integrierter Bericht‘ allgemeiner und auch für Berichte verwendet, in denen finanzielle

⁶ Seit wir diese Quelle verwendet haben, ist der Inhalt der in den Quellen genannten Webseite geändert worden. Sie hat aber am 05.12.2017 (bei den Quellen genannt) den hier angegebenen Inhalt umfasst.

und nicht-finanzielle Informationen präsentiert werden, aber die nicht unbedingt die Kriterien der IIRC-Definition erfüllen.

Bei der Analyse des Berichtsformats werden die in Abschnitt 3 angesprochenen Mischformen, die in der Praxis vorkommen, deutlich. So ist die hier präsentierte Grenzziehung von integriertem und selbstständigem Bericht nicht eindeutig. Im Korpus ist erstens der Bericht von *Sampo* zu finden, der eine Zusammenfassung der Nachhaltigkeitsaktivitäten des Unternehmens enthält, in der jedoch weiter auf die Berichte der Tochtergesellschaften bezüglich Nachhaltigkeit verwiesen wird. Es stellt sich hier die Frage, was an Nachhaltigkeitsinhalten vorhanden sein muss, damit man von einem integrierten Bericht sprechen kann. In der vorliegenden Analyse wird *Samos* Bericht zu den integrierten Berichten gezählt, da das Unternehmen keinen selbstständigen Bericht präsentiert und der Geschäftsbericht durchaus eine Nachhaltigkeitsdokumentation enthält.

Im Korpus ist zweitens der Bericht von *Stora Enso* vorhanden, der als getrenntes PDF-Dokument mit eigenen durchgehenden Seitennummern auf den Webseiten des Unternehmens vorgelegt wird, das jedoch wie folgt betitelt ist: *Sustainability Report. Part of Stora Enso's Annual Report 2016*. Dieser Bericht wird in der vorliegenden Analyse zu den selbstständigen Berichten gezählt, da es sich um ein separates Dokument mit eigener Seitennummerierung handelt.

Das Beispiel von *Stora Enso* zeigt die Flexibilität, die das Internet als Medium bietet. In Bezug auf die Form der Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten und integrierten Berichten gilt auch für unser Untersuchungsmaterial das, was Piwinger (2014: 790–791) zur Form der Veröffentlichung von Geschäftsberichten feststellt: Einige Unternehmen veröffentlichen noch Druckversionen von den Berichten, aber sämtliche Unternehmen präsentieren die Berichte als PDF-Versionen auf ihren Webseiten. Parallel dazu bieten einige Unternehmen ihre Berichte online an. Der Onlinebericht wird in einigen Fällen inzwischen als der eigentliche

Nachhaltigkeitsbericht angesehen, wie folgende Feststellung von E.ON (2017)⁷ zeigt:

„An dieser Stelle finden Sie Publikationen aus vergangenen Jahren, darunter auch die PDF-Versionen unserer Online-Nachhaltigkeitsberichte zum Ausdrucken. Da die Berichterstattung der letzten Jahre nur online stattgefunden hat, dürfen diese jedoch nicht als eigenständige Printberichte verstanden werden, sondern stellen lediglich eine PDF-Version der eigentlichen Onlineberichte dar“.

Die vielfältigen multimodalen Vernetzungsmöglichkeiten, die der Onlinebericht als Hypertext ermöglicht, können in einer PDF-Version nicht vollständig wiedergegeben werden. Auch wenn sich die Onlineberichte weiterentwickeln und künftig von noch mehr Unternehmen verwendet werden, werden die PDF-Versionen auch weiterhin als Kontrollinstrumente eine wichtige Rolle spielen.

Ein Rückblick auf die zugänglichen Berichte der Geschäftsjahre 2012 bis 2016 weist eher eine Stabilität als eine Variation bzgl. des Berichtsformats auf. Unternehmen, die integriert berichten, berichten in der Regel durchgehend in diesem Format, und Unternehmen, die selbstständig berichten, halten an diesem Format fest. *Telia Company* ist ein Beispiel für ein Unternehmen, das in diesem Zeitraum von einem selbstständigen Bericht zu einem integrierten Bericht übergeht. *Vonovia* ist ein Beispiel für ein Unternehmen, das in diesem Zeitraum seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht als selbstständigen Bericht präsentiert.

