

Kommunikation als Treiber der Nachhaltigkeitstransformation von Unternehmen

Frederik MAIBAUM¹, Johann Nils FOEGE¹, Manuel REPPMANN²,
Laura-Marie EDINGER-SCHONS³

*¹ Professur für Innovationsmanagement, Leibniz Universität Hannover,
Königsworther Platz 1, D-30167 Hannover*

*² Lehrstuhl für nachhaltiges Wirtschaften, Universität Mannheim,
Schloss, SO 104, D-6813 Mannheim*

*³ Professur für BWL, insb. Nachhaltiges Wirtschaften, Universität Hamburg,
Rentzelstraße 7, D-20146 Hamburg*

Kurzfassung: Stakeholder erwarten zunehmend von Unternehmen, dass sie Verantwortung übernehmen und zur Bewältigung der gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit wie dem Klimawandel beitragen (George et al. 2016). Daher befinden sich Unternehmen zunehmend in einem Transformationsprozess hin zur Nachhaltigkeit, wobei viele von ihnen darüber kommunizieren (Gartenberg et al. 2019). In der Literatur werden der Nachhaltigkeitskommunikation innerhalb dieses Veränderungsprozesses unterschiedliche Funktionen zugeschrieben: Einerseits wird Kommunikation als rückwärtsgewandte Beschreibung von Nachhaltigkeitsaktivitäten angesehen, die die Konformität eines Unternehmens mit den Erwartungen der Stakeholder demonstrieren sollen (Walker & Wan 2012). Im Gegensatz dazu kann Kommunikation auch als Mittel betrachtet werden, um einen Nachhaltigkeitsbezogenen Wandel auszulösen und zu gestalten (Christensen et al. 2013; Schoeneborn et al. 2020). Es ist jedoch wenig darüber bekannt, wie genau Nachhaltigkeitskommunikation zu Veränderung im Unternehmen führt. Wir nehmen dies als Ausgangspunkt für die Entwicklung eines neuen konzeptionellen Modells, welches das performative Potenzial von Nachhaltigkeitskommunikation beleuchtet.

Während die bestehende Literatur darauf hinweist, dass Nachhaltigkeitskommunikation linear zu Aktivität und Wandel führt, argumentieren wir, dass, obwohl Kommunikation im Allgemeinen zu Veränderung führt, Unternehmen jedoch auch zu viel über Nachhaltigkeit sprechen können, was den positiven Effekt hemmt. Um unser konzeptionelles Modell zu untersuchen, entwickeln wir ein Maß für Nachhaltigkeitskommunikation auf der Grundlage einer quantitativen Textanalyse von Jahresberichten sowie ein Maß für Nachhaltigkeitsaktivität auf der Grundlage von ESG-Daten. Unsere Analyse der Daten von 1.173 im S&P 1500 gelisteten US-Unternehmen über einen Zeitraum von 15 Jahren stützt unsere Argumentation. Unsere Studie trägt somit zu einem differenzierteren Verständnis der Rolle von Nachhaltigkeitskommunikation eines Unternehmens innerhalb der Nachhaltigkeitstransformation bei.

Schlüsselwörter: CSR, symbolische und substanzielle Nachhaltigkeits-transformation, Nachhaltigkeitskommunikation, Textanalyse

Literatur

- Christensen LT, Morsing M, Thyssen O (2013). 'CSR as Aspirational Talk'. *Organization*, 20, 372–393.
- Gartenberg C, Prat A, Serafeim G (2019). 'Corporate Purpose and Financial Performance'. *Organization Science*, 30, 1–18.
- George G, Howard-Grenville J, Joshi A, Tihanyi L (2016). Understanding and tackling societal grand challenges through management research. *Academy of management journal*, 59 (6), 1880–1895.
- Schoeneborn D, Morsing M, Crane A (2020). 'Formative Perspectives on the Relation Between CSR Communication and CSR Practices: Pathways for Walking, Talking, and T(w)alking'. *Business & Society*, 59, 5–33.
- Walker K, Wan F (2012). 'The Harm of Symbolic Actions and Green-Washing: Corporate Actions and Communications on Environmental Performance and Their Financial Implications'. *Journal of Business Ethics*, 109, 227–242.



Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Nachhaltig Arbeiten und Lernen

**Analyse und Gestaltung lernförderlicher
und nachhaltiger Arbeitssysteme
und Arbeits- und Lernprozesse**

69. Kongress der
Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover

01. – 03. März 2023

GfA-Press

Bericht zum 69. Arbeitswissenschaftlichen Kongress vom 01. – 03. März 2023

**Fakultät Maschinenbau, Institut für Berufswissenschaften der Metalltechnik (IBM) und
Institut für Fabrikanlagen und Logistik (IFA), Leibniz Universität Hannover**

Herausgegeben von der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.
Sankt Augustin: GfA-Press, 2023
ISBN 978-3-936804-32-4

NE: Gesellschaft für Arbeitswissenschaft: Jahresdokumentation

Als Manuskript zusammengestellt. Diese Jahresdokumentation ist nur in der Geschäftsstelle (s. u.) erhältlich.

Alle Rechte vorbehalten.

© GfA-Press, Sankt Augustin

Schriftleitung: Prof. Dr. Rolf Ellegast

im Auftrag der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Ohne ausdrückliche Genehmigung der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V. ist es nicht gestattet:

- den Kongressband oder Teile daraus in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) zu vervielfältigen,
- den Kongressband oder Teile daraus in Print- und/oder Nonprint-Medien (Webseiten, Blog, Social Media) zu verbreiten.

Die Verantwortung für die Inhalte der Beiträge tragen alleine die jeweiligen Verfasser; die GfA haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Geschäftsstelle der GfA

Simone John, Tel.: +49 (0)30 1300-13003

Alte Heerstraße 111, D-53757 Sankt Augustin

info@gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de · www.gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de

Screen design und Umsetzung

© 2023 fröse multimedia, Frank Fröse

office@internetkundenservice.de · www.internetkundenservice.de