

Wintertagung 2023: ESG-Kommunikation wird wichtiger, aber auch schwerer

Utl.: Fachtag Kommunikation der 70. Wintertagung des Ökosozialen Forums: Berichtspflichten und Bedeutung der Kommunikation über Nachhaltigkeit nehmen zu. ESG-Berichterstattung betrifft alle Unternehmen.

Wien: Am Fachtag Kommunikation der Wintertagung 2023 des Ökosozialen Forums Österreich & Europa stand die Kommunikation über Kreislaufwirtschaft, Nachhaltigkeit und Werte im Fokus. Die Expertinnen und Experten kamen zum Thema „Von der Idee zum Konzept – Wie kann Kommunikation in der Kreislaufwirtschaft gelingen?“ überein, dass die Nachhaltigkeit in der Kommunikation und in Medien an Bedeutung gewinnt, gleichzeitig aber auch das Risiko von negativen Berichten steigt. Steht nämlich der Kommunikation kein konkretes nachhaltiges Handeln oder Produkt gegenüber, wird das erkannt. Danach stand die „Wertekommunikation zwischen Anspruch und Wirklichkeit“ im Fokus. Demnach steigen künftig die Berichtspflichten im ESG-Bereich und auch die Zahl der betroffenen Unternehmen an. Die Nachhaltigkeitsberichte werden konkrete Risiken offenlegen und schaffen die Grundlage, die Unternehmen mehr in die Verantwortung zu nehmen.

Pernkopf: Selbst produzieren und unabhängig bleiben

Der Präsident des Ökosozialen Forums, Stephan Pernkopf, betont, dass Österreich die jüngsten Krisen gut überstanden hat. „Aber wir müssen die landwirtschaftliche Produktion nachhaltig intensivieren, denn die Zahl der unterernährten Menschen steigt global seit 2019 wieder an. Europa muss daher seine Lebensmittel selbst produzieren und die Bäuerinnen und Bauern können das auch – wir müssen sie nur lassen. Das belegen die heimischen Betriebe, die im globalen Vergleich am ökologischsten und trotzdem effizient produzieren. Von der EU-Agrarpolitik, durch die wir weniger produzieren, halte ich wenig. In Europa haben wir gesehen, wie abhängig wir etwa bei Medikamenten geworden sind. Das darf bei Lebensmitteln nicht passieren. Das Ökosoziale Forum spricht sich zudem für eine Bevorratung wichtiger Produkte und Lebensmittel aus, um nicht erpressbar zu sein. Die Bundesregierung soll das auch im Krisensicherheitsgesetz verankern. Wir müssen auch weg von der Förderband- und hin zur Kreislaufwirtschaft. Dabei möchte ich mich für die Bemühungen beim Grünen Gas bedanken, denn es ist ein wertvoller Energieträger, der aus Reststoffen gewonnen wird.“

Grossmann & Wüthrich: Braucht Mindset-Shift

Würden sich alle Menschen verhalten wie die Österreicherinnen und Österreicher, bräuchte es 3,8 Erden. Deshalb appellieren Marco Grossmann und Matthias Wüthrich von der Circular Economy Switzerland, dass Österreich seine Bemühungen beim Erreichen der Nachhaltigkeitsziele und hier insbesondere jenes für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster steigern muss. „Denn damit ist die ‚vergessene Hälfte‘ bei den Emissionen verbunden“, so die beiden Experten. Sie heben die hohe Quote bei der Mülltrennung und Recycling hervor, kritisieren aber die vergleichsweise hohe Abfallproduktion und appellieren, von der Linear- auf eine Kreislaufwirtschaft umzusteigen. „Weltweit sind nur 8,6 Prozent der eingesetzten Rohstoffe wirklich zirkulär. Für einen Absenkpfad von 2 Grad Celsius müsste man den Materialverschleiß und Rohstoffabbau um ein Drittel reduzieren und Materialkreisläufe schließen.“ Vor allem im Bereich Food-Waste sehen die beiden Experten großes Potenzial. Sie betonen aber auch, dass es dazu einen Mindset-Shift der Menschen braucht.

Kolbe: Nachhaltigkeits-Kommunikation braucht konkrete Handlungen

Jonas Kolbe, Director Strategic Innovations – Insights, Sales & Marketing der Cision GmbH, zeigt, dass es seit 2019 einen Anstieg bei der Nachhaltigkeits-Kommunikation von Unternehmen und Organisationen gibt, auch wenn 2021 ein vorläufiger Höhepunkt erreicht wurde. Gleichzeitig kam es durch Inflation und Ernährungskrise zu veränderten Prioritäten bei den Konsumentinnen und Konsumenten. Ebenfalls zugenommen hat der Anteil von Greenwashing-Erwähnungen, so Jonas Kolbe: „Bei der Nachhaltigkeit ist die Medientonalität grundsätzlich positiv, insbesondere, wenn es zur Kommunikation auch konkrete Handlungen oder Produkte gibt. Es bietet sich auch an, mit NGOs und Influencern zu arbeiten. Generell geht es darum, sich eine Reputation aufzubauen und danach zu handeln. Man muss aber auch die Komplexität erklären, um Wertigkeit und Wichtigkeit von Aktionen darzulegen.“ Negativ wahrgenommen werden Inkonsistenzen zwischen Botschaften und Handeln, Inaktivität und Greenwashing.

Nachhaltigkeit kommunizieren verlangt auch nachhaltiges Handeln

„Eine Nachhaltigkeits-Berichterstattung gibt es schon lange, bisher waren aber nur wenige Unternehmen betroffen. Künftig sind über Lieferketten und den Finanzierungsbedarf nahezu alle betroffen, denn: Wenn eine Bank berichtet, werden die Risiken der Unternehmen in den Bilanzen schlagend. Sie holen sich also die Informationen und Fakten von den Unternehmen, um die Risiken bemessen zu können. Alle Unternehmen müssen daher in der Lage sein, ihre Nachhaltigkeits-Pflichten zu berichten und Risiken offenlegen zu können. Gleichzeitig muss man die Erwartungen der diversen Stake- und Shareholder erfüllen“, stellt **Marion Göstl-Höller von der Kapp Hebein Partner GmbH** klar. Nachhaltigkeit sollte dabei fundiert und aktuell, kontinuierlich und konsistent sowie auf Basis von optimal vorbereiteten und erarbeiteten Daten kommuniziert werden. Dafür braucht es eine Nachhaltigkeits-innerhalb der Unternehmensstrategie. Bei den Berichten selbst geht es um Transparenz und Vergleichbarkeit für Anleger und Investoren aus dem öffentlichen, wirtschaftlichen und privaten Bereich sowie eine Klassifizierung, mit der bestimmte Risiken einheitlich abgebildet werden, um eine Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

Seit den 70er Jahren ist das Bewusstsein der Menschen für Nachhaltigkeit gestiegen. Damit steigt der Druck auf Unternehmen, weshalb sich heute der Großteil nachhaltig darstellt, ohne das im Detail zu spezifizieren, kritisiert die **Greenpeace CEE-Wirtschaftsexpertin Ursula Bittner**. „Nachhaltigkeit ist ein Wirtschaftsmodell geworden. Aber die Möglichkeiten, Nachhaltigkeit zu kommunizieren, sind alle freiwillig. Damit muss Schluss sein.“ Sie kritisiert zudem das zunehmende Greenwashing in der Kommunikation durch u.a. versteckte Kompromisse (Weglassen oder Überbetonen von bestimmten Punkten), fehlende Beweise, unklare Kommunikation sowie falsche Labels und Aussagen. Zudem suggerieren viele Produkte in ihrer Gestaltung eine nachhaltige Produktion. Ursula Bittner warnt daher vor möglichen Folgen: „Die Konsumentinnen und Konsumenten verlieren den Glauben in grüne Claims, der politische Wandel wird erschwert und es gibt uns ein falsches Gefühl von Sicherheit. Zudem werden Unternehmen, die wirklich einen Wandel herbeiführen wollen, benachteiligt.“ Sie fordert eine entsprechende Gesetzgebung und einen Mindset-Shift, sieht aber auch neue Geschäftsmodelle und eine starke Zivilgesellschaft als Teil der Lösung.

Der **stellvertretende Direktor des Schweizer Bauernverbands, Urs Schneider**, unterstreicht, dass die Landwirtschaft viele Aufgaben erfüllt und ein wichtiger Teil der Wirtschaft ist. „Für eine erfolgreiche Landwirtschaft braucht es aber eine koordinierte Kommunikation über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. In der Schweiz verfolgen wir ein 3-stufiges System: In der Basiskommunikation schaffen wir ein Fundament, damit die Schweizer Bevölkerung einheimische Qualitätsprodukte bevorzugt, dafür etwas mehr bezahlt und Verständnis für die Produktion hat. Dabei wurde in den letzten Jahren auf Prominente und Tiere gesetzt, aktuell läuft sie unter dem Slogan „Schweizer Bäuerinnen und Bauern. Für dich.“. Darüber gibt es Branchen und Produzenten sowie die Dachmarke AMS in der Produktkommunikation. An der Spitze sind Unternehmen, die Produkte vermarkten.“

Kommuniziert wird dabei in Leit-, digitalen und sozialen Medien sowie über Events auf Höfen und in der Stadt. Das Wertefundament ist im Atlas der inneren Werte zusammengefasst.

70. Wintertagung: vor Ort oder online mitdiskutieren

Die Wintertagung des Ökosozialen Forums findet 2023 erstmals als hybride Veranstaltung statt. Damit können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vor Ort und online mitdiskutieren. Die Videos der Vorträge und Diskussionen sind zudem im Anschluss in der Wintertagungs-Mediathek abrufbar. Die Expertinnen und Experten analysieren dabei den Status quo, stellen Lösungsansätze vor und erörtern gemeinsam Wege für eine zukunftsgerichtete Kreislaufwirtschaft in der Land- und Forstwirtschaft, dem Ernährungssystem sowie im Energiebereich.

Ausblick Fachtag Waldwirtschaft: Kreisläufe in der Forstwirtschaft

Am 20. Jänner findet bei der Wintertagung 2023 der Fachtag Waldwirtschaft in der CEBC Messe Graz und online statt. Diskutiert werden die EU-Perspektive auf den Forstsektor, die Rolle der Leistungsfähigkeit der europäischen Wälder für eine resiliente EU sowie die Bedeutung der Kreislaufwirtschaft aus Sicht der Wald- und Holzpolitik. Abgerundet werden der Fachtag durch Vorträge zu Material-, Kohlenstoff- und Energiekreislauf sowie deren Einfluss auf die Forstwirtschaft, aber auch moderne Einflüsse und die digitale Transformation in der Forsttechnik.

Detaillierte Informationen zur Wintertagung 2023 sowie die Mediathek finden Sie unter [oekosozial.at](https://www.oekosozial.at).

Rückfragen:

Ökosoziales Forum

Tel. 0660 5068 451

presse@oekosozial.at

www.oekosozial.at