

## Der scharfe Blick durch den grünen Zahlendschungel

Immer differenzierter, gleichzeitig noch verständlicher: Das müssen zeitgemäße Nachhaltigkeits-Berichte leisten. Mondi, Palfinger und der Lebensart-Verlag zeigen, wie es geht.

 Harald Koisser


### Bei Mondi wird Nachhaltigkeit verständlich und lesbar verpackt

„Wir arbeiten eigentlich immer daran“, beschreibt Susan Brunner, Senior Sustainability Positioning Manager der Mondi Group, die Arbeit am Nachhaltigkeitsbericht des Verpackungs- und Papierunternehmens, „wir wollen so transparent wie möglich über unser Unternehmen berichten. Über alles, was wir gemacht und erreicht haben und welche nachhaltigen Ziele wir langfristig setzen.“ Der Bericht ist nicht nur transparent, sondern mit 174 Seiten auch äußerst umfangreich. Der Report ist verknüpft mit dem Geschäftsbericht der Mondi Group, erklärt Brunner, „weil Nachhaltigkeit nicht nur ein integrierter Teil der strategischen Ausrichtung unseres Unternehmens ist, sondern weil sie uns wirklich am Herzen liegt. Und sie wird global auf allen Ebenen insgesamt wichtiger – eine Entwicklung, die wir aus Überzeugung mittragen. Die Mondi Group war eines der ersten Unternehmen weltweit, das einen ‚Integrated Report‘ erstellte.“

Basis für die kontinuierliche Verbesserung des Berichts ist eine jährliche Umfrage bei den wichtigsten Stakeholdern. Haben Sie den Bericht gelesen? Was war relevant? Was hätten Sie gerne anders? Anhand der Antworten auf solche Fragen werden permanent Transparenz, Relevanz und Lesbarkeit des Reports geschärft. „Wir sind ehrgeizig und setzen uns Ziele“, sagt Brunner, „und wir wollen herausfinden, was gelesen wird.“ Dazu gehören die zwei Artikel am Anfang des Berichtes, die einen ersten Überblick geben. Wer tiefere Informationen sucht, geht zu den „10 Action Areas“, den wichtigsten Themenfeldern. Dazu gehören unter anderem „Employee and contractor safety and health“ oder

„Climate Change“. Vor allem Leserinnen und Leser, die keine Experten sind, lesen wiederum gerne die „Case-Studies“, denn „Stories bleiben hängen“, sagt Brunner. Wichtig dafür ist auch eine möglichst klare Sprache im Report. „Man muss da sehr aufpassen, weil nicht jeder unsere internen Kürzel und den Jargon kennt.“ Der Nachhaltigkeitsbericht soll die aktuellen Nachhaltigkeitsziele und -aktivitäten widerspiegeln. Gleichzeitig ist Mondi die hohe Transparenz sehr wichtig, denn „es gibt keine getrennte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie. Nachhaltigkeit ist Teil unserer DNA“, betont Brunner, „80 Prozent des Geschäftes sind holzbasierende Produkte. Wir benutzen wertvolle Rohstoffe wie Wasser und Holz, und die muss es auch in Zukunft geben.“

Aus dieser gesellschaftlichen Verantwortung ergibt sich für Mondi die Notwendigkeit, die Kreislaufwirtschaft in Schwung zu bringen. „Ersetzen, reduzieren, recyceln“ und „wann immer möglich Papier und wo sinnvoll Kunststoff“ lautet das Motto. Zuerst soll das beste Verpackungsmaterial für jede Anwendung weiter optimiert werden, etwa durch weniger Materialeinsatz, weniger Gewicht oder eine bessere Funktionalität. Wenn es benutzt worden ist, soll es wiederverwertet werden. Gesellschaftliche Verantwortung bedeutet für Mondi transparente Berichterstattung. Sie muss im gesamten Unternehmen gelebt werden. Besonders stolz ist Susan Brunner auf die zwei Leitartikel des Reports und den starken Bezug zu den SDGs (Sustainable Development Goals), wobei sich Mondi auf jene Kennzahlen konzentriert, auf die das Unternehmen auch großen Einfluss nehmen kann. Für Leute, die sich gut auskennen, gibt es am Ende des Berichts auch einen GRI-Index. Was soll jetzt noch besser werden? „Wir könnten noch

 Wie hätten Sie es gerne?  
Gabriele Stehle (links) und Susan Brunner von Mondi befragen jährlich Leser, um ihre Nachhaltigkeitsberichte noch besser zu machen



Prämiierte Magazine: Die Lebensart-Verleger Rowwtha Reisinger und Christian Brandstätter



Daniela Werdecker-Davies scheut beim Nachhaltigkeitsbericht von Palfinger auch vor negativen Meldungen nicht zurück: „Das hilft, Ineffizienzen sichtbar zu machen.“

mehr auf den Punkt kommen“, meint Brunner, „kürzer und knackiger werden. Vielleicht sollten wir nicht so ausschweifend berichten, was passiert ist. Das geht kürzer, ohne inhaltlich etwas zu verlieren.“

### Bei Palfinger werden Nachhaltigkeit und Unternehmensstrategie eins

Seit 2013 berichtet Palfinger über seine wesentlichen ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Aspekte in einem integrierten Geschäftsbericht, der nach den internationalen Berichterstattungsstandards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt wird. Der Salzburger Kran- und Hebebühnenhersteller bekennt sich zu den zehn Prinzipien des United Nations Global Compact und erstellt jährlich einen Fortschrittsbericht. Zusätzlich findet sich im integrierten Geschäftsbericht das Nachhaltigkeitsprogramm, wobei die Integration anzeigt, dass zwischen Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie keine Unterschiede mehr gemacht werden.

„Als wir 2004 begonnen haben, einen Nachhaltigkeitsbericht zu machen, kam der Anstoß interessanterweise vom Investors Relations“, erinnert sich Daniela Werdecker-Davies, Leiterin des Nachhaltigkeitsmanagements bei Palfinger, „da ging es darum, ein Produkt für grüne und ethische Investments zu schaffen.“ Das hat dann den Anstoß gegeben, Potenziale zu heben und Verbesserungen durchzuführen – vor allem solche, wo rasche

Kosteneinsparungen möglich waren. Bald führte das zur Integration von CSR in die Gesamtunternehmensstrategie. Heute dominieren bei Palfinger vier strategische Punkte: die Aufgaben als verantwortungsbewusster Arbeitgeber, ökoeffiziente Produktion, umweltfreundliche Produkte und Ethik/Compliance.

Dargestellt wird das in einem über 270 Seiten starken Bericht. Dass ein integrierter Bericht erscheint, hat durchaus Vorteile. Der Aufwand, Ende Oktober einen Jahresbericht zu starten, der im Februar publiziert wird und dann im Anschluss einen Nachhaltigkeitsbericht herauszubringen, wird jetzt vermieden. Allerdings mussten die Nachhaltigkeitskennzahlen in das Finanzsystem integriert und konsolidiert werden. Kein leichtes Unterfangen bei derzeit 86 Gesellschaften weltweit. Doch „das gab dem ganzen Nachhaltigkeitsthema auch Drive“, sagt Werdecker-Davies, „jeder Management Director an jedem Standort muss das abzeichnen. Das ist ein Plausibilitätscheck und hat die Qualität erhöht.“

Darum gehören auch negative Aspekte zum Reporting. „Man stößt mit einer zusätzlichen Datenerhebung nicht gerade auf offene Türen“, sagt die Nachhaltigkeitschefin, „aber es hilft, Ineffizienzen sichtbar zu machen. Wenn wir durch die Nachhaltigkeitsbrille auf uns selbst schauen, finden wir neue Potenziale und Synergien.“ Der beachtliche Umfang dürfe aber der Lesbarkeit nicht im Wege stehen. Die Sprache bleibt einfach und es wird

## TRANSPARENZ, BERICHTWESEN, DATEN

immer versucht, zu komprimieren, um besser verstanden zu werden. „Wir sind ein transparentes Unternehmen und versuchen, Dinge so klar wie möglich zu vermitteln“, so Werdecker Davies.

