

## MEDIENHANDBUCH

*Journalismus in  
Kriegszeiten*

WIEN. Die aktuelle Ausgabe des Medienhandbuch Österreich, das vom Verband Österreichischer Zeitungen herausgegeben wird, widmet sich heuer unter anderem dem Thema Journalismus und Medien in Zeiten von Kriegen und Krisen.

## APG/SOCIAL-MEDIA

*The Skills Group  
mit neuem Etat*

© Georg Gangoly

Elise Ryba (Skills), Christoph Schuh (APG) und Stefan Sengl (Skills, v.l.).

WIEN. Im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung hat sich The Skills Group den Vier-Jahres-Etat für die Social Media-Betreuung der Austrian Power Grid AG, Österreichs unabhängigen Stromnetzbetreiber, gesichert. „Vordergründig haben wir es hier oft mit eher technischen und komplexen Inhalten zu tun, die auf den ersten Blick nicht sonderlich sexy oder breitenwirksam wirken. Aber zum einen lieben wir erklärungsbedürftige Themen, und zum anderen ist die Strominfrastruktur hochrelevant, denn wir alle brauchen rund um die Uhr Strom“, erläutert Stefan Sengl, Managing Partner von The Skills Group.

# Greenwashing wird künftig bekämpft

Im Zuge des europäischen Grünen Deals wird auch die Greenwashing-Richtlinie der Kommission weiter verschärft.



© Peter Rigaud

## Trendwende

Moritz Arnold ist Managing Partner bei Grayling und leitet die Corporate Affairs Unit. In der Nachhaltigkeitskommunikation ortet er eine Trendwende.

## ••• Von Sascha Harold

WIEN. Dass Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Trend liegen, hat auch zur Folge, dass immer mehr Unternehmen die Themen für sich in Anspruch nehmen – nicht immer mit einwandfreien Methoden. Die EU-Kommission will sich besonders dem Thema Greenwashing widmen und ein neues Gesetz vorlegen, um dagegen vorzugehen. Die PR-Agentur

Grayling beschäftigt sich seit Längerem mit der Kommunikation von Nachhaltigkeits- und CSR-Themen und sieht eine Trendwende gekommen, die durch die neue EU-Initiative verstärkt werden dürfte.

Moritz Arnold, Managing Director bei Grayling und Leiter der Corporate Affairs Unit, zu den allgegenwärtigen Nachhaltigkeitsversprechen: „Konsumenten und Stakeholder wie

Politik und NGOs reagieren auf solche Versprechen zunehmend misstrauisch. Was zu schön ist, um wahr zu sein, wird schneller durchschaut als früher.“ Unter anderem die Fußball-WM in Katar habe aus seiner Sicht im vergangenen Jahr viele Negativbeispiele dafür hervorgebracht.

## Taten müssen folgen

Der Kommissions-Vorstoß wird weiter Bewegung in das Thema bringen, ist Arnold überzeugt. „Welche konkreten Sanktionen bei Nichteinhaltung der Bewertungskriterien folgen werden, steht noch nicht fest, aber klar ist, dass mit Worthülsen oder Alibi-Lösungen wie Emissionsgutschriften jetzt endgültig Schluss ist.“ Unternehmen müssen daraus die richtigen Schlüsse ziehen: „Bestehende Nachhaltigkeits- und Inklusionsaktivitäten sollten genau analysiert werden. Wo keine nachvollziehbare bzw. datenbasierte Ergebnisse feststellbar sind, muss neu gedacht werden.“



© PantherMedia/Andriy Popov

Mit einem neuen Gesetz will die EU-Kommission Greenwashing unterbinden.