

Nachhaltigkeit, die der Kapitalmarkt versteht.

Wie Sie ESRS-Inhalte und Leuchtturmprojekte so aufbereiten, dass Investoren, Banken und Analysten sie nutzen können – in zehn Schritten.

Für Kapitalgeber sind die *Informationen* aus dem Nachhaltigkeitsbericht entscheidend. Der Nachhaltigkeitsbericht ist Quelle, nicht Medium. Sie suchen finanzielle Relevanz, Vergleichbarkeit und Belege – in zehn Minuten, nicht in zwei Stunden. Die Lücke zwischen Bericht und Nutzung ist keine Frage der Datenmenge, sondern der Aufbereitung.

EIGENKAPITAL

Investoren und Analysten fragen:
Wie verändert Nachhaltigkeit
Wachstum, Marge und Risiko –
und was kostet die
Transformation?

FREMDKAPITAL

Banken und Gläubiger fragen:
Tragen Ziele und Kennzahlen
Kreditkonditionen, Sustainability-
linked Loans oder Green Bonds?

RATINGS UND DATEN

Ratingagenturen fragen: Sind die
Angaben auffindbar,
maschinenlesbar und über alle
Kanäle konsistent?

Die Checkliste TEIL 1 · FUNDAMENT

- ☐ **1 Adressaten und Entscheidung festlegen.**
Nicht „der Kapitalmarkt“ ist Ihr Publikum, sondern Entscheider mit konkreten Fragen. Legen Sie fest, welche Entscheidung Ihre Kommunikation stützen soll: Bewertung, Kreditvergabe, Rating, Engagement-Dialog. Alles Weitere folgt daraus.
- ☐ **2 Die finanzielle Seite der Wesentlichkeit freilegen.**
Ihre doppelte Wesentlichkeitsanalyse enthält bereits, was Kapitalgeber interessiert: Risiken und Chancen mit Wirkung auf Umsatz, Kosten, Vermögenswerte und Kapitalkosten. Stellen Sie diese Themen an den Anfang. Impact-Themen bleiben wichtig, tragen die Argumentation aber nicht allein.
- ☐ **3 In die Sprache der Bewertung übersetzen.**
Jede Nachhaltigkeitsaussage braucht ein „Und deshalb?“: Wirkung auf Cashflow, Marge, Investitionsbedarf, Risikoprofil oder Finanzierungskosten. Wo Zahlen fehlen, helfen Größenordnungen, Zeithorizonte und Szenarien. Ohne Übersetzung bleibt der beste Bericht für Analysten stumm.
- ☐ **4 Kennzahlen kuratieren statt auflisten.**
Wenige, stabile, geprüfte KPIs schlagen lange Tabellen: Zeitreihen über mindestens drei Jahre, Ziele mit Basisjahr, Intensitäten neben Absolutwerten. Orientieren Sie sich an dem, was Analysten und Ratings ohnehin abfragen – und erklären Sie Abweichungen, statt sie zu verstecken.
- ☐ **5 Eine Zahlenwelt mit dem Finanzbericht.**
Konzernkreis, Stichtage, Annahmen und Begriffe müssen in Nachhaltigkeits- und Finanzbericht identisch sein. Verknüpfen Sie Transitionsplan und Investitionsplanung (Taxonomie-Capex, Rückstellungen, Impairment-Annahmen). Widersprüche sind das schnellste Glaubwürdigkeitsproblem – und das vermeidbarste.

Die Checkliste TEIL 2 · AUFBEREITUNG UND FORMATE

- ☐ **6 Den Transitionsplan als Investment Case erzählen.**
Ziele, Maßnahmen, Kosten, Finanzierung, Meilensteine – in dieser Reihenfolge. Kapitalgeber wollen wissen, was die Transformation kostet und wann sie sich rechnet. Ohne Finanzierungslogik bleibt der Plan eine Absichtserklärung.
- ☐ **7 Verlässlichkeit sichtbar machen.**
Wer verantwortet die Themen im Vorstand? Ist die Vergütung gekoppelt? Welche Prüfungssicherheit haben die Daten? Benennen Sie Restatements und Datenlücken offen – Governance ist für Kapitalgeber das Risikomaß für alles andere.
- ☐ **8 Leuchtturmprojekte als Beleg, nicht als Kulisse.**
Ein gutes Projekt beweist, dass die Strategie funktioniert – es ersetzt sie nicht. Prüfen Sie jedes Projekt auf Beitrag zum Geschäftsmodell, Messbarkeit und Skalierbarkeit (Kasten unten).
- ☐ **9 Formate an den Lesemoment anpassen.**
Der ESRS-Bericht ist die Quelle, nicht das Medium. Bauen Sie darauf abgestufte Formate: Executive Summary, ESG-Factsheet, Investorenpräsentation, Earnings-Call-Passage, Q&A für Engagement-Gespräche, Datenhub – alle mit denselben Zahlen und demselben Wording.
- ☐ **10 Den Dialog organisieren.**
Sammeln Sie, was Investoren, Banken und Ratings fragen – in Roadshows, Perception Studies, Fragebögen – und bündeln Sie das in einer Redaktion von IR, Kommunikation und Nachhaltigkeit. Das nächste Jahr beginnt mit den offenen Fragen dieses Jahres.

Das kapitalmarktfähige Leuchtturmprojekt

- 1 Ausgangslage:** Welches wesentliche Risiko, welche Chance adressiert es?
- 2 Maßnahme:** Was wurde getan – mit welchem Mitteleinsatz?
- 3 Messbarer Effekt:** Welche Kennzahl hat sich wie verändert?
- 4 Finanzielle Relevanz:** Was heißt das für Kosten, Umsatz, Risiko?
- 5 Skalierung:** Was folgt für den Konzern – Ausrollung, Standard?

Faustregel: Fehlt Schritt 4, ist es eine PR-Geschichte.
Fehlt Schritt 1, ist es ein Zufallstreffer.

Schnelltest: sechs Fragen

- ☐ Kann ein Analyst in zehn Minuten unsere drei wichtigsten Risiken und Chancen nennen?
- ☐ Stehen unsere Kern-KPIs mit Dreijahresreihe und Ziel auf einer Seite?
- ☐ Stimmen Konzernkreis und Stichtage mit dem Finanzbericht überein?
- ☐ Ist unser Transitionsplan mit Investitionen und Finanzierung hinterlegt?
- ☐ Kennen wir die drei Fragen, die Investoren uns zuletzt gestellt haben?
- ☐ Sprechen IR, Kommunikation und Nachhaltigkeit mit einer Stimme?

Weniger als vier Häkchen? Dann lohnt sich der Blick auf Schritt 2 bis 5.