

Ich nehme wahr, dass in den letzten Jahren die Wirtschaftsförderungen sehr aktiv geworden sind und auch ganz innovative Ansätze haben. Die tauschen sich, glaube ich, noch viel zu wenig darüber aus, was für tolle Ansätze es gibt. Wenn zum Beispiel in Sachsen eine Wirtschaftsförderung, Start-up-Förderung macht und sagt, wenn ihr früher in die Amortisation kommt und euer Geschäftsmodell funktioniert, was ein nachhaltiges ist, dann erlassen wir euch auch eine Fördersumme zum Beispiel oder ihr bekommt günstigere Zinskonditionen, wenn das ein nachhaltiges Geschäftsmodell ist.

Herzlich willkommen zu Voices For Future, dem Podcast von Funke For Future. Ein Podcast für zukunftsfähiges Denken und Handeln. Hier sprechen wir mit Menschen, die mit klarer Haltung, fundierter Perspektive und viel Erfahrung daran arbeiten, Wirtschaft nachhaltiger zu gestalten.

Heute nehmen wir einen besonderen Anlass zum Ausgangspunkt unseres Gesprächs – den Earth Day. Weltweit erinnert dieser Tag daran, dass wirtschaftliches Handeln immer auch Verantwortung gegenüber unserem Planeten bedeutet und dass Zukunftsfähigkeit nur gelingt, wenn wir ökologische, soziale und wirtschaftliche Perspektiven zusammendenken. Bei Funke veröffentlichen wir unseren Nachhaltigkeitsbericht bewusst an diesem Tag. In diesem Jahr steht er unter dem Leitmotiv, das zugleich einfach und anspruchsvoll ist. Respekt gegenüber Ressourcen, gegenüber Menschen entlang von Wertschöpfungsketten und gegenüber den Generationen, die nach uns kommen. Genau darüber sprechen wir heute mit Yvonne Zwick. Sie ist Vorsitzende von Baum e.V. Und gehört seit vielen Jahren zu den wichtigen Stimmen an der Schnittstelle von Wirtschaft, Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung. Gemeinsam schauen wir darauf, welche Rolle die Nachhaltigkeitsberichterstattung heute wirklich spielt, zwischen Regulierung, strategischer Steuerung und der Frage, wie Unternehmen Vertrauen schaffen. Hallo Yvonne, schön, dass du heute bei uns bist.

Danke für die Einladung.

Sehr gerne. Yvonne, du bist Vorsitzende beim Baum e.V.

Was genau machst du denn da und was ist der Baum e.V.? Stell das doch kurz einmal den Zuhörerinnen und Zuhörern vor.

Als Vorsitzende organisiere ich einen Unternehmensverband und das ist ganz klassisch, ganz viel Gremienarbeit, besonders in diesem Monat. Da mache ich eine Gremiensitzung nach der anderen, um so richtig Schwung zu nehmen fürs zweite Quartal und stimme ganz viel ab an Ideen, an Konzeptskizzen etc., damit wir da zügig in die weitere Ausplanung des gesamten Jahres kommen. Weil wir haben nur mal als Beispiel in einer Mitgliederversammlung, in der rund die Hälfte auch Unternehmen als stimmberechtigte Mitglieder dabei sind, das Jahresschwerpunktthema Risikomanagement festgelegt.

Und da kam natürlich im Nachgang der Arbeitsprozess in Gang, wie formuliert man das jetzt attraktiv und aktiv? Und daraus wurde dann ein Vorschlag meiner frisch gewählten Vorstandskollegin Marion Solbach, Risiken meistern, Chancen nutzen, um das eben auch aktiv zu formulieren. Und so sind wir auch schon in einen Neujahrsempfang gegangen, Anfang des Jahres, wo wir gleich zum Anfang die Messlatte hochgehängt haben dafür, wie wir dieses Thema angehen. In einem neu besetzten Vorstand, wo eben besagte Marion Solbach jetzt dabei ist, die Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagerin bei Metro AG und Galeria Kaufhof war, von daher ganz viel Background mitbringt aus dem Handel. Und Marion Solbach, die beim Ostdeutschen Sparkassenverband mir zuerst über die Füße lief, dann beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband und eben mit dieser Perspektive der Banken und Mittelstandsfinanzierer in den Regionen vor Ort, weiß, was auch eine Sustainable Finance Disclosure Regulation mit sich bringt für die Realwirtschaft. Und unsere Arbeit ist im Wesentlichen, alle, die sich mit Nachhaltigkeitsregulierung, Nachhaltigkeitsmanagement, die als Überzeugungstäterinnen und Täter Unternehmen gegründet haben vor 40 Jahren oder auch heute noch als Startups unterwegs sind und immer mal wieder mit Schwierigkeiten und Hindernissen zu tun haben, die miteinander in Dialog zu bringen auf Plattformen, die wir schaffen.

