

## OPEN INNOVATION

Im Sinne der Open Innovation setzt MaterialScience auf die Zusammenarbeit mit externen wissenschaftlichen Einrichtungen sowie Start-up-Unternehmen und Ausgründungen im akademischen Bereich. Die Schwerpunkte dieser Kooperationen liegen in Europa, den USA, China und Japan.

Zu unseren Partnern in Deutschland zählt die Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule (RWTH), Aachen (Deutschland), mit der wir unter anderem gemeinsam das CAT Catalytic Center unterhalten. In China besteht vor allem eine enge Kooperation mit der Tongji-Universität, während wir in den USA die Forschungsaktivitäten an einer Reihe renommierter Hochschulen unterstützen.

Im wissenschaftlichen Umfeld beteiligen wir uns federführend oder beratend an zahlreichen öffentlich geförderten Projekten. Hinzu kommt die Mitwirkung in Fachverbänden und -gremien wie der Gesellschaft Deutscher Chemiker, der DECHEMA Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie in Deutschland sowie der American Chemical Society in den USA. Daneben erhalten wir wichtige Innovationsimpulse aus Kooperationen mit Kunden bzw. mit anderen Branchen. Dazu zählt das Unternehmensnetzwerk „future\_bizz“.

## BAYER TECHNOLOGY SERVICES

Technology Services ist ein wichtiger Innovationspartner für die Teilkonzerne in den Bereichen technologische Entwicklung, Anlagenbau und Produktion. Bei technologischen Lösungen, insbesondere in den Bereichen Prozesstechnologie, Engineering und sicheres und effizientes Betreiben von Produktionsanlagen arbeiten alle Teilkonzerne weltweit eng mit der Servicegesellschaft zusammen.

Technology Services –  
wichtiger Innovations-  
partner für alle  
Teilkonzerne

### 🕒 ONLINE-ERGÄNZUNG: 3-5-4

Technology Services entwickelt zusammen mit den Teilkonzernen Technologieplattformen in der Verfahrens- und Biotechnologie sowie der Systembiologie, um die Forschung, Entwicklung und Produktion neuer Produkte und Anwendungen zu unterstützen. Dabei setzt Technology Services gezielt auf Open Innovation. Im Forschungszentrum INVITE, einer Kooperation mit der Technischen Universität Dortmund, werden beispielsweise neue flexible, modular aufgebaute Produktionskonzepte entwickelt. Im Joint Research Center for Computational Biomedicine, einer Kooperation mit der RWTH Aachen, werden computergestützte Modelle und Methoden zur Aufklärung von fundamentalen biologischen Mechanismen erforscht und in Zusammenarbeit mit dem Universitätsklinikum Aachen für die klinische Anwendung entwickelt.

# 6. Nachhaltigkeitsmanagement und -steuerung

Nachhaltigkeit bedeutet für uns im Kern Zukunftsfähigkeit und ist als Teil der Konzernstrategie in unsere täglichen Arbeitsabläufe integriert. Unser Selbstverständnis als nachhaltig operierendes Unternehmen unterstreichen wir durch unser Bekenntnis zum „UN Global Compact“ und seinen international anerkannten zehn Prinzipien, zur Initiative „Responsible Care™“ sowie durch unser weltweites Engagement in führenden (Unternehmens-)Foren wie z. B. dem „World Business Council for Sustainable Development“ (WBCSD).

Für Steuerung und Ausrichtung unserer konzernweiten Nachhaltigkeitsstrategie sind der Konzernvorstand für Personal, Technologie und Nachhaltigkeit in seiner Funktion als Chief Sustainability Officer sowie das „Sustainable Development (SD) Committee“ unter der Leitung des Konzernbereichsleiters Environment & Sustainability verantwortlich.

Ⓞ ONLINE-ERGÄNZUNG: 3-6-1

Integration der Nachhaltigkeit bei Bayer

[Grafik 3.6.0-1]



<sup>1</sup> „World Business Council for Sustainable Development“

Das SD-Committee, dem Vertreter aller Teilkonzerne angehören, legt Ziele, Initiativen, Managementsysteme und Konzernregelungen fest und ist für deren Überwachung verantwortlich. Um unsere Konzernstrategie zu operationalisieren und messbar zu machen, haben wir entlang der Wertschöpfungskette ambitionierte nicht-finanzielle Ziele und Indikatoren festgelegt. Mehr über unser Zieleprogramm erfahren Sie im Kapitel 1.3 „Ziele und Leistungskennzahlen“. Interne Konzernregelungen stellen die Implementierung unserer Nachhaltigkeitsprinzipien im operativen Geschäft sicher. Sie werden durch entsprechende Managementsysteme, Regelungen und Prozesse auf Teilkonzernebene umgesetzt.

