

26.10.2022 – 08:00 Uhr

So belegen Unternehmen Nachhaltigkeit in der Kommunikation



Zürich (ots) -

Wenn Unternehmen zu ihrem Nachhaltigkeitsengagement kommunizieren, belegen sie es überwiegend mit formellen Formaten wie dem Nachhaltigkeitsbericht, Zertifizierungen oder eigenen Verhaltens- bzw. Lieferantenkodizes. Das ist ein zentrales Ergebnis aus dem aktuellen PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor. An der Befragung zur Bedeutung von Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskommunikation haben 244 Kommunikationsprofis aus Deutschland und der Schweiz teilgenommen.

Demnach wird Nachhaltigkeit zwar bereits bei der überwiegenden Mehrheit der deutschen und schweizerischen Unternehmen grossgeschrieben: 83 Prozent der Befragten geben an, dass sie in ihrer Firma eine sehr wichtige bzw. eher wichtige Rolle spielt. Doch nur bei einer Minderheit ist Nachhaltigkeit fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und somit stark integriert im Unternehmen (45 Prozent). Etwas weniger integriert, aber dennoch strategisch angegangen wird Nachhaltigkeit bei einem guten Viertel der Befragten: 22 Prozent haben eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie neben der Unternehmensstrategie. In fast jedem dritten Unternehmen gibt es hingegen keine Strategie für Nachhaltigkeit (29 Prozent).

Ebenso ein gutes Drittel kommuniziert bisher nicht über die eigene Nachhaltigkeit (34 Prozent). Bei einer deutlichen Mehrheit der Befragten findet allerdings bereits Nachhaltigkeitskommunikation statt (63 Prozent). Dabei belegen die meisten ihr Engagement mit formellen Formaten: An erster Stelle steht der Nachhaltigkeitsbericht (62 Prozent), an zweiter Stelle Zertifizierungen (60 Prozent) und an dritter Stelle Verhaltens- bzw. Lieferantenkodizes (39 Prozent).

Eine Minderheit untermauert das eigene Nachhaltigkeitsengagement mit anderen Kommunikationsformaten wie z.B. Vorträgen, Videos, Newslettern und Medienmitteilungen (13 Prozent) oder durch sonstiges Engagement wie etwa der Teilnahme an Initiativen, Awards oder Studien (9 Prozent). Jedes zehnte Unternehmen kommuniziert zwar über die eigene Nachhaltigkeit, liefert aber keine Belege (11 Prozent).

Umweltaspekte nehmen den meisten Platz in der Nachhaltigkeitskommunikation der befragten Unternehmen ein: 91 Prozent berichten etwa über ihren Beitrag zu Klima- und Umweltschutz oder zu ihren CO2-Emissionen. An zweiter Stelle der kommunizierten Nachhaltigkeit stehen soziale Aspekte: 74 Prozent informieren z.B. über Arbeits- und Gesundheitsschutzmassnahmen, Vereinbarkeit von Beruf und Familie oder Ausbildungsprogramme im Unternehmen. Etwas seltener wird hingegen über unternehmerisches Wirken zum Wohl der Gesellschaft berichtet, etwa durch Spenden, Stiftungen oder Corporate Volunteering-Angebote (67 Prozent). Der verantwortungsvolle Umgang mit den Marktteilnehmenden - z.B. durch faire Kunden- und Dienstleisterbeziehungen oder Antikorruptionsmassnahmen - ist bei der Hälfte der Befragten Thema der Nachhaltigkeitskommunikation (51 Prozent).

Die Ergebnisse auf einen Blick:

1. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

- Sehr wichtig + eher wichtig 83%
- Eher unwichtig + vollkommen unwichtig 15%
- Weiss nicht 2%

2. Wie integriert ist Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

- Nachhaltigkeit ist fester Teil der Unternehmensstrategie 45%
- Es gibt keine Nachhaltigkeitsstrategie 29%
- Es gibt eine Nachhaltigkeitsstrategie neben der Unternehmensstrategie 22%
- Weiss nicht 4%

3. Kommuniziert Ihr Unternehmen über die eigene Nachhaltigkeit?

- Ja 63%
- Nein 34%
- Weiss nicht 3%

4. Wie belegt Ihr Unternehmen sein Nachhaltigkeitsengagement in der Kommunikation?

- Nachhaltigkeitsbericht 62%
- Zertifizierungen 60%
- Verhaltens- bzw. Lieferantenkodizes 39%
- Sonstige Kommunikation und PR 13%
- Nachhaltigkeitsengagement wird nicht belegt 11%
- Sonstiges (Initiativen, Awards, etc.) 9%
- Weiss nicht 3%

5. Zu welchen Aspekten von Nachhaltigkeit kommuniziert Ihr Unternehmen?

- Umwelt (Klima- und Umweltschutz, CO2-Emissionen, etc.) 91%
- Mitarbeitende (Arbeits- und Gesundheitsschutz, Diversity, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Aus- und Weiterbildung, etc.) 74%
- Gesellschaft (Corporate Volunteering, Stiftung, Spenden, Sponsoring, etc.) 67%
- Markt (Kundenbeziehungen, Qualität, Menschenrechte, Korruptionsbekämpfung, etc.) 51%

Quelle: Online-Umfrage von news aktuell und Faktenkontor im Februar 2022 unter 244 (Fragen 1-3) bzw. 142 (Fragen 4-5) Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und Agenturen in Deutschland und der Schweiz.

Über news aktuell

news aktuell (Schweiz) AG wurde im Jahr 2000 von der nationalen Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA als Joint-Venture mit der deutschen Presseagentur dpa gegründet und gehört mittlerweile vollständig zur dpa-Gruppe. news aktuell verschafft Unternehmen und Organisationen einen effektiven Zugang zu Medien und Öffentlichkeit. Über die smarten Tools ots und renteria gelangen PR-Inhalte an alle Medienformate wie klassische Printtitel, Online-Portale oder soziale Netzwerke. Das Verbreitungsnetzwerk ots stellt Reichweite und Relevanz für multimediale PR-Inhalte her. Die PR-Software renteria bietet Qualitätskontakte für die persönliche Ansprache von Medienschaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundschaft auf der Plattform www.presseportal.ch. Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten rundet das Angebot ab. Somit werden weltweit alle relevanten Zielgruppen erreicht, von Redaktionen, über digitale Influencerinnen und Influencer bis hin zu fachspezifischen Blogs.

Pressekontakt:

news aktuell (Schweiz) AG
 Janina von Jhering
 Stellvertretende Leiterin Konzernkommunikation
 Telefon: +49 40/4113 - 32598
 vonjhering@newsaktuell.de
<https://twitter.com/JvJhering>

Medieninhalte



Bei Nachhaltigkeitskommunikation belegen Unternehmen ihr Engagement am häufigsten mit Nachhaltigkeitsberichten, Zertifizierungen und eigenen Verhaltens- bzw. Lieferantenkodizes. Das ist ein Ergebnis aus dem PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor. An der Befragung zum Themenkomplex Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitskommunikation haben 244 Kommunikationsprofis aus Deutschland und der Schweiz teilgenommen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100897227> abgerufen werden.