

Unser Nachhaltigkeitsmanagement

Die Welt steht vor großen Herausforderungen. Eine der umfassendsten ist das Wachstum der Weltbevölkerung und die damit einhergehende Verschärfung anderer wichtiger Faktoren: ausreichende Nahrungsmittel, Zugang zu Gesundheitsversorgung, Umwelt- und Klimaschutz. Diese globalen Probleme stehen im Fokus unserer überarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie.

Eine an Werten und Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensführung ist für Bayer der Schlüssel zu dauerhaftem Erfolg. Unsere Geschäfts- und Nachhaltigkeitsstrategie dient dazu, das Unternehmen verantwortungsvoll zu führen und seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu stärken. Nachhaltigkeit ist für uns fester Bestandteil einer auf hochwertige Lösungen und langfristigen Erfolg ausgerichteten Unternehmenspolitik. Unsere Vision: Wir wollen Nachhaltigkeit erreichen in allem, was wir tun.

Im Einklang mit externen Trends und Erwartungen

Bayer versteht sich als Teil der Gesellschaft – global, aber auch lokal in allen Regionen und Ländern, in denen wir tätig sind. Unternehmen wie Bayer haben eine entscheidende Rolle, Verantwortung zu übernehmen und Lösungen zu entwickeln. Das verantwortliche Handeln von Unternehmen wird hinterfragt und die „license to operate“ diskutiert. Alle Interessengruppen, seien es Mitarbeiter, Analysten, Investoren, Kunden, Politik oder Behörden, erwarten verstärkt Nachhaltigkeitskonzepte und -performance. Wir setzen darauf, wirtschaftlichen Erfolg auf der Basis solider Geschäftsmodelle in Einklang zu bringen mit den Bedürfnis-

sen der Mitarbeiter und der Gesellschaft. Dies bedeutet, dass wir externe Trends und Erwartungen in unseren Strategien und Aktivitäten berücksichtigen. Dazu gehört auch ein hohes Maß an Transparenz, das zunehmend auch nicht-finanzielle, quantitative Indikatoren beinhaltet.

Entwicklung der Nachhaltigkeit

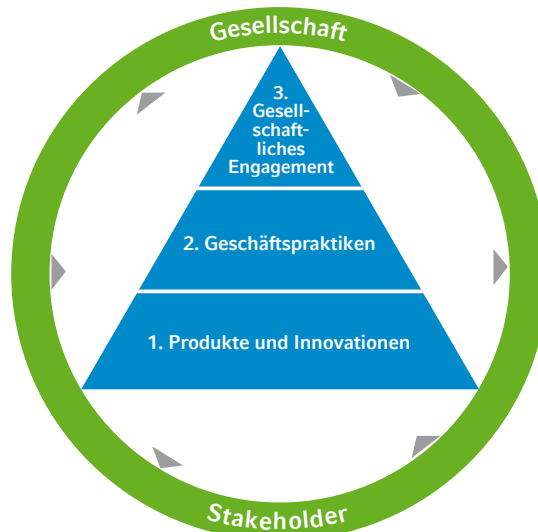
Verantwortliches Handeln ist seit Langem ein wesentliches Ziel unserer Geschäftspolitik. Dies spiegelt unser Programm aus den 70er- und 80er-Jahren „Bayer forscht für den Umweltschutz“, unser Responsible Care Engagement oder auch unsere Vereinbarungen zur Beschäftigungssicherung wider. Bereits 1976 haben wir unseren ersten Umwelt- und Sozialbericht und 1992 unseren ersten internationalen Umweltschutz-Bericht publiziert. 2000 schlossen wir uns als Gründungsmitglied dem UN Global Compact an.

Dieses Grundverständnis ist auch Teil unserer Unternehmenswerte und unserer Unternehmensprinzipien. Dazu zählen die Nachhaltigkeit unseres Handelns, der Respekt gegenüber Mensch und Natur sowie ein engagierter Einsatz für unsere Mitarbeiter, Geschäftspartner, Aktionäre und die

Das Bayer-Nachhaltigkeitskonzept

Nachhaltig erfolgreich wirtschaften im Einklang mit gesellschaftlichen Zielen und Bedürfnissen

1. Die Basis unserer Strategie sind unsere **Produkte und Innovationen**, die Wert für unser Geschäft und für die Gesellschaft erzielen.
2. Unsere täglichen **Geschäftspraktiken** im Umgang mit unseren Lieferanten, Mitarbeitern und Kunden sind auf nachhaltiges Handeln ausgerichtet. Kernpunkte sind u. a. Compliance, Produktverantwortung, verantwortungsbewusste Personalpolitik und nachhaltiges Lieferantenmanagement.
3. Darüber hinaus verfolgen wir mit unseren Stiftungen und freiwilligen sozialen Aktivitäten gezieltes **gesellschaftliches Engagement**. Schwerpunkte bilden Themen von besonderer gesellschaftlicher Relevanz und nachvollziehbarem Bayer-Bezug.



Gesellschaft. Weiterhin sind der Wille zum Erfolg sowie Integrität, Offenheit und Ehrlichkeit in unserem Leitbild „Bayer: Science For A Better Life“ festgeschrieben.

Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie – Nachhaltigkeit ist geschäftsorientiert

Nachhaltigkeit bedeutet im Kern Zukunftsfähigkeit und ist elementarer Bestandteil unserer Geschäftsstrategie. Einerseits eröffnen Nachhaltigkeitstrends neue Marktchancen, die unsere Wettbewerbsfähigkeit unterstützen und Gewinne langfristig sichern. Andererseits sollen unsere geschäftlichen Aktivitäten Nutzen für Kunden und Gesellschaft erzielen – ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich. Innovationen spielen dabei eine zweifache Rolle:

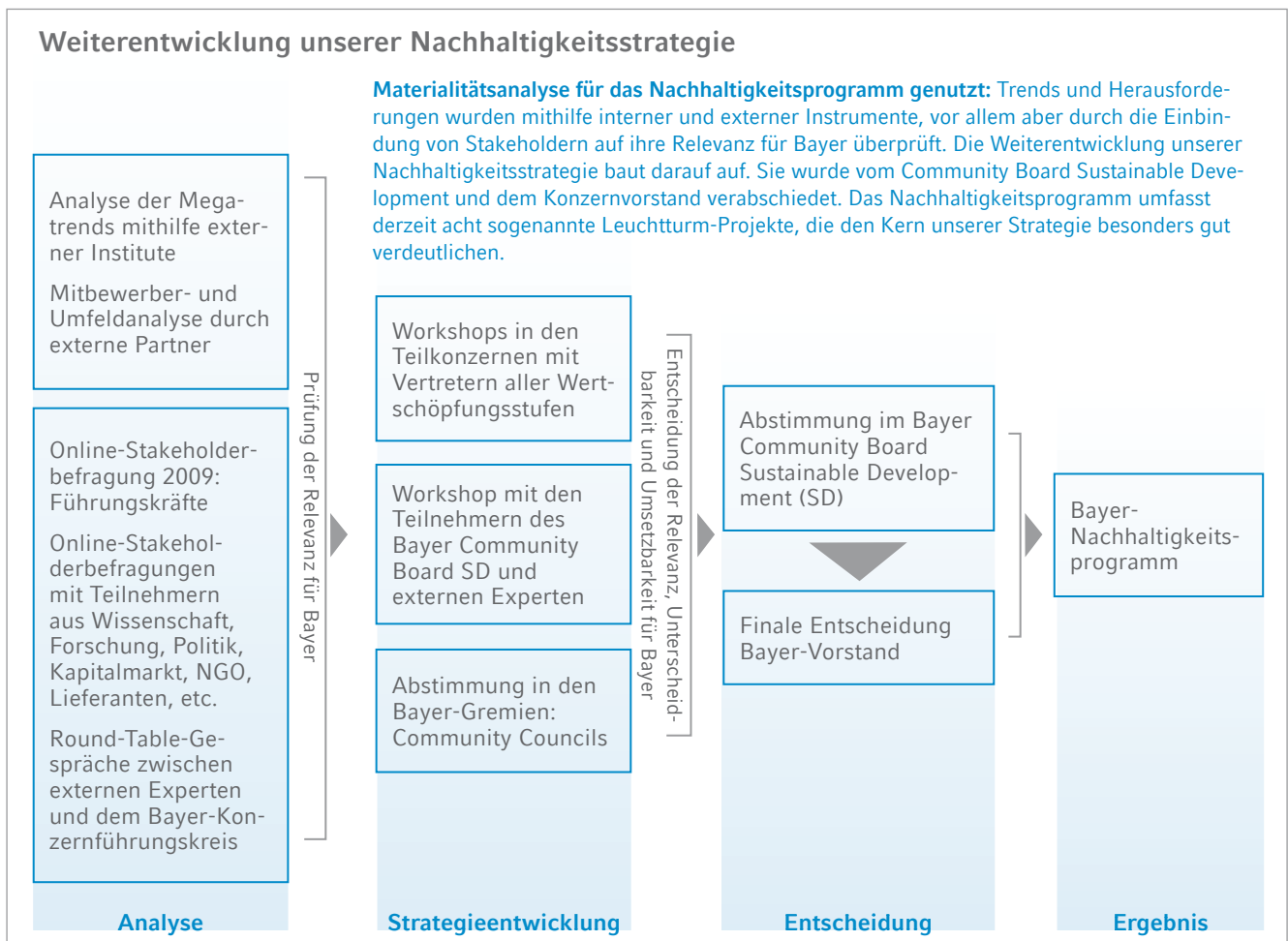
- Schaffung neuer Lösungen zur Bewältigung von Herausforderungen und
- Integration von Nachhaltigkeitsanforderungen in das Innovationsmanagement.

Trotz der Wirtschaftskrise hat Bayer sein Forschungs- und Entwicklungsbudget daher weiter ausgebaut.

Neben diesem geschäftlichen Fokus engagieren wir uns auch in gesellschaftlichen Bereichen, die für uns von strategischer Bedeutung sind. Dazu zählen einige Projekte unseres Klimaprogramms (z. B. der „Bayer Climate Award“), unser Engagement gegen „vernachlässigte Krankheiten“ wie Chagas und unsere Partnerschaft mit UNEP zu Jugend und Umwelt.

Portfolio und Geschäftsstrategien

Große globale Trends haben unsere Konzernausrichtung ganz wesentlich geprägt, um die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens zu sichern: Wachstum der Weltbevölkerung, steigende Lebenserwartung, Klimawandel und Wasserknappheit. Diese Trends resultieren in Herausforderungen, die wir annehmen und bewältigen müssen. Daher integrieren wir sie in unsere Strategien. So adressieren die Vereinten Nationen mit ihren Millennium-Zielen Themen wie Armut, Ernährung



und Gesundheitsversorgung, die in unsere Überlegungen Eingang finden. Diese Herausforderungen sind für uns gleichzeitig geschäftliche Chancen. Um hierbei strukturiert Trends sowie interne und externe Faktoren einzubeziehen, haben wir eine Materialitätsanalyse in unseren Strategie-Prozess einbezogen (siehe Grafik, Seite 19).

Nachhaltigkeitsprogramm

Auf der Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir ein Nachhaltigkeitsprogramm erstellt. Darin sind derzeit acht sogenannte Leuchtturm-Projekte zusammengefasst, die den Kern unserer Strategie besonders gut verdeutlichen.

1. Weltweiter Zugang zu Gesundheitsversorgung: Das Ziel von Bayer HealthCare ist es, innovative Arzneimittel und Diagnosemöglichkeiten sowie medizinische Geräte zu entwickeln, die Patienten weltweit nutzen und ihre Lebensqualität verbessern. Dies bringen wir in Allianzen ein, um zu einer nachhaltigen Gesundheitsversorgung weltweit beizutragen (siehe auch Schwerpunktkapitel Gesundheit, Seite 30).
2. Nahrung für eine wachsende Weltbevölkerung: Als Innovationsführer bietet Bayer CropScience Landwirten modernen Pflanzenschutz und neue Lösungen aus der Pflanzenzüchtung und -biotechnologie, um Ernteerträge zu sichern und zu steigern. Diese Kompetenz bringen wir

in Partnerschaften für mehr hochwertige Nahrungsmittel ein, die alle Akteure der Wertschöpfungskette einbeziehen (siehe auch Schwerpunktkapitel Ernährung, Seite 36).

3. Lösungen für Klimaschutz und Ressourcennutzung: Bayer MaterialScience entwickelt neuartige Materialien und Verfahren zur Erhöhung der Energieeffizienz. Dies schließt die eigene Produktion genauso ein wie Produkte für nachhaltige Gebäude, leichtere Autos und effiziente Windkraftanlagen (siehe auch Schwerpunktkapitel Klima, Seite 42).

Organisation und Steuerung

Das Bayer Community Board Sustainable Development (CB SD) ist für die konzernweite Steuerung unserer Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich. Unter der Leitung des Konzernvorstands für Innovation, Technologie und Umwelt definiert dieses interne Gremium jährlich Ziele, beschließt korrespondierende Konzern-Richtlinien und überwacht die Umsetzung der Maßnahmen. Weitere Mitglieder sind je ein Vorstandsmitglied der Teilkonzerne, die Geschäftsführer der Bayer-Servicegesellschaften sowie Leiter von sechs Konzernbereichen.

Unterstützt wird das CB SD durch ein weiteres internes Nachhaltigkeitsgremium, das Bayer Community Council Sustainable Development (CC SD). Unter Vorsitz des Konzernbereichsleiters Umwelt & Nachhaltigkeit steuern die Nachhaltigkeitsver-

Bayer-Nachhaltigkeitsprogramm

Herausforderung	Globaler Zugang zu Gesundheitsversorgung	Ernährung für eine wachsende Weltbevölkerung	Klima- und Umweltschutz
Fokus	Allianzen für nachhaltige Gesundheitsversorgung	Mehr hochwertige Nahrungsmittel	Lösungen für Klimaschutz und Ressourcennutzung
Leuchtturm-Projekte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Familienplanung ■ Vernachlässigte Krankheiten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ „Food Chain Partnership“ Gemüse ■ Direktsaat von Reis 	<ul style="list-style-type: none"> ■ EcoCommercial Building-Programm ■ Energieeffizienz ■ Ressourceneffizienz

antwortlichen der Teilkonzerne und Servicegesellschaften die Umsetzung unserer Strategie. Eine enge Abstimmung erfolgt mit weiteren Konzerngremien, wie dem Bayer Community Council Health, Safety, Environment & Quality (CC HSEQ), dem Bayer Community Council Innovation, dem Bayer Community

Council Industrial Operations oder dem Bayer Community Council Politics. Gremien auf der Ebene der Teilkonzerne und Regionen ergänzen die weltweite Organisation. Die konzernweite Zusammenarbeit ist in unserer Sustainable Development Policy geregelt.

Bayer Community Board Sustainable Development (CB SD)

Leitung



Dr. Wolfgang Plischke
Mitglied des Vorstands
der Bayer AG

Mitglieder



Dr. Hartmut Klusik
Bayer HealthCare,
Leiter des Bereichs
Product Supply



Dr. Franz-Josef Placke
Bayer CropScience,
Leiter des Bereichs
Development



Dr. Tony Van Osselaer
Bayer MaterialScience,
Leiter des Bereichs
Industrial Operations



Daniel Hartert
Bayer Business Services,
Vorsitzender der
Geschäftsführung



Dr. Dirk Van Meirvenne*
Bayer Technology
Services, Geschäftsführer



Jörg Krell
Bayer AG,
Leiter Corporate Office



Michael Schade
Bayer AG,
Leiter Communications



Dr. Alexander Rosar
Bayer AG,
Leiter Investor Relations



Jan Peters
Bayer AG,
Leiter Corporate Human
Resources & Organization



Dr. Matthias Mangold
Bayer AG,
Leiter Corporate
Development



Dr. Roland Hartwig
Bayer AG,
Leiter Law & Patents,
Insurance



Dr. Wolfgang Große Entrup
Bayer AG,
Leiter Environment &
Sustainability

* ab 1.6.2010

Integration der Nachhaltigkeit bei Bayer

Unser Bekenntnis zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact und zur Responsible Care-Initiative der Chemischen Industrie unterstreicht unser Nachhaltigkeitsengagement. Diese international anerkannten Nachhaltigkeitsprinzipien und unser Leitbild „Science For A Better Life“ geben allen Unternehmensbereichen und Mitarbeitern einen klaren Orientierungsrahmen. Auch in unseren internen Konzernregelungen haben wir daher den Nachhaltigkeitsgedanken verankert, dazu gehören unsere „Bayer Sustainable Development Policy“, unsere Position zu Menschenrechten und Arbeitsbedingungen sowie unsere „Corporate Compliance Policy“.

Auf dieser Basis entwickeln wir konzernweite Richtlinien, wie z. B. zu HSEQ-Audits, zu Spenden oder zur Verfahrens- und Anlagensicherheit, die sicherstellen sollen, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie in allen Unternehmensbereichen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette konsequent umgesetzt wird.

Die Umsetzung der Richtlinien wird in allen Teilkonzernen und Servicegesellschaften maßgeblich von effizienten Managementsystemen gestützt:

• **HSEQ (Health, Safety, Environment and Quality):**

Um ein hohes und einheitliches Niveau in den Bereichen Gesundheit, Sicherheit, Umweltschutz und Qualität (HSEQ) zu gewährleisten, wurden HSEQ-Managementsysteme eingerichtet, die sich an anerkannten internationalen Standards orientieren (siehe Leistungsbericht, Seite 51f.). Hinzu kommen jeweils Systeme und Regeln der Teilkonzerne, die produkt-spezifische Anforderungen aufgreifen.

Durch kontinuierliche Aktualisierung und Erweiterung der HSEQ-Richtlinien sowie interne Audits stellt jeder Unternehmensbereich sicher, dass die Managementsysteme den aktuellen Anforderungen entsprechen. Zusätzlich führt der Bayer-Konzern regelmäßig interne sogenannte Observer-Audits der Teilkonzern-Auditprozesse durch.

• **Compliance:**

Unser „Corporate Compliance“-Programm entwickeln wir kontinuierlich weiter und kümmern uns um seine Umsetzung mit unterschiedlichen konzerninternen Initiativen. Um das Thema „Compliance“ stärker in der Führungsorganisation zu verankern, haben wir es als Zielerreichungskriterium in die jährliche Leistungsbeurteilung der Konzernführungskräfte aufgenommen. Die Nichteinhaltung kann relevant für die

Integration der Nachhaltigkeit bei Bayer					
Die Steuerung der Nachhaltigkeit ist in alle Ebenen und Funktionsbereiche des Bayer-Konzerns integriert.	Konzernebene generell	Bayer-Leitbild: „Science For A Better Life“			
		Werte und Führungsgrundsätze			
	Konzernebene Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitsstrategie			
		Bekenntnisse <input type="checkbox"/> UN Global Compact <input type="checkbox"/> Responsible Care <input type="checkbox"/> World Business Council for Sustainable Development <input type="checkbox"/> Corporate Citizenship	Relevante Konzernpositionen, wie z. B. <input type="checkbox"/> Sustainable Development <input type="checkbox"/> Menschenrechte <input type="checkbox"/> Corporate Compliance <input type="checkbox"/> Verantwortliches Lobbying	Gremien, wie z. B. <input type="checkbox"/> Community Board SD <input type="checkbox"/> Community Council SD <input type="checkbox"/> Community Council HSEQ <input type="checkbox"/> Community Council Politics	Nachhaltigkeitsperformance <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeitsprogramm <input type="checkbox"/> Ziele/KPIs <input type="checkbox"/> Berichterstattung
	Ebene der Teilkonzerne und Servicegesellschaften (inkl. Regionen und Länder)	Leitlinien, Ziele und Strategien, HSEQ-Managementsysteme und -Audits, Responsible Care-Programme und -Initiativen, Chancen- und Risikomanagement			

variable Vergütung der jeweiligen Führungskraft sein (siehe Leistungsbericht, Seite 59f.).

• Nachhaltiges Beschaffungsmanagement

Auch die Leitlinie der konzernweiten Procurement Community unterstützt klar die Grundsätze des UN Global Compact, unsere Werte und Führungsprinzipien sowie die Bayer-Position zum Thema Menschenrechte und Arbeitsbedingungen. Bayer hat alle grundlegenden Nachhaltigkeitsstandards und Anforderungen an seine Lieferanten in einem Verhaltenskodex (Supplier Code of Conduct, SCoC) gebündelt. Der Kodex ist im Internet publiziert, broschürt in sieben Sprachen erhältlich und wird seit Dezember 2009 schrittweise implementiert. Die Implementierung des Kodex wird organisatorisch durch die Beschaffungs-Organisation gesteuert.

Der Verhaltenskodex umfasst die Bereiche Ethik, Umgang mit Mitarbeitern, Managementsysteme sowie Gesundheit, Sicherheit, Umweltschutz und Qualität (HSEQ). Darunter fallen beispielsweise das Verbot von Korruption und Kinderarbeit, die Achtung der Menschenrechte, die Gewährleistung von Produktsicherheit, Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz oder der sorgsame Umgang mit Ressourcen.