☞ siehe Kapitel 1.3

🔗 [www.bayer.de/nachhaltiges-engagement](http://www.bayer.de/nachhaltiges-engagement)

Ⓞ ONLINE-ERGÄNZUNG: 3-6-2

Zu diesen Konzernregelungen gehören u. a. die „Sustainable Development Policy“, unsere Position zu Menschenrechten, die „Corporate Compliance Policy“, unser Verhaltenskodex für Lieferanten, die „Responsible Marketing & Sales Policy“, die Direktive zur Verfahrens- und Anlagensicherheit sowie z. B. Positionen zu den wichtigen Themen Klima, Wasser und Biodiversität. Die Umsetzung auf Teilkonzernebene erfolgt durch entsprechende Managementsysteme, Regelungen und Prozesse.

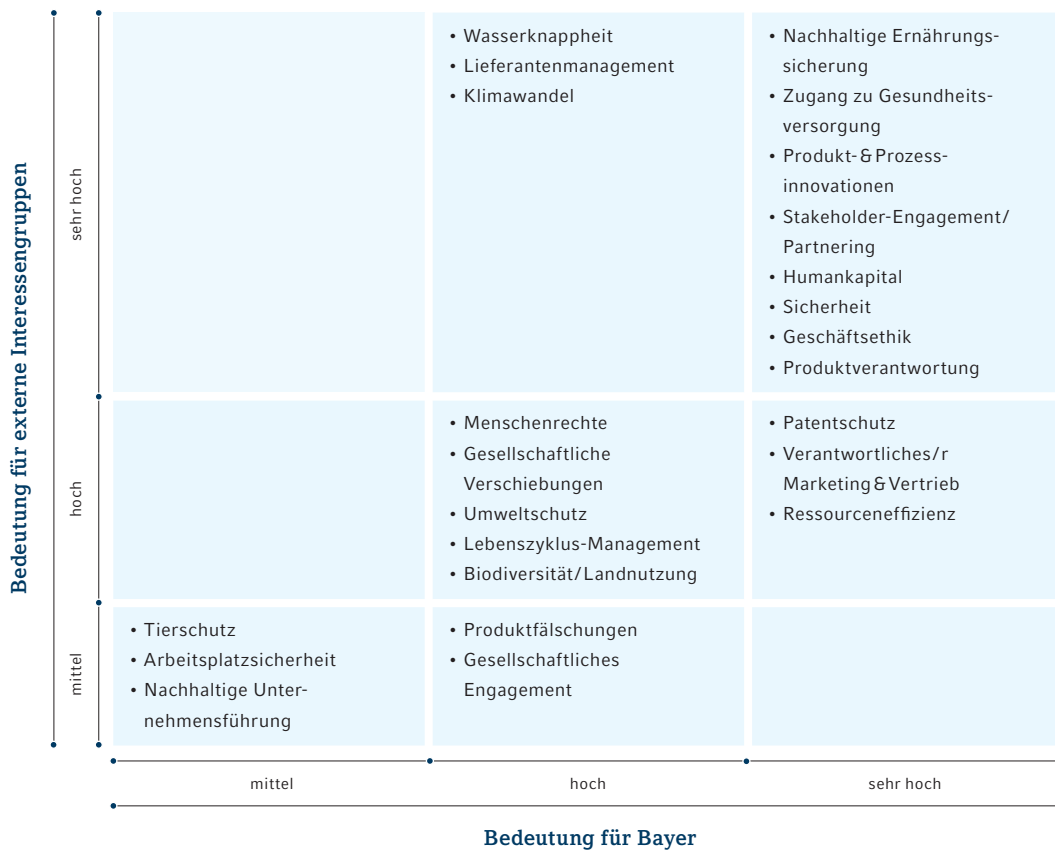
### MATERIALITÄTSANALYSE

Wir analysieren und bewerten die Erwartungen und Anforderungen maßgeblicher Stakeholder an unser Unternehmen. Dieses Vorgehen ermöglicht uns, nachhaltigkeitsrelevante Chancen und Risiken sowie wesentliche nicht-finanzielle Handlungsfelder frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren.

Im Berichtsjahr haben wir unsere Materialitätsanalyse aktualisiert. Hierzu wurden zunächst relevante externe Stakeholder-Quellen analysiert, um die wesentlichen nicht-finanziellen Themen für Bayer zu identifizieren. Um uns Neutralität im Prozess zu sichern, erfolgte die Analyse mit Unterstützung eines internationalen Management-Consulting-Unternehmens. Die auf diese Weise ermittelten 24 wichtigsten Themen haben ausgewählte Vertreter der Holding und der drei Teilkonzerne – im Rahmen von Interviews und einer globalen Online-Befragung – auf ihre Relevanz für Bayer in Bezug auf Umsatz, Kosten, Risiko und Reputation bewertet. Die interne und externe Sichtweise haben wir anschließend in der nachfolgend dargestellten Matrix zusammengeführt und im SD-Committee diskutiert und bestätigt. Die Matrix wurde final von unserem Chief Sustainability Officer abgenommen. Anhand der identifizierten nicht-finanziellen Themenfelder werden wir im nächsten Jahr unsere Berichterstattung entsprechend den neuen GRI-G4-Richtlinien anpassen.