Das sind dann Digitaldialoge und Konferenzen, Tagungen, aber auch Kooperationen mit Dritten, um zu helfen, im kollegialen Dialog weiterzukommen, auf neue Ideen, in neue Partnerschaften zu schlittern. Wir schaffen ganz viele Anlässe für Zufälle, wo man sich begegnen kann und dazu sind eben alle transformationsinteressierten Unternehmen auch eingeladen, eben weil wir unsere Veranstaltung immer bei Design nicht nur für die eigene Mitgliedschaft machen, sondern immer auch mit Strahlkraft für Neugierige außerhalb.

Super. Ja, Funke ist ja auch Mitglied beim Baum e.V. und der Anlass unserer heutigen Podcastaufnahme ist ja die Veröffentlichung des nächsten Nachhaltigkeitsberichts von Funke. Und wir veröffentlichen den ganz bewusst am Earth Day, weil wir sagen, naja, der Earth Day erinnert ja weltweit daran, dass unser wirtschaftliches Handeln ja immer auch Auswirkungen auf unsere Umwelt und unseren Planeten haben. Dieses Jahr steht der Nachhaltigkeitsbericht unter dem Motto Respekt. Und wenn du dieses Wort im Kontext von Nachhaltigkeit hörst und Nachhaltigkeitsberichterstattung hörst, woran denkst du dazu erst?

Also reflexhaft denke ich Respekt vor den Andersdenkenden.

Wieso?

Wenn ich mir vorstelle, also ich bin ja oft genug nicht einer Meinung mit anderen Leuten...

Das kommt im Nachhaltigkeitsmanagement vor, das bringt sdas so mit sich.

Und mir vermittelt dann jemand das Gefühl, die Frau hat sie nicht alle oder die ist zu dumm, die schafft das nicht. Intellektuell so umreißend, so ein bisschen wie bei, ich denke jetzt an Harpe Kerkeling und das witzige Musikstück, was die mal ausgeführt haben mit dem Hurz. Da fehlt mir der intellektuelle Zugang. Dann mache ich ja zu. Dann bin ich schon raus aus dem Dialog, habe innerlich abgeschaltet und gehe meine eigenen Wege und gehe in meine Ecke schmolle vielleicht oder schaffe mir meine eigene Echokammer. Kennen wir ja heute auch zu Genüge.

Deswegen Respekt vor den Andersdenkenden, die vielleicht auch anders an dieses ganze Thema rangehen. Das ist eine Tugend, die habe ich in 16 Jahren Berufstätigkeit für den Rat für nachhaltige Entwicklung gelernt, wo ja auch die globalen Nachhaltigkeitsziele entwickelt und verabschiedet wurden auf Ebene der Vereinten Nationen 2015. Und was ich da gelernt habe, das war das Handwerk der Stakeholder-Dialoge mit Unternehmen auf der einen Seite, Kapitalmarktakteuren auf der anderen Seite, aber eben auch von Nationen. In der Zeit, in der ich da gearbeitet habe, haben wir nämlich Peer Review durchgeführt für die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie und hatten dafür geschaffen. Expertinnen und Experten aus anderen Ländern weltweit eingeladen, auf die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie zu schauen und dann auch wiederum mit Stakeholdern ins Gespräch zu gehen, die ja auch jeweils aus einer ganz eigenen Perspektive auf dieses politische Programm schauen. Ein BDI schaut da anders drauf als ein BUND. Ein Städtetag anders als das Bundeskanzleramt. Und das zusammenzubringen und zu schauen, was der Common Ground ist, das ist meine Haltung, mit der ich eben auch stets im Respekt auf Andersdenkende Versuche zuzugehen, zum Dialog einzuladen und herauszufinden, was ist das, was Ihnen Ängste...es gibt ja genug Verlustängste zum Beispiel, die treibende Kräfte sind oder auch ganz konkrete wirtschaftliche Nöte auslösen.

Und wie wir als Nachhaltigkeitsexpert*innen vielleicht auch Lösungen darauf finden können, um diese Nöte zu lindern und tatsächlich halt in eine gedeihliche Wirtschaft zum Beispiel, die dann auch bis hin auf Haushaltsebene sich niederschlägt, in guten Löhnen die Wertschätzung für getane Arbeit bedeuten etc. ausdrückt.

Und ich glaube, dass Respekt einfach der erste Einstieg ist, wieder auf eine Vertrauensbasis zu kommen, auf der man überhaupt zur Zusammenarbeit in der Lage ist.

