

Viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) handeln verantwortungsvoll im Umgang mit ihren Mitarbeitern und Ressourcen. Um die eigene Wettbewerbsfähigkeit und damit den langfristigen Unternehmenserfolg zu sichern, wird es immer wichtiger, soziale und ökologische Belange ganzheitlich in die betrieblichen Prozesse zu integrieren und über das eigene Engagement transparent zu berichten.



Regel Austausch der teilnehmenden Unternehmen

Unternehmerische Nachhaltigkeit erfolgreich kommunizieren

Regio TransKMU

Doch welche Formate und Medien stehen KMUs zur Verfügung, um ihre Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten wie auch den Bürgern vor Ort zu erreichen? Im Kreis Steinfurt setzt man sich mit diesen Fragen auseinander. Als Praxisregion im Forschungsprojekt Regio TransKMU untersucht die Universität Freiburg in Kooperation mit dem Öko-Institut, inwieweit sozial-ökologische Maßnahmen von kleinen und mittleren Unternehmen einen Mehrwert für die Betriebe darstellen und die Prosperität der Region fördern.

Im Mai fand ein kreisweit angebotener Workshop zur Nachhaltigkeitskommunikation im Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit statt. Die Einführung in das Thema machte den 30 Teilnehmenden deutlich, dass Nachhaltigkeitskommunikation viele Facetten hat und jedes Unternehmen seine individuellen Schwerpunkte setzen muss. Anfang 2017 hat der Bundestag das Gesetz zur Berichtspflicht für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern verabschiedet. Ab sofort müssen sie nicht nur über ihre finanzielle Situation berichten, sondern auch über ihr soziales und ökologisches Handeln Rechenschaft ablegen. Zudem wächst der Bedarf an Informationen von Partnern, Konsumenten und Organisationen. Ein weiterer, wichtiger Grund ist, den guten Ruf als Unternehmen in der Region und als guten Arbeitgeber zu wahren und fortzuführen. Nachhaltigkeitskommunikation umfasst in der Regel Aktivitäten in den Handlungsfeldern Markt, Arbeitsplatz, Umwelt und Gemeinwesen. Inhalte aus diesen Bereichen können über verschiedene

Formate veröffentlicht werden. Intranet, schwarze Brett oder die betriebliche Versammlung bieten die Möglichkeit, Mitarbeiter über die Strategie und die Aktivitäten ihres Unternehmens zu informieren. Eine Sensibilisierung und Identifikation gelingt über Schulungen und die aktive Beteiligung an Aktionen. Denn zufriedene und motivierte Beschäftigte sind gleichzeitig ein wichtiger Multiplikator nach außen.

zur Einhaltung von Standards oder Einsatz von Produkten bestimmter Labels, kann die Unternehmensreputation fördern. In manchen Branchen bietet sich die Kooperation mit Netzwerken wie auch Umweltschutzorganisationen oder Hilfswerken an. So können beispielsweise komplexe Themen von verschiedenen Seiten beleuchtet und innovative Lösungen gefunden werden.

Die Teilnahme an bundesweiten

richtung von Unternehmen. Die Nachhaltigkeitskommunikation erreicht nur dann die Menschen, wenn sich an ihren Bedürfnissen und Gewohnheiten ausrichtet. Dann kommt der Weg in die Zukunft in Bewegung und erhöht die Bekanntheit des eigenen Unternehmens. Dann wirkt das positive Bild sympathisch und schafft Vertrauen.

Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Forschungsvorhaben im Kreis Steinfurt geht weiteren Fragen zur Stärkung nachhaltigen Wirtschaftens nach. Unter welchen Bedingungen sind kleine und mittlere Unternehmen dazu bereit, sozial-ökologisch zu handeln? Stärkt es das Image als attraktiver Arbeitgeber? Welche unterstützenden regionalen Rahmenbedingungen braucht es dazu und wird die regionale Wertschöpfung dadurch gestärkt? Im Verlauf des Forschungsvorhabens wurden bisher u.a. Befragungen von Unternehmen, der Bevölkerung im Kreis Steinfurt, Mitarbeitenden und Auszubildenden durchgeführt. Nach einem Aufruf haben sich darüber hinaus einige regionale Unternehmen gemeldet und werden jetzt bei der Entwicklung ihrer sozialen sowie ökologischen Nachhaltigkeitsaktivitäten vom Öko-Institut beraten. Die Ergebnisse, neue Denkansätze und eine daraus resultierende Übertragbarkeit werden Ende diesen Jahres auf www.regio-trans-kmu.de veröffentlicht.

Mehr über Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Kreis Steinfurt erfahren Sie auf www.energieland2050.de. Der gemeinnützige [energieland2050 e.V.](http://www.energieland2050.de) wurde im Frühjahr 2017 von Kreis, Kommunen und Unternehmen gegründet und versteht sich als Servicestelle für diese Zielgruppen.

Gründe und Formate der Kommunikation



Informationskanäle in der Nachhaltigkeitskommunikation

Ein jährlicher Bericht, sei es individuell gestaltet oder anhand eines vorgegebenen Rahmens wie dem deutschen Nachhaltigkeitskodex oder die Global Reporting Initiative, entfaltet mit ökologischen und sozialen Inhalten eine starke Wirkung für ein authentisches und vergleichbares Unternehmensprofil. Das bedeutet aber nicht nur Daten sammeln und veröffentlichen, sondern die eigene Situation regelmäßig neu zu betrachten und Verbesserungspotenziale anzugehen.

Die Prüfung unabhängiger Dritter in Form von Zertifizierung eines Managementsystems, einem Siegel

oder regionalen Wettbewerbe bietet Unternehmen ein Instrument, um sich systematischer mit einem Thema auseinanderzusetzen und anhand gezielter Fragen eine Bestandsaufnahme zu machen. Der Rahmen gibt darüber hinaus die Gelegenheit, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln. Die klassische Öffentlichkeitsarbeit mit Pressemitteilungen in den lokalen Medien, Social Media und unterstützenden Materialien runden die Gesamtkommunikation ab.

Im Gesamteindruck sind Dialog und Beteiligung die wichtigsten Säulen für eine zukunftsorientierte Aus-