4.2 Berichtssprache

In Bezug auf die Berichtssprache von Geschäftsberichten und damit auch von integrierten Berichten sieht das regelnde Rahmenwerk – das Gesetz über den Wertpapierhandel (WphG) in DE, *arvopaperimarkkinlaki* (AML) in FI – in den beiden Ländern ähnlich aus. In Deutschland gilt, dass die Unterlagen in deutscher Sprache vorzulegen sind, und auf Verlangen

⁷ Verfügbar unter: <https://www.eon.com/de/ueber-uns/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht.html> (Letzter Zugriff 28.08.2020).

der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht auch in englischer Sprache, oder dass sie nach Übereinkunft mit der eben genannten Behörde ausschließlich in englischer Sprache vorgelegt werden können. Von finnischen Unternehmen wird eine Berichterstattung in einer der zwei Landessprachen, Finnisch oder Schwedisch, gefordert. Wie in Deutschland ist jedoch auch eine Vorlage ausschließlich in englischer Sprache nach Übereinkunft mit der zuständigen Behörde möglich.

Dem ersten Prinzip folgend, sind alle sieben integrierten Berichte der DAX 30-Unternehmen sowohl in deutscher Sprache als auch in englischer Sprache zu finden. Bei den OMXH 25-Unternehmen sind die integrierten Berichte auch in fast allen Fällen in zumindest einer Landessprache und in englischer Sprache zu finden. Das Unternehmen *Tieto* stellt hier einen Sonderfall dar: Der in finnischer Sprache betitelte Bericht *Vuosikertomus* („Jahresbericht“), der auf den ersten Blick dem englischen, als *Annual Report* betitelten Bericht zu entsprechen scheint, erweist sich bei einer genaueren Betrachtung als ein inhaltlich anderer Bericht. Die finnischsprachige Version ist ein traditioneller Geschäftsbericht ohne Nachhaltigkeitsinhalte, während die englischsprachige Version ein integrierter Bericht ist. In fast allen Fällen ist die gewählte Landessprache für den integrierten Bericht der OMXH 25-Unternehmen Finnisch. Nur *Telia Company* präsentiert ihren integrierten Bericht in schwedischer und englischer Sprache. Zwei Unternehmen (*Konecranes* und *Wärtsilä*) stellen den Stakeholdern den integrierten Bericht in den beiden Landessprachen Finnisch und Schwedisch sowie in englischer Sprache zur Verfügung.

Die gewählte Berichtssprache für die selbstständigen Berichte der DAX 30-Unternehmen und OMXH 25-Unternehmen wird in Tabelle 2 präsentiert. Zwei Unternehmen (*Adidas* und *Allianz*) präsentieren ihre Nachhaltigkeitsberichte nur in englischer Sprache, die restlichen 21 DAX 30-Unternehmen präsentieren den selbstständigen Bericht sowohl in englischer als auch in deutscher Sprache. Unter den OMXH 25-Unternehmen ist die Präsentation ausschließlich in englischer Sprache am üblichsten. Von den 14 OMXH 25-Unternehmen, die einen selbstständigen Bericht präsentieren, stellen ihn neun Unternehmen den Stakeholdern nur in eng-

lischer Sprache zur Verfügung. In finnischer und englischer Sprache legen ihn fünf Unternehmen vor.

	DAX 30	OMXH 25
Landessprache und Englisch	21 (91 %)	5 (36 %)
Ausschließlich Englisch	2 (9 %)	9 (54 %)
Gesamt	23 (100 %)	14 (100 %)

