

Internationale Standards der Nachhaltigkeitskommunikation

Theresa Haid

Gründerin, Zukunftsmanufaktur

Nachhaltigkeitskommunikation
Internationale Standards





Theresa Haid.

 theresalebthalpen





Warum?

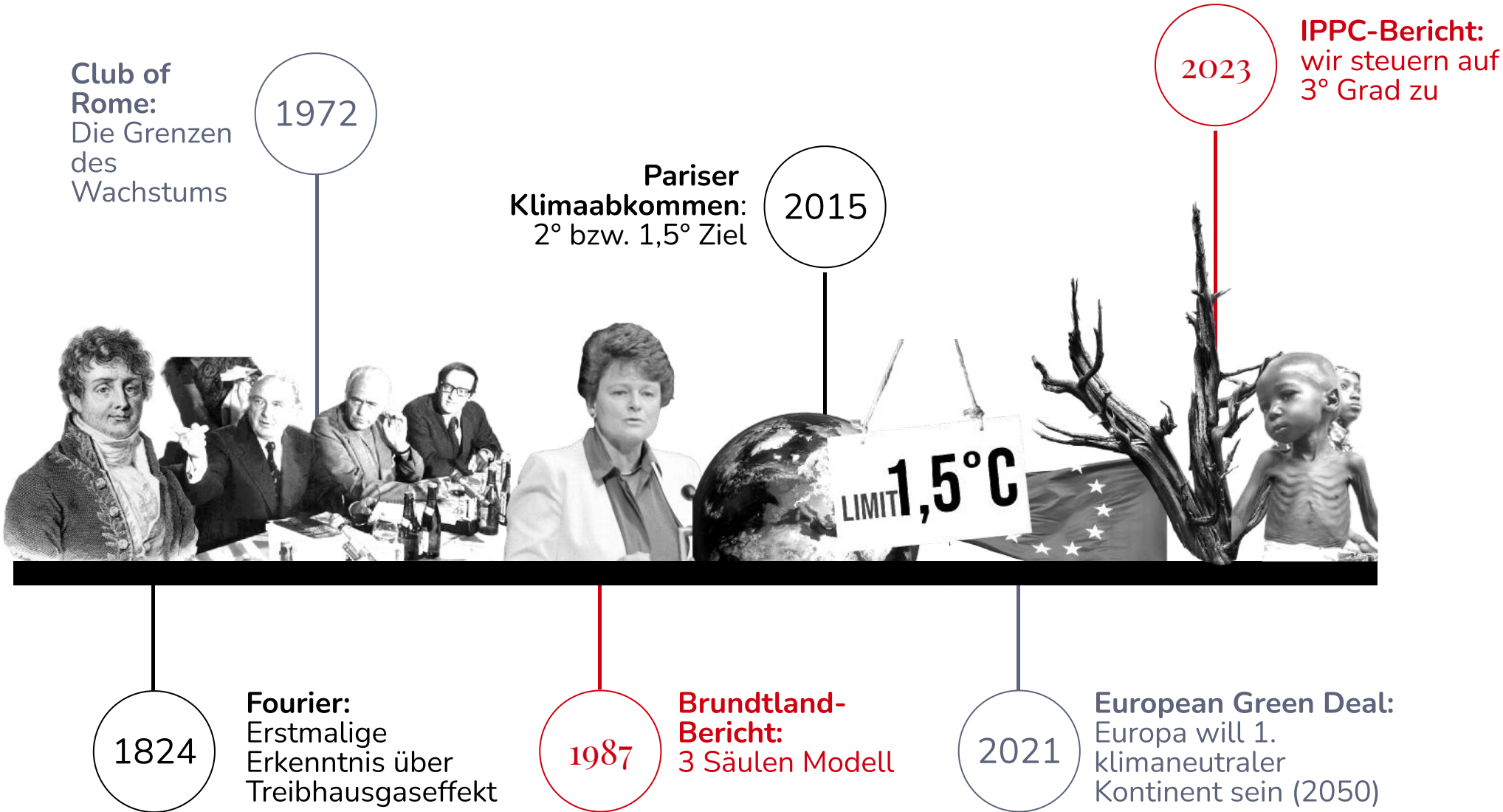


Druck steigt

Nachhaltigkeit:

Seit wann ist der Treibhausgaseffekt
der Wissenschaft bekannt?

Chronologie der Ignoranz



Druck steigt

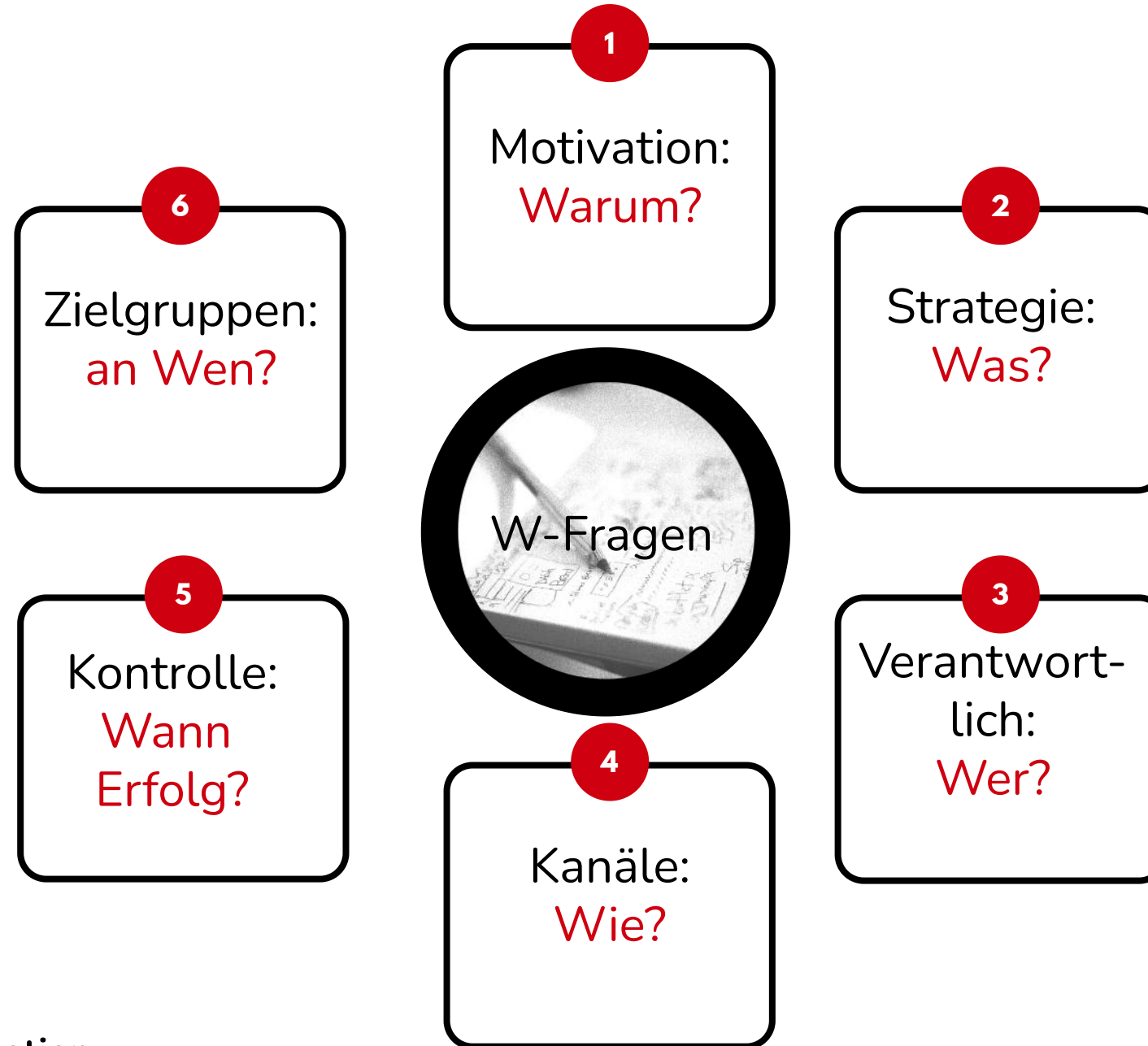
1
Auswirkungen

2
Ressourcen
werden zum
Risiko

3
Nachfragedruck

4
Regulierungen

Voraussetzungen für gute Nachhaltigkeitskommunikation



Treiber der Nachhaltigkeitskommunikation = Zielgruppen

Nachhaltigkeits-

Externe Stakeholder

- Gäste
- Mitarbeiter
- Einheimische



Regulatorik

- EU Green Deal
- EU Taxonomy
- CSRD



Finanzmarkt

- Banken
- Versicherungen
- Investoren



Kommunikation

Berichterstattung

Nachhaltigkeitsberichterstattung:
European Green Deal

Europa will bis 2050 der erste klimaneutrale Kontinent werden. Der "Green Deal" und die damit verbundene verpflichtende Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD) für Unternehmen werden dabei zentrale Punkte zum Erreichen dieses Ziels sein.

ZIEL DES EUROPEAN GREEN DEAL

Europäische Union

wen trifft?

Berichte werden
eingefordert von:

- Banken
- Förderstellen
- Investoren
- Versicherungen

*Fremd
finanziert*

indirekt

bspw:
bei Verträgen mit
berichtspflichtigen
Reiseveranstaltern

*Zulieferer von
berichtspflichtigen
Unternehmen*

Ausnahme:
Kleinstunternehmen
(bilanzrechtliche Definition)

*Kapitalmarkt
orientiert*

direkt

> 250 MA
> 50 Mio.
Nettoumsatz
> 25 Mio.
Bilanzsumme

*Alle großen
Unternehmen*



EMPFEHLUNG

Rechtzeitige Vorbereitung

STRATEGIE

Entwicklung einer
ESG-konformen
Nachhaltigkeits-
strategie

DATEN

Implementierung
von
Datenmanagement-
systemen

MESSINSTRUMENTE

Wo stehe ich?
Erstellen von z.B.
Treibhausgas- &
Energiebilanzen

FÖRDERUNGEN

Nachhaltigkeits-
beratung fördern
lassen (70%)

RESSOURCEN

Entsprechende
Ressourcen
frühzeitig aufbauen

Nachhaltigkeitskommunikation:
Greenwashing

53,3%

aller von Unternehmen in der EU
getätigten Nachhaltigkeitsaussagen
sind vage, irreführend oder nicht
belegt und daher Greenwashing

Quelle: Studie EU Kommission (2020)



Neue EU-Vorschrift

European Green Claims
Directive

#greenwashing





#1

Vage oder ungenaue
Begriffe





#2

Zweifelhafte Labels oder Zertifikate





#3

Werbung mit
Selbstverständlichkeiten





#4

Versteckte Kompromisse





#5

Grüne
Bildsprache





#6

Unbelegte Behauptungen oder fehlende Beweise





#7

Das kleinere
Übel



Konsequenzen von Greenwashing



1
Imageschaden

2
Klagen &
Strafen

Greenwashing vermeiden

EMPFEHLUNG

Wie Greenwashing vermeiden?

STRATEGIE

Ohne Strategie & gemeinsame Vision kann keine glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation stattfinden

BERICHT

ein guter Nachhaltigkeitsbericht erleichtert transparente Kommunikation

STANDARDS

Internationale Guidelines wie UNEP, UN Integrity Matters, Oxford Principles, European Green Claim Directive, usw.

TRANSPARENZ

Was ist wirklich da und was kann ich belegen?

PRÜFUNG

bspw. durch Greenwashing Check vom VKI oder spezialisierte Anwälte

Good Practice

Nachhaltigkeitskommunikation:
Good Practice

Die Erde ist ab sofort unsere einzige Anteilseignerin.

Wenn wir auf einen lebenswerten Planeten hoffen wollen -
geschweige denn auf ein prosperierendes Unternehmen -
müssen wir mit den uns zur Verfügung stehenden
Ressourcen alles tun, was wir können.



Für all unsere Produkte gilt unsere kompromisslose Garantie.



Wir übernehmen Verantwortung für unsere Auswirkungen.



Wir unterstützen Klima- und Umweltschutzgruppen.



Wir schenken deiner Bekleidung neues Leben.



Alle Gewinne fließen in die Bekämpfung der Klimakrise.



The screenshot shows a website page with the title "Pfösl's Nachhaltigkeitsstrategie". At the top right, there are navigation icons for "MENÜ", "ANFRAGE", and "BUCHUNG". The main content area features a circular diagram with "Pfösl" in the center, surrounded by eight sustainability pillars: WASSER, ENERGIE, MOBILITÄT, ARBEITSPLATZQUALITÄT, LEBENSRAUM, KULTUR & TRADITION, FREUDE AM SCHÖNEN, and GESUNDE GENUSS. The text below explains that sustainability means taking small steps in their own operations and considering ecological, social, and economic goals. At the bottom, logos for GSTC MEMBER and EU Ecolabel are displayed.

Pfösl Magazin

DANKE

*„Das Wichtigste an Kommunikation ist, zu hören,
was nicht gesagt wird.“*

Peter Drucker