Und auch respektvolle Kommunikation miteinander. Wenn ich mir angucke, wie mittlerweile Phrasen durchs Dorf getrieben werden, ohne dass danach es in eine richtige Debatte geht, zollt auch nicht von sehr viel Respekt im Umgang miteinander.

Ja.

Und das bringt mich so eigentlich zum zweiten Punkt, Debatte Lieferkettengesetz. Absägen und wegflexen und was hieß es da nicht alles. Viele Unternehmen, die mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung befasst sind, sind ja durch eine Phase gegangen mit dem Omnibus. Erst hieß es, du musst alles berichten, dann wird alles zurückgerollt. Dann war das Lieferkettengesetz da, dann war es wieder nicht da, jetzt wurde es wieder geändert. Siehst du das Thema Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeitsberichterstattung als ja immer noch strategischen Hebel oder sagst du, ja mal gucken, was bei der EU dann irgendwie, was die sich nächstes Jahr mal ausdenken?

Also ich glaube, wenn man rauszoomt aus den ganzen Niederungen der Akronymparty, dann erkennt man lange Linien. Und ich glaube tatsächlich daran, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung ein Hebel ist, insbesondere für die, die den Hebel in die Hand nehmen. Wenn man das lustlos betreibt, einmal im Jahr als Pflichtübung und man ist froh, wenn es rum ist, dann hat die Excel-Tabelle ihren Dienst getan und die Veröffentlichung ist der Termin, wo man das Besteck fallen lässt und sich wieder anderen Dingen zuwendet. Das ist völlig normal bei Leuten zum Beispiel, ich habe schon so Situationen gehört von Banken, dass dort die Vorstandsassistentin das nebenbei machen muss.

Okay.

Als Bankpräsidenten zum Beispiel, jetzt bei einer kleinen, wirklich kleinen Bank. Und dass die dann was anderes macht, ist völlig klar. Aber ihr Job ist eigentlich dann auch nicht den Hebel in der Hand zu halten, sondern es müsste eigentlich ihr Vorgesetzter tun. Dann eben reingehen und schauen, ah, was haben wir denn jetzt alles erhoben an Daten? Und wo sind die Möglichkeiten, die wir vielleicht liegen lassen, obwohl wir sie kennen?

Das stimmt.

Und deswegen finde ich den Begriff des Hebels auch so schön, weil der nützt ja nur was, wenn man ihn betätigt. Und insofern, ja, also ich sehe ihn tatsächlich als Mittel zum Zweck. Und die Dynamik, die man sieht, wenn jemand wiederholend in die Berichterstattung geht, das ist zum einen, dass man sportlichen Ehrgeiz entwickelt, die Lücken zu füllen. Habe ich selber auch so erlebt bei Baum, weil da habe ich tatsächlich eine DNK-Erklärung, als ich anfang vor fünf Jahren, als Mittel zum Zweck benutzt, um unliebsame Themen innerhalb meiner eigenen Struktur ansprechen zu können, wo man gerne ein bisschen in der Kulisse verschwunden wäre, die aber nötig ist, wenn man eine glaubwürdige Organisation sein möchte, da auch zu liefern, genauso wie es die Unternehmen tun sollen oder tun, auch ohne zu müssen.

Und das andere ist, dass man versucht, besser zu werden. Und das ist ein Effekt, den hat die EU-Kommission auch evaluiert. Und nach einigen Jahren der Non-Financial Disclosure Regulation, die 2017 in Kraft getreten ist, noch bevor CSRD in aller Munde war, wo man erfahren hat, die Klimaberichterstattung als solche, Scope 1, 2, 3

Emissionsdaten zu erheben, hat in vielen Fällen dazu geführt, dass Reduktionsmaßnahmen ergriffen worden sind, die dann auch messbar und verifizierbar waren. Und das ist ja genau die Dynamik, die wir wollen. Das wird oft so ein bisschen weggeredet, dass es diesen Effekt nicht gäbe. Ich glaube, den gibt es aber, weil wer den Gender Pay Gap kennt, der geht ihn auch an.

Weil er ihn muss, angehen muss.

Eben, klar. Also wenn ich um einen Missstand weiß in der Governance meines Unternehmens und ich gehe ihn nicht an, dann werde ich ja auch meiner Führungsverantwortung nicht gerecht. Und ich glaube, das ist einfach sehr vielen noch nicht klar, dass sie eigentlich aktiv wegschauen, obwohl sie handeln müssten.

Das ist wohl so und ich fand es ziemlich interessant, ich habe in einer Studie gelesen, dass viele Manager sagen, ja CO2-Berichterstattung, das können wir jetzt, das ist gelernt.