Tab. 2: Sprache der selbstständigen Berichte 2016

Da Finnisch eine Sprache einer kleineren Gesellschaft im Vergleich zu Deutsch ist, überrascht es kaum, dass der Anteil der Unternehmen kleiner ist, der parallel zur englischsprachigen Version in finnischer Sprache berichtet. Interessant ist allerdings, dass zwei DAX 30-Unternehmen ihren Bericht nur in englischer Sprache vorlegen. Die Sprachenwahl, die wir als eine (strategisch oder operativ gesteuerte) Sprachenpolitik der Unternehmen ansehen (vgl. Koskela/Heino 2016), kann sowohl für die Unternehmen als auch allgemeiner für die Gesellschaft eine Rolle spielen. Für die Unternehmen kann die Sprachenwahl des Investorendialogs potenzielle Investoren in der Hinsicht beeinflussen, dass sie lieber in Unternehmen investieren, die in der Sprache der Investoren kommunizieren, wie frühere Forschungen zeigen (vgl. Grimblatt/Keloharju 2001; Singh/Pereira 2005). In diesem Zusammenhang muss allerdings betont werden, dass die Sprachenwahl des Investorendialogs der Unternehmen generell in der Regel vielseitiger ist als die gewählte Berichtssprache es andeutet. Für die Gesellschaft im Allgemeinen spielt die Sprachenwahl insofern eine Rolle, als es für Sprachen der kleineren Gesellschaften wichtig ist, dass sie in verschiedenen Fachkontexten verwendet werden, um langfristig Domänenverluste gegenüber dem Englischen zu vermeiden. Die Sprachenwahl der Unternehmen zugunsten der Landessprachen kann somit die Nachhaltigkeit dieser Sprachen fördern.

4.3 Bezeichnung des hauptsächlichen Berichtsdokuments

Die Analyse der deutschen Bezeichnungen des selbstständigen Berichts der DAX 30-Unternehmen für das Geschäftsjahr 2016 bestätigt die Beob-

achtung von Aebi/Frischherz (2017: 430), dass sich der *Nachhaltigkeitsbericht* im Deutschen als Textsortenbezeichnung etabliert hat. Dies ist auch in unserem Material die häufigste Bezeichnung, insgesamt acht von 21 Unternehmen verwenden sie. Drei DAX 30-Unternehmen nutzen die Bezeichnung ‚Corporate Responsibility Bericht‘. Im restlichen DAX 30-Korpus handelt es sich um einzelne Vorkommen von Bezeichnungen, die verschiedene Kombinationen der Schlüsselwörter *Unternehmensverantwortung*, (*unternehmerische*) *Verantwortung*, *Corporate Responsibility* und *Nachhaltigkeit* darstellen. Diese werden oft im Titel kombiniert mit dem Namen des Unternehmens, dem aktuellen Geschäftsjahr und z.T. auch mit dem Unternehmensslogan oder einem anderen, in der Nachhaltigkeitskommunikation verwendeten Slogan. Diese Kombinationen ergeben in einigen Fällen umfangreichere Titel wie der Bericht von *ProSiebenSat.1 Media: Unsere Verantwortung, Public Value und Nachhaltigkeit. Fact & Stories 2016*. Ein deutschsprachiger Bericht – der Nachhaltigkeitsbericht von BMW – trägt den rein englischen Titel *Sustainable Value Report*.

Unter den Bezeichnungen der englischsprachigen Versionen der DAX 30-Berichte sind die Bezeichnungen *Sustainability Report* (8 von 23) und *Corporate Responsibility Report* (5 von 23) die üblichsten. Zusätzlich sind einzelne Vorkommen Varianten davon wie *Sustainability Progress Report*, *Sustainable Value Report*, *Corporate Responsibility Portal*, *Corporate Responsibility Magazine* sowie einzelne Vorkommen Bezeichnungen, die auch das Schlüsselwort *sustainability* enthalten, z.B. *Sustainability Review* und *Sustainability Information*. Auch hier sind Kombinationen mit dem Unternehmensnamen, dem aktuellen Geschäftsjahr, dem Unternehmensslogan gewöhnlich, und auch unter den englischen Berichten sind deswegen viele umfangreichere Titel zu finden, wie der der Allianz: *Embracing the future. Encouraging Solutions for tomorrow's climate and a more inclusive society. Allianz Group Sustainability Report 2016*.