Wesentliche, nicht-finanzielle Handlungsfelder bei Bayer

[Grafik 3.6.1]



Nachfolgend finden Sie eine Definition dieser Handlungsfelder:

## Zusammengefasster Lagebericht

## 6. Nachhaltigkeitsmanagement und -steuerung

## ONLINE-ERGÄNZUNG: 3-6-3

## Definitionen der wesentlichen, nicht-finanziellen Handlungsfelder für Bayer

[Tabelle 3.6.0-1]

Themen	Definition
Arbeitsplatzsicherheit	Globales Bekenntnis zu Arbeitsplatzsicherung
Biodiversität / Landnutzung	Erhaltung der Vielfalt und Variabilität unter lebenden Organismen und der ökologischen Raumeinheiten, in denen sie auftreten; nachhaltige Nutzung der biophysikalischen oder ökologischen Eigenschaften der Fläche
Geschäftsethik	Sicherstellung einer guten Unternehmensführung und Compliance; inkl. Anti-Korruption, gerechte Besteuerung, Transparenz, verantwortungsvolles Lobbying, ethische klinische Studien und an ESG <sup>1</sup> -Kriterien orientierte Vorstandsvergütung
Gesellschaftliche Verschiebungen	Anpassung der Geschäftsmodelle an relevante gesellschaftliche Verschiebungen in Entwicklungs- wie auch in Schwellenländern, inkl. Adressierung von Niedrigeinkommens-Segmenten, wachsenden Mittelschicht-Märkten, alternden Gesellschaften, demografischem Wandel oder neuen Verhaltensmustern
Gesellschaftliches Engagement	Gesellschaftliches Engagement zeigen durch Investitionen in Sozialprojekte, Spenden und Ehrenamtsprogramme
Humankapital	Entwicklung der Mitarbeiter und Ausbau der Position als attraktiver Arbeitgeber; umfasst Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Vergütung, Sozialleistungen, Personalbeschaffung und -bindung; Schaffung von Flexibilität bei Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf; Sicherstellung einer soliden Vielfalt (Diversity)
Klimawandel	Beitrag zum Klimaschutz und Anpassung an die Auswirkungen des Klimawandels
Lebenszyklus-Management	Management eines Produktlebenszyklus-Prozesses zur Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die Umwelt, inkl. vorheriger Überlegungen zur Produktion, Nutzung und Verwertung von stofflichen Verbindungen
Lieferantenmanagement	Förderung fairer und konstruktiver Beziehungen, Einwirken auf ein nachhaltiges Verhalten in der Lieferkette, einschl. ESG <sup>1</sup> -basierter Performance-Messung
Menschenrechte	Achtung und Förderung der Menschenrechte entlang der gesamten Wertschöpfungskette, inkl. Verbot der Kinderarbeit
Nachhaltige Ernährungssicherung	Beitrag zur nachhaltigen Nahrungsmittelproduktion, -versorgung und -verfügbarkeit sowie der Qualität der Nahrungsmittelversorgung
Nachhaltige Unternehmensführung	Integration ökologischer, sozialer und Corporate-Governance-Kriterien in die Unternehmenssteuerung, basierend auf nicht-finanziellen Indikatoren; Kommunikation der Fortschritte
Patentschutz	Schutz des geistigen Eigentums bei gleichzeitigem Zugang zu Produkten und Innovationen; Etablierung der richtigen Balance zwischen den Interessen forschender Unternehmen und der Öffentlichkeit
Produktfälschungen	Bekämpfung der Risiken für Patienten und Verbraucher, die durch Produktfälschungen in den Bereichen Gesundheitsversorgung und Ernährung entstehen
Produkt- und Prozessinnovationen	Innovationen, die Kundenwünsche und gesellschaftliche Bedürfnisse zusammenbringen; inkl. der Anpassung an Veränderungen in der industriellen Produktion, beeinflusst durch die steigende Bedeutung der digitalen Wertschöpfungskette und der damit verbundenen Prozesse
Produktverantwortung	Bewertung und Reduzierung möglicher gesundheitlicher und umweltrelevanter Produktrisiken entlang der Wertschöpfungskette; inkl. REACH, Endokrine Disruptoren, aktive Wirkstoffe in der Umwelt, Bienengesundheit und den verantwortlichen Umgang mit neuen Technologien (z. B. Biotechnologie)
Ressourceneffizienz	Förderung der effizienten Nutzung von natürlichen Ressourcen (z. B. Wasser, Mineralien, landwirtschaftliche Flächen) und Energie; wo möglich, Wechsel zu erneuerbaren Energien; Reduzierung des Verbrauchs besonders von wertvollen/knappen Ressourcen
Sicherheit	Sicherstellung von Arbeits-, Verfahrens-, Anlagen- und Transportsicherheit
Stakeholder-Engagement / Partnerschaften	Austausch und Zusammenarbeit mit relevanten Anspruchsgruppen (Stakeholdern) auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene
Tierschutz	Reduzierung des Einsatzes von Tieren, wo immer möglich; Bekenntnis zum Tierschutz als Teil des wissenschaftlichen F&E-Prozesses
Umweltschutz	Verringerung der Umweltauswirkungen von Produkten und Prozessen auf Wasser, Luft und Boden; Förderung von Innovationen, die der Umwelt dienen
Verantwortliches Marketing & Vertrieb	Bekenntnis zu ethischen Vertriebs- und Marketingpraktiken basierend auf internationalen Standards und Verhaltenskodizes sowohl bei Produkten als auch Serviceleistungen
Wasserknappheit	Schutz der Wasserressourcen und Förderung der effizienten Nutzung, vor allem in wasserarmen Gebieten
Zugang zu Gesundheitsversorgung	Besserer Zugang zu Medizinprodukten und für Patienten in unterversorgten Regionen, z. B. durch Forschung & Entwicklung, differenzierte Preisgestaltung, Aufbau eigener Kapazitäten, Zugang zu Patenten und Zusammenarbeit

