



Was müssen Unternehmen für Klima und Umwelt leisten?

Media Planet/Der Standard | Seite Z02 | 31. März 2023
Auflage: 52.176 | Reichweite: 549.000

respACT

VORWORT

Was müssen Unternehmen für Klima und Umwelt leisten?

Konsument:innen suchen nachhaltige Produkte. Bewerber:innen arbeiten lieber bei Unternehmen, die zum Klima- und Umweltschutz beitragen. Künftig werden auch Lieferant:innen und Investor:innen bei Unternehmen nachfragen, wo sie in Sachen Nachhaltigkeit stehen.



Mag. Daniela Knieling,
Geschäftsführerin von respACT - Österreichs führender Plattform für nachhaltiges Wirtschaften

Text
Mag. Daniela Knieling

In Europa stellen neue gesetzliche Regelungen Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit vor neue Herausforderungen. Immer mehr Menschen möchten von Unternehmen wissen, wie sie Umwelt und Gesellschaft neben den wirtschaftlichen Zielen in ihren Geschäften berücksichtigen. Denn Anleger:innen wollen oder müssen künftig in klimafreundliche und sozial verträgliche Projekte und Unternehmen investieren. Ein Nachhaltigkeitsbericht gibt einen Überblick und erleichtert die Auswahl. In der Vergangenheit waren es vor allem Großunternehmen, die Nachhaltigkeitsberichte als Ergänzung zu ihren Geschäftsberichten veröffentlichten. Seit dem Jahr 2017 sind alle Unternehmen mit Börsennotierung sowie Banken und Versicherungen, die im Jahresdurchschnitt mehr als 500 Arbeitnehmer:innen beschäftigen, verpflichtet, einen nicht finanziellen Bericht im Lagebericht aufzunehmen. Sie müssen Informationen veröffentlichen, die sich auf Umwelt-, Mitarbeiter:innen- und Sozialbelange, Achtung der Menschenrechte sowie auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung beziehen.

In Österreich wird die Anzahl der Unternehmen, die einen Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichen müssen, künftig auf voraussichtlich über 2.000 steigen. Dies

bewirkt die sogenannte Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD); jene Verordnung, die Schwellenwerte festlegt.

Es gibt bereits verschiedene Standards und Rahmenwerke, wie die Global Reporting Initiative (GRI) oder den SDG-Kompass, die Unternehmen Werkzeuge und Informationen bieten, um Nachhaltigkeit in ihrer Geschäftsstrategie zu verankern. Allerdings sind solche Berichte häufig nur schwer zu vergleichen, da manche Akteure:innen vor allem jene Bereiche herauspicken, die sie sehr positiv darstellen.

Für Einsteiger:innen sind die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDG) ein international anerkannter Leitrahmen, der Unterstützung bietet, damit Strategien, Ziele und Geschäftsaktivitäten nachhaltig gestaltet, gesteuert und kommuniziert werden können. Der Aufwand für eine solche Bestandsaufnahme lohnt sich, denn es ergeben sich daraus für Unternehmen neue Wachstumsmöglichkeiten und günstigere Risikoprofile. Eine nachhaltige Strategie bietet Marktchancen für alle, die innovative und wirksame Produkte und Dienstleistungen entwickeln und bereitstellen können. ■

www.respact.at