Das deutsche Teilkorpus weist bzgl. der Berichtsbezeichnung eine etw. größere Vielfalt als das finnische Teilkorpus auf. Von den OMXH 25-Unternehmen bezeichnet die Mehrheit (4 von 5) den finnischsprachigen Bericht als *yrittävastuuseraportti* („Unternehmensverantwortung“). Nur ein finnischer Bericht trägt einen anderen Titel, *Kestävä kehitys* („nachhaltige

Entwicklung“). Wie bei den DAX 30-Unternehmen sind auch bei den OMXH 25-Unternehmen die Bezeichnungen *Sustainability Report* (6 von 14) und *Corporate Responsibility Report* (3 von 14) für die englischen Versionen der Berichte am geläufigsten. Die restlichen Bezeichnungen sind einzelne Varianten mit *sustainability* als Schlüsselwort: *Corporate Sustainability Report*, *Sustainability Review*, *Sustainability Supplement* und *Sustainability*. Schließlich kommt im Korpus noch der Titel *People & Planet Report* von *Nokia* vor.

Ein Rückblick auf die zugänglichen Berichte der Geschäftsjahre 2012 bis 2016 zeigt bzgl. der Berichtsbezeichnung im deutschen Teilkorpus Stabilität, während im finnischen Teilkorpus sowohl Stabilität als auch Variation zu erkennen sind. Die DAX 30-Unternehmen scheinen also an der Berichtsbezeichnung festzuhalten, die man gewählt hat, und dies gilt sowohl für die deutschen als auch für die englischen Bezeichnungen im Untersuchungsmaterial. Auch im finnischen Teilkorpus gibt es Beispiele für Unternehmen, die nicht variieren, wie *Metsä (Sustainability Report)* und *Nokia (People & Planet Report)*. Es finden sich aber im finnischen Teilkorpus auch Beispiele für Unternehmen, die die Bezeichnung im aktuellen Zeitraum verändern, wie *Outokumpu (2016: Sustainability Review, 2012–2015: Sustainability Report)* und *Nordea Bank (2015–2016: Sustainability Report, 2012–2014: CSR Report)*.

Die oben genannte Vielfalt der Berichtsbezeichnungen im deutschen Teilkorpus scheint demnach eine stabile Vielfalt zu sein, während im finnischen Teilkorpus gewisse Unternehmen die Bezeichnungen durchaus variieren. Da das Untersuchungsmaterial der diachronen Perspektive unserer Analyse nicht komplett ist, müsste diese Beobachtung in einem umfangreicheren Material verifiziert und durch Interviews mit zuständigen Mitarbeitern in den Unternehmen ergänzt werden, um zusätzlich dahinterliegende Gründe erläutern zu können.

4.4 Weitere Dokumente im Umfeld des hauptsächlichlichen Berichtsdocuments

Auf den Webseiten der Unternehmen werden direkt im Umfeld des hauptsächlichlichen Berichtsdocuments in der Regel auch andere Dokumente und Publikationen präsentiert, in denen Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen vorgestellt werden. Diese Dokumente und Publikationen aus dem Zeitraum 2012 bis 2016 wurden in der Analyse zusätzlich beachtet, um den Nachhaltigkeitsbericht als Mitglied von Textsortenkolonien diskutieren zu können.

Wie aus der Analyse des Berichtsformats in Unterabschnitt 4.1 hervorgeht, ist das hauptsächlichliche Berichtsdocument ein selbstständiger Nachhaltigkeitsbericht oder ein integrierter Bericht. Den integrierten Bericht fassen wir als eine hybride Form des Geschäftsberichts und des selbstständigen Nachhaltigkeitsberichts auf. Im Umfeld des hauptsächlichlichen Berichtsdocuments kommen weitere Dokumente und Publikationen vor, die in erster Linie den kommunikativen Zweck des Informierens haben. Eine Gruppe von solchen Dokumenten sind Übersichten, Tabellen und Glossare, die bei einigen Unternehmen als getrennte Dokumente und bei anderen als Teile von den hauptsächlichlichen Berichtsdocuments zu finden sind. Im Untersuchungsmaterial stellt z.B. ein sog. *GRI-Index* ein solches Dokument dar. *Nokia* stellt ihn als getrenntes Dokument vor, während *E.ON* ihn als ein Bestandteil des Nachhaltigkeitsberichts präsentiert. Da diese Dokumente Bestandteile des hauptsächlichlichen Berichts sind bzw. sein können, fassen wir sie als sog. Teiltextsorten (vgl. Hundt 2000: 648) und nicht als eine eigene Textsorte auf.