Aber dann in der Bertelsmann-Studie steht, dass tatsächliche Umsetzung nicht stattfindet. Also ist es dann irgendwo so ein bisschen die Klimaberichterstattung zum Beispiel zu einem Reporting-Exercise irgendwie vorkommen und es wird dann in die Schublade gelegt. Und ich glaube, da vergeben sich Unternehmen total viel, wenn sie dann nichts machen, weil sie haben ja eigentlich die Daten, um es zu verändern.

Ja, und da passt wieder ganz gut, dass wir dieses Jahr das Thema Risikomanagement als Schwerpunktthema gefasst haben. Weil wenn ich ein Risiko aktiv manage, dann werden daraus Opportunitäten. Zum Beispiel ein CO2 leichteres Geschäftsmodell zu haben oder sogar eins, was auf dem Weg zur Paris-Kompatibilität ist. Damit kann ich eine Story erzählen, dass ich ein Problemlöser bin in der Wirtschaft und dass ich mich auch für Partnerschaften anbiete mit der Politik, die diese Klimaziele ja völkerrechtlich verbindlich gefasst hat.

Und damit mache ich ganz neue Dialogebenen auf mit einer Kommune, mit einem Landkreis, das sich vielleicht auch Sorgen macht. Was passiert mit Extremwetterereignissen in unserer Region oder mit einem Bundesland, wo es eine Nachhaltigkeitsstrategie gibt. Es gibt ja viele Bundesländer, die eine solche haben und die genau diese partnerschaftlichen Ebenen mit Unternehmen suchen. Und dann kommen wir in die Problemlösung hinein und zwar im großen Maßstab.

Also du sagst auch, ein Unternehmen, das jetzt in einem kleinen Ort ist und tatsächlich was machen möchte, sollte auch auf die Lokalpolitik zugehen und sagen, Leute, ihr habt euch auch verpflichtet, was könnt ihr auch für mich tun?

Ja, klar. Weil das geht ja bis hinein in die Wirtschaftsförderung. **Und ich nehme wahr, dass in den letzten Jahren die Wirtschaftsförderungen sehr aktiv geworden sind und auch ganz innovative Ansätze haben. Die tauschen sich, glaube ich, noch viel zu wenig darüber aus, was für tolle Ansätze es gibt, wenn zum Beispiel in Sachsen eine Wirtschaftsförderung, Start-up-Förderung macht und sagt, wenn ihr früher in die Amortisation kommt und euer Geschäftsmodell funktioniert, was ein nachhaltiges ist, dann erlassen wir euch auch eine Fördersumme zum Beispiel. Oder ihr bekommt günstigere Zinskonditionen, wenn das ein nachhaltiges Geschäftsmodell ist, was hilft ökologische und gesellschaftliche Probleme in der Region zu lösen. Und das finde ich einfach gigantisch.** Und genau den Weg gehen Banken ja auch in ESG-Ratings für Kredite. Und gerade in der Sparkassenwelt ist Politik ja auch recht gut in der Regel mit dabei.

Ja, schon, ne?

Als mitgestaltende Kraft. Und insofern begegnet einem Politik ja im Prinzip schon in so einer Sparkassenstrategie, wie sie sich auch andienen, Transformationsfinanzierer in der Region zu sein.

Das ist ja auch ein gutes Stichwort. Das Thema, viele denken jetzt, ach mit der CSRD falle ich nicht mehr drunter, Lieferkettengesetz falle ich nicht mehr drunter, ich muss nichts mehr machen. Aber gleichzeitig kommen ja neue Bankenstandards, Versicherungen wollen mehr wissen und wenn man jetzt wieder an die Nachhaltigkeitsberichterstattung denkt, ist das doch eigentlich auch ein Grund trotzdem weiterzumachen, richtig?

Auf jeden Fall, zumal auch die Medien immer mal wieder Skandale aufdecken, die genau diese Lücke, dass wir das Thema Lieferketten-Sorgfalt noch nicht hinreichend verstanden haben in Deutschland und Europa, aufzeigt. Nur mal ein Beispiel von gestern Abend, Hauptnachrichten, Hauptnachrichten, Tagesschau, die einen Bericht bringt eines Schlachthofs in Spanien, wo industrielle Viehzucht stattfindet und wo die Schweine eben nicht artgerecht gehalten werden. Und dann ein großer deutscher Lebensmittelkonzern, den ich jetzt nicht beim Namen nenne, dann schon wieder in der Verteidigungsargumentation ist, ja wir haben mit diesem Schlachtbetrieb, der beliefert wird von diesem Viehzüchter durchaus fleischbezogen, aber der wiederum hat das nicht von dem Viehhof. Und welche Sorgfaltspflichten wurden ergriffen, um das wirklich verlässlich ausschließen zu können? Sowas würde mich dann immer interessieren.

Und ich glaube halt einfach, dass auch wenn ein Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz oder eine Corporate Sustainability Diligence Directive jetzt zwar in ihrer Wirkmacht beschränkt wurde, es ja trotzdem die lange Linie gibt, zum Beispiel der OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen. Und jetzt ist ja die Frage, was ist ein multinationales Unternehmen? Da kann ich den

Kreis auch wieder eng oder groß ziehen. Ist das nur ein Konzernthema oder ist das auch eins für den großen relevanten Mittelstand, der einen Hebel in der Hand hat, egal ob für Nachhaltigkeit oder fürs Wegschauen und fällt er drunter oder nicht?

Und ich bin der Meinung, wir sollten auch die OECD-Leitsätze in diesem Jahr ganz besonders nochmal würdigen, weil sie dieses Jahr ein 50. Jubiläum fahren.

Und das war ja ein freiwilliger oder ist ein freiwilliger prinzipienbasierter Ansatz, der mit dazu beigetragen hat, dass es in den OECD-Staaten nationale Kontaktstellen gibt, wo sich sowohl Verbraucherinnen als auch Mitarbeitende in multinationalen Unternehmen hinwenden können, auch aus Drittländern, wenn sie eine Verletzung dieser Leitlinien feststellt. Und da sind im Wesentlichen menschenrechtliche Sorgfaltspflichten drin.

Und da schließt sich für mich intellektuell dann wieder ein Kreis, aha, wir haben eine geschwächte Regulierung, die das Richtige beabsichtigt hat, möglicherweise überzogen, deswegen auch die starke Reaktanz, die Abwehrmechanismen und Bürokratieabbau mit großem Gezeter und sehr harschen Begriffen.

Aber das Anliegen, was dahinter war, war ja ein richtiges. Und deswegen sind wir jetzt momentan auch als Baum e.V. im Gespräch mit französischen Partnern, wie wir auf europäischer Ebene einen neuen, mehr marktbasierter Ansatz auch fahren können, um die OECD-Leitsätze in Wert zu setzen, aufzupolieren wie ein Kristall, der ein bisschen Patina angesetzt hat und wieder stärker auf den Aufmerksamkeitsradar zu schieben.

Das finde ich super, weil ich glaube, niemand wird sagen, ich möchte, dass Sklaven für mich arbeiten oder dass Tiere leiden, wenn ich mir irgendwas kaufe. Und ich finde, wir müssen uns das immer irgendwie ins Gedächtnis rufen. Bei allem, was wir tun, was bedeutet das quasi, wenn ich auf meinem iPhone daddle, wo kommt das eigentlich her und wer musste dafür irgendwelchen Minen was schürfen. Und das fällt halt oft irgendwie hinten runter.

Und ich finde, das gehört halt auch mit in die Berichterstattung eines Unternehmens. Was tun die in Bezug auf Sorgfaltspflichten und wie kümmern die sich drum?

Ja, absolut. Und als Rana Plaza diese schreckliche Katastrophe war, das war ja das Überraschende, dass bei der EU-Kommission EU-Bürgerinnen und Bürger angerufen haben, um sich zu erkundigen, wie kann es sein, dass europäische Unternehmen dort produziert haben, die hier ganz anderer Regulierung unterliegen.

Und das war ja der Hallo-Wach-Moment da.

Was ich damit sagen möchte ist, die CSDDD ist ja nicht vom Himmel gefallen, sondern es gab einen Anlass, der eben diese Überlegungen in Gang gesetzt hat, wie können wir dem beikommen und woraus diese Regulierungsinitiative resultierte. Und die Antwort auf weniger Verpflichtung ist ja dann jetzt hoffentlich auch belegte freiwillige Aktion.

So ist das. Und glaubst du, dass es mehr unternehmerische Vorbilder braucht, die zeigen, dass Nachhaltigkeit strategisch relevant bleibt, dass man transparent sein kann, ohne dass man gleich irgendwie an den Pranger gestellt wird, unabhängig von irgendwelchen Wahlzyklen oder was gerade Tone from the Top ist?

Ja, unbedingt. Und wir sehen ja auch, dass sie sich exponieren. Ein Michael Otto zum Beispiel, der in aller Munde ist und auch Mitgründungsmitglied bei Baum war zum Beispiel. Diese Unternehmerpersönlichkeiten gibt es ja landauf, landab. Und auch eben die Netzwerke, die Veranstaltungen, die nachhaltigen Wirtschaftsinitiativen, die in den letzten Jahren ja unglaublich zugenommen haben. Teilweise dann auch mit Spartenengagement rein für Klimaschutz oder eben auch auf Paris-Kompatibilität hin, die entsprechenden Plattformen zu schaffen mit einem Fokus auf diese Themen oder eben auch solche Initiativen wie den Baum Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis, der seit 1993 verliehen wird, wo jedes Jahr eine Handvoll solcher Vorbilder...und wir suchen die immer auf allen Hierarchie-Ebenen ganz absichtlich, weil manchmal ja Führung auch von unten kommt oder von der Hierarchie-Ebene, wo man es jetzt vielleicht nicht unbedingt erwartet, dass jemand Leadership übernimmt, aber eben dann doch auch die Nahbarkeit zustande kommt, dass jede Ebene eigentlich auch unternehmerisch tätig ist, indem sie mithilft, so ein Geschäftsmodell zukunftsfit zu machen und auch Treiberinnen und Treiber zu sein.

