



CSRD



EU Taxonomy



CSDDD

Foto: wasanajai-AdobeStock

Gastbeitrag

CSRD 2.0: Wo bleibt denn nun die Story?

Die ESRS-Vorgaben in ihrer neuesten Version bieten zahlreiche Chancen gerade für die Unternehmen, die seit Anfang Juli aus der Berichtspflicht herausfallen. Wie ESG-Kommunikation ohne „Druck“ wirksam werden kann, beschreibt Kristina Röver in ihrem Gastbeitrag.

Text: Kristina Röver

Am 3. Juli 2026 gab es gute Nachrichten für den Mittelstand. Die EU-Kommission hat die überarbeiteten European Sustainability Reporting Standards (ESRS) verabschiedet: Höhere Schwellenwerte bei der Beschäftigtenzahl und vereinfachte Standards befreien zahlreiche Unternehmen von der Berichtspflicht. Nach dem „Omnibus I“ genannten Gesetzespaket unterliegen aktuellen Schätzungen zufolge nur noch rund 6.750 Unternehmen der Berichtspflicht

nach der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Mit der zuvor geplanten, dann aber von der EU-Kommission abgeschwächten Regelung wären über 49.000 Unternehmen in Europa betroffen gewesen.

Die deutlich erleichterte regulatorische Berichtspflicht und die viel kleinere Zahl betroffener Unternehmen verschaffen dem Mittelstand eine erfreuliche Atempause. Aber das sollte nicht zu einer falschen Schlussfolgerung führen: Auch wenn die regulatorische Reportingpflicht

ihre Bedeutung verliert, bleiben die Informationsbedürfnisse und -erwartungen der wichtigsten Stakeholder wie Banken, Versicherer, Kunden und Investoren zu den Nachhaltigkeitsleistungen von Unternehmen bestehen. Auch Mitarbeitende wollen wissen, wie sich ihr Unternehmen auf veränderte Marktbedingungen, Klimarisiken und neue Anforderungen vorbereitet.

Weniger Berichtspflicht und die dadurch möglich Atempause sehen wir deshalb als Chance, den Fokus

Aktueller Stand CSRD (Juli 2026)

Überarbeitete ESRS

26. Februar 2025: Die EU-Kommission stellt Omnibus I vor

3. Dezember 2025: EFRAG veröffentlicht den Entwurf der vereinfachten ESRS

9. Dezember 2025: Höhere Schwellenwerte werden vereinbart: mehr als 1.000 Mitarbeitende und 450 Mio. € Umsatz

24. Februar 2026: Der Rat verabschiedet Omnibus I; Veröffentlichung am 26. Februar, Inkrafttreten am 18. März 2026. Die verpflichtenden Datenpunkte sinken um über 60 Prozent

3. Juli 2026: Die EU-Kommission nimmt die vereinfachten ESRS an. Nach Prüfung durch Parlament und Rat gelten sie ab Geschäftsjahr 2027

auf einen verbesserten ESG-Prozess als Basis für eine fundierte Strategieumsetzung und ein unternehmerisches ESG-Management zu legen. So kann der unternehmerische Wert der ESG-Informationen und -Daten genutzt werden und als Grundlage für eine glaubwürdige Kommunikation mit den Zielgruppen dienen, deren Entscheidungen für das Unternehmen relevant sind.

Dieser Grundidee können auch Unternehmen folgen, die außerhalb des ESRS-Anwendungsbereichs mit dem neuen Voluntary Standard (VS) berichten und Informationsanforderungen als Teil von Lieferketten gebündelt beantworten wollen. Denn der VS mit seiner sogenannten „Value-Chain-Cap“, der kleinere Unternehmen vor zu umfangreichen ESRS-Abfragen ihrer Kunden schützen soll, ist kein Freifahrtschein, auf eigene ESG-Prozesse zu verzichten. Wie für die berichtspflichtigen Unternehmen gilt auch für sie: Nur mit belastbaren Informationen und Daten ist eine wirksame Kommunikation mit den Stakeholdern möglich.

Pflichtbericht und Kommunikation trennen

Die aktuellen Erleichterungen schaffen Raum für einen weiteren Perspektivwechsel: den CSRD-Bericht nicht als Endpunkt, sondern als Ausgangspunkt der ESG-Kommunikation zu behandeln. Denn ein CSRD-konformer Bericht ist nicht automatisch ein gutes Kommunikationsinstrument. Er folgt regulatorischen Vorgaben, nicht den Informationsbedürfnissen einzelner Zielgruppen.

Deshalb sollten Unternehmen zwei Ebenen trennen: einen effizienten Pflichtbericht nach CSRD und DRS 20, reduziert auf die wesentlichen Angaben, und eine flexible Mehrwertkommunikation, die Inhalte für Stakeholder übersetzt und sie damit dort erreicht, wo sie Entscheidungen treffen.

Grundlage ist ein konsistenter ESG-Datenkern aus geprüften Kennzahlen. Aus Daten werden Botschaften, aus Botschaften Entscheidungen – etwa über einen Kredit, einen Auftrag, eine Partnerschaft oder eine Investition.

Dabei sollte jede ESG-Aussage drei Elemente enthalten: einen klar definierten Adressaten, einen verständ-

lichen Kontext und einen nachvollziehbaren Beleg. Die Fakten bleiben gleich; Gewichtung, Sprache und Darstellung ändern sich. Banken betrachten Risiken und Finanzierung, Versicherer Prävention und Schadenpotenziale, Kunden Lieferfähigkeit und Produktnutzen, Mitarbeitende Stabilität und Perspektiven.

