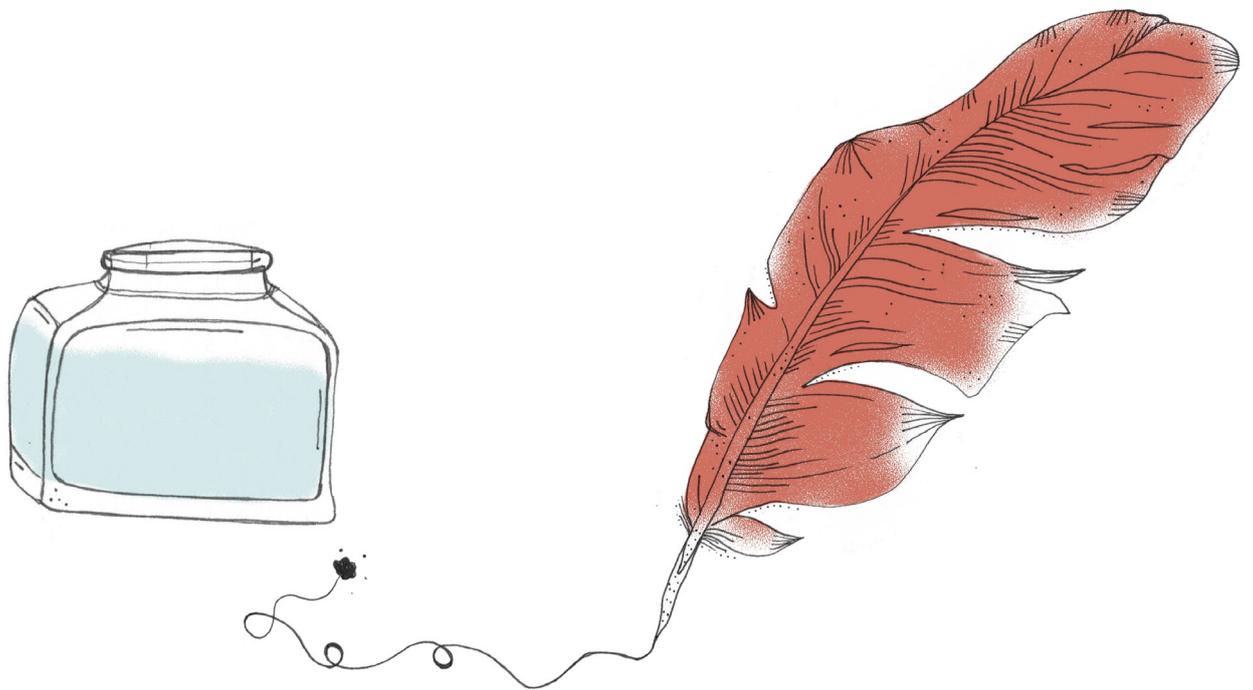


Center for Responsible Management
www.responsible-management.at

ETHICAL REPORTING

Glaubwürdig Berichten schafft Vertrauen



„Ein CSR-Bericht ist nicht glaubwürdiger als die Glaubwürdigkeit,
die sich ein Unternehmen in der Realität erarbeitet hat.“

Andreas Troge



ETHICAL REPORTING

Reflektieren statt Verlautbaren

Ist Ihnen eine glaubwürdige CSR-Kommunikation wichtig? Wollen Sie hohle Phrasen und Beschönigungen vermeiden? Kennen Sie das Feedback Ihrer Kritiker? Möchten Sie authentisch kommunizieren? Wollen Sie Differenzen im Handeln und Berichten vermeiden? Sind Sie offen für Veränderung? Ethical Reporting stellt Ihre CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation auf solide Beine und unterstützt so Ihre Legitimation.

Ethical Reporting

- » Kommuniziert ausgewogen positive und negative Aspekte
- » Bindet die Positionen Ihrer – auch kritischen – Stakeholder ein
- » Setzt auf die wesentlichen Themen Ihrer Verantwortung
- » Bringt einen neuen, offenen Stil in Ihre (CSR)-Kommunikation
- » Erhöht die Berichtsqualität
- » Baut Glaubwürdigkeit auf und stellt Vertrauen in Ihr Unternehmen her

DIE HERAUSFORDERUNG

Von der Image-Broschüre zum Dialog-Instrument

Die Anzahl der Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte steigt von Jahr zu Jahr. Die EU-Kommission hat im April 2014 beschlossen, die Berichterstattung nicht-ökonomischer Faktoren für Unternehmen ab 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verpflichtend zu machen. Das ist ein starkes Signal und zeigt die steigende Bedeutung der Verantwortung von Unternehmen für Umwelt und Gesellschaft.

Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte sind ein wichtiges Kommunikationsinstrument. Sie bringen Transparenz, schaffen Glaubwürdigkeit und stellen Vertrauen in das Unternehmen her. Gleichzeitig sind Berichte aber per se Einwegkommunikation. Das birgt den Irrglauben, allein mit dem Bericht eine positive Reputation des Unternehmens steuern und kontrollieren zu können.

In der Vergangenheit wurden Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte oft als Marketing-Instrument eingestuft – und galten mitunter von vornherein als unglaubwürdig. Das kommt nicht von ungefähr. Das Motto „Tue Gutes und sprich darüber“ führt oft dazu, das Gute zu überzeichnen, jedes noch so kleine Detail anzuführen, in den Aussagen und im Stil werblich aufzutreten und in ihren Zielsetzungen schwammig zu bleiben. So verfehlt CSR-Kommunikation ihr eigentliches Ziel: die Legitimation. Ethical Reporting schafft genau das – durch Dialog und echte Reflexion.

