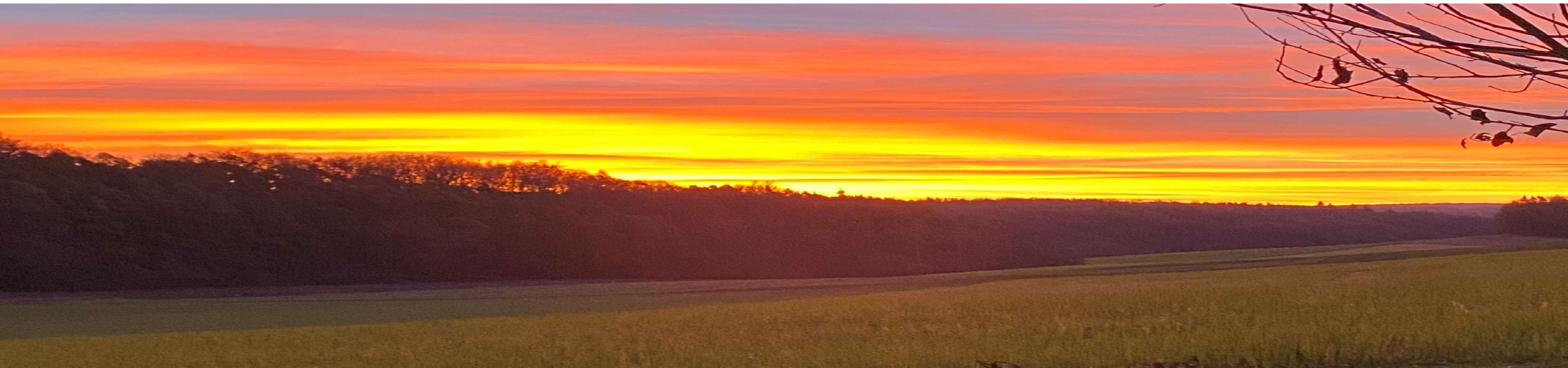


Nachhaltigkeitsbericht

Nutzen des Berichts erkennen - Adressaten erreichen

Bericht als Marketinginstrument einsetzen





Das Erstellen eines Nachhaltigkeitsberichts kann einen großen Nutzen für Ihr Unternehmen haben. Dazu sollte sich der Bericht nicht nur an den gesetzlichen Vorgaben orientieren. Das Erreichen der Adressaten ihres Unternehmens und damit die Kommunikation nach außen und innen, sind der eigentliche Nutzen.

Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam, welche Adressaten erreicht werden sollen. Dies sind die Gruppen, mit denen Sie im Austausch sind, z.B. finanzierende Banken, Mitarbeiter, Kunden, Investoren und viele andere. So wird der Bericht zu einem Kommunikations- und Marketinginstrument. Und die Ergebnisse führen in aller Regel zu Kostenersparnissen, z.B. im Energieverbrauch oder Finanzierungskosten.

Jeder Bericht ist nur so gut, wie er die Leser anspricht. Deshalb produzieren wir klare und nachvollziehbare Berichte, die gut lesbar, aufgelockert und persönlich sind sowie eine starke Bildsprache haben. So wird die Lektüre zur Freude.



Aufbau

Gesetzliche Vorgaben

Die Vorgaben, wie berichtet werden soll, sind sehr allgemein gehalten. Die CSRD-Richtlinie (Corporate Sustainability Reporting Directive – EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung) ist die Grundlage zur Nicht-Finanziellen-Berichterstattung und Nachfolger der NFRD (Non-Financial Reporting Directive). Konkrete und damit vergleichbare Vorgaben gibt es nicht. Die Berichte müssen sich grundsätzlich an der **(doppelten) Wesentlichkeit** orientieren.

Doppelte Wesentlichkeit

Das Konzept der doppelten Wesentlichkeit beruht aus zwei Säulen. Zum einen werden die Folgen des unternehmerischen Handelns auf die Umwelt und zum anderen die Einflüsse der Umwelt auf das Unternehmen beleuchtet. Hier ist das Unternehmen in der Verantwortung die wesentlichen Aspekte zu identifizieren und darzustellen. Diese sind dann Gegenstand des Berichts. Wir arbeiten gemeinsam mit Ihnen die **wesentlichen Aspekte** heraus.

Wesentliche Aspekte

Das Identifizieren der wesentlichen Aspekte und Handlungsfelder ist das Rückgrat des Berichts. Wir schauen genau auf die drei Felder Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Diese untersuchen wir und stellen den jetzigen Zustand dar, was wir in Zukunft erreichen wollen und wie das funktionieren kann. Dabei konzentrieren wir uns auf das Wesentliche, die Stellen, an denen Ihr Unternehmen den größten Einfluss hat.

Konkrete Ziele

Zum Abschluss werden im Bericht die konkreten, nachhaltigen Ziele dargestellt. Diese sollen spezifisch, messbar, erreichbar und terminiert sein. So bekommt der Bericht eine Verbindlichkeit und wird von den Adressaten als Bereicherung wahrgenommen.



Ziele

Erfüllung gesetzlicher Vorgaben

Die Erfüllung gesetzlicher Vorgaben ist die Grundlage des Berichts. Da der Gesetzgeber den Rahmen sehr allgemein hält, ist vor allem darauf zu achten, dass die Aspekte der Wesentlichkeit berücksichtigt werden.

Es dürfen zudem keine falschen oder unrichtigen Angaben gemacht werden, kein Greenwashing betrieben werden und es darf nichts verschleiert werden.

Erreichen der Adressaten

Der Nutzen für Ihr Unternehmen und damit das eigentliche Ziel des Berichts ist das Erreichen Ihrer Adressaten. Für diese wird der Bericht erstellt. Hier haben Sie Gelegenheit Ihre Unternehmens-DNA darzustellen und ihre Adressaten „abzuholen und mitzunehmen“.

Der Bericht wird für Sie zu einem Kommunikationsmedium. Anders als „klassische“ Marketingunterlagen werden im Bericht auf einem konkreten Niveau die wesentlichen Handlungsfelder dargestellt. Es kann ein tiefes Verständnis Ihres Denkens und Handelns vermittelt werden. Dies schafft Nähe und vor allem Vertrauen. Dieses Vertrauen vertieft die Beziehung zu Ihren Adressaten und verstärkt die Bindung. Dies zahlt sich dauerhaft auch ökonomisch aus.



Inhalte

Aufbau

Der Bericht orientiert sich an den 17 SDGs (Sustainable Development Goals, Nachhaltigkeitsziele) der UN. Diese sind allgemein anerkannt, schnell zu erfassen und als „roter Faden“ ideal, um Ihre Aktivitäten rund um Nachhaltigkeit darzustellen.

ESG – Environment, Sozial, Governance (Umwelt, Soziales und Unternehmenskultur):

Alle drei Zielbereiche werden aufgearbeitet, bewertet und die weiteren Maßnahmen definiert. Es ist das Herzstück des Berichts. Die Adressaten bekommen einen Überblick über die wichtigsten Themen rund um Umwelt, Soziales und Unternehmenskultur.

Neben dem Aufarbeiten werden die Ziele, die sich Ihr Unternehmen steckt, genau benannt. Es wird dargestellt, wie Ihr Unternehmen auf die Herausforderungen der Zukunft reagiert und sich aufstellt. Der Bericht wird zur Roadmap und die Leser und Adressaten erfahren, wie Nachhaltigkeit bei Ihnen gelebt wird.

Die drei Aktionsfelder Umwelt, Soziales und Unternehmenskultur werden gleichberechtigt behandelt, da sie sich bedingen und nur im Einklang den weiteren Unternehmenserfolg ermöglichen.

Alle Inhalte werden gut lesbar und in einem überschaubaren Umfang dargestellt. Das Lesen des Berichts soll nicht nur Informationen rüberbringen, sondern den Leser auch emotional abholen und ihn am Handeln ihres Unternehmens teilhaben lassen. So entsteht Bindung und Vertrauen, die Grundlage für Erfolg.



Martin Seitz
Seitz Consulting

Phone: +49 172 6700 844

Mail: martinseitz@seitzconsulting.de

www.nachhaltigkeitskonzepte.com

Disclaimer:

The information and recommendations provided within the scope of this consultancy project are for informational purposes only. The consultant and the consulting firm make no warranties as to the accuracy, completeness, or timeliness of the information or recommendations provided.

The use of the provided information and recommendations is at the client's own risk. Neither the consultant nor the consulting firm shall be liable for any damages arising from the use or non-use of the provided information, including direct, indirect, incidental, special, or consequential damages. It is recommended that independent experts or legal advisors be consulted to address specific legal, financial, or business questions. This disclaimer applies to all aspects of the consultancy project and all communications between the consultant, the consulting firm, and the client.

The agreement and implementation of recommendations or actions developed within the framework of this consultancy project are solely the responsibility of the client, who is accountable for the consequences. By continuing with the consultancy project, the client acknowledges and agrees to this disclaimer.