<sup>1</sup> Environment, Social, Governance

Gegenüber unserer Matrix aus dem Jahr 2012 gibt es einige Neuerungen, die auf veränderte Prioritäten und Wahrnehmungen unserer externen als auch internen Stakeholder zurückzuführen sind. Einzelne Themen wie Wasserknappheit, Lebenszyklus-Ansatz, verantwortungsvolles Marketing & Vertrieb, Stakeholder-Dialog, gesellschaftlicher Wandel und Ressourceneffizienz haben besondere Bedeutung gewonnen und werden daher separat dargestellt. Andere haben wir neu gruppiert.

### STAKEHOLDER-DIALOG BEI BAYER

Bayer sieht sich als Teil der Gesellschaft und des öffentlichen Lebens. Gesellschaftliche Akzeptanz und Wertschätzung für unser unternehmerisches Handeln sind daher wesentlich für unsere Reputation und unseren geschäftlichen Erfolg. Die Einbindung der unterschiedlichen Interessengruppen unserer Stakeholder ist ein wichtiges Element unseres Handelns, mit dem Ziel, ein besseres gegenseitiges Verständnis und Vertrauen zu schaffen für unsere Arbeit und unsere Produkte.

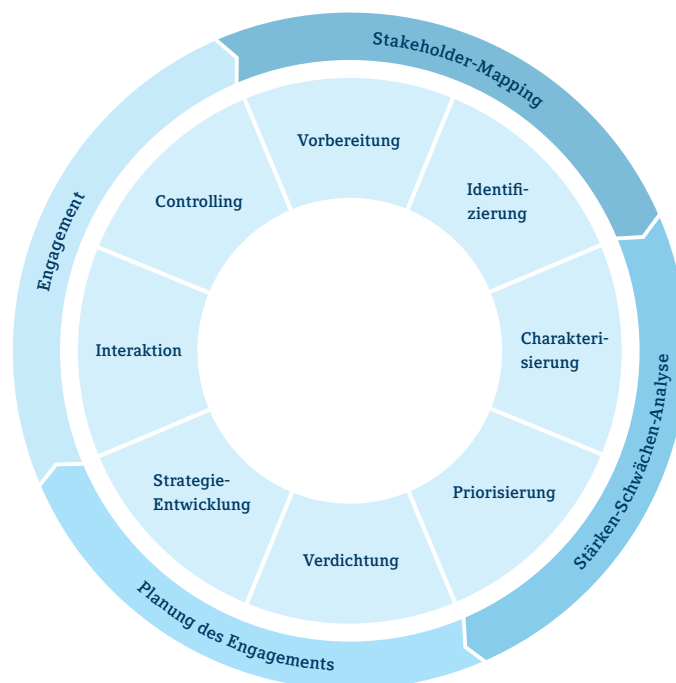
#### 📄 ONLINE-ERGÄNZUNG: 3-6-4

Wir halten den systematischen Dialog mit den für uns relevanten Akteuren für eine wichtige Voraussetzung, um deren Perspektiven und Erwartungen zu verstehen und soweit wie möglich in unseren geschäftlichen Entscheidungsprozessen berücksichtigen zu können. Dieses Vorgehen unterstützt uns dabei, Trends in Gesellschaften und Märkten frühzeitig zu erkennen, Risiken zu vermeiden, unseren Beitrag einzuschätzen und somit Schwerpunkte für unser Handeln zu setzen.

