

„Nachhaltigkeit strategisch denken!“

Zwischen Finanzzahlen, Nachhaltigkeit und künstlicher Intelligenz verändert sich die Unternehmensberichterstattung grundlegend. Die Hamburger Silvester Group GmbH begleitet Unternehmen auf diesem Weg und verbindet Strategie, Daten sowie Storytelling. Im Gespräch erklärt Christina Rahtgens unter anderem, welche Chancen KI eröffnet und weshalb nachhaltiges Wirtschaften mit Resilienz und wirtschaftlichem Erfolg verbunden werden muss.



Große Bandbreite: Die gelungene Kombination von visuellen und inhaltlichen Komponenten überzeugt viele Kunden

Wirtschaftsforum: Frau Rahtgens, die Silvester Group ist aus der C. A. T. hervorgegangen, die bereits in den 1980er-Jahren die digitale Finanzberichterstattung in Deutschland mitgeprägt hat. Was war seinerzeit die Idee hinter der Unternehmensgründung?

Interview mit
Christina Rahtgens,
Managing Partner
Communications & ESG
der Silvester Group GmbH



Christina Rahtgens: Unser Anspruch war von Anfang an, Unternehmen die Arbeit rund um ihre Berichterstattung so weit wie möglich abzunehmen und Prozesse zu digitalisieren. Dabei geht es nicht nur darum, Zahlen korrekt zusammenzutragen. Ein Bericht muss den relevanten Stakeholdern erklären, was ein Unternehmen erreicht hat, wohin es sich entwickelt und welche Ziele es verfolgt. Genau diese Verbindung aus Daten, Strategie und Storytelling ist bis heute unser Kern.

Wirtschaftsforum: 2016 entstand die Silvester Group; Nachhaltigkeit wurde zu einem immer wichtigeren Bestandteil Ihres Angebots. Haben Sie damals schon geahnt, welche Dynamik dieses Thema in den folgenden Jahren entwickeln würde?

Christina Rahtgens: Wir haben früh erkannt, dass Nachhaltigkeit weit mehr ist als nur eine gesetzliche Pflicht. Unternehmen, die sich ernsthaft damit beschäftigen, können Risiken besser einschätzen,

Chancen nutzen und sich zukunftssicherer aufstellen. Deshalb haben wir bereits früh gemeinsam mit unseren Kunden begonnen, Nachhaltigkeit strategisch zu denken und in die Berichterstattung unserer Auftraggeber zu integrieren.

Wirtschaftsforum: Warum mussten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung zusammenwachsen? Wären nicht auch zwei getrennte Berichte möglich gewesen?

Christina Rahtgens: Zwei getrennte Datenwelten funktionieren langfristig nicht. Wir hatten Kunden, bei denen Finanz- und Nachhaltigkeitsteams nebeneinander gearbeitet haben. Dann stellte sich die Frage, ob beide die Zahl der Mitarbeitenden gleich berechnen oder ob die Berichtsgrenzen (das Scoping) vergleichbar aufgesetzt sind. Wir brauchen deshalb eine zentrale Datenbasis, einen sogenannten Single Point of Truth. Nur mit verlässlichen Zahlen lassen sich Entwicklungen nachvollziehen,

Ziele definieren und Fortschritte messen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Digitalisierung und künstliche Intelligenz?

Christina Rahtgens: Die Möglichkeiten entwickeln sich rasant. Wir können inzwischen an jedem Bearbeitungsschritt Effizienzgewinne verzeichnen, sei es durch Bearbeitung von großen Datenmengen oder der Verwandlung dieser Daten in gesetzteskonforme Texte. Gleichzeitig dürfen wir bei aller Technologie Qualität und Storytelling nicht aus den Augen verlieren. Ein Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsbericht ist nicht einfach ein Dokument mit Zahlen. Er zeigt, was ein Unternehmen erreicht hat, wo es steht und wohin es will. Das interessiert nicht nur Aktionäre, sondern auch Mitarbeitende, Kunden und Lieferanten.

