



Orientierung im ESG-Reporting schaffen

Neben regelkonformen, vergleichbaren Daten erwarten Stakeholder vom ESG-Reporting vor allem eines: Orientierung. Sie wollen verstehen, was Zahlen bedeuten, welche Strategie dahintersteht und wie ernst Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsziele verfolgen.



ESG-Reporting entwickelt sich zu einem zentralen Instrument der Unternehmenskommunikation. Wer Zahlen verständlich einordnet, transparent kommuniziert und dazu Storytelling gezielt einsetzt, schafft Vertrauen – und positioniert sich glaubwürdig im Nachhaltigkeitsdiskurs.

- **Schaffen Sie Kontext bei Ihren ESG-Daten**
 - Warum wurden Ziele gesetzt?
 - Wie passen sie zum Geschäftsmodell?
 - Welche Zielkonflikte bestehen?
- **Gutes ESG-Storytelling bedeutet nicht Inszenierung, sondern Erklärung**
 - Es macht komplexe Zusammenhänge durch Beispiele verständlich
 - Es zeigt Entwicklungen statt nur Ergebnisse
 - Es benennt auch Herausforderungen und offene Punkte
- **Glaubwürdigkeit entsteht durch Transparenz**
 - Benennen Sie Unvollständigkeiten offen
 - Erklären Sie Veränderungen in der Datenbasis
 - Zeigen Sie nicht nur Fortschritte, sondern auch offene Baustellen
- **Das richtige Storytelling am richtigen Ort**
 - Strukturiertes Storytelling als Beispiele für Standardangaben im Bericht
 - Freieres, anekdotisches Storytelling eher in CEO-Statements und Websites
 - Storytelling, um direkte Stakeholderdialoge interessanter und wirksamer zu machen
- **Bewertung und Verantwortung bleiben menschlich, KI hilft als Werkzeug**
 - Bei der Strukturierung von Inhalten
 - In Konsistenz- und Vollständigkeitsprüfungen
 - Bei Datenanalysen (z. B. Gap-Analysen)

Unser Podcast-Partner



Ausführliche Hintergrundinformationen zum Thema bietet unser Podcast Berichtenswert, der in Kooperation mit SustainServ entsteht. Sie finden ihn auf allen gängigen Plattformen.

linkgroup