Oder eben auch ein deutscher Nachhaltigkeitspreis. Und da gibt es jetzt auch die Überlegung, eine europäische Öffentlichkeit zu schaffen mit einem European Sustainability Award. Und wir unterstützen das als Baum sehr stark, weil wir im vergangenen Jahr auch überlegt haben, als Trump an die Macht kam, was ist unser strategischer Ansatz, darauf zu reagieren? Wollen wir vielleicht ein bisschen mehr auch so in den populistischen Bereich einsteigen? Da wurde mir sehr davon abgeraten. Also gut, dann habe ich die Idee zur Seite gelegt. Aber die Botschaft, die ankam, war, der europäische Binnenmarkt ist so groß, dass uns der US-amerikanische Markt im Zweifel egal sein kann, wenn wir es schaffen, den zu integrieren.

Ja, wenn wir Europäer mal an einem Strang ziehen würden.

Genau. Und es gab dieses Frühjahr auch eine Studie, ich glaube sie war vom IW Köln, dass der europäische Binnenmarkt, der nicht integrierte europäische Binnenmarkt, wirkt, wie irgendwas über 40 Prozent soll. 43, 45, 47, kann ich jetzt spontan nicht sagen, können wir nochmal raussuchen für Shownotes oder ähnliches.

Aber das fand ich schon beeindruckend viel und das hebt das ja wieder auf, was da an Getöse und Lärm von der anderen Seite des Atlantiks kommt, wo auch die Unternehmenslandschaft unter diesem Aufmerksamkeitsradar weiter zum Thema Nachhaltigkeit steht.

Total. Und leider wird das halt über die Medien nicht immer so produziert und weitergegeben. Aber ich bin mir sicher, dass auch da Unternehmen weitermachen.

Ja.

Also Stichwort Medien, Stichwort Greenwashing, da kommt jetzt auch demnächst die EmpCo-Richtlinie, die Empowering Consumers Directive, habe ich extra nochmal nachgeschaut, da steigt ja die Anforderung an Transparenz und an Nachweisbarkeit. Da werden dann wahrscheinlich wieder super viele Siegel eingefordert und so weiter und so fort. Wie siehst du die EmpCo denn im Zusammenhang mit der ganzen Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung? Reicht es demnächst, dass ich mir ein Siegel vom Blauen Engel hole und dann ist alles gut oder braucht es dann trotzdem noch so einen Nachhaltigkeitsbericht?

Also es gibt da Schnittstellen. Also insofern, als die EmpCo ja vor allen Dingen auf die konsumentenorientierte Kommunikation zielt. Das heißt, dass die Label, die auf Produkten prangen zum Beispiel und die einen Nachhaltigkeitsmarker darstellen sollen, dass die verlässlich untersetzen müssen, dass es diese Wirkung tatsächlich gibt. Und das Ziel dieser Regulierung ist ja in erster Linie all diese selbst gemalten, dreiblättrigen, ich bin bio oder ganz naturnah oder auch nicht schlecht auf Plastikflaschen, recyclingfähig. Was sagt mir das? Recyclingfähig?

Ja, oder klimaneutral auf so einem Weingummi.

Genau, dass das erstmal aussortiert werden soll. Also alles, was keinen verlässlichen Verifikationsprozess hat. Und ich glaube schon, dass die siegelgebenden Organisationen momentan unter Druck stehen, genau das zu belegen und das so zu belegen, dass sie weiter auf dem Markt agieren dürfen. Ich bin gespannt, wie sich das dann tatsächlich ab September zeigt, weil es gibt da eben auch unterschiedliche Erzählungen. Also von „sie werden verboten“ bis hin zu „müssen quasi im September schon von allen Produkten verschwinden“, was ich mir nicht vorstellen kann, weil es gibt in der Regel Übergangsfristen, innerhalb derer zum Beispiel auch früher produzierte Chargen noch im Handel sein dürfen und in aller Regel gucken in den ersten zwei Jahren die Bürokraten nicht so genau darauf. Also das wissen wir auch. Und wie das aber jetzt tatsächlich zu einer höheren Verlässlichkeit auf Produktebene sorgt und wie das wiederum in die Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert wird.

Weil es dort ja hin und wieder durchaus auch die Beschreibung gibt, wie geht man mit solch konsumentenorientierter Kommunikation um und was für eine Prüfpflicht sich dann möglicherweise auch ableiten lässt für freiwillig berichtende Unternehmen. Das habe ich ehrlich gesagt selbst auch noch nicht durchdrungen, weil diese Frage erst dieses Frühjahr aufkam. Ist aber eine, mit der ich mich auch im nächsten halben Jahr beschäftigen möchte, eben weil die Frage außerhalb unseres Netzwerks an uns herangetragen wurde von einem Verband, mit dem wir in freundschaftlichem Austausch stehen, ich diese Frage ins Netzwerk gegeben habe und zwei Juristen gefragt habe und zwei Einschätzungen bekommen habe. Das ist natürlich immer das Allerschönste. Also

ein Experte für Corporate Governance und das Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung und ein Experte für die EmpCo haben das unterschiedlich eingeschätzt. Ich werde die mal zusammenbringen, auch im Beisein von Unternehmen und dann eben das so ein bisschen challenge lassen, bis man tatsächlich ein Fazit ziehen kann, wie das dann jetzt ganz konkret handhabbar dann auch zu laufen hat. Und dann geben wir solche Informationen auch gerne wieder weiter.

Das ist dann auch wichtig für Unternehmen, die sich genau diese Frage stellen. Und bei uns kommen auch ganz viele Anfragen rein. Ja, was bedeutet das denn jetzt und wie machen wir das? Da müssen wir dann selber auch immer so gucken.

Spannend, spannende Zeiten. ///

Vielleicht nochmal zurückkommend auf das Motto des Nachhaltigkeitsberichts von Funke, Respekt. Respekt gegenüber Umwelt, Menschen, Lieferketten, zukünftigen Generationen. Was meinst du, wenn Unternehmen Nachhaltigkeit dann hoffentlich immer ständig wirklich ernst nehmen, woran würden wir denn erkennen, dass dieser Respekt vorhanden ist, zum Beispiel im Jahr 2030? Was denkst du?

Also ich glaube, gerade wenn ich an das Instrument Nachhaltigkeitsbericht schaue, dann bin ich einfach ein ganz großer Fan immer von KPIs, von Schlüsselindikatoren. Und da würde ich wahrscheinlich bei FUNKE sehr darauf schauen, inwiefern kann ich da den Respekt vor zum Beispiel... Planetaren Grenzen rauslesen? Was steht in einem Vorwort drin zum Beispiel? Oder wie sehen die Umweltkennzahlen aus? Habt ihr eure Ziele erreicht, die ihr euch für 2030 gesetzt habt? Seid ihr auf einem guten Weg? Und wenn nicht, welche Schlüsse wurden daraus gezogen, dass ein Ziel nicht erreicht werden kann? Welche Schwierigkeiten werden gesehen? Ist vielleicht auch etwas zu finden, was außerhalb eures eigenen Verantwortungs- und Einflussbereichs liegt? Wie jetzt zum Beispiel Naturschutz durch Waldschutz? Ist ja ein existenzielles Thema für euch oder eben auch Infrastrukturen, digitale Infrastrukturen, grüne Serverkapazitäten in Europa, digitale Souveränität.

Eine große Herausforderung.

Ja, bis hin zu eben auch hat man eigentlich noch die Abonnementinnen und Abonnenten und Käuferinnen und Käufer für die Medien, die bereit sind für Qualitätsjournalismus zu bezahlen. Und unter welchem Druck steht ihr vielleicht auch ökonomisch da durchzusurfen in diesem aufmerksamkeitsökonomischen Zirkus, in dem wir uns momentan befinden. Und das finde ich heute schon spannend da reinzugucken. Von daher, auf welchem Weg seht ihr euch denn?

Also ich muss sagen, in Bezug auf CO2-Reduktionspfade sind wir glaube ich ganz gut unterwegs. Wobei jetzt durch die kürzlich getätigten Akquisitionen, wir haben ja Gala, Eltern und Brigitte gekauft, die Gruner und Jahr Titel, auch Chefkoch und wir steigern das ganze Thema Streaming durch Channels. Da gehen die Emissionen

schon hoch im digitalen Bereich und da fragen wir uns dann auch. Hm, wie geht man damit um? Also ich glaube, was wir gut im Griff haben, ist im Klimabereich das Thema Print. Da wissen wir, wovon wir reden, wo die Hebel sind. Aber gerade so das Digitale, das birgt dann schon einige Untiefen, sei es beim Programmatic oder beim Streaming.

In Bezug auf Naturschutz und Biodiversität haben wir uns verstärkt mit einem Tool, sodass wir mal gucken können, wo liegen da Knackpunkte und wo können wir da was tun. Das nennt sich AXA Climate. Das kommt also aus der Versicherungswirtschaft.

Und bei den sozialen Komponenten, muss ich sagen, der Gender Parity, da sind wir ganz gut unterwegs. Aber aufgrund der ganzen Verwerfungen, die wir so hatten, mit den Akquisitionen und auch den Desinvestments, müssen wir uns dann nochmal neu justieren.

Also von daher, FUNKE bleibt ein dynamisches Unternehmen. Das bedeutet auch in Bezug auf KPIs und Zielsetzungen müssen wir uns quasi jedes Jahr ein bisschen neu ausrichten.

Was gut gelernt ist, muss ich sagen, ist tatsächlich, dass die Organisation mittlerweile schon richtig Routine hat. Ach, jetzt kommt das Nachhaltigkeitsteam wieder und möchte ihre Zahlen haben. Das ist jetzt schon gelernt und die Reports werden immer, immer besser. Da nochmal ein Dank ans ganze Team, was hinter unserem Sustainability Team steht und alles zuliefert. Von daher sind wir da echt gut unterwegs. Und ja, darfst gespannt sein, was die Zielerreichung angeht. Also ich bin da sehr positiv gestimmt. ///

Und justiert dir dann auch die Maßnahmen, wenn du jetzt sagst, also gerade durch die Akquisitionen sowohl...also Repräsentanz, wahrscheinlich Frauen in Führungspositionen oder was ist dann da das Thema?

Ja, genau.

Wie reagiert ihr dann darauf mit HR zum Beispiel, Personalentwicklung? Gibt es eine aktive Strategie dagegen?

Ja, da darf ich aber nicht zu viel verraten. Na gut, dann schweig. Weil der Bereich Cultural Affairs hat da ein ganz tolles Audit gemacht. Da kommen dann Maßnahmen bei raus. Aber das wird glaube ich erst im Juni richtig kommuniziert werden. Von daher ist meine Kollegin Yvonne Weiß da ganz aktiv unterwegs. Und wir haben uns da einige ehrgeizige Ziele gesetzt, muss ich sagen. Vielleicht ist das nochmal Thema für eine neue Folge.

Ja, oder für ein Gespräch im Sommer dann einfach, vor der Sommerpause.

Genau.

Naja, und digitale Infrastrukturen ist ja das andere, das beschäftigt uns alle.

Ja, und die Transparenz, wie die Emissionen zustande kommen. Wird das wirklich alles mit grünem Strom betrieben oder nicht, wo liegen die Daten das ist schon eine Herausforderung an die Informationen zu kommen, vor allem weil es dann auch wieder einige wenige Unternehmen sind und, die sind da manchmal nicht so transparent leider.

Also Dialogaufgabe.

Dialogaufgabe, genau, Stakeholder Dialog.

Dialogaufgabe.

Genau, ja und damit bin ich eigentlich auch schon am Ende unserer Podcast-Folge Ich habe aber noch eine Abschlussfrage, liebe Yvonne, die stelle ich jedem meiner Gäste. Wenn du die Zukunft, an die du glaubst, in einem Satz beschreiben würdest, wie würde der lauten?

Balance in allen Bereichen gefunden zu haben und nicht Friede, Freude, Eierkuchen, ne ne, aber im aufrichtigen, guten Dialog miteinander die besten Lösungen gefunden zu haben.

Das ist ein tolles Abschlussstatement. Ganz lieben Dank, dass du heute da warst und für diesen Exkurs in die Nachhaltigkeitsberichterstattung und wie sich das ins große Ganze auf dieser Welt dann einfindet und warum das total wichtig ist.

Vielen lieben Dank.

Danke an dich.

Vielen Dank, liebe Yvonne, für diese Perspektiven auf Nachhaltigkeitsberichterstattung, auf Verantwortung von Unternehmen und auf die Frage, wie wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftliche Verantwortung zusammengedacht werden können.

Das Gespräch zeigt, Nachhaltigkeit ist längst mehr als ein Bericht oder eine regulatorische Pflicht. Sie wird zum strategischen Kompass für Unternehmen, die auch in Zukunft erfolgreich sein wollen.

Genau hier setzt auch unsere Arbeit bei Funke For Future an. Wir schaffen Räume für Austausch, Orientierung und konkrete Umsetzung, damit Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag nicht abstrakt bleibt, sondern praktisch wird. Wenn euch diese Folge gefallen hat, dann abonniert Voices For Future, teilt die Episode mit Kolleginnen und Kollegen und lasst uns gerne eine Bewertung da.

Und jetzt danke fürs Zuhören und bis zur nächsten Folge von Voices For Future.