Wirtschaftsforum: Ihr Angebot reicht von Strategie und Beratung über Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung bis zu Design

und digitalen Lösungen. Was ist Ihr Ansatz?

Christina Rahtgens: Wir holen jedes Unternehmen dort ab, wo es steht. Strategieberater und -beraterinnen, Finanz- und Steuerexperten, Wirtschaftsprüfungsexperten und Designerinnen arbeiten eng zusammen. Entscheidend ist, dass Gestaltung niemals wichtiger wird als die Qualität der Inhalte. Am Ende muss jede Zahl stimmen – bis zur letzten Nachkommastelle.

Wirtschaftsforum: Welche Themen beschäftigen Ihre Kunden aktuell?

Christina Rahtgens: Nachhaltigkeit wird zunehmend mit Risikomanagement verbunden. Klimarisiken, Lieferketten und regulatorische Anforderungen stehen weit oben auf der Agenda. Unternehmen müssen resilient bleiben. Wir wollen deshalb nicht nur helfen, Anforderungen zu er-

füllen, sondern Unternehmen so aufzustellen, dass Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg zusammengehen.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet die Silvester Group von anderen Unternehmen der Branche?

Christina Rahtgens: Unsere Stärke liegt in der Abdeckung der gesamten Wertschöpfungskette und in langfristigen Kundenbeziehungen. Wir übernehmen nicht einfach fertige Inhalte und machen daraus einen schönen Bericht. Wir wollen das Unternehmen verstehen, gemeinsam Strategien entwickeln, Inhalte erarbeiten und daraus überzeugende Kommunikation machen. Unsere Kunden schätzen vor allem Qualität und Verlässlichkeit.

Wirtschaftsforum: Nennen Sie uns doch bitte die Pläne der Silvester Group für die kommenden Jahre?

Christina Rahtgens: Wir beobachten die technologische Entwicklung genau und wollen unseren Kunden die besten Lösungen bieten. Besonders spannend sind KI-gestützte Nachhaltigkeitslösungen, die Prozesse verschlanken und Ergebnisse verbessern. Eine Idee wäre der KI-Kollege, der alle Nachhaltigkeitsdaten im Blick hat. Gleichzeitig wird Nachhaltigkeit stärker unter dem Gesichtspunkt des Return on Investment betrachtet werden. Unternehmen müssen aus vielen Möglichkeiten die Projekte auswählen, die wirtschaftlich und ökologisch sinnvoll sind. Hier bieten sich zur Zeit vor allem Klimaprojekte an, zu denen wir sehr häufig hinzugezogen werden. Unser Ziel ist ein Unternehmen, das nachhaltiger, risikoresilienter und zugleich profitabler aufgestellt ist.

Wirtschaftsforum: Zum Schluss noch eine persönliche Frage. Was ist Ihr ganz individueller Antrieb für das, was Sie tun?

Christina Rahtgens: Meine Mitarbeitenden motivieren mich



**SILVESTER
GROUP**

KONTAKTDATEN

Silvester Group GmbH
Glockengießerwall 26
20095 Hamburg
Deutschland
☎ +49 40 309977630
info@silvestergroup.com
www.silvestergroup.com

täglich, ebenso wie der Anspruch, unser Qualitätsversprechen einzulösen. Gleichzeitig dürfen wir bei allen Diskussionen über Regulierung und Return on Investment das große Ziel nicht vergessen. Die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen dürfen nicht in Vergessenheit geraten. Wir haben nur diese eine Erde. Unternehmen müssen ihren Teil dazu beitragen, dass wir auch künftig gut und wirtschaftlich erfolgreich auf ihr leben können. Das ist für mich persönliche Verantwortung.



Firmensitz Hamburg: Das Scholvienviertel am Glockengießerwall 26



Ort der Kreativität: Hier entstehen Unternehmensberichte, die mehr sind als nur eine Auflistung von Zahlen