Die zielgerichtete Einbindung unserer Stakeholder erfolgt bei Bayer anhand des Stakeholder-Engagement-Prozesses. Dieser beschreibt, wie konzernweit Anspruchsgruppen je nach Projekt identifiziert, ihre Erwartungen aufgenommen und der Austausch gesteuert werden kann. Der Engagement-Prozess bedarf der regelmäßigen Überprüfung und der Spiegelung an gesellschaftlichen Trends.

Stakeholder-Engagement-Prozess

[Grafik 3.6.1-1]



Um die Akzeptanz und Wertschätzung für unser Geschäft langfristig sicherzustellen, wollen wir die Interessen unserer Stakeholder noch enger mit unserer Geschäftsstrategie verknüpfen. Es ist wichtig, bereits zu Beginn eines neuen Projekts auf gesellschaftliche und politische Akteure

zuzugehen und frühzeitig um Unterstützung zu werben und die offene Diskussion zu suchen. Wir haben dazu einen Leitfaden für Stakeholder-Engagement bei strategischen Entscheidungsprozessen, wie z. B. Investitionsprojekten und neuen Produkteinführungen, entwickelt. Die daraus erwachsene Plattform bietet Instrumente, um gesellschaftliche und politische Strömungen frühzeitig zu erkennen und erfolgreich in die Projektplanung einzubeziehen. Das Konzept kommt gegenwärtig bei verschiedenen Projekten im Unternehmen zum Einsatz und wird durch die Erfahrungen in der Praxis weiterentwickelt.

Unsere Stakeholder-Aktivitäten im Tagesgeschäft reichen von gezielten Dialogen auf lokalem, nationalem und internationalem Level über die Mitarbeit in Gremien und Fachworkshops, umfassenden Informationsprogrammen bis hin zur Teilnahme an internationalen Initiativen und Kooperationen. Unser Stakeholder-Dialog umfasst sowohl die Kommunikation mit einzelnen Zielgruppen als auch themenbezogene Multi-Stakeholder-Veranstaltungen.

Grundsätzlich unterscheiden wir vier Gruppen, mit denen wir hauptsächlich interagieren: Partner, Regulierer, Finanzmarktteilnehmer und die sehr heterogenen gesellschaftlichen Interessengruppen. Anhand ausgewählter Beispiele aus dem Jahr 2014 geben wir Einblick in unser Engagement.

## UNSERE PARTNER

### Kunden/Lieferanten

Partnerschaftliche Zusammenarbeit und hohe Zufriedenheit unserer Kunden sind eine Grundvoraussetzung für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens. Jeder Teilkonzern kommuniziert mit seinen relevanten Kunden, hat spezifische Systeme zur Messung der Kundenzufriedenheit und verfügt über eigene Managementsysteme zur Erfassung von Beschwerden. Nähere Informationen finden Sie in unserem Kapitel 9 „Produkte, Vertrieb, Märkte“.

Der Einkauf von Produkten und Dienstleistungen in differenzierten Märkten stellt für die Einkaufsorganisationen in den Teilkonzernen eine besondere Herausforderung dar. Um reibungslose Produktionsabläufe sicherzustellen, ist der Dialog mit unseren Zulieferern sehr wichtig. Mehr siehe Kapitel 8 „Einkauf und Produktion“.

### Mitarbeiter

Know-how und Engagement unserer Mitarbeiter sind eine Voraussetzung für unseren dauerhaften geschäftlichen Erfolg. Dazu braucht der Bayer-Konzern ein modernes Personal- und Talentmanagement mit wettbewerbsfähigen Strukturen und Prozessen. Dies schließt die regelmäßige und aktuelle Information unserer Beschäftigten, aber auch die Einbindung der Belegschaft durch einen aktiven und zielgerichteten Dialog ein. Mehr zur Mitarbeiterkommunikation lesen Sie im Kapitel 7 „Mitarbeiter“.

### Verbände, Hochschulen, wissenschaftliche Einrichtungen und Schulen

Über unsere Geschäftsaktivitäten hinaus ist Bayer aktives Mitglied in zahlreichen nationalen, europäischen und internationalen Verbänden und ihren Gremien oder hält Führungspositionen, wie dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI; ab 2015 Vizepräsidentschaft), dem Verband der Chemischen Industrie (VCI; Präsidentschaft), dem Deutschen Aktieninstitut (DAI; Präsidentschaft), dem European Chemical Industry Council (CEFIC; Vorstandsmitgliedschaft), BusinessEurope oder dem International Council of Chemical Associations (ICCA). Bayer führt zudem derzeit econsense, das Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft.

Die Bayer-Teilkonzerne sind zusätzlich in ihren jeweiligen Fachverbänden engagiert. HealthCare beispielsweise gehört dem Vorstand des Internationalen Pharmaverbandes (IFPMA) an, CropScience dem Vorstand des internationalen Pflanzenschutzverbandes CropLife International (CLI) sowie dem europäischen Verband, European Crop Protection Association (ECPA), und der CEO von MaterialScience ist Präsident des europäischen Kunststoff-Herstellerverbands PlasticsEurope.