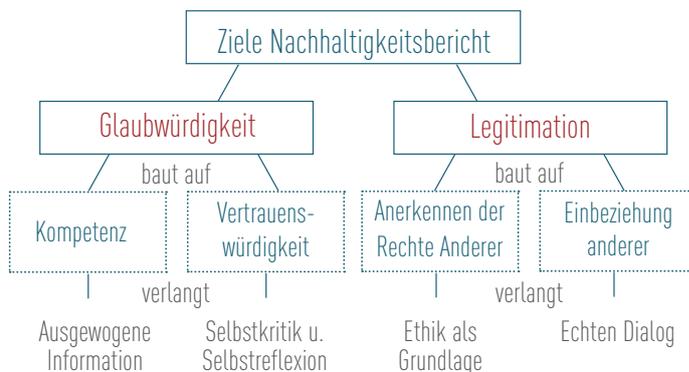
UNSER ANGEBOT

Legitimation

Wir machen Ihr Reporting authentisch und glaubwürdig

Vertrauen und Glaubwürdigkeit brauchen ein ehrliches und offenes Herangehen. Und eine ausgewogene Kommunikation von positiven, aber auch negativen Aspekten der Geschäftstätigkeit. Das erfordert Selbstreflexion genauso wie das Einholen von Meinungen und Feedback durch Dialog und Diskurs mit Ihren internen und externen Stakeholdern. Wir begleiten Sie bei diesem Prozess der ehrlichen Innenschau und erarbeiten mit Ihnen ein Reporting Konzept anhand der vier Kernprinzipien von Ethical Reporting:

1. Ausgewogene Information – nicht nur Selbstbild
2. Selbstreflexion und Selbstkritik
3. Anerkennung von Ethik und Rechten anderer
4. Echter Diskurs

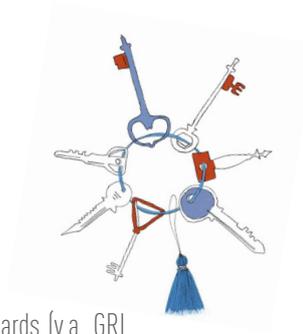


MEHR ALS EIN BERICHT

IHR NUTZEN

Glaubwürdigkeit,
Legitimation
und Vertrauen

DIE UMSETZUNG



Ihr Weg zum Ethical Report

Ethical Reporting verknüpft die neuesten internationalen Reporting Standards (v.a. GRI G4) mit den Ethical Reporting Principles. Diese setzen wir mit Ihnen in Ihrem Bericht um. Als One-Stop-Shop begleiten wir Sie von der ersten Idee bis zur Veröffentlichung.

Profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung mit Corporate Social Responsibility, Public Relations und Nachhaltigkeit. Dazu kommen Spezial-Know-how zu CSR-Kommunikation, unsere wissenschaftliche Expertise und internationale Vernetzung. Unsere Kooperation mit der Schreibagentur garantiert einen klaren und auf Ihre Unternehmenskultur abgestimmten Stil in Wort und Tonalität.

Die 10 Schritte zum Ethical Report*

1. Analyse Ihrer Kommunikation

Wir beleuchten Ihre CSR- und Nachhaltigkeitskommunikation nach Faktoren wie Kommunikationsstil, Greenwashing-Kriterien, GRI-Indikatoren oder der Behandlung wesentlicher Themen.

2. Risikoanalyse (Risk Assessment)

Wir eruieren und diskutieren mit Ihnen Schwachstellen und mögliche Risiken für die Reputation und zeigen Verbesserungspotenzial auf.

3. Fokussierung und Konzept

Gemeinsam mit Ihnen definieren wir die Zielsetzung des Reports und erarbeiten das Konzept. Wir entwickeln ein Motto bzw. einen roten Faden für die Inhalte und die Gestaltung.

4. Stakeholder Einbindung

Darauf aufbauend planen wir mit Ihnen die Einbindung der Stakeholder – von Interviews bis zu Events. Ziel ist eine offene, qualitative Auseinandersetzung mit dem Unternehmen.

5. Wesentlichkeitsmatrix

Sie ist das Herz des Reports. Zentral: die Rahmenbedingungen nach dem Out-In-Prinzip, das Eingehen auf die Kernthemen und -probleme sowie das Ansprechen der Dilemmata.

6. In-house Briefing

Anschließend setzen wir mit Ihnen die G4-Indikatoren für Ihren Report fest. Wir briefen alle Personen, die wesentliche Informationen liefern. Das garantiert einen effizienten Ablauf.

7. Kommunikationsstil

Parallel dazu planen wir mit Ihnen die Kommunikationselemente im Bericht und holen Statements von Testimonials ein. Immer mit dem Ziel, Glaubwürdigkeit zu erreichen.

8. Textredaktion

In der Schreibphase unterstützen wir Sie bei allen G4-relevanten Fragen. Je nach Bedarf übernehmen wir die Textierung für Sie oder begleiten Sie bei der Redaktion.

9. GRI-Check

Wir erstellen den G4 Index und überprüfen die Erfüllung der Indikatoren.

10. Veröffentlichung

Wir unterstützen Sie bei der Veröffentlichung des Berichts in Print und online. Zudem erarbeiten wir mit Ihnen die interne und externe Kommunikationsstrategie zur Verbreitung des Berichts und der Inhalte.

*Die Module können auch einzeln kombiniert werden.

Sie möchten mehr erfahren?
Wir informieren Sie gerne in einem persönlichen Gespräch.

KONTAKT

Barbara Coudenhove-Kalergi

T: +43-699-117 78 808

E: b.coudenhove-kalergi@responsible-management.at

Gabriele Faber-Wiener

T: +43-664-100 79 41

E: g.faber-wiener@responsible-management.at