Der zweite Publikationstyp sind Kurzversionen bzw. Zusammenfassungen der Nachhaltigkeitsberichte. Diese werden im Untersuchungsmaterial als *Kurzbericht/Condensed Report (E.ON)*, *Kurzfassung/Condensed Version (Continental)*, *Kurzbericht/Short Report (Munich Re)* oder *Report Summary (Nokia)* bezeichnet. Genauso wie der Kurzkommentar nach Gansel/Jürgens (2007: 72) als eine Textsortenvariante des Kommentars anzusehen ist, betrachten wir den Kurzbericht als eine Variante der Textsorte ‚Nachhaltigkeitsbericht‘, d.h. als eine Unterart dieser Textsorte. Die oben

besprochenen Beziehungen werden in Abbildung 3 mit schwarzen Linien skizziert, wobei das als eine Spezifizierung der in Abbildung 1 präsentierten Textsortenkolonie des Berichts von Bhatia (2004) zu verstehen ist.

In Abbildung 3 sind mit grauen Linien die Mitglieder der Kolonie der werbenden Textsorten vorgestellt, in der der Geschäftsbericht und der Nachhaltigkeitsbericht sekundäre Mitglieder sind.

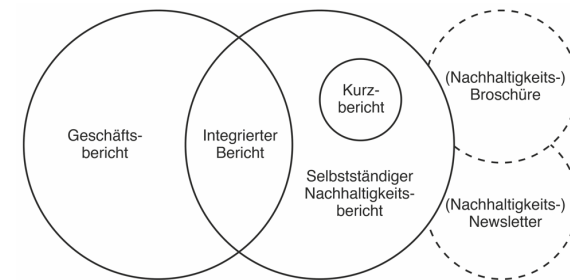


Abb. 3: Weitere Mitglieder der Textsortenkolonie Berichte und der Kolonie werbende Textsorten (in Anlehnung an Bhatia 2004: 62 und 83)

Dies ist als eine Spezifizierung der in Abbildung 2 vorgestellten Textsortenkolonie von Bhatia (2004) anzusehen. Im Umfeld des hauptsächlichlichen Berichts werden auf den Unternehmenswebseiten oft Broschüren bzw. Prospekte mit Nachhaltigkeitsinhalten präsentiert. Diese haben in erster Linie den kommunikativen Zweck des Werbens. Hybride Formen von Nachhaltigkeitsbroschüren und Nachhaltigkeitsberichten sind vor allem bei kleineren Unternehmen zu finden, was z.B. in der Analyse von Aebi/Frischherz (2017) deutlich wird, wo Prospekte als ein möglicher Typ von Nachhaltigkeitsberichten beschrieben werden. In unserem Untersuchungsmaterial weisen vor allem auch die Kurzberichte als popularisierte Versio-

nen der vollständigen Berichte (s. Breckle/Enell-Nilsson 2017) gemeinsame Charakteristika mit den Nachhaltigkeitsbroschüren auf.⁸

Schließlich soll die Textsorte ‚Newsletter‘ genannt werden, die wie die Broschüre den kommunikativen Zweck des Werbens hat (vgl. Schach 2015: 193–203 zu dieser Textsorte). Im Untersuchungsmaterial der vorliegenden Studie findet sich ein Nachhaltigkeitsnewsletter, der auf der Unternehmenswebseite der Commerzbank zur Verfügung steht. Eingehendere inhaltliche Analysen von den Dokumenten und Publikationen der Unternehmen wären notwendig, um die Spannungsfelder dieser Textsorten in den Textsortenkolonien weiter beschreiben zu können.

5 Zusammenfassung

Im vorliegenden Beitrag wurde die Nachhaltigkeitsberichterstattung der DAX 30-Unternehmen und der OMXH 25-Unternehmen analysiert und miteinander verglichen. Dabei stand die Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2016 im Vordergrund. Zusätzlich wurden einige Beobachtungen ausgehend von der Berichterstattung des Zeitraums 2012 bis 2015 auf Basis der auf den Webseiten der Unternehmen zugänglichen Berichte und der im direkten Umfeld präsentierten weiteren Dokumente gemacht. Den theoretischen Ausgangspunkt für den Beitrag bildete Bhatias (2004) Auffassung von Textsorten als Mitgliedern von Textsortenkolonien.