Die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten von Bayer werden durch den internationalen Austausch mit führenden Hochschulen, öffentlichen Forschungseinrichtungen und Partnerfirmen ergänzt. Mehr dazu lesen Sie in Kapitel 5 „Forschung, Entwicklung, Innovation“.

Nähere Informationen zu unseren umfangreichen Aktivitäten im Dialog mit Schülern und Studenten finden Sie in Kapitel 13 „Gesellschaftliches Engagement“.

## REGULIERER

### Gesetzgeber, Behörden, Politiker

Die Rahmenbedingungen, unter denen unser Unternehmen agiert, werden von Behörden, Gesetzgebern und Politikern entscheidend mitgestaltet, beispielsweise durch Gesetzesbestimmungen oder Genehmigungen. Die aktuellen Dialoge mit Behörden und Ministerien auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene umfassen u. a. gezielte Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern und die Mitarbeit in Fachworkshops und Kooperationsprojekten. Unsere Mitwirkung in politischen Entscheidungsprozessen ist dabei vonseiten der Akteure auch ausdrücklich erwünscht.

### Wahrnehmung politischer Interessen

Mit dem „Verhaltenskodex für verantwortungsvolles Lobbying“ hat Bayer klare verbindliche Regeln für das Engagement im politischen Raum geschaffen und setzt auf Transparenz in der Zusammenarbeit mit Repräsentanten politischer Institutionen. Innerhalb des Konzerns ist das „Public and Governmental Affairs Committee“ für die strategische Planung der politischen Arbeit von Bayer verantwortlich. Dazu gehört insbesondere die Entwicklung der politischen Positionen des Unternehmens, aber auch die Positionierung des Bayer-Vorstands zu wichtigen politischen Fragestellungen. Der Fokus der politischen Interessenvertretung von Bayer lag auch im Jahr 2014 auf der gesellschaftlichen Akzeptanz von Technologien und Produkten, der Einbringung von Vorschlägen zur Schaffung nachhaltiger Gesundheitssysteme, der Chemikalien- sowie Energiepolitik und dem Klimaschutz. Zudem setzt sich Bayer für den Schutz geistigen Eigentums ein, um weiterhin innovative Produkte entwickeln zu können. Mehr zu unseren politischen Grundsätzen erfahren Sie im Internet.

[www.bayer.de/de/politische-grundsaeetze.aspx](http://www.bayer.de/de/politische-grundsaeetze.aspx)

Unsere Verbindungsbüros in Berlin, Brüssel, Washington, Moskau, Brasilia und Peking sind für unser Unternehmen wichtige Kontaktstellen zur Politik. Bayer beteiligt sich pro-aktiv an vorhandenen Transparenzinitiativen. Wir veröffentlichen Angaben zu Kosten, Mitarbeiterzahl und sonstige im jeweiligen Land gesetzlich vorgeschriebenen Daten, z. B. in den Transparenzregistern des Europäischen Parlaments oder des US-Kongresses. Dabei geht Bayer weit über die gesetzlich vorgeschriebenen Anforderungen hinaus. So veröffentlichen wir beispielsweise auch Daten für Länder, wie z. B. in Deutschland, in denen keinerlei gesetzliche Anforderung für deren Veröffentlichung besteht. Im Jahr 2014 beliefen sich die Kosten der Verbindungsbüros, die jeweils Personal-, Sach- und Projektkosten beinhalten, auf rund: 1,2 Mio € in Berlin, 2,5 Mio € in Brüssel, 5 Mio € in Washington, 0,25 Mio € in Moskau und 1,2 Mio € in Brasilia.

[www.bayer.de/eu-transparenz-register](http://www.bayer.de/eu-transparenz-register)

[www.bayer.de/us-lobbying-disclosure](http://www.bayer.de/us-lobbying-disclosure)

Gemäß unserer Konzernregelung haben wir uns verpflichtet, keine direkten Spenden an politische Parteien, Politiker oder Kandidaten für ein politisches Amt zu leisten. Einige Verbände, deren Mitglied wir sind, spenden allerdings unter Berücksichtigung der gesetzlichen Regelungen in eigener Verantwortung.

Das „Bayer Corporation Political Action Committee“ (BayPac) wird in den USA von einigen Mitarbeitern genutzt, um Kandidaten für parlamentarische Ämter durch private Spenden zu unterstützen. „Political Action Committees“ sind in den USA staatlich reglementierte und rechtlich selbstständige Mitarbeitergruppen. In den USA ist es Unternehmen gesetzlich untersagt, politische Kandidaten mit Spenden direkt zu unterstützen. Diese Spenden sind daher keine Unternehmensspenden. Die „BayPac“-Beiträge werden regelmäßig an die US-Wahlaufsichtsbehörde Federal Election Commission gemeldet und sind auf deren Website abrufbar.

[www.fec.gov](http://www.fec.gov)

## FINANZMARKTTEILNEHMER

### Aktionäre, Kapitalanlagegesellschaften, institutionelle Investoren, Banken, Versicherungen, Rating-Agenturen

Der intensive Dialog mit dem Kapitalmarkt hat einen hohen Stellenwert für unser Unternehmen. Im Umgang mit Analysten, Investoren und Ratingagenturen wollen wir zu einer angemessenen Bewertung unserer Aktie und zu einem angemessenen Kreditrating beitragen. Im Mittelpunkt steht dabei ein umfassender, konsistenter und zeitnahe Informationsaustausch zwischen dem Unternehmen



und den verschiedenen Mitgliedern der Financial Community. Mehr zum Dialog mit dem Kapitalmarkt lesen Sie im Kapitel „Bayer am Kapitalmarkt“.

## GESELLSCHAFTLICHE INTERESSENGRUPPEN


### Nichtregierungsorganisationen, Öffentlichkeit, Nachbarn, Wettbewerber

Bayer beteiligt sich auf nationaler und internationaler Ebene an einer Vielzahl von Projekten, thematischen Initiativen und Fachkonferenzen, um die gemeinsame Aufgabe der nachhaltigen Entwicklung aktiv mitzugestalten. Dazu gehört neben dem Austausch und der Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und supranationalen Organisationen v. a. auch der Dialog mit der Öffentlichkeit.

Bayer ist u. a. aktiv engagiert im UN Global Compact sowohl in den Initiativen „CEO Water Mandate“ und „Caring for Climate“ als auch im globalen Netzwerk des Global Compact LEAD sowie lokalen Global-Compact-Netzwerken. Seit 2004 engagieren wir uns als Organizational Stakeholder der Global Reporting Initiative.


HealthCare beteiligt sich aktiv am gesellschaftlichen Dialog zu Nachhaltigkeitsthemen und schafft Foren, um den Austausch zu fördern und gemeinsam mit Partnern tragfähige Lösungsansätze zu entwickeln. Der Teilkonzern unterstützt seit zehn Jahren, in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Regierungs- und Nicht-Regierungsorganisationen, die Konferenz „Internationaler Dialog über Bevölkerung und nachhaltige Entwicklung“. Dabei werden Erfahrungen bei der Verwirklichung der Millenniums-Entwicklungsziele ausgetauscht und Empfehlungen formuliert. Diese werden Entscheidungsträgern in der Entwicklungspolitik zur Verfügung gestellt. Bildung und der Zugang zu Familienplanung gehören zu den Kernthemen des Dialogs.

Gemeinsam mit der Stiftung Weltbevölkerung organisiert HealthCare jährlich einen parlamentarischen Abend, auf dem Experten der Entwicklungszusammenarbeit, Vertreter aus Politik, Auslandvertretungen, medizinischer Forschung, internationalen Nichtregierungsorganisationen und Think Tanks über Themen der Entwicklungspolitik und der Bevölkerungsentwicklung diskutieren.

 [www.ag-education.bayer.com](http://www.ag-education.bayer.com)

CropScience möchte den gesellschaftlichen Diskurs über die Vorteile von Wissenschaft und Innovation in der Landwirtschaft weiter stärken und den Dialog mit der Öffentlichkeit über die Möglichkeiten und auch Schwierigkeiten der modernen Landwirtschaft ausbauen. Ein Beispiel ist die neue Online-Plattform „Farming’s Future Dialogues“, die ein Forum für die Diskussion über Agrarthemen bieten soll. Vor allem auch junge Menschen sollen mit einem neuen Bildungsprogramm mehr über Lebensmittel und Landwirtschaft erfahren. Das Programm umfasst u. a. Besuche in Einrichtungen von CropScience, um aus erster Hand erleben zu können, wie moderne nachhaltige Landwirtschaft in der Praxis aussieht, aber auch Stipendien und ein Programm zum Ideenaustausch über die Zukunft der Landwirtschaft. Weitere Informationen zu dem Programm gibt es unter [www.ag-education.bayer.com](http://www.ag-education.bayer.com).

Das Umfeld unserer Standorte nimmt für Bayer eine wichtige Rolle im Stakeholder-Dialog ein. Wir arbeiten an allen Standorten daran, als verlässlicher Partner und attraktiver Arbeitgeber anerkannt zu werden, der seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt. Bei Investitionsprojekten z. B. ist die Einbindung der Nachbarschaft entscheidend für den Erfolg eines Projektes.

 [www.bayer.de/tdi-projekt](http://www.bayer.de/tdi-projekt)

MaterialScience hat Ende 2014 im Rahmen eines mehrjährigen Projekts am Standort Dormagen, Deutschland, eine neue Großanlage zur Herstellung der Chemikalie Toluylen-Diisocyanat (TDI) in Betrieb genommen. Seit Beginn der Planungen Ende 2008 verfolgte das Unternehmen dort eine aktive Informationspolitik. Entsprechend unserer Stakeholder-Guideline schloss dies einen offenen Dialog mit relevanten Stakeholdern wie Umweltverbänden, Politikern, Anwohnern, Bürgervereinen und Medienvertretern ein. Über den Fortgang des Projekts haben wir regelmäßig informiert und eine eigene Internetseite mit Detailinformationen über das Bauvorhaben eingerichtet.