### „Wenn ich selbst Nachhaltigkeit nicht lebe, brauche ich darüber auch nicht schreiben.“

ROSWITHA REISINGER, LEBENSART-VERLAG

#### Beim Lebensart-Verlag kommt nur auf die Seiten, was nachhaltig ist

„Ich habe zwei Leidenschaften: Nachhaltigkeit und Ökonomie. Mich interessiert, wie Wirtschaft funktioniert.“ Roswitha Reisinger hat ihre Passion zum Beruf gemacht und gemeinsam mit ihrem Mann Christian Brandstätter die nachhaltig orientierten Magazine „LEBENSART“ und „BUSINESSART“ gegründet. Was aber ist nachhaltige Information oder nachhaltiger Journalismus? „Information muss zuallererst den journalistischen Kriterien entsprechen“, sagt Reisinger, „darüber hinaus muss sie Menschen helfen, mündig und handlungsfähig zu werden. Die Entscheidung, ob sie eine Erkenntnis auch umsetzen, liegt dann natürlich bei ihnen selbst.“ Der Lebensart-Verlag unterzieht Unternehmen, über die berichtet wird, einer Bewertung in Hinblick auf Nachhaltigkeit. Bei Produkten ist das einfach. Da helfen Gütesiegel. In anderen Fällen „beraten wir uns mit NGOs oder wissenschaftlichen Instituten“, sagt Reisinger und weiß auch, dass eine differenzierte Betrachtung, ohne Leser zu verwirren, die größte Herausforderung darstellt.

Der Verlag ist auch kaufmännisch konsequent. „Wir nehmen keine Werbung, die der Nachhaltigkeit widerspricht“, betont Brandstätter. Keine Waffen, kein Glücksspiel. Nur Bio-Produkte sind willkommen, keine konventionellen Lebensmittel. Ökonomisch leicht ist das Verlagsleben damit nicht, denn „wir hatten jemanden, der hätte das ganze Jahr über die hintere Umschlagseite gebucht“, aber es war letztlich ethisch nicht vertretbar. Die positive Seite dieser konsequenten Haltung: enorme Glaubwürdigkeit, die durch Lesertreue belohnt wird. „Wenn ich selbst Nachhaltigkeit nicht lebe, brauche ich darüber auch nicht schreiben“, betont Reisinger. Darum werden die Magazine nach den Kriterien des Umweltzeichens gedruckt. Das Papier ist so dünn, wie gerade noch möglich, die Hefte werden unverpackt versandt. Falls Beilagen mitgeschickt werden, wird eine biologisch

abbaubare Folie verwendet. „Mega-teuer, schwierig zu bekommen“, sagt Reisinger. Natürlich arbeitet der Verlag mit einer zertifizierten Druckerei und nicht mit einem Billigstanbieter.

„Ich kann Sie nicht daran hindern, Ihr Geld beim Fenster hinauszuerwerfen“, hat ein Gutachter gesagt, aber Gewinn ist nicht alles. Roswitha Reisinger zitiert dazu Albert Einstein: „Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn ich gedenke in ihr zu leben.“ Die Zukunft wird digitaler werden, die digitalen Kanäle ausgebaut. Das Produkt „Lebensart Reisen“ gibt es – bis auf ein gedrucktes Magazin pro Jahr – nur in Form von Bits und Bytes, auch wenn Reisinger überzeugt ist, dass es immer gedruckte Magazine geben wird.



WEITERE UNTERNEHMEN MIT:

### Fokus auf Transparenz

#### Ringana

Der steirische Hersteller von natürlichen Pflegeprodukten und Nahrungsergänzungsmitteln mag keine Geheimnisse und führt detailliert auf, welche Wirkstoffe in welchen Mengen in seinen Produkten enthalten sind.

#### Vöslauer

Der alle zwei Jahre neu erstellte Nachhaltigkeitsbericht des Mineralwasserunternehmens dokumentiert detailliert die Entwicklung im Drei-Jahres-Vergleich und spricht auch nicht erreichte Ziele offen an.