Die Analyse des Berichtsformats der Unternehmen für das Geschäftsjahr 2016 zeigte, dass ein selbstständiger Nachhaltigkeitsbericht sowohl bei den DAX 30-Unternehmen als auch bei den OMXH 25-Unternehmen das übliche Format ist. Ein integrierter Bericht als zweites mögliches Berichtsformat kommt seltener im Korpus vor. Der Vergleich der beiden Teilkorpora zeigte, dass ein integrierter Bericht verhältnismäßig öfter von den OMXH 25-Unternehmen als von den DAX 30-Unternehmen verwendet wird. Der Rückblick auf eventuelle Veränderungen im verwendeten Berichtsformat der letzten fünf Geschäftsjahre hat eher eine Stabilität als eine Variation gezeigt.

⁸ Grundsätzlich zur Popularisierung z.B. Engberg/Luttermann/Cacchiani/Preite (2018).

Bezüglich der von den Unternehmen gewählten Berichtssprache wurde festgestellt, dass alle DAX 30-Unternehmen, die einen integrierten Bericht verwenden, den Bericht in der Landessprache Deutsch und in englischer Sprache präsentieren. Bei den OMXH 25-Unternehmen, die dieses Berichtsformat bevorzugen, legen auch fast alle den Bericht in mindestens einer Landessprache und in englischer Sprache vor, ein paar noch zusätzlich in der zweiten Landessprache. Ein Sonderfall war im finnischen Teilkorpus vorhanden, bei dem der englische und der finnische Bericht inhaltlich voneinander abwichen und ausschließlich der englische Bericht ein integrierter Bericht war. Selbstständige Nachhaltigkeitsberichte präsentiert auch die Mehrheit der DAX 30-Unternehmen sowohl in der Landessprache Deutsch als auch in englischer Sprache, nur zwei Unternehmen erstellen einen selbstständigen Nachhaltigkeitsbericht ausschließlich in englischer Sprache. Dagegen legt eine Mehrheit von den OMXH 25-Unternehmen einen selbstständigen Nachhaltigkeitsbericht ausschließlich in englischer Sprache vor. Es ist demnach vergleichsweise seltener, dass selbstständige Nachhaltigkeitsberichte auch in der Landessprache Finnisch bzw. Schwedisch vorgestellt werden.

Die Analyse der Berichtsbezeichnungen zeigte, dass *Nachhaltigkeitsbericht*, *Sustainability Report* bzw. *Yritysvastuuraportti* im Untersuchungsmaterial die am meisten verwendete Bezeichnung auf Deutsch, Englisch bzw. Finnisch war. Ansonsten sind die englischen Bezeichnungen in beiden Teilkorpora und die deutschen Bezeichnungen durch eine Vielfalt geprägt, was sich z.T. in sehr umfangreichen Berichtstiteln niederschlägt. Diese Vielfalt ist im deutschen Teilkorpus noch größer als im finnischen Teilkorpus. Ein Rückblick auf die zugänglichen Berichte der letzten fünf Geschäftsjahre zeigte dagegen eine größere Variation in den englischen Bezeichnungen im finnischen Teilkorpus. Für das deutsche Teilkorpus scheint hier eher eine stabile Vielfalt typisch zu sein.

Der Nachhaltigkeitsbericht wurde im vorliegenden Beitrag als primäres Mitglied der Textsortenkolonie Berichte beschrieben, wobei der integrierte Bericht die hybride Form des Geschäftsberichts und des selbstständigen Nachhaltigkeitsberichts darstellt. Der Kurzbericht wurde als Textsortenvariante des selbstständigen Nachhaltigkeitsberichts aufgefasst. Als

sekundäres Mitglied ist der Nachhaltigkeitsbericht in der Kolonie werben-der Textsorten zu finden, in der er u. a. an die Textsorten ‚Broschüre‘ und ‚Newsletter‘ angrenzt. Eingehendere inhaltliche Analysen der Publikationen und Dokumente wären notwendig, um die Beziehungen der Textsorten in diesen Textsortenkolonien näher beschreiben und erläutern zu können. Die kommenden Jahre werden zeigen, wie die neue EU-Richtlinie die Nachhaltigkeitsberichterstattung größerer Unternehmen beeinflussen wird und wie die Unternehmen künftig den selbstständigen bzw. den integrierten Bericht für die Berichterstattung einsetzen werden.