Aus denselben Daten können sehr unterschiedliche Formate entstehen: ein kompakter One-Pager mit KPI-Dashboard und Risikoübersicht, eine visualisierte Wertschöpfungskette für Kundengespräche, eine emissionsbezogene Segmentauswertung für Investoren oder ein Format, das die Vorteile nachhaltiger Produkte für Kunden verständlich macht.

Entscheidend ist nicht, möglichst viele Inhalte aus dem Bericht in weitere Kanäle zu übertragen. Gute ESG-Kommunikation wählt gezielt die Informationen aus, die für die jeweilige Zielgruppe relevant sind. So entsteht aus einem standardisierten Bericht eine adressatengerechte Story.

Voluntary Standard (VS)

Er vereinheitlicht Anfragen von Banken, Versicherern und Geschäftspartnern. Der Value Chain Cap begrenzt verpflichtende Anfragen an kleinere Lieferanten auf die Angaben des VS

Die Story beginnt im Unternehmen

Bevor sie nach außen wirkt, muss die Story aber intern verstanden werden. Führungsteams sollten erklären können, warum ESG für Geschäftsmodell und Wettbewerbsfähigkeit relevant ist – und nicht nur regulatorischen Pflichten dient.

Erst wenn der unternehmerische Nutzen deutlich wird, kann Nachhaltigkeit als strategischer Wachstumshebel statt als zusätzlicher Kostenfaktor wahrgenommen werden.

Dabei kann ein kompaktes „ESG Core Deck“ helfen, das Kennzahlen, Botschaften und Argumentationslinien bündelt und Orientierung schafft. Und gerade weil ESG zusätzliche Aufgaben schafft und in bestehende Prozesse eingreift, braucht es eine verständliche interne Story. Die unternehmerische Fundierung von Nachhaltigkeit zeigt den Nutzen, schafft Akzeptanz und macht sie von der lästigen Pflicht zur gemeinsamen unternehmerischen Aufgabe.

Steuerung schafft Substanz

Glaubwürdige Kommunikation braucht belastbare Daten, klare Prozesse und Verantwortlichkeiten. Und sie kann umso mehr bewirken, wenn Nachhaltigkeitskennzahlen nicht nur als Berichtsdaten, sondern auch als Grundlage für unternehmerische Entscheidungen dienen. Dabei kann auch die Überarbeitung der Direktive helfen: Sie macht deutlicher,

Gerade weil ESG zusätzliche Aufgaben schafft und in bestehende Prozesse eingreift, braucht es eine verständliche interne Story.

Kristina Röver

wie eng Nachhaltigkeit mit dem Geschäftsmodell und der finanziellen Leistungsfähigkeit eines Unternehmens verzahnt ist. Ausgangspunkt bleibt die doppelte Wesentlichkeitsanalyse. Sie zeigt, welche Themen für das Unternehmen relevant sind und wo konkreter Handlungsbedarf besteht. ESG-Maßnahmen sollten nach Wirkung und Wirtschaftlichkeit ausgerichtet werden, nicht allein nach Berichtspflichten.

Im Risikomanagement wird der Wert der Daten besonders sichtbar: Pandemie, Flutkatastrophen sowie Hitze und Dürre zeigen, wie schnell Lieferketten, Standorte und Produktionsprozesse unter Druck geraten. Wer diese Zusammenhänge systematisch erfasst, erkennt Risiken früher und kann Finanzierung, Versicherbarkeit und Geschäftskontinuität besser steuern. Zugleich entstehen

die Informationen, die Stakeholder für Entscheidungen brauchen.

Effizientes Reporting entsteht dabei nicht allein durch weniger Seiten, sondern durch eine gute Berichtsarchitektur. Klare Rollen, Dokumentationsstandards und auf Limited Assurance ausgerichtete Prüfprozesse senken den Aufwand und sichern verlässliche Aussagen nach innen und außen.

Am Ende gilt: der Bericht ist nicht Endpunkt, sondern Ausgangspunkt. Er liefert die Fakten; die aus einem konsistenten Datenkern aufbereitete Story schafft Wirkung. Erst wenn Unternehmen ihre ESG-Daten für den jeweiligen Adressaten übersetzen, wird aus Berichterstattung relevante Kommunikation – und aus ESG ein Instrument, das Vertrauen stärkt und Entscheidungen unterstützt.



Foto: HGB

Kristina Röver ist Fachberaterin für Nachhaltigkeit bei HGB Hamburger Geschäftsberichte. Mit einem M.A. Modemanagement, Schwerpunkt Nachhaltigkeit und Leadership sowie langjähriger unternehmerischer Erfahrung in den Bereichen Produktmanagement, Lieferkettenverantwortung und nachhaltige Transformationsprozesse bringt sie ein tiefes praktisches Verständnis für nachhaltige Prozesse mit. Seit Januar 2024 begleitet und berät sie bei HGB Unternehmen in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung, mit Fokus auf die CSRD

Über HGB

HGB mit Sitz im Hamburger Grindelviertel gehört seit über 30 Jahren zu den führenden Agenturen für Unternehmensberichterstattung im deutschsprachigen Raum und mit ihrem Schwerpunkt auf crossmediale Lösungen erfolgreich im Markt tätig. Neben Geschäftsberichten unterstützt HGB mit ca. 20 festangestellten Mitarbeitenden mittlerweile mehr als die Hälfte seiner Kunden im Bereich ESG/Nachhaltigkeit. Über 200 Unternehmen stehen auf der Referenzliste von HGB - aktuell arbeitet die Agentur unter anderem für ARAG, BioNtech, Cewe, Creditplus Bank, Evonik, Exyte, Funke Medien, HYADC, LEG Immobilien, MVV Energie, Nürnberg-Messe, OHB, Phoenix Group, SWG, TeamViewer und thyssenkrupp nucera