#### VBV – Vorsorgekasse

Der Pensionsversicherer legt die Kundengelder konsequent nachhaltig an, unter anderem sind Kohle und Waffen ausgeschlossen. Der Nachhaltigkeitsbericht der Kasse wurde mehrfach ausgezeichnet.

#### Palfinger

Der Salzburger Kraspezialist dokumentiert in seinem integrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht, dass die Nachhaltigkeitsziele fest im Kerngeschäft verankert sind.

## KLEIN- UND MITTELBETRIEBE

### Rabmer Gruppe

UMWELTECHNOLOGIEN, BAU, KOMMUNALE DIENSTE  
 A 110 ☎ 17 ☎ 4203 Altenberg bei Linz ☑

- respACT-Mitglied
- ISO 9001 seit 2010, gültig bis 2021

Weitere Informationen: Bundesumweltzeichen - Energy Globe OÖ 2017 - MOE Award 2016 - INEO ausgezeichnete Lehrbetrieb - EEN Award 2016

Sustainable Development Goals:



→ [www.rabmer.at](http://www.rabmer.at)

### Raiffeisen-Landesbank Tirol AG

BANK  
 A 453 ☎ 7427 ☎ 6020 Innsbruck

- Audit Beruf & Familie bis 2021
- Staatspreis Familie und Beruf: 2018 teilgenommen
- BGF-Gütesiegel: 2017-2019

Weitere Informationen: Ausgezeichneter Tiroler Lehrbetrieb bis 2022

→ [www.rlb-tirol.at](http://www.rlb-tirol.at)

### Raiffeisenbank Lech am Arlberg eGen

BANK  
 A 25 ☎ 350 ☎ 6784 Lech ☑

- Gemeinwohlbilanz: seit 2013

Weitere Informationen: Familienfreundlicher Betrieb - Feuerwehrfreundlicher Arbeitgeber - Inklusionspreis Fokus Wirtschaft 2019 - ÖGUT - Nachhaltigkeitszertifikat für drei Berater

Sustainable Development Goals:



→ [www.lechbank.com](http://www.lechbank.com)

### RANDSTAD Austria GmbH

PERSONALLEASING, DIENSTLEISTUNGEN  
 A 2242 ☎ 81 ☎ 1070 Wien

- Great Place to Work: 2015 Spitzenplatz
- Charta der Vielfalt: Unterzeichner
- CSR-Guide-Case-Study: 2015

→ [www.randstad.at](http://www.randstad.at)

### Redwell Manufaktur GmbH

INFRAROT-HEIZUNG  
 A 22 ☎ k.A. ☎ 7501 Rotenturm an der Pinka

- Staatspreis Umwelt-/Energietechnologie: 2015 Nominierung
- Leitbetriebe Austria - LBA
- Energy Globe Austria: 2015 Bundesland-Sieger; 2015 Austria Nominierung

→ [www.redwell.com](http://www.redwell.com)

### Refurbed GmbH

E-COMMERCE  
 A 80 ☎ k.A. ☎ 1060 Wien ☑

- Nachhaltige GestalterInnen: 2018
- GEWINN Jungunternehmer Preis: 2018 Spitzenplatz
- CSR-Guide-Case-Study: 2020

Sustainable Development Goals:



→ [www.refurbed.at](http://www.refurbed.at)

### ReGreen GmbH

CARBON FOOTPRINT BERECHNUNGEN, CARBON OFFSETTING  
 A k.A. ☎ k.A. ☎ 1230 Wien ☑

- respACT-Mitglied

Weitere Informationen: Be a Student Innovator - Bearing Point 2019

Sustainable Development Goals:



→ [www.regreen.at](http://www.regreen.at)

### ReinZeit HandelsGmbH.

HANDEL, DIREKTVERTRIEB  
 A 13 ☎ k.A. ☎ 4501 Neuhofen ☑

- respACT-Mitglied

Weitere Informationen: Österr. Gütezeichen für Musterbetriebe ausgezeichnet - Mitglied als Klimabündnis-Betrieb

→ [www.reinzeit.com](http://www.reinzeit.com)

### Reparatur- und Service-Zentrum R.U.S.Z

MECHATRONIKER, REPARATUR VON E-GERÄTEN  
 A 17 ☎ k.A. ☎ 1140 Wien ☑

- TRIGOS Österreich: 2017 u. 2016 Gewinner
- Gemeinwohlbilanz
- SDG-Award: Special-Award 2018
- CSR-Guide-Case-Study: 2018, 2017

Weitere Informationen: Georg-Pataki-Gedenkpreis, WKO-Sieger aus Leidenschaft (2x)

Gesellschaftliche Themen: Arbeitsplätze für sozial Benachteiligte, u.a. zwei Flüchtlinge, Haftfreigänger

Besondere Projekte/Kooperationen: 20 Jahre angewandte Kreislaufwirtschaft und Förderung auf EU-Ebene - Vorträge in Schulen und auf Unis, Buchautor, Lehrlinge, Praktikanten - Umweltinitiative MUTTER ERDE 2019 - Kooperationen mit dem Joint Research Centre der EuKommission, TU Delft, Fraunhofer IZW - Kooperationen mit WU Wien, BOKU, TU Wien, Universität Wien, GRG 10 Laaerbergstr., business.academy.donaustadt BHAK Wien 22 - Aufklärungskampagnen zu frühzeitiger Obsoleszenz

Sustainable Development Goals:



→ [www.rusz.at](http://www.rusz.at)

### ReProTex GmbH

WASSERAUFBEREITUNG  
 A 1 ☎ k.A. ☎ 4020 Linz

- ÖGUT-Umweltpreis: 2018 Gewinner
- Energy Globe Austria: Nominierung 2015, 2017
- GEWINN Jungunternehmer: 2017 Spitzenplatz

→ [www.reprotex.com](http://www.reprotex.com)

### RETTET Bio Natur Resort Seminar Hotel

TOURISMUS  
 A 51 ☎ k.A. ☎ 8225 Pöllauberg ☑

- TRIGOS Regional: 2019 Nominierung
- respACT-Mitglied
- Nachhaltige GestalterInnen: 2019
- EU-Ecolabel
- GREEN BRANDS 2017/18, 2015/16
- Leitbetriebe Austria - LBA
- CSR-Guide-Case-Study: 2020, 2018, 2016

Weitere Informationen: 16x Bestes Seminarhotel Ö. - Green Globe Goldstatus - Österr. Umweltzeichen - Steirisches Landeswappen - Hermes Wirtschaftspreis 2018 - Green Chefs - 25 Jahre Grüne Haube

Sustainable Development Goals:



→ [www.rettet.at](http://www.rettet.at)

### RIESS KELOmat GmbH

KOCHTOPF-ERZEUGUNG  
 A 112 ☎ k.A. ☎ 3341 Ybbsitz

- TRIGOS Österreich: 2015 Nominierung
- TRIGOS Regional: 2015 Gewinner
- respACT-Mitglied
- GREEN BRANDS 2017/18, 2015/16
- Energy Globe Austria: 2019 Nominierung

→ [www.riesskelomat.at](http://www.riesskelomat.at)

### RINGANA

FRISCHEKOSMETIK & NAHRUNGSERGÄNZUNGEN  
 A 300 ☎ 110 ☎ 8230 Hartberg ☑

- TRIGOS Regional: 2017 u. 2015 Nominierung
- respACT-Mitglied
- CSR-Guide-Case-Study: 2018

Weitere Informationen: Sieger beim European Business Award 2016/2017 in der Kategorie „The Chairman's Selection“ - Preisträger Klimaschutzpreis 2015 - Fast Forward Award 2017 & 2018: Finalist - Träger des steirischen Landeswappens - FONAP Mitglied - Zertifizierungen: ECOCERT (Produktzertifizierung) - ISO 22716: 2007 (GMP-Kosmetik) - Umweltzeichen für die FRESH soap

→ [www.ringana.com](http://www.ringana.com)