

## Mediale CSR-Kommunikation - Interview mit Annemarie Harant



Annemarie Harant ist CEO der erdbeerwoche ? einem Social Business an der Schnittstelle von E-Commerce, Health und FemTech sowie Co-Initiatorin des Podcast TonspurN.

Auf dem 3. Deutschen CSR-Kommunikationskongress ist sie zu Gast im Workshop "CSR-Unternehmenskommunikation und Journalismus in den Medien".

Mit Tonspur N haben Sie ein neues Format in der Medienlandschaft für CSR und Nachhaltigkeit gegründet. Warum? Und warum machen Sie gerade Pause?

Kurz gesagt: Da Nachhaltige Entwicklung so ein komplexes Themenfeld ist, gibt es einfach sehr viel zu besprechen! Mein Mitgründer Roman Mesicek ist schon bevor der Hype losging, treuer Podcast-Hörer und hat mich irgendwann angesteckt und gefragt, ob wir einen Podcast zu unserem Lieblingsthema Nachhaltigkeit gründen möchten. Ich habe davor bereits für das Magazin BIORAMA unter dem Titel "CSR-Brille" einen Blog zu verschiedenen Themen rund um CSR geschrieben. Wir haben auch durch unsere beiden unterschiedlichen Themenfelder - Wissenschaft (Roman ist als Studiengangsleiter des Master "Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement" und Nachhaltigkeitskoordinator an der IMC Fachhochschule Krems) und ich mit meiner Start-up-Sichtweise - teilweise unterschiedliche Herangehensweisen an die Themen. Wir reden über alles was wir erleben und reflektieren, was in der CSR-Welt passiert und versuchen möglichst aktuell zu sein. Im Kern sind diese Gespräche aber zeitlos.

Die ganze Geschichte der TonspurN lässt sich natürlich auch in der 1. Folge der TonspurN nachhören ?

<https://soundcloud.com/tonspur-n/folge-1>

Es stimmt, wir machen gerade Pause! Roman ist aktuell in Karenz und kümmert sich um die nächste Generation. Wir haben aber auch dazwischen zu aktuellen Themen und brennenden Fragen immer wieder Folgen veröffentlicht bzw. geplant.

Wie hat unternehmerische CSR-Kommunikation Ihre Berichterstattung beeinflusst? Über welche Firmenaktivitäten haben Sie berichtet, über welche nicht?

Wir arbeiten beide schon lange im Bereich CSR bzw. Roman hat die Szene in Österreich mit aufgebaut, so dass wir beide einen

guten Überblick über die Landschaft der Unternehmensverantwortung haben und auch schon viele Initiativen von Unternehmen kommen und gehen gesehen haben. Über Standard-Aktivitäten von Unternehmen berichten wir eigentlich nicht, sondern eher, wenn uns wirklich etwas beeindruckt, wie z. B. die Menschen hinter dem CSR-Management. Wir bekommen natürlich auch mittlerweile von Unternehmen Anfragen, ob wir über sie berichten bzw. für sie produzieren. Das schätzen wir natürlich, weil ein Podcast an sich großartige Möglichkeiten in der CSR-Kommunikation verschafft: So lässt sich am Grad der Begeisterungsfähigkeit der Stimme eines CEOs sehr gut erkennen, ob er oder sie wirklich für die gesellschaftlichen Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit interessiert - oder eben nicht. Ein Podcast hat zusätzlich die Chance, die Themen auf einer noch persönlicheren Ebene zu vermitteln, d. h. es wird nicht wie bei einem Video ein Text auswendig gelernt.

**Welche Rolle spielen Journalisten, welche Unternehmen, um Nachhaltigkeit aus der zugegebenermaßen größer werdenden Nische zu holen und zum Standard in unserer Gesellschaft zu machen?**

Jedes Unternehmen ist Teil der Gesellschaft und hat eine Verantwortung. Das betrifft nicht nur Großunternehmen, sondern beginnt bereits bei Start-ups. Da ich Teil dieser Szene bin, ist es für mich besonders ärgerlich mitanzusehen, wenn junge Menschen Unternehmen gründen und nur auf einen erfolgreichen "Exit" hinarbeiten - ohne sich dabei Gedanken über ihre Wertschöpfungsketten und ihren Impact auf Umwelt und Gesellschaft zu machen. Journalisten spielen natürlich auch bei CSR eine große Rolle - Roman und ich würden uns natürlich noch mehr kritische Auseinandersetzung mit vielen CSR-Themen wünschen, um z. B. ?"Greenwashing" noch schneller auffliegen zu lassen.