



# Klimaschutz kommunizieren – überzeugend und authentisch

Bemühungen und Erfolge will man gerne kommunizieren. Was Sie dabei beachten sollten, erfahren Sie in dieser Checkliste.

## GLAUBWÜRDIGKEIT

### **Sie kommunizieren offen und ehrlich sowohl Erfolge als auch Misserfolge**

Klimaschutz ist ein Prozess. Auch Unternehmen, die sich große Mühe geben, ihre negativen Auswirkungen auf das Klima so gering wie möglich zu halten, stoßen auf Hindernisse. Gewünschte Reduktionen lassen sich nicht immer realisieren und einige Maßnahmen lassen sich aufgrund hoher Kosten nicht so einfach umsetzen. Eine authentische Kommunikation befasst sich offen mit Problemen und Hindernissen. Dadurch lässt sich auch die Gefahr des Greenwashings verringern und Sie können sogar gezielt nach Unterstützung und Lösungsvorschlägen fragen.

## KOMMUNIKATIONSKANÄLE

### **Sie nutzen verschiedene Kanäle, um Ihre Klimaschutzaktivitäten zu kommunizieren**

Um möglichst viele Menschen zu erreichen, sollten Sie sich überlegen welche Kommunikationskanäle am besten geeignet sind. Intern bieten sich zum Beispiel, falls vorhanden, das Intranet oder Kommunikationstools wie MS Teams, Slack, E-Mails oder Teammeetings an. Zur externen Kommunikation eignen sich die Unternehmenswebsite, Newsletter oder Social Media.

## KOOPERATIONEN UND AUSZEICHNUNGEN

### **Sie zelebrieren Ihre Auszeichnungen und nutzen Partnerschaften**

Kommunizieren Sie, welche Auszeichnungen oder Zertifikate Sie erlangt haben. Recherchieren Sie, welche Netzwerke es in Ihrer Branche oder Region gibt und wie Sie von diesen profitieren und diese bereichern könnten. Informieren Sie sich über gängige Zertifikate und Wettbewerbe.

## STAKEHOLDERBETEILIGUNG

### **Kund:innen und Menschen in der Region werden in Ihre Aktivitäten einbezogen**

Finden Sie heraus, was Ihren Kund:innen und den Menschen in Ihrer Standortregion wichtig ist. Führen Sie Umfragen auf Social Media durch oder bieten Sie Raum für Feedback und Ideen auf der Unternehmenswebsite. Kommunizieren Sie Ihre Klimaschutzaktivitäten auf Events oder werden Sie in Ihrer Region aktiv und zeigen dadurch Präsenz, beispielsweise durch Aktionstage zum Müllsammeln oder Bäume pflanzen.

## STRATEGISCH DENKEN

### **Sie gehen die Klimaschutzkommunikation strategisch an**

Entwickeln Sie eine Strategie für die Kommunikation Ihrer Klimaschutzaktivitäten. Definieren Sie Ihre Ziele, Zielgruppen und Botschaften. Eine gut durchdachte Strategie kann dazu beitragen, dass Ihre Klimaschutzaktivitäten besser wahrgenommen und verstanden werden. Gehen Sie noch einen Schritt weiter: Betrachten Sie Nachhaltigkeit als einen zentralen Bestandteil der Unternehmensstrategie. Dies hilft, das Engagement der Mitarbeitenden und Kund:innen zu erhöhen, indem sie sich mit einem Unternehmen identifizieren, das sich für Klimaschutz einsetzt.

## LANGZEITDENKEN

### **Sie blicken in die Zukunft**

Kommunizieren Sie nicht nur darüber, was bereits geschehen ist, sondern fokussieren Sie sich auch auf Ihre langfristigen Ziele und wie Sie planen, diese zu erreichen. Was möchten Sie in 10 oder 20 Jahren erreichen? Welche Haltung und welche Verantwortung nimmt das Unternehmen ein in Zeiten des Klimawandels? Lang- und mittelfristige Ziele sollten gut definiert und mit einem klaren Aktionsplan versehen sein.



### **Finden Sie weitere Tipps und Infos zum betrieblichen Klimaschutz**

Der Mittelstand, BVMW e.V. | Potsdamer Straße 7, 10785 Berlin  
Vereinsregister Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz, | USt.-ID-Nr. DE 230883382  
Text & Redaktion: Annika Schwochow (BVMW) | Stand: Januar 2024

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages