



Zeigen Sie, wofür Ihr Unternehmen steht

Ein guter Nachhaltigkeitsbericht zeigt nicht nur, welche Anforderungen ein Unternehmen erfüllt. Er macht sichtbar, wofür es steht, wie es mit Zielkonflikten umgeht und welchen Beitrag die Organisation in ihrem konkreten Geschäftsmodell leisten will.



Nachhaltigkeitsberichterstattung schafft dann Mehrwert, wenn sie mehr beantwortet als regulatorische Fragen. Sie kann Vertrauen bei Investoren, Kunden, Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit schaffen – und gleichzeitig intern Klarheit über Ziele, Daten, Verantwortlichkeiten und Steuerung fördern. Dafür braucht es eine eigene Perspektive, belastbare Fakten und die Bereitschaft, auch Rückschritte offen zu benennen.

- **Bauen Sie die Grundlagen frühzeitig auf**
 - Führen Sie eine Wesentlichkeitsanalyse durch – im Idealfall nach ESRS – und identifizieren Sie bestehende Datenlücken
 - Klären Sie Verantwortlichkeiten über HR, Finanzen, Einkauf, Operations und Kommunikation hinweg
 - Nutzen Sie ESRS, GRI oder die Swiss Climate Scores als Rahmen für die Berichterstattung – eine belastbare Datenbasis entsteht nicht über Nacht
- **Zeigen Sie Ihre Haltung konkret**
 - Erklären Sie, was Nachhaltigkeit im Kontext Ihres Geschäftsmodells und seiner Auswirkungen bedeutet
 - Illustrieren Sie Ihre Strategie mit konkret daraus abgeleiteten Entscheidungen und Priorisierungen, statt allgemeine Purpose-Floskeln zu wiederholen
 - Benennen Sie Zielkonflikte und Rückschritte genauso offen wie Fortschritte
- **Nutzen Sie Kreativität für Verständlichkeit**
 - Stellen Sie das Geschäftsmodell als Wertkette, System oder Kreislauf dar – je nachdem, was zu Ihrem Unternehmen passt
 - Zeigen Sie Ziele konkret auf, statt sie nur ambitioniert zu nennen
 - Je professioneller kreatives Design eingesetzt wird, desto besser werden Ihre Botschaften transportiert
- **Machen Sie den Bericht zum Steuerungsinstrument**
 - Beantworten Sie die Fragen Ihrer Stakeholder, bevor sie gestellt werden
 - Nutzen Sie den Berichtsprozess, um Lücken zu erkennen, Ziele zu definieren und Abteilungen auszurichten
 - Beziehen Sie externes Know-how, Sparring oder den Austausch mit Peers ein, um blinde Flecken zu erkennen – und beginnen Sie, bevor der Druck steigt

Unser Podcast-Partner



Ausführliche Hintergrundinformationen zum Thema bietet unser Podcast Berichtenswert, der in Kooperation mit SustainServ entsteht. Sie finden ihn auf allen gängigen Plattformen.

linkgroup