



Infobrief für die interessierte Fachöffentlichkeit Nr. 4, Juni 2003

Firmenspezifische Ziele und Mix von Instrumenten – Konzeptentwicklungen für offene Umfeldkommunikation

Die ersten firmenspezifischen Konzepte zur offenen Umfeldkommunikation für die teilnehmenden Unternehmen sind ausgearbeitet. Je nach Umfeldsituation und Zielsetzung sowie finanziellen und personellen Ressourcen werden unterschiedliche Dialoginstrumente eingesetzt.

Zu den Qualifizierungstrainings erarbeiteten die Projektberater ein Skript. Ausgewählte Inhalte werden in das Basiskonzept „Offene Umfeldkommunikation“ eingearbeitet. Die Trainingsmodule können bei Bedarf erneut angeboten werden.

Konzeptentwicklung

Die ersten firmenspezifischen Konzeptentwicklungen für Dialogangebote sind ausgearbeitet, z.B. für ein Unternehmen der chemischen Industrie, dessen Betriebsgelände unmittelbar an Wohnbebauung und Kleingärten angrenzt. Beschwerden

aus dem Umfeld beziehen sich hauptsächlich auf Geruchsbelastungen. Im Unternehmen gibt es auch einen Störfallbetrieb nach BImSchG.

Im Rahmen der Einweihung einer neuen Produktionshalle organisierte das Unternehmen einen Tag der offenen Tür mit Führungen und anschließender Feier. Eingeladen waren auch Vertreter aus dem Umfeld, so dass ein Mitarbeiter des Unternehmens erste Kontakte knüpfen bzw. bestehende Kontakte intensivieren konnte. Er informierte die Umfeldvertreter über das Projekt ‚Offene Umfeldkommunikation für kleine und mittlere Unternehmen‘. Die Angesprochenen reagierte sehr positiv auf das Dialogangebot und zeigten sich auch an weiteren Informationen über das Unternehmen und an einer engeren Zusammenarbeit interessiert.

Wesentliche Empfehlungen der Projektberater für das Unternehmen sind:

- einen festen Ansprechpartner für Umfeldkontakte zu benennen
- regelmäßig die Anwohnerschaft zu informieren und sich mit ihr in Form einer zentralen jährlich stattfindenden Veranstaltung auszutauschen
- Unternehmensnachrichten in die lokale Presse zu kommunizieren
- ein Konzept zur Krisenkommunikation zu erstellen.

Mit dem Kommunikationsangebot verfolgt das Unternehmen das Ziel, regelmäßig über wichtige Aktivitäten und Planungen zu informieren und einen kontinuierlichen und vertrauensvollen Dialog aufzubauen. In diesem soll eine frühzeitige und sachgerechte Verständigung über alle für das Unternehmen und das Umfeld wichtigen Themen erfolgen.

Mit eingebunden werden sollen die direkten Nachbarn, Vertreter von Institutionen und Vereinen aus der Werksumgebung, Vertreter der

Die Projektidee hinter

„OFFENE UMFELDKOMMUNIKATION“

Historisch bedingte Standorte von Unternehmen in direkter Nähe zu Wohngebieten und die damit verbundenen Umweltrisiken und Emissionen führen häufig zu Konflikten mit dem nachbarschaftlichen Umfeld. Qualifizierte Strategien der offenen Umfeldkommunikation zielen auf eine methodische Kommunikation als Mittel zur einvernehmlichen Identifizierung von Problemen und Prioritäten und zur Entwicklung realistischer Lösungen. Mit offener Umfeldkommunikation liegen überwiegend positive Erfahrungen für Großunternehmen vor. Das Projekt will diese Erfahrungen auswerten und kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) befähigen, mit ihren eigenen Ressourcen ebenfalls geeignete Varianten der Umfeldkommunikation zu entwickeln und einzuführen. Die Träger des Projektes – IHK Hannover, HWK Hannover und Gewerbeaufsichtsämter Hannover, Göttingen und Hildesheim – wollen mit dem Projekt ihre Beratungskompetenz für KMUs in Standortsituationen mit Umweltkonflikten ergänzen. Förderer ist die Deutsche Bundesstiftung Umwelt.

PROJEKTTRÄGER

Kommunalverwaltung und -politik, Behörden, Feuerwehr, Presse und Medien.

Instrumente der offenen Umfeldkommunikation

Offene Umfeldkommunikation kann die unterschiedlichsten Dialogformen umfassen. Je nach finanziellen und personellen Ressourcen des Unternehmens muss über eine Auswahl der möglichen Instrumente firmenspezifisch entschieden werden:

Das Unternehmen gibt dem Umfeld im Rahmen einer *Betriebsbesichtigung*, eines *Tages der offenen Tür* oder eines *Sommerfestes* die Möglichkeit, den Betrieb besser kennen zu lernen, was i.d.R. zu einem besseren Verständnis der Betriebsvorgänge und ggf. einer höheren Akzeptanz der Unternehmensaktivitäten am Standort führt.

