

## Grün, grüner, am grünsten

# Glaubwürdige Unternehmenskommunikation zum Thema Biologische Vielfalt

Ein Impuls von:  
Dr. Frauke Fischer  
Inhaberin und Geschäftsführerin  
Agentur **auf!**  
Frankfurt



## Wer wir sind:

Die Agentur **auf!** ist die erste Unternehmensberatung mit dem Fokus Biodiversität

Wir unterstützen Unternehmen mit unserem Fachwissen,  
*„weil gut gemeint noch lange nicht gut gemacht ist“*

## Gibt es eine spezielle Glaubwürdigkeitsproblematik im Bezug auf das Thema Biodiversität?

- Ja, weil Unternehmen bei diesem „grünen Thema“ unter besonderer Beobachtung der Öffentlichkeit stehen
- Ja, weil viele Bürger, Unternehmen hier unter einen Generalverdacht stellen, sich dem Thema gerade nicht seriös anzunehmen
- Ja, weil es zahlreiche Beispiele gibt, in denen Unternehmen Greenwashing betrieben haben
- Ja, weil Natur (Biodiversität) oft genug nur als schöne Kulisse für (naturunverträgliche) Produkte herhalten muss(te)

## Unternehmen stellen sich aber (zunehmend) auch diese Fragen:

Was hat unser Kerngeschäft überhaupt mit Biodiversität zu tun?

Wo können wir WIRKLICH einen Effekt erzielen?

Wir greifen in die Natur ein, schützen aber auch Biodiversität. Was können wir da kommunizieren und wie?

Wir wollen CO<sub>2</sub> kompensieren UND Biodiversität schützen. (Wie) geht das?

Wir wollen Naturschutz unterstützen. Welche Projekte und welche Partner eignen sich für uns?

(Wie) können wir Greenwashing-Vorwürfe verhindern?

Erreichen wir etwas? Ist „unsere“ NGO / unser Projekt gut? Wo können wir besser werden und wie?

## Für Unternehmen bleibt es aber schwierig das Thema anzugehen, weil:

- Selbst starkes Engagement, wie von der Brauerei Krombacher wird mit Argwohn betrachtet:
  - Die machen doch viel zu wenig...
  - Die müssten doch was ganz anderes machen...
  - Die machen das doch nur, weil...

Dieser kritischen Betrachtung steht eine oft grundsätzlich positive Bewertung anderer Akteure gegenüber. Sie gilt z.B. für Forschungsinstitutionen und NGOs:

- Das sind doch die Guten...
- Die können halt nicht anders/besser agieren

Unternehmen werden also oft dann kritisch betrachtet, wenn Sie Wesentliches leisten

## Wie können Unternehmen mit diesem (Kommunikations-) Dilemma umgehen?

- Unternehmen müssen sich dieses Dilemmas bewusst sein
- Unternehmen sollten unabhängige Partner im Boot haben. Das sind nicht nur die, von ihrer Unterstützung abhängigen, NGOs
- Unternehmen sollten wissen, was Greenwashing ist und was nicht
- Manchmal kann Greenhushing angesagt sein – also das Gute tun und (erst mal) nicht darüber reden
- Die Kommunikation von Engagement und Erfolgen muss immer das rechte Maß wahren
- Die verantwortlichen Mitarbeiter im Unternehmen sollten naturschutzfachlich geschult sein, um besser und glaubwürdiger agieren zu können

## Wir unterstützen verantwortungsvolle Kunden bei:

- Allen **fachlichen Fragen** im Themenkomplex Biodiversität, Naturschutz und Eingriffen in die Natur
- Bei der **Auswahl** von seriösen und zuverlässigen **Partnern**
- Bei der **Konzeption** von naturschutzfachlich Erfolg versprechenden **Projekten**
- Bei der **Begleitung** und **Evaluation** von Projekten (intern oder mit Partnern)
- Bei der **Kommunikation** von Biodiversitätsaspekten (intern und extern)
- Bei der **Vermeidung von Greenwashing** und Greenwashingvorwürfen



## Fragen?

Dr. Frauke Fischer  
Agentur **auf!**  
Finkenhofstr. 21  
60322 Frankfurt

[www.agentur-auf.de](http://www.agentur-auf.de)  
0175 601 8138  
069 95 50 38 91/-92