



Laura Berkes, Consultant

Vertrauen sichern in Zeiten des Greenwashings

Zürich, 16. Oktober 2023

IRF Reputation AG

Rämistrasse 4
Postfach
CH-8024 Zürich
Rue du Commerce 4
CH-1204 Genève
+41 43 244 81 44
info@irf-reputation.ch
www.irf-reputation.ch

Miriam Dippe-Nistor
Stefan Mathys
Martin Meier-Pfister
Oliver Seifried
Jürg Stähelin

Affiliate Partner
FTI Consulting

In einer Zeit, in der die Dringlichkeit von Umwelt- und Sozialfragen immer deutlicher wird, haben Kunden ihre Erwartungen an Unternehmen neu definiert. Mit simplen Produktbeschreibungen wie «nachhaltig», «klimaneutral» und «grün» geben sie sich heute nicht mehr zufrieden. Stattdessen hinterfragen sie die Nachhaltigkeitsversprechen von Unternehmen kritisch und verlangen umfassende Beweise für deren Nachhaltigkeitsbemühungen sowie konkrete Massnahmen zur Bewältigung drängender globaler Herausforderungen. Auch ihr Bewusstsein für Greenwashing ist gestiegen.

Greenwashing und seine Folgen

Das Thema Greenwashing ist in der heutigen Geschäftswelt von zunehmender Bedeutung. Greenwashing-Vorwürfe verstärken das Misstrauen gegenüber Nachhaltigkeitsversprechen, die von Unternehmen gemacht werden. Dieses Misstrauen ist nicht immer unbegründet, denn es gibt zahlreiche Beispiele für Unternehmen, die versuchen, ein umweltfreundliches Image zu vermitteln, ohne tatsächlich ökologische oder soziale Fortschritte zu erzielen.

Das Resultat dieser Skepsis ist, dass viele Unternehmen ihre nachhaltigen Aktivitäten heute entweder überhaupt nicht oder nur äusserst zurückhaltend kommunizieren. Sie sind besorgt, dass sie fälschlicherweise des Greenwashings beschuldigt werden könnten und die Glaubwürdigkeit ihrer Bemühungen infrage gestellt wird. Wenn ein Unternehmen des Greenwashings überführt wird, kann das schwerwiegende Folgen haben. Durch soziale Medien gehen Nachrichten schnell viral, was das Vertrauen der Kunden langfristig erschüttern und der Reputation schaden kann.

Transparenz als Schlüssel zum Vertrauen

Um das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen, müssen Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsbemühungen vor allem sorgfältig dokumentieren und transparent kommunizieren. Trotz grossem allgemeinem Misstrauen gegenüber Nachhaltigkeitsversprechen, will der Grossteil der Schweizer Bevölkerung darüber informiert werden, wenn sich ein Unternehmen sozial oder ökologisch engagiert. Dabei setzt sie auf politische Regulierung und die Eigeninitiative der Unternehmen¹.

Regulatorische Vorgaben, wie die der Europäischen Union, zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sind wichtige Wegweiser für Unternehmen, welche Nachhaltigkeitsaspekte sie berücksichtigen müssen und welche Informationen sie dazu offenlegen müssen. So soll sichergestellt werden, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung standardisiert ist und auf einer einheitlichen Basis verglichen und bewertet werden kann. Die EU-Taxonomie, die von der Europäischen Kommission als Klassifizierungssystem eingeführt wurde, legt ausserdem fest, welche wirtschaftlichen Aktivitäten als nachhaltig bezeichnet werden dürfen und soll Greenwashing vermeiden.

Neue regulatorische Vorgaben in der EU und Schweiz

In der EU müssen Unternehmen insbesondere die regulatorischen Neuerungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) beachten, deren Entwurf im April 2021 von der Europäischen Kommission veröffentlicht wurde und ab dem Geschäftsjahr 2024 in Kraft tritt. Zu den wesentlichen Neuerungen der CSRD gehört, dass Unternehmen künftig umfassender und nach einheitlicheren Massstäben berichten müssen. Die Einführung der CSRD ist Teil der Bemühungen der Europäischen Union, die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu verbessern und sicherzustellen, dass Investoren und andere Stakeholder Zugang zu transparenten und vergleichbaren nicht-finanziellen Unternehmensinformationen erhalten.

¹ Sotomo. (2023). *Unternehmen in der Verantwortung*. <https://sotomo.ch/site/projekte/unternehmensverantwortung/>

Um vergleichbare Vorgaben in der Schweiz einzuführen, hat der Bundesrat im November 2022 die «Verordnung über die Berichterstattung über Klimabelange» verabschiedet, die auf den international anerkannten Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) basiert und ab dem Geschäftsjahr 2023 in Kraft tritt. Die neue Verordnung verpflichtet Publikumsgesellschaften, Banken und Versicherungen, die mindestens 500 Mitarbeitende beschäftigen und eine Bilanzsumme von mindestens 20 Millionen Franken oder einen Umsatz von mehr als 40 Millionen Franken haben, zur öffentlichen Berichterstattung über Klimabelange.

Freiwillige Nachhaltigkeitsstandards und -richtlinien

Aber auch freiwillige Nachhaltigkeitsstandards und -richtlinien sind eine wichtige Grundlage der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Anerkannte Nachhaltigkeitsstandards und -richtlinien wie die Global Reporting Initiative (GRI), die zehn Prinzipien des UN Global Compact und die von den Vereinten Nationen entwickelten Sustainable Development Goals bieten Unternehmen umfassende Leitlinien für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten.

Laut einer Studie von IRF² wenden im Jahr 2023 bereits alle grössten kotierten Unternehmen der Schweiz mindestens einen der sechs gängigsten freiwilligen Nachhaltigkeitsstandards und -richtlinien in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung an. Im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2021 zeigt sich eine starke Zunahme in der Nutzung aller sechs Standards und Richtlinien und damit auch in der allgemeinen Standardisierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Damit kommen Unternehmen dem wachsenden Wunsch nach Transparenz, Glaubwürdigkeit und Rechenschaftspflicht im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung Schritt für Schritt stärker nach.

² IRF Reputation. (2023). *Nachhaltigkeitsberichterstattung der grössten kotierten Schweizer Unternehmen nach internationalen Standards*. <https://www.irf-reputation.ch/de/know-how/blog/detail/irf-esg-nachhaltigkeit-studie-2022.html>