Vor der Veröffentlichung des Kodex wurden den strategischen Einkäufern konzernweit in einem web-basierten Training die Inhalte des Kodex sowie die Anleitung zur Lieferantenauswahl und -evaluierung mit Beispielen nähergebracht. An dem aus drei Modulen bestehenden Training haben bisher jeweils mehr als 1.100 Mitarbeiter aus 37 Ländern, fast 100 Prozent der relevanten Einkäufergruppe, teilgenommen.

Die Umsetzung des Kodex erfolgt anhand unserer „Anleitung zur Lieferantenauswahl und -evaluierung“. Darin ist das vierstufige Vorgehen bei der Umsetzung des Verhaltenskodex genau festgelegt: In einem ersten Schritt setzen unsere Einkäufer die Lieferanten vom neuen Kodex in Kenntnis. Danach werden die Risiken des Zulieferlandes mithilfe des „Bayer Landes-Index für Nachhaltigkeitsrisiken“ erhoben. Im dritten Schritt erfolgt die Leistungsbeurteilung: Anhand eines Fragebogens bewerten unsere Einkäufer die konkreten Nachhaltigkeitsleistungen und -risiken der einzelnen Zulieferer.

Bis Ende 2009 wurden unter globaler Koordination 116 Lieferanten mithilfe dieses neuen Verfahrens bewertet. 2010 planen wir, über 150 weitere Lieferanten zu überprüfen. Darüber hinaus gibt es länder- und teilkonzernspezifische Projekte, in denen zusätzliche Lieferanten bewertet werden.

Im vierten Schritt wird auf Grundlage des Fragebogens ermittelt, ob der Lieferant den Anforderungen von Bayer entspricht oder ob gemeinsam mit ihm Entwicklungsmaß-

nahmen und -ziele definiert werden müssen. Bayer verpflichtet sich zu einer engen und guten Zusammenarbeit mit seinen Lieferanten. Wenn allerdings alle Bemühungen, einen bestimmten Lieferanten zu entwickeln, fehlschlagen und der Aktionsplan nicht innerhalb des vereinbarten Zeitrahmens erledigt werden kann, wird die Beendigung des Vertragsverhältnisses in Betracht gezogen. Für Lieferanten, die bisher noch nicht mit Bayer zusammengearbeitet haben, steht zudem unser „Quick Check Tool for New Suppliers“, eine Erstüberprüfung neuer Lieferanten, zur Verfügung.

Zur Einführung des Lieferantenkodex haben bereits Informationsveranstaltungen und Workshops für unsere Lieferanten in Deutschland, Spanien und an Standorten in China und Indien stattgefunden.

• Risikomanagement

Die Steuerung von Chancen und Risiken ist integraler Bestandteil des konzernweiten Systems der Unternehmensführung (siehe Seite 62f.). Hinzu kommen jeweils Systeme und Regeln der Teilkonzerne, die deren spezifische Anforderungen aufgreifen.

Der Bayer Sustainability Check

Unsere Produkte sollen ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Kriterien genügen. Daher haben wir mit der Agentur z_punkt, einem renommierten Trendforschungsinstitut, ein Instrument konzipiert und entwickelt, mit dessen Hilfe einzelne Produkte und Produktgruppen detailliert unter Nachhaltigkeitsaspekten analysiert werden: der „Bayer Sustainability Check“ (vormals Sustainability Value Balance). Die Methodik des Instruments wurde vom international anerkannten Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie zertifiziert.

Damit kann Bayer sein Produktportfolio systematisch bewerten und in Relation zu den gesellschaftlichen Megatrends wie z. B. dem Bevölkerungswachstum oder dem Klimawandel setzen. Im „Bayer Sustainability Check“ werden positive Beiträge zu Nachhaltigkeitswirkungen unserer Produkte bei Entwicklung, Herstellung, Vertrieb, Anwendung und Entsorgung potenziellen negativen Wirkungen gegenübergestellt.

2009 haben wir anhand von drei Pilotvorhaben die Anwendbarkeit in allen drei Teilkonzernen erfolgreich überprüft. Beispielsweise untersuchte Bayer MaterialScience Polyurethan-Dämmplatten. Hier liegt der wesentlichste Nachhaltigkeitseffekt in der Energieersparnis während der Anwendung. Der Check zeigt, dass darüber hinaus auch weitere, sozio-ökonomische Nachhaltigkeitsparameter durch unsere Produkte positiv beeinflusst werden. Ein solch positiv überraschendes Ergebnis zeigte sich auch bei der Untersuchung eines innovativen Getreideherbizids im Bereich Bayer

CropScience. Durch den Einsatz unseres Herbizides kommt es zu einer Produktivitätssteigerung in der Größenordnung von einer Million Tonnen zusätzlichen Getreides. In diesem Jahr beabsichtigen wir den Roll-Out des Instruments. Dazu werden wir mindestens sechs weitere Produkte beziehungsweise Produktgruppen mithilfe des „Sustainability Check“ untersuchen. Mit seiner Hilfe wollen wir durch erhöhte Transparenz und gesteigertes Bewusstsein den Nachhaltigkeitsbeitrag unserer Produkte und Prozesse weiter steigern.

Ziele

Nachhaltigkeitsziele sind ein wesentliches Element unseres Management-Prozesses. Mit unserem Ziele-Programm 2006+ haben wir uns ambitionierte Ziele in den Bereichen Innovation, Produktverantwortung, Exzellente Unternehmensführung, soziale Verantwortung und Verantwortung für die Umwelt gesetzt. Das Programm wurde Ende 2007

um die Ziele des Bayer-Klimaprogramms ergänzt. Dieses Ziele-Programm umfasst alle nachhaltigkeitsrelevanten Ziele und Maßnahmen des Gesamtkonzerns, der Teilkonzerne und der Servicegesellschaften bis Ende 2010. Die Umsetzung der Maßnahmen wird von den Vorständen und Geschäftsführungen der einzelnen Teilkonzerne und Servicegesellschaften sowie unseren SD-Gremien regelmäßig überwacht. Die Tabelle zeigt die wichtigsten Ziele aus diesem umfangreichen Katalog; den Status zu allen Zielen finden Sie im Internet.

In unserem Nachhaltigkeitsbericht 2010 werden wir eine Bilanz dieses Ziele-Programms 2006+ ziehen. Außerdem werden wir uns neue, fokussierte Konzernziele setzen und publizieren. Hierzu wollen wir Messgrößen definieren, die nach Möglichkeit nicht nur unseren Input, sondern möglichst auch den „Output“ bzw. die Wirkung quantifizieren. Denn wir sind überzeugt, dass Messbarkeit und Transparenz einen immer höheren Stellenwert bekommen.