Quellen

- E.ON (2017). Archiv. Verfügbar unter: <https://www.eon.com/de/ueber-uns/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht.html> (Letzter Zugriff 05.12.2017).
- Deutsche Börse (2016): Nachhaltigkeitsberichterstattung der DAX-, MDAX-, SDAX- und TecDAX-Unternehmen. Verfügbar unter: <http://www.boerse-frankfurt.de/inhalt/nachhaltige-berichterstattung> (Letzter Zugriff 05.12. 2017).

Literatur

- Adamzik, Kirsten (2011): »Textsortennetze«. In: Habscheid, Stephan (Hg.): Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation. Berlin, S. 367–385.
- Aebi, Adrian/Frischherz, Bruno (2017): »Der Nachhaltigkeitsbericht«. In: Schach, Annika/Christoph, Cathrin (Hg.): Handbuch Sprache in den Public Relations. Theoretische Ansätze, Handlungsfelder – Textsorten. Wiesbaden, S. 423–452.
- Bhatia, Vijay Kumar (2004): *Worlds of Written Discourse. A Genre-Based View*. London.
- Breckle, Margit/Enell-Nilsson, Mona (2017): »Zur Popularisierung von Fachwissen in Nachhaltigkeitsberichten – dargestellt am Beispiel der Fachwortauf-

- schlüsselung«. In: Skog-Södersved, Mariann/Breckle, Margit/Enell-Nilsson, Mona (Hg.): *Wissenstransfer und Popularisierung. Ausgewählte Beiträge der Tagung Germanistische Forschungen zum Text (GeFoText) in Vaasa*. Frankfurt am Main, S. 11–26.
- Chandler, Constance S. (2014): »Investor Relations from the Perspective of CEOs«. In: *International Journal of Strategic Communication* 8, S. 160–176.
- Engberg, Jan/Luttermann, Karin/Cacchiani, Silvia/Preite, Chiara (2018): *Popularization and Knowledge Mediation in the Law/Popularisierung und Wissensvermittlung im Recht*. Wien.
- Gansel, Christina/Jürgens, Frank (2007): *Textlinguistik und Textgrammatik. Eine Einführung*. 2. Auflage. Göttingen.
- Glausch, Daniela (2017): *Nachhaltigkeitskommunikation im Sprachvergleich. Wie deutsche und italienische Unternehmen zum Thema Nachhaltigkeit kommunizieren*. Wiesbaden.
- Gonzalez-Perez, Maria Alejandra (2013): »Corporate Social Responsibility and International Business: A Conceptual Overview«. In: Gonzalez-Perez, Maria Alejandra/Leonard, Liam (Hg.): *International Business, Sustainability and Corporate Social Responsibility*. Bradford, 1–35.
- GRI & CSR Europe (2017): *Member State Implementation of Directive 2014/95/EU. A Case Study of Danish Influence on EU CSR Policy*. Verfügbar unter: https://www.globalreporting.org/resource/library/NFRpublication%20online_version.pdf (Letzter Zugriff 03.01.2018).
- Grinblatt, Mark/Keloharju, Matti (2001): »How Distance, Language, and Culture influence Stockholdings and Trades«. In: *Journal of Finance* 56 (3), S. 1053–1073. Verfügbar unter: http://finance.aalto.fi/en/people/keloharju/distance_language_culture_and_trading.pdf (Letzter Zugriff 03.12.2017).
- Gruber, Helmut/Huemer, Birgit (2016): »Studentisches Schreiben erforschen und lehren. Grundlagenforschung und ihre Umsetzung in ein Kursprogramm«. In: *Zeitschrift für Hochschulentwicklung* 11 (2), S. 81–101.
- Hauser, Stefan (2016): »Netze im Wandel – Wandel in Netzen. Diachrone Perspektiven auf die Vernetztheit von Textsorten«. In: Hauser, Stefan/Kleinberger, Ulla/Roth, Kersten Sven (Hg.): *Musterwandel – Sortenwandel. Aktuelle Tendenzen der diachronen Text(sorten)linguistik*. Bern, S. 275–312.
- Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (2015): »Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Einführende begriffliche und theoretische Merkmale«. In: Hauser, Stefan/Luginbühl, Martin (Hg.): *Hybridisierung und Ausdifferenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*. Bern, S. 7–30.