Wichtig für einen guten Nachbarschaftsdialog sind – insbesondere bei Beschwerden – *persönliche Telefonkontakte bzw. Gespräche* mit den Beschwerdeführern, um eine sachliche und persönliche Klärung des Problems zu erreichen.

Über spezielle Themen (z.B. Genehmigungsverfahren, Geruchs-, Lärmbelastungen) kann das Unternehmen auf *Informationsveranstaltungen* berichten und Gelegenheit zu *Diskussionen* eröffnen.

Um einen kontinuierlichen Dialog mit einem größeren Personenkreis zu erreichen, bietet sich eine regelmäßig stattfindende Veranstaltung in Form eines *„Nachbarschaftsdialoges“* an. Diese ist auch im Verbund mit benachbarten Firmen denkbar.

Über eine *Postwurfsendung*, eine *Nachbarschaftszeitung* oder z.B. die *Kurzfassung des Umweltberichtes* können aktuelle Informationen für die Nachbarschaft aufbereitet werden.

Für die Akzeptanz und Unterstützung einer offenen Umfeldkommunikation im eigenen Unternehmen ist es wichtig, dass auch die Mitarbeiter des Unternehmens über *Betriebsversammlungen*, *Aushänge* oder *Mitarbeiterzeitungen* informiert sind.

Hilfreich für eine sachgerechte und richtige Berichterstattung der Presse und die öffentliche Wahrnehmung des Unternehmens ist es, einen kontinuierlichen *Kontakt zur Presse* aufzubauen und informative *Internetseiten* über den Standort bereitzustellen.

Gemeinnütziges Engagement und *Sponsoring* sowie die *Rekrutierung* von Mitarbeitern im regionalen Umfeld bieten weitere Möglichkeiten, sich zu profilieren.

Qualifizierung: Training und Skript

Im Anschluss an die Qualifizierungstrainings erarbeiteten die Projektberater ein umfangrei-

ches *Skript*, das alle wesentlichen Inhalte aufbereitet. Ein Fazit zu jedem Beitrag hebt Kernpunkte hervor und Literaturempfehlungen geben Hinweise zur Vertiefung.

Ausgewählte Inhalte werden in das Basiskonzept eingearbeitet, das zum Abschluss des Projektes erscheint. Für Interessierte (Unternehmen, Mitarbeiter der Projektträger, u.a.) können bei Bedarf weitere Trainings angeboten werden.

Ergebnis der Projektbewertung durch KMUs liegt vor

Eine im April 2003 durchgeführte *Abfrage zur Bewertung des bisherigen Projektverlaufes* durch die teilnehmenden Unternehmen ist durchweg positiv bewertet worden (Rücklaufquote: 7 von 8 Unternehmen). Kritikpunkte bezogen sich darauf, dass der Zeitaufwand für die Projektmitarbeit in einigen Fällen zu hoch sei, z.B. für das Durcharbeiten der Dokumentationen des Projektes. Die Unternehmen lobten die Vermittlung von Theorie in den Qualifizierungstrainings, die firmenspezifische Betreuung bei konkreten Problemen und die Vermittlung von Erfahrungen anderer Projektteilnehmer über Probleme mit ihrem Umfeld.

Abschlussveranstaltung

Der Termin für die Abschlussveranstaltung steht jetzt fest (bitte vormerken). Die Präsentation der Projektergebnisse mit Erfahrungsberichten aus den teilnehmenden Unternehmen wird am:

Mittwoch, 01. Oktober 2003, ab 14:00 Uhr

in den Räumen der *Industrie- und Handelskammer Hannover* stattfinden.

Ansprechpartner:

Projektbearbeitung und -beratung:

Dipl.-Volksw. Maren Schüpphaus,
hammerbacher gmbh
Schnatgang 27, 49080 Osnabrück
Tel. 0541-33882-15, Fax: 0541-33882-79
ms@hammerbacher.de

für die Projektträger:

Industrie- und Handelskammer Hannover,
Handwerkskammer Hannover und Gewerbeaufsichtsämter Hannover, Hildesheim und Göttingen:
Dipl.-Ing. Andreas Aplowski,
Staatliches Gewerbeaufsichtsamt Hildesheim
Hindenburgplatz 20, 31134 Hildesheim
Tel. 05121-1600-31, Fax: 05121-1600-10
andreas.aplowski@gaa-hi.niedersachsen.de

Gefördert durch die



Bearbeitet von

■■■■ hammerbacher