Wesentliche Nachhaltigkeitsziele des Konzerns bis 2010 (soweit nicht anders dargestellt)

	Zielerreichung 2009
Behandlung von Krebs Erweiterung des Anwendungsgebiets des Krebsmedikaments Nexavar® für die Indikationen Leber-, Lungen- und Brustkrebs	
Therapeutische Proteine Bis 2015 Entwicklung patientenspezifischer Medikamente über Expression therapeutischer Proteine aus Tabakpflanzen (Plant made Pharmaceuticals), siehe auch Seite 56	
Arbeitssicherheit Reduzierung der Anzahl der Arbeitsunfälle mit Ausfalltagen pro eine Million geleisteter Arbeitsstunden auf weniger als zwei, siehe auch Seite 76	
Klimaschutz Bis 2020 Verbleib der globalen Treibhausgas-Emissionen (t CO ₂ -Äquivalente) auf dem Niveau von 2007 trotz Produktionswachstums, siehe auch Seite 93	
Energiesparender Produktionsprozess Optimierung eines Verfahrens zur Produktion von monomerem Diisocyanat mit dem Ziel, etwa 15 Prozent Energie einzusparen	
Emissionen in Luft Reduzierung der VOC-Emissionen (Volatile Organic Compounds = flüchtige organische Verbindungen) um 30 Prozent pro Tonne Verkaufsprodukt, siehe auch Seite 94	
Schutz der Ozonschicht Einhaltung einer maximalen Obergrenze der ODS-Emissionen (Ozone Depleting Substances = ozonzerstörende Substanzen) von unter 20 Tonnen pro Jahr (CFC-11-Äquivalente), siehe auch Seite 94	
Emissionen in Wasser Reduzierung der Einleitungen von TOC (Total Organic Carbon = gesamter organischer Kohlenstoff) und Stickstoff in den Vorfluter um zehn Prozent pro Tonne Verkaufsprodukt, siehe auch Seite 96	
Abfall Reduzierung der Menge besonders überwachungsbedürftiger, gefährlicher Produktionsabfälle auf unter 2,5 Prozent pro Tonne Verkaufsprodukt, siehe auch Seite 97	

Das ausführliche Ziele-Programm 2006+ mit Stand der Umsetzung und Zielerreichungsgrad 2009 finden Sie auf unserer Link-Seite unter Punkt 19.

Unser Weg zum Ausbau von Nachhaltigkeit im Unternehmen

	Strategische Schritte	Projekte und Maßnahmen
bis 2012	Systematische Integration von Nachhaltigkeit in Geschäfte, Funktionen und Regionen	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau des Nachhaltigkeitsprogramms • Weiterentwicklung der Access-to-medicine-Strategie • Klimaprogramm 2.0 • Initiative zur Verfahrens- und Anlagensicherheit
2008 – 2010	<p>2009/2010: Weiterentwicklung von Bayer-Nachhaltigkeitsstrategie und -programm 2009</p> <p>2009: Richtlinien zur „Verfahrens- und Anlagensicherheit“, „Arbeitssicherheit“, „Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz“</p> <p>2009: Verhaltenskodex für verantwortungsvolles Lobbying</p> <p>2008: „Corporate Compliance Policy“</p> <p>2008: Erweiterung der Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf</p>	<p>2010:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Roll-Out Sustainability Check • Roll-Out des Energieeffizienz-Managementsystems STRUCTese® • Bayer-Klimaprogramm: weitere Umsetzung <p>2009: Roll-Out des Bayer-Verhaltenskodex für Lieferanten</p> <p>2009: Umsetzung „Climate Check“</p> <p>2008: Unterstützung der „UN Global Compact“-Initiativen: „CEO Water Mandate“ und „Caring for Climate“</p> <p>2008: Implementierung „REACH“</p> <p>2008: Erstmalsige Auslobung des „Bayer Climate Award“</p>
2006 – 2007	<p>2007: Start des Bayer-Klimaprogramms</p> <p>2006: „Sustainable Development Policy“</p> <p>2006: Unterzeichnung der „Responsible Care Global Charter“</p>	<p>2007: Bayer-Jahr der Antikorruption</p> <p>2007: Bayer-Positionen zu den Themen „Menschenrechte“, „Biomonitoring“, „dem verantwortungsvollen Umgang mit der Gentechnik“ sowie zur „Nanotechnologie“</p> <p>2007: „Bayer Code of Good Practice zu Nanomaterialien“</p> <p>2006: Innovationsoffensive „Triple-i“</p>
2003 – 2005	<p>2005: Richtlinie Gesundheits-, Sicherheits-, Umweltschutz- und Qualitäts-(HSEQ)-Audits</p> <p>2004: Leitbild, Werte und Führungsprinzipien des Bayer-Konzerns</p> <p>2003: Strategie zur nachhaltigen Landwirtschaft</p>	<p>2005: Start der systematischen Maßnahmen zur Reduzierung von Kinderarbeit in Indien</p> <p>2004: Organisatorische Verankerung von Nachhaltigkeitsgremien im Konzern</p> <p>2004: Organizational Stakeholder bei der „Global Reporting Initiative (GRI)“</p> <p>2003: Definition von Key-Performance-Indikatoren Health, Safety, Environment (HSE)</p>
vor 2002	<p>2001: „Leitlinien für Responsible Care bei Umweltschutz, Gesundheitsschutz und Sicherheit“</p> <p>2000: Bayer ist Gründungsmitglied des „UN Global Compact“</p> <p>1986: „Leitlinien für Umweltschutz und Sicherheit“</p>	<p>2000: Erfassung aller Produktionsstandorte im 1999 eingeführten Bayer-Standort-Informationssystem BaySIS® zur Ermittlung der HSE-Kennzahlen</p> <p>1998: Leitlinien für den verantwortungsvollen Umgang mit der Gentechnik</p> <p>1995: Start des Agrovida-Programms zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von Landarbeitern in Brasilien</p> <p>1987: Start eines Drei-Milliarden-Mark-Programms zur Verbesserung des Umweltschutzes</p>

Externe Bewertungen:

2009: Top Ten-Platzierung beim europäischen „Good Company Ranking“ des „manager magazin“

Seit 2005: Jährliche Aufnahme in den „Climate Disclosure Leadership Index“ des „Carbon Disclosure Project“; 2009 als weltweit bestes Unternehmen ausgezeichnet

Seit 2001: Ununterbrochene Aufnahme in den „FTSE4 Good Global 100“ und in den „ASPI Eurozone-Index“

Seit 1999: Ununterbrochene jährliche Aufnahme in den weltweiten „Dow Jones Sustainability Index“ (DJSI)

Interview mit Dr. Wolfgang Plischke

„Nachhaltigkeit eröffnet neue Geschäftschancen“

Bayer hat sich in der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise relativ gut behauptet und in dem schwierigen Umfeld des Jahres 2009 sogar das drittstärkste operative Ergebnis in der Unternehmensgeschichte überhaupt erzielen können. Inwiefern trug dazu die verstärkte Ausrichtung der Unternehmensstrategie auf Nachhaltigkeit bei?

In ganz wesentlichem Maße. Denn das Denken und Handeln war bei Bayer schon immer auf langfristigen Erfolg ausgerichtet. Wir haben den Konzern auf nachhaltige Lösungsbeiträge zu den großen Megatrends ausgerichtet. Diese Strategie hat sich gerade in der hoffentlich jetzt hinter uns liegenden Krise als richtig erwiesen. Innovation ist dabei der Treiber unserer auf Nachhaltigkeit zielenden Unternehmensstrategie. Wir sehen es als unsere Pflicht und Chance, tragfähige Lösungen für die Zukunft zu entwickeln. Dieser langfristige Blick in die Zukunft ist ein wesentlicher Aspekt der Nachhaltigkeit.