- Hundt, Markus (2000): »Textsorten des Bereichs Wirtschaft und Handel«. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven (Hg.): Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. Berlin, S. 642–658.
- Janich, Nina (2008). Textlinguistik. 15 Einführungen. Tübingen.
- Koskela, Merja/Heino, Onerva (2016): »Raha puhuu englantia? Kielipolitiikka suomalaisten pörssiyritysten sijoittajasivuilla«. In: Hirvonen, Pia/Rellstab, Daniel/Siponkoski, Nestori (Hg.): Teksti ja tekstuaalisuus. VAKKI-symposiumi XXXVI. Vaasa 11.–12.2.2016. Vaasa, S. 251–262.
- Luttermann, Karin (2018): »Kommunikativ-funktionale Analyse von werbenden Gebrauchstexten in der Wirtschaft«. In: Kazzazi, Kerstin/Luttermann, Karin/Wahl, Sabine/Fritz, Thomas (Hg.): Worte über Wörter. FS-Elke Ronneberger-Sibold. Tübingen, S. 301–318.
- Mäntynen, Anne/Shore, Susanna (2014): »What is meant by Hybridity? An Investigation of Hybridity and Related Terms in Genre Studies«. In: Text & Talk 34 (6), S. 737–758.
- Parum, Eva (2005): »Does Disclosure on Corporate Governance lead to Openness and Transparency in how Companies are managed?«. In: Corporate Governance 13(5), S. 702–709.
- Piwinger, Manfred (2014): »Geschäftsberichte als Mittel der Information und Beziehungspflege«. In: Zerfuß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie, Management, Wertschöpfung. 2. Auflage. Wiesbaden, S. 787–802.
- Raupp, Juliana/Jarolimek, Stefan/Schultz, Friederike (2011): »Corporate Social Responsibility als Gegenstand der Kommunikationsforschung. Einleitende Anmerkungen, Definitionen und disziplinäre Perspektiven«. In: Raupp, Juliana/Jarolimek, Stefan/Schultz, Friederike (Hg.): Handbuch CSR. Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, disziplinäre Zugänge und methodische Herausforderungen. Mit Glossar. Wiesbaden, S. 9–18.
- Schach, Annika (2015): Advertorial, Blogbeitrag, Content-Strategie & Co. Neue Texte der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden.
- Schwalbach, Joachim/Schwerk, Anja (2014): »Corporate Governance und Corporate Social Responsibility. Grundlagen und Konsequenzen für die Kommunikation«. In: Zerfuß, Ansgar/Piwinger, Manfred (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Strategie – Management – Wertschöpfung. 2. Auflage, S. 203–218.

- Singh, Nitish/Pereira, Arun (2005): The Culturally Customized Web Site. Customizing Web Sites for the Global Marketplace. Burlington, US.

Anhang

DAX 30		
Adidas	Deutsche Börse	Lufthansa
Allianz	Deutsche Post	Merck
BASF	Deutsche Telekom	Munich Re
Bayer	E.ON	ProSiebenSat.1 Media
Beiersdorf	Fresenius	RWE
BMW	Fresenius Medical Care	SAP
Commerzbank	HeidelbergCement	Siemens
Continental	Henkel	Thyssenkrupp
Daimler	Infineon	Volkswagen
Deutsche Bank	Linde	Vonovia
OMXH 25		
Amer Sports	Metsä	Sampo
Cargotec	Metso	Stora Enso
Elisa	Neste	Telia Company
Fortum	Nokia	Tieto
Huhtamäki	Nokian Tyres	UPM
Kesko	Nordea	Valmet
Kone	Orion	Wärtsilä
Konecranes	Outokumpu	YIT
	Outotec	

Tab. 3: Die DAX 30-Unternehmen und OMXH 25-Unternehmen