Das Unternehmen verfolgt außerdem seit Langem eine intensive Informationspolitik zu seiner geplanten Kohlenmonoxid-Rohrleitung zwischen den deutschen Standorten Dormagen und Krefeld-Uerdingen. Neben der regelmäßigen Unterrichtung der Medien spielen dabei der Informationsaus-



tausch und der Dialog mit den Anrainern eine wichtige Rolle. Einige Anwohner hatten gegen das Projekt geklagt, weshalb die Leitung noch nicht in Betrieb gehen konnte. Das Oberverwaltungsgericht Münster äußerte in seiner Entscheidung im August 2014 keine grundlegenden Bedenken hinsichtlich der Konzeption der Leitung in Sachen Sicherheit und Trassenverlauf. Bei der Verfassungsmäßigkeit des Rohrleitungsgesetzes, das dem Projekt zugrunde liegt, sah das Gericht jedoch weiteren Klärungsbedarf. Daher entschied es, das Verfahren auszusetzen und das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe anzurufen. 2014 tagte zudem mehrmals das von MaterialScience initiierte Dialog-Forum zur CO-Versorgungsleitung. Hier wurden u. a. auch gemeinsam mit Medizinern und Fachleuten Ansatzpunkte zur Verbesserung der Grundversorgung bei Schadensfällen mit Kohlenmonoxid in Nordrhein-Westfalen erarbeitet.

[www.pipeline.bayer.de](http://www.pipeline.bayer.de)

Auch CropScience informiert seine Nachbarn regelmäßig, u. a. in Deutschland an den Standorten Dormagen, Frankfurt-Hoechst und Knapsack, durch Foren, Printmedien sowie persönliche Gespräche mit Bürgerinitiativen, Vertretern der Kirchengemeinden und der regionalen Presse. Auch an Standorten in anderen Ländern, wie z. B. Muskegon und Institute, beide USA, sowie Hangzhou, China, findet Stakeholder-Dialog mit der Nachbarschaft statt.

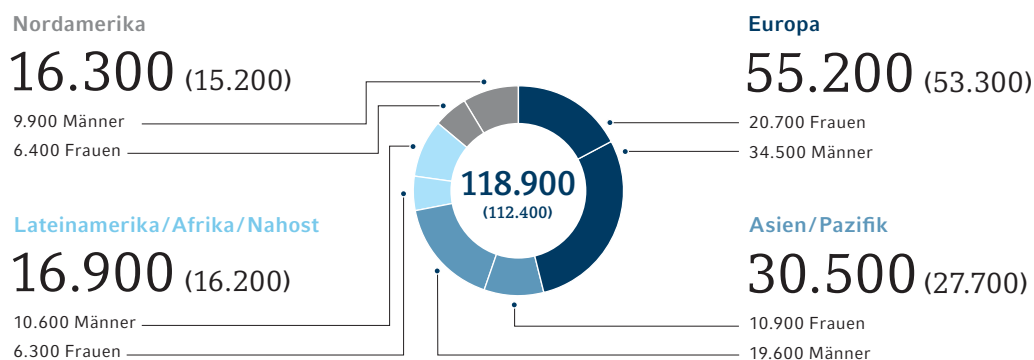
In Deutschland wird der Nachbarschaftsdialog an den Niederrheinstandorten (Dormagen, Uerdingen, Leverkusen) durch die Currenta-Nachbarschaftsbüros unterstützt.

## 7. Mitarbeiter

Der wirtschaftliche Erfolg von Bayer beruht ganz wesentlich auf dem Wissen, Können und Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Erst ihre Fähigkeit, Neues zu erfinden, und ihre Bereitschaft zu stetiger Weiterentwicklung ermöglichen unsere Stellung als Innovationsunternehmen von Weltrang. Der neue Bayer-Auftritt als Arbeitgeber bringt das auf den Punkt: „Passion to Innovate | Power to Change“. Dieser Satz zeigt, was der Konzern von seinen Beschäftigten erwartet und was er ihnen bieten kann. Er ist die Übersetzung der Bayer-Mission „Science For A Better Life“ in die Arbeitswelt und soll nach der Einführung in den Märkten China, Brasilien, Deutschland und USA bis Ende 2015 weltweit genutzt werden.

Mitarbeiter nach Region und Geschlecht 2014

[Grafik 3.7.1]



Vorjahreswerte angepasst (ab 2014 sind Praktikanten nicht mehr berücksichtigt) und in Klammern  
Werte auf volle 100er gerundet