Welche Rolle haben für Sie die Mitarbeiter?

Unsere Mitarbeiter haben hier natürlich eine Schlüsselrolle. Ohne ihre Innovationskraft und Motivation wären unsere Strategien zum Scheitern verurteilt. Daher ist es uns auch so wichtig, beides nach Kräften zu fördern – zum Beispiel durch die Beteiligung unserer Belegschaft am Unternehmenserfolg sowie unsere intensiven Aktivitäten auf den Gebieten Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz oder auch zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie. So setzen wir mit Erfolg auf eine verantwortungsvolle Personalpolitik, die die besten und innovativsten Kräfte an das Unternehmen bindet.

Sie haben im November 2009 eine weiterentwickelte Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt. Welche Inhalte verbinden Sie damit?

Zunächst ist mir wichtig, dass wir natürlich auf dem bisher Erreichten aufbauen. Denn auf eines sind wir stolz: Nachhaltiges Handeln hat bei Bayer eine lange Tradition und wird von vielen Stakeholdern weltweit anerkannt. Aber darauf wollen und werden wir uns nicht ausruhen. Unsere aktuelle Nachhaltigkeitsstrategie orientiert sich daher noch deutlicher an unseren Kernkompetenzen und unserem Portfolio. Wir haben globale Trends und daraus resultierende Herausforderungen als Ausgangspunkt gewählt und fokussieren unser Engagement auf drei Schwerpunkte: Gesundheitsversorgung, Ernährung sowie Klima- und Ressourcenschutz. Aktuell zeigen unsere Arbeitsgebiete in acht internationalen Leuchtturm-Projekten, wie Bayer mit seinem Know-how wirksame Beiträge für eine nachhaltige Entwicklung leisten kann.



Dr. Wolfgang Plischke, im Vorstand der Bayer AG verantwortlich für Innovation, Technologie und Umwelt sowie für die Region Asien/Pazifik

Wie sieht solch ein Beitrag konkret aus?

Nehmen Sie das Thema Ernährung: Der Bedarf an Nahrung wird weiter steigen, während die landwirtschaftlichen Anbauflächen zurückgehen. Der fortschreitende Klimawandel bedroht zudem Ernten – sei es in Form von Wetterextremen oder durch das regional verstärkte Auftreten von schädlichen Insekten. Nur durch den integrierten Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und innovativem Saatgut wird in Zukunft eine nachhaltige Landwirtschaft möglich sein ...

... die aber auch in der Lage sein muss, die Bauern in den dortigen Regionen zu ernähren.

Sie sagen es. Deshalb haben wir in Indonesien, wo mehr als 40 Millionen Menschen vom Grundnahrungsmittel Reis leben, ein Programm für eine neue Anbaumethode ins Leben gerufen, das die Ertrags- und Einkommenssituation der Reisbauern nachhaltig verbessern soll. Im Rahmen eines integrierten Ansatzes stellt Bayer dazu die notwen-

digen Sämaschinen, das Know-how und Pflanzenschutzmittel zur Verfügung.

Wissen zu vermitteln und Erfahrungen auszutauschen stehen doch auch im Zentrum Ihres Konzepts der „Food Chain Partnerships“. Wie gehen Sie dabei vor?

Die „Food Chain Partnerships“ bringen alle Akteure der Wertschöpfungskette zusammen – also die Beteiligten in der Produktion, Verarbeitung, im Transport und Verkauf von Lebensmitteln. Dieses Konzept liegt auch unserem Leuchtturm-Projekt im indischen Gemüseanbau zugrunde. Wir unterstützen lokale und nachhaltige Landwirtschaftsstrukturen mit dem Ziel, dass die Verbraucher beste Qualität erhalten. Und die indischen Bauern verbessern gleichzeitig ihre Einkommenssituation. Eine Partnerschaft, von der alle profitieren.

Stichwort Partnerschaften: Sie scheinen für Bayer zunehmend an Bedeutung zu gewinnen.

Völlig richtig. Wir setzen Partnerschaften in den unterschiedlichsten Bereichen um. Das zeigt sich etwa beim Umgang mit den verschiedenen Teilnehmern im Wirtschaftsleben. Es sollte – so meinen wir – immer einen partnerschaftlichen Charakter haben. Wir gehen aber auch ganz gezielt partnerschaftliche Kooperationen ein, um gemeinsam Lösungen einen Schritt näherzukommen.

Ein Beispiel wäre ...

... der Bereich Gesundheit. Die große Herausforderung der weltweiten Gesundheitsversorgung kann nur partnerschaftlich bewältigt werden. Unsere „Allianzen für nachhaltige Gesundheitsversorgung“ gehen dies konkret an: So kooperieren wir im Rahmen unseres Leuchtturm-Projekts „Familienplanung“ unter anderem mit der Deutschen Stiftung Weltbevölkerung und der amerikanischen Entwicklungsbehörde USAID. In Afrika haben wir gemeinsam begonnen, preiswertere Verhütungsmittel auf den Markt zu bringen, die für die lokale Bevölkerung erschwinglich sind. Und mit der WHO besitzen wir einen starken Partner in der Bekämpfung von vernachlässigten Krankheiten.

Angesichts des Klimawandels verknüpfen viele das Thema Nachhaltigkeit in starkem Maße mit Emissionen und Verantwortung für die Umwelt. Wie nehmen Sie diese Verantwortung wahr?

Obwohl wir im Konzern unsere absoluten Treibhausgas-Emissionen von 1990 bis 2005 durch ein Bündel von Maßnahmen bereits um 32 Prozent gesenkt haben, haben wir uns neue ehrgeizige Ziele gesetzt. Im Teilkonzern Bayer

MaterialScience zum Beispiel, der für etwa 80 Prozent des Bayer-Energieverbrauchs steht, werden wir die spezifischen Emissionen bis 2020 noch einmal um 25 Prozent senken. Außerdem wollen wir den Einsatz von Ressourcen noch besser steuern. So testen wir unseren Ressourceneffizienz-Check derzeit in Pilotprojekten. Das Ziel ist hier, Maßnahmen im Produktionsprozess und in den Aufbereitungsverfahren zu identifizieren, mit denen die Ressourceneffizienz, zum Beispiel von Ausgangsstoffen, Wasser oder Lösungsmitteln, weiter gesteigert werden kann.

Aber können denn Bayer-Produkte auch unmittelbar helfen, Ressourcen zu schonen?

Unbedingt. Bayer MaterialScience liefert dafür zahlreiche Beispiele. Das Produktportfolio reicht in diesem Arbeitsgebiet von modernen Dämmstoffen und Hightech-Folien bis hin zu energiesparenden Leuchtkörpern. Damit können wir unmittelbar zu einer energieeffizienten Bauweise beitragen. Vor diesem Hintergrund haben wir auch das Leuchtturm-Projekt „EcoCommercial Building“ ins Leben gerufen – schließlich sind 20 Prozent der weltweiten Treibhausgas-Emissionen auf den Energieverbrauch von Gebäuden zurückzuführen. Bei diesem Projekt vernetzen wir alle Akteure im Bereich Gebäudebau und fördern den Einsatz von Baustoffen, die die Emissionen weiter reduzieren.

Das heißt aber auch, dass nachhaltige Produkte für Ihr Geschäft wichtig sind?

Selbstverständlich. Nachhaltigkeit eröffnet neue Geschäftschancen – und diese nutzen wir. Zum Beispiel in der Entwicklung von Gesundheitsmärkten weltweit oder durch die Erforschung stressresistenter Pflanzen. Außerdem bin ich davon überzeugt, dass die Nachfrage nach nachhaltig produzierten Gütern ebenso zunehmen wird wie die Sensibilität der Verbraucher gegenüber Nachhaltigkeitsthemen. Dadurch werden wir kontinuierlich angespornt, in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeit innovative Produkte auf den Markt zu bringen, die dem gerecht werden. Mit unserem neuen Instrument zur Messung des Nachhaltigkeitsbeitrags unserer Produkte tragen wir dem heute schon Rechnung.

Eine Reihe Ihrer Nachhaltigkeitsziele sind auf das Jahr 2010 bezogen – was passiert ab 2011?

Wir werden zwei Dinge unternehmen: Auch in Zukunft werden wir transparent über unsere Zielerreichung berichten. Und wir werden neue, ehrgeizige Ziele formulieren. Denn Nachhaltigkeit ist für uns keine Zeiterscheinung, sondern muss in unser Geschäft integriert sein. Diesen Weg werden wir konsequent verfolgen.

Im Dialog mit unseren Stakeholdern

Als international tätiges Unternehmen wissen wir, dass ohne Kommunikation mit Stakeholdern in einem transparenten und offenen Dialog keine gesellschaftliche Zustimmung zu unternehmerischem Handeln erreicht werden kann. Nachhaltigkeit und gegenseitige Akzeptanz sind nur gemeinsam möglich.

Wir suchen daher den zielgerichteten Dialog mit Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Zu unseren Gesprächspartnern zählen unsere Partner – Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten – und unsere Investoren. Ebenso wichtig sind für Bayer die Vertreter öffentlicher Interessen – die der direkten Nachbarn, der Nichtregierungsorganisationen (NGOs), der Politik und der breiten Öffentlichkeit. Und schließlich bewegt sich das Unternehmen in einem Handlungsrahmen, der von Institutionen aus der Wissenschaft, der öffentlichen Verwaltung und der Gesetzgebung stark beeinflusst ist.

Im Dialog mit unseren unterschiedlichen Interessengruppen sehen wir die Basis für den Aufbau beiderseitigen Verständnisses und Vertrauens sowie die Möglichkeit, uns gegenseitig Sichtweisen und Handlungsoptionen offen darzulegen. Er hilft uns, Herausforderungen zu identifizieren und aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Wir möchten, dass der kooperative Dialog allen Partnern Mehrwert bringt: Wir nehmen die Anregungen unserer Stakeholder ernst. Sie fließen als wichtige Impulse ins Unternehmen zurück. Sie unterstützen uns dabei, Risiken zu vermeiden, aber auch Trends und Märkte frühzeitig zu erkennen und somit Schwerpunkte für unsere Aktivitäten zu definieren. Dieser systematische Dialog leistet somit sowohl einen wichtigen Beitrag zu Innovationen als auch zum Risikomanagement. Daraus entstehen nachhaltige Lösungen, die verschiedenste Interessen aller berücksichtigen.

Unser Nachhaltigkeitsprogramm verdeutlicht die Umsetzung dieser Überzeugung: Alle Leuchtturm-Projekte – in den Bereichen Gesundheit und Ernährung ebenso wie beim Klimawandel – werden getragen von Dialog und Partnerschaft (siehe Seite 30f.).

Intensive Zusammenarbeit

Wir arbeiten mit unseren Stakeholdern in vielen Initiativen eng zusammen. Die Themen ebenso wie die Perspektiven der Stakeholdergruppen sind naturgemäß sehr verschieden. Fragestellungen zur Nachhaltigkeit sind global, unterschei-

den sich aber in regionalen Prioritäten und Perspektiven erheblich. Wir bemühen uns stets, die einzelnen Herausforderungen differenziert und kontextbezogen zu betrachten und fallbezogene Lösungen zu entwickeln, die den Rahmenbedingungen angemessen sind. Zu diesem Zweck ist der Stakeholderdialog eine wichtige Aufgabe der jeweiligen Funktionen, Unternehmensbereiche und Regionen.

Unsere Stakeholderaktivitäten reichen von lokalen Projekten über die Mitarbeit in Gremien und Fachworkshops bis hin zu umfassenden Informationsprogrammen und der Teilnahme an internationalen Initiativen. Die nebenstehende Tabelle gibt einen beispielhaften Überblick unseres Engagements mit unterschiedlichen Stakeholdergruppen im Jahr 2009.

Analyse des Stakeholder Feedback

Ob unsere Berichterstattung den Informationsbedürfnissen und Anliegen unserer Stakeholder entspricht, prüfen wir regelmäßig. Von Juni 2009 bis Januar 2010 haben rund 250 unserer wichtigen Stakeholder (NGOs, Verbände, Behörden, Analysten und Investoren, Kunden, Lieferanten, Politik) an unserer weltweiten Online-Befragung teilgenommen. Diese Umfrage er hob u. a., welchen Nachhaltigkeitsthemen unsere Stakeholder in Bezug auf Bayer besondere Bedeutung beimessen. Die Ergebnisse bestätigen den Fokus, den Bayer auf die großen gesellschaftlichen Megatrends legt: verantwortungsvoller Umgang mit Trinkwasser, Kindergesundheit, eine energieeffiziente und umweltfreundliche Produktion sowie Innovation werden als wesentliche Themen erachtet, aber auch Klimawandel und -schutz, nachhaltige Gesundheitsversorgung und Sicherheit am Arbeitsplatz als wichtig gewertet. Die transparente Umsetzung der Themen findet sich in diesem Bericht vor allem in den Schwerpunktkapiteln, aber auch im Leistungsbericht.

Zur Umsetzung des Dialogs wurden dabei der gegenseitige Austausch in Diskussionsveranstaltungen vor themenbezogenen Workshops und Gesprächsrunden mit einzelnen Stakeholdergruppen favorisiert. Diese Kommunikationswege wollen wir zukünftig weiter ausbauen.

Um den Dialog mit unseren Stakeholdern weiter zu verbessern und stringenter zu gestalten, führen wir derzeit mit der HHL (Handelshochschule) Leipzig ein Projekt zur Entwicklung eines neuen Ansatzes der Stakeholderanalyse und -priorisierung durch, dessen Ergebnisse in unser Stakeholdermanagement einfließen werden.

Beispiele für den Stakeholderdialog 2009 mit unterschiedlichen Stakeholdergruppen

Mitarbeiter

- Dialog mit Nachhaltigkeitsexperten (Round-Table für Konzernführungskräfte)
- 18. Europaforum: Dialog mit lokalen Arbeitnehmervertretungen
- Bayer Executive Sustainability Summit (USA)
- Führungskräftebefragung zu Nachhaltigkeitsthemen
- Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen unserer Mitarbeiter in den Bereichen Compliance, Menschenrechte, Nachhaltigkeit im Einkauf und Diversity
- Innovation Community Workshop

Internationale Initiativen

- Zusammenarbeit mit den Vereinten Nationen (UN): UN Global Compact mit den Initiativen „Caring for Climate“ und „CEO Water Mandate“, „United Nations Environmental Programme“ (UNEP); Nachhaltiges Bauen (UN-SBCI)
- Kooperation mit der US Agency for International Development (USAID), UN Population Fund (UNFPA) und „International Planned Parenthood Federation“ (IPPF) (BHC)
- Organizational Stakeholder der „Global Reporting Initiative“ (GRI)
- Mitarbeit bei der WEC (World Environment Center)

NGOs

- Unterstützung von „HOPE“ auf dem Gebiet Diabetes bei Ausbilderprojekt in Indien
- Projekte mit der „Deutschen Stiftung Weltbevölkerung“ (DSW)
- Kooperation mit „Engender Health“ zum Thema Verhütung
- Im Rahmen der Initiative „Learning for Life“ Zusammenarbeit z. B. mit Vigyan Ashram, Prajayatna, Naandi und Vignana Jyothi in Indien
- Kooperationen zur Biodiversität: „Ducks Unlimited“ (USA), „Stiftung Rheinische Kulturlandschaft“ (Deutschland), „Sociedade Humana Despertar“ (Brasilien)
- Die Arche e. V. in Berlin: Zusammenarbeit und Unterstützung

Wissenschaft und Forschung

- Zusammenarbeit mit der „Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation“ (CSIRO) zur Weizen-Forschung (BCS)
- Zusammenarbeit mit dem „China National Rice Research Institute“ (CNRR) und dem „International Rice Research Institute“ (IRRI) zur Reis-Forschung (BCS)
- Engagement in wissenschaftlichen Gremien „Society of Environmental Toxicology“ (SETAC), dem „International Life Science Institute/Health and Environmental Science Institute“ (ILSI/HESI) und dem European Center for Ecotoxicology and Toxicology of Chemicals (ECETOC)
- Partnerschaft mit der „Juvenile Diabetes Research Foundation“ (JDRF) (BHC)
- Foren und Konferenzen mit Beteiligung von Industrie und Regierung in Zusammenarbeit mit dem Chanzhou Coatings Research Institute (China)
- Lehraufträge an Universitäten in den Fächern Medizin, Pharmazie, Chemie
- Strategische Kooperationen mit Universitäten in Köln, Deutschland, der NUS (Singapur), der Tsinghua University (Beijing, China) und dem DKFZ (Heidelberg, Deutschland)
- Vorträge und Diskussionen zur Nachhaltigkeit im BayKomm mit studentischen Besuchergruppen aus dem In- und Ausland
- Industriepartner des internationalen Graduierten-Programms „Graduate Research Training (GRT) Program on Pharmacometrics & Computational Disease Modelling“ (BHC)
- Unterstützung und Vortrag beim World Health Summit 2009 in Berlin

Kunden

- Mitarbeit im Dialogkreis der Global Automotive Stakeholder Group (BMS)
- Kundenzufriedenheitsumfrage mit Bauern und Händlern in Polen, Österreich und den Niederlanden (BCS)
- Kundenzufriedenheitsumfrage (Bauern) zum Hybridreis Arize® in Vietnam (BCS)
- Teilnahme am „Weltdiabetes-Tag“ und „Weltverhütungstag“ im Rahmen von Vorträgen und Aktionen (BHC)

(Branchen)Verbände

- Vorsitz des europäischen Pharmadachverbands (EFPIA)
- Vorsitz des Verbands der forschenden Arzneimittelhersteller (VFA)
- Mitarbeit in zahlreichen nationalen, europäischen und internationalen Verbänden, u. a. Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), Verband der Chemischen Industrie (VCI), American Council on Chemistry (ACC), Conseil Européen de l'Industrie Chimique (CEFCI)
- Kontinuierliche Mitarbeit der Teilkonzerne in ihren jeweiligen Fachverbänden
- Mitgliedschaft im Vorstand des Nachhaltigkeitsforums der deutschen Wirtschaft: econsense

Public Private Partnerships

- Kooperationen mit WHO auf den Gebieten der „Vernachlässigten, tropischen Krankheiten“ (Chagas, Afrikanische Schlafkrankheit)
- Global Alliance for TB Drug Development (Tuberkulose)
- Zusammenarbeit mit der Initiative „Drugs for neglected diseases“ (DNDI)
- Kooperation mit International Vector Control Consortium (IVCC) als Teil der Bill & Melinda Gates Foundation (BMGF) (Malaria)

Politik

- Mitarbeit bei der EPAA (Europäische Partnerschaft für alternative Ansätze zu Tierversuchen) (BHC)
- Beteiligung am „NanoDialog“ zwischen Bundesregierung und Industrie
- Beteiligung an der Dialogveranstaltung: „Wirtschaft und Umwelt NRW“ zum Gewässerschutz (BHC)
- Workshop „Kampf gegen Krebs“ mit der EU-Gesundheitskommissarin und EU-Parlamentsabgeordneten (BHC)
- Brussels Academy: Dialogplattform von BCS in Kooperation mit dem European Tarining Institute

Gesellschaft/Nachbarschaft

- Pressekonferenz „Nachhaltigkeit“
- Bayer-Nachhaltigkeits-Expert-Talk mit int. Referenten
- Veranstaltungsreihe „Denkanstöße für Berlin“ (BHC)
- Gespräche mit Nachbarn, Behördenvertretern und Mandatsträgern, z. B. zur CO-Pipeline (BMS/Currenta)
- Dialogreihe: „Chemie ist Zukunft“ der IGBCE und BMS
- Nachbarschaftsdialog mit lokalen Regierungsvertretern, Firmen und Anwohnern am BHC-Standort Shiga, Japan

Investoren/Analysten

- Meet Management 2010 – Investoren und Analysten im direkten Dialog mit dem Bayer-Management
- Mitarbeit in der Arbeitsgruppe des DVFA (Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management) zur Entwicklung nichtfinanzieller Indikatoren für das Reporting
- Teilnahme an Podiumsdiskussionen/ Veranstaltungen zum Thema „Sustainable Investment“

Schulen

- Ausweitung des Bayer-Bildungsprogramms „Making Science Make Sense“
- „Baylab“-Schülerlabore mit Programmen der Teilkonzerne in Leverkusen, Monheim, Berlin und Wuppertal, Deutschland
- „Bayerchios Program“ in Kolumbien: Förderung des wissenschaftlichen Unterrichts an öffentlichen Schulen durch Bayer-Mitarbeiter

Lieferanten

- Lieferantentage 2009: Bsp. Bayer HealthCare China und Deutschland
- Logistik-Lieferanten-Workshop zur Transportsicherheit in China (BMS)
- Jährliche Vergabe eines Lieferanten-Award für besondere Nachhaltigkeitsperformance von Bayer-Lieferanten in Indien