Von der "Last" der CSR-Berichterstattung - Interview mit Sabine Braun

Sabine Braun arbeitete als freie Journalistin und Autorin für Umwelt- und Wirtschaftsthemen. 1993 gründete sie in München akzente kommunikation und beratung GmbH mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit und berät seither große und mittelständische Unternehmen zu Nachhaltigkeitsstrategie, -reporting und -kommunikation.

Sabine Braun moderiert den Workshop "Von der Last des Berichtens und der Lust an Nachhaltigkeit".

Mit dem CSR-RUG und der Berichterstattungspflicht ist die Anzahl der Nachhaltigkeitsberichte deutlich nach oben gegangen. Wie schätzen Sie dem gegenüber die Entwicklung der Berichtsqualität ein?

Die Berichtspflicht hat zwar zu einer größeren Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeit in den Unternehmen geführt, aber nicht zu besseren Berichten. In vielen Unternehmen, die bereits vorher zu Nachhaltigkeit berichtet haben ? meist gemäß den internationalen GRI Standards ?, ist die Nichtfinanzielle Erklärung gemäß CSR-RUG ein zusätzliches Format. Man mag ? und kann ? auf den ausführlichen GRI-Bericht nicht verzichten, wenn man etwas zu sagen hat oder Analysten und Investoren Rede und Antwort stehen muss.

Trotz Weiterentwicklung der Standards, z. B. GRI oder DNK, gibt es mittlerweile eine Flut von Nachhaltigkeitsberichten, Formaten und Formen. Kaum ein Bericht ist mit einem anderen vergleichbar. Welchen Nutzen hat die CSR-Berichterstattung dennoch für den Leser?

Für die professionellen Nutzer wie Analysten und Investoren sind ausführliche Nachhaltigkeitsberichte, die sich an den o.g. Standards orientieren, unverzichtbar, um die bisherigen und zukünftigen Nachhaltigkeitsleistungen des Unternehmens einzuschätzen. Das Interesse daran nimmt auch vor dem Hintergrund des EU-Aktionsplans Sustainable Finance deutlich zu. Weitere Formate wie Magazine, Kurzfassungen oder Webspecials sind dem gestiegenen Interesse von Kunden, Mitarbeitern, Nachwuchs und Öffentlichkeit geschuldet und werden ?freier? gestaltet. Das ist auch gut so, wenn man die Zielgruppen erreichen will. Wichtig ist, dass ein professioneller Nachhaltigkeitsbericht dafür die glaubwürdige Basis liefert.

Wie hat sich nach Ihrer Beobachtung die Lust an Nachhaltigkeit in den Unternehmen entwickelt?

Die Lust an Nachhaltigkeit ist vor allem bei jüngeren Zielgruppen groß. In den Unternehmen selbst ist es mehr als Druck zu spüren ? von Kunden, Politik, Investoren -? und wird oft als Last empfunden. Denn gerade auch mit der Berichtspflicht ging eine stärkere Formalisierung einher. Zudem kommt der Zeitdruck, dem Aufsichtsrat im Februar schon abgestimmt und geprüfte Berichte vorzulegen. Jeder weiß, dass die Erfassung von Nachhaltigkeitskennzahlen noch längst nicht so eingespielt ist wie das bei den Finanzdaten der Fall ist. Aber viele Unternehmen nehmen das große Interesse an Nachhaltigkeit nun auch mal mehr, mal weniger lustvoll als Ausgangspunkt, ihr Geschäftsmodell zu hinterfragen und neu auszurichten. Manche sehen darin große Chancen, andere wissen, dass sie hier mit beträchtlichen Risiken umgehen müssen.