

OFFENE UMFELDKOMMUNIKATION FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN



Infobrief für die interessierte Fachöffentlichkeit Nr. 1, Juli 2002

Umfeldinteressen kennenlernen und ernst nehmen – Bestandsaufnahme abgeschlossen – Erste Empfehlungen

Eine aktive Kommunikation von Unternehmen mit ihrem Umfeld ist ein Beitrag zur Standortsicherung. Das Projekt will hierzu Vorgehensweisen für kleine und mittlere Unternehmen entwickeln. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen Trