

Die neuesten Kniffe im Nachhaltigkeitsreporting

Was es im Bereich Nachhaltigkeitsberichterstattung und der überarbeiteten Richtlinie der Global Reporting Initiative (GRI G4) zu wissen gilt, coachte die Öbu unlängst in einer ersten Workshop-Serie. Wer sich an den drei Kernthemen **Wesentlichkeit, Stakeholderdialog und Transparenz** orientierte, machte schon vieles richtig.

Motiviert traten sie an, um es nach dem neu konzipierten Öbu-Workshop noch besser zu machen: Elf Mitglieder legten Experten der Öbu und der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) ihre Nachhaltigkeitsberichte vor. Dabei war das Level der eingereichten Reports bereits beachtlich. Bei den alten Nachhaltigkeits-Hasen wie der Post, ETH und Hunziker zeigte sich die jahrelange Erfahrung. Aber auch Newcomer in diesem Bereich, wie Beck Glatz aus Bern, die Graubündner Kantonalbank, Armasuisse Immobilien, SQS, Schweizer Flughafen und die VP Bank, konnten mit innovativer Aufmachung und speziellen Bijoux punkten.

Neue Richtlinien GRI G4

Die drei Kernthemen des Nachhaltigkeitsreportings – Wesentlichkeitsanalyse, Stakeholderdialog und Transparenz – kristallisierten sich anhand der einzelnen Berichte anschaulich heraus. Beck Glatz etwa, der erste Beck und Confiseur im Netzwerk mit einem Nachhaltigkeitsbericht, unterstreicht in seiner Publikation ganz im Facebook-Stil die Stakeholderorientierung auf eine eher junge Leserschaft. Aus dem Bericht wird auch die Bedeutung der Nachhaltigkeit für das Unternehmen spürbar. Zum Beispiel taucht die nachhaltige Mobilität in Form von Velokurieren, einem gasbetriebenen Lieferfahrzeug sowie des velofahrenden Kaders wiederholt im Bericht auf. «Für uns ist natürlich auch die Energie ein wichtiges Thema», erklärt Geschäftsinhaber Thomas Glatz. «Die wesentlichen Themen möchten wir in einem nächsten Bericht nun noch gezielter hervorheben.» Wie eng sich dieser dann



Gleiche Herausforderung, individuelle Umsetzung.

Foto: Simone Nägeli

gesamthaft an der überarbeiteten Richtlinie der Global Reporting Initiative (GRI G4) orientieren wird, sei noch nicht klar – zumal die Stakeholderorientierung bei Glatz der zentrale Punkt ist.

Die erste Unternehmensberichterstattung der SQS wirkt sehr sympathisch und glaubwürdig. So werden etwa die Ergebnisse von Kunden- und Mitarbeiterbefragungen beschrieben sowie messbare Ziele zur Kundenzufriedenheit definiert. Damit ist auch die Einbindung der Stakeholder gut gelungen. «Wir möchten für den nächsten Bericht aber noch mehr Feedback von externen Stakeholdern einholen», sagt Lea Moser von der SQS, die für den Unternehmensbericht zuständig ist. Dieser wird bereits nach den G4-Richtlinien verfasst. Die SQS steigt damit sehr direkt ins GRI-Reporting nach den neuesten Standards ein. «Durch den direkten Austausch mit anderen Firmen, die vor der gleichen Herausforderung stehen, war der Workshop für uns sehr hilfreich», findet Moser.

Übersichtlich, ehrlich und ansprechend

Aus den Workshops wurde deutlich: Wer die Kernthemen, die es bei GRI grundsätzlich zu beachten gilt, in seinem Bericht abdeckt, macht schon vieles richtig. Abgesehen davon ist aber auch die attraktive und leserfreundliche Aufmachung relevant. Ein Storytelling etwa macht einen Bericht lebendiger und hebt ihn von den anderen ab. Der Leser, ob Kunde oder Auditor, soll sich bei der Lektüre schliesslich nicht langweilen oder durchkämpfen müssen. Und wer seinem Bericht ein aufrichtiges, einladendes Vorwort voranstellt, gibt damit zugleich eine gute Visitenkarte seines Unternehmens ab.

Die Umstellung auf die vierte Version der GRI-Richtlinie, die bis Ende 2015 vollzogen werden muss, wird dieses Jahr viele Unternehmen beschäftigen. Um sie dabei zu unterstützen, bietet die Öbu zusammen mit der FHNW und anderen Partnern weitere Workshops und Veranstaltungen an.

Simone Nägeli, Öbu Kommunikation ■