



Neuer Forschungsbericht zeigt Herausforderungen und Strategien der ESG-Kommunikation auf

Zürich/Leipzig, 5. März 2025 – In einer Zeit, in der die **Berichterstattung über Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte (ESG)** zunehmend unter Beobachtung steht, beleuchtet ein neuer Forschungsbericht, der gemeinsam von der Forschungsgruppe *Strategische Kommunikation und Medienmanagement* am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich und dem *Center for Research in Financial Communication* der Universität Leipzig veröffentlicht wurde, wie Organisationen ihre ESG-Kommunikation gestalten.

Der Bericht „*ESG-Kommunikation: Einblicke in Issue Management, Greenwashing und Krisenkommunikation*“ analysiert, wie Unternehmen ihre ESG-Kommunikation strategisch steuern, Greenwashing-Risiken reduzieren und ESG-bezogene Krisen meistern – insbesondere vor dem Hintergrund zunehmenden Drucks durch Regulierungsbehörden, Investoren und die Öffentlichkeit.

Mithilfe eines Mixed-Methods-Ansatzes – einer Kombination aus einer Umfrage unter 111 Kommunikations- und Nachhaltigkeitsexperten sowie zwölf vertiefenden Experteninterviews – präsentiert der Bericht die folgenden zentralen Erkenntnisse:

- **Professionalisierung nimmt zu:** Unternehmen etablieren spezielle ESG-Teams und integrieren Nachhaltigkeit in ihre Geschäftsstrategien. Dennoch haben viele Schwierigkeiten, ESG-Maßnahmen über verschiedene Abteilungen hinweg abzustimmen und ausreichende Ressourcen zu sichern.
- **Effektives Issue Management ist entscheidend:** Die kontinuierliche Beobachtung von Branchentrends, die enge Einbindung interner Stakeholder und klar definierte Verantwortlichkeiten sind zentrale Erfolgsfaktoren für eine wirkungsvolle ESG-Kommunikation. Dennoch verfügen viele Organisationen über keine formalisierten Prozesse für das Issue Management.
- **Greenwashing bleibt eine große Herausforderung:** Obwohl nur wenige Organisationen irreführende ESG-Aussagen zugeben, fürchten viele eine negative Reaktion. Die Studie identifiziert sechs Schlüsselstrategien zur Vermeidung von



Greenwashing: (1) Greenhushing, (2) interne Schulungen, (3) offener Stakeholder-Dialog, (4) Benchmarking, (5) transparente Kommunikation und (6) externe Audits.

- **ESG-Krisen erfordern bessere Vorbereitung:** Obwohl die meisten Organisationen allgemeine Krisenpläne haben, verfügen nur 21 % über eine dedizierte ESG-Krisenstrategie. Transparente, schnelle und proaktive Kommunikation ist entscheidend, um Stakeholder-Skepsis entgegenzuwirken.

„Unsere Studie zeigt, dass Unternehmen zwar Fortschritte in der ESG-Kommunikation machen, aber weiterhin *erhebliche Lücken im Management von ESG-Themen, der Vermeidung von Greenwashing und der Vorbereitung auf ESG-Krisen* bestehen“, sagt Prof. Dr. Nadine Strauß, Hauptautorin der Studie. „Um Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufzubauen, müssen Unternehmen in Transparenz, Stakeholder-Engagement und strategische Krisenvorbereitung investieren.“

„Unternehmen sollten ESG nicht als Bürde, sondern als Chance begreifen. Wer ESG-Themen proaktiv angeht, Innovation fördert und Stakeholder einbindet, wird sich Wettbewerbsvorteile sichern“, fügt Dr. Sandra Binder-Tietz vom Center for Research in Financial Communication der Universität Leipzig hinzu.

Der Bericht unterstreicht die dringende Notwendigkeit für Unternehmen, ihre ESG-Kommunikation weiter zu professionalisieren – nicht nur, um regulatorische Vorgaben zu erfüllen, sondern auch, um in Zeiten intensiver ESG-Prüfung langfristiges Vertrauen bei Stakeholdern zu stärken.

Die komplette Studie steht nun zum Download bereit: www.financialcommunication.org

Für Medienanfragen, Interviews oder weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Prof. Dr. Nadine Strauß

Assistenzprofessorin für Strategische Kommunikation und Medienmanagement (Tenure Track)

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Universität Zürich

n.strauss@ikmz.uzh.ch



**University of
Zurich**^{UZH}



**CENTER FOR RESEARCH IN
FINANCIAL COMMUNICATION**
Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung

Dr. Sandra Binder-Tietz

Geschäftsführerin des Center for Research in Financial Communication

Universität Leipzig

sandra.binder-tietz@uni-leipzig.de

Über die Forschungsgruppe Strategische Kommunikation & Medienmanagement (IKMZ, UZH)

Die Forschungsgruppe „Strategische Kommunikation & Medienmanagement“ unter der Leitung von Prof. Nadine Strauß am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich widmet sich der Forschung und Lehre im Bereich der strategischen Kommunikation. Das Team untersucht, wie Organisationen und andere Akteure Kommunikation strategisch einsetzen, um den Dialog mit ihren Stakeholdern zu fördern und langfristige Vorteile sowie nachhaltigen Erfolg sowohl für die Organisation als auch für die Gesellschaft zu erzielen. Zentrale Forschungsbereiche sind unter anderem Finanzkommunikation und Investor Relations, Nachhaltigkeitskommunikation, Unternehmenskommunikation sowie die Rolle von Wirtschafts- und Finanznachrichten. Mehr Informationen unter: www.ikmz.uzh.ch

Über das Center for Research in Financial Communication (CRiFC)

Das Center for Research in Financial Communication (CRiFC) wurde 2016 an der Universität Leipzig unter dem Dach der Günter-Thiele-Stiftung gegründet. Es ist das führende Forschungszentrum für Finanzkommunikation und Investor Relations im deutschsprachigen Raum. Die Aktivitäten des CRiFC konzentrieren sich auf nationale und internationale Forschungs- und Lehrprojekte im Bereich der Finanzkommunikation und Investor Relations. Durch verschiedene Veranstaltungen wird der enge Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis gezielt gefördert. BASF SE, Deutsche Börse AG und FGS Global unterstützen und beraten das Forschungsteam des CRiFC als Partner. Mehr Informationen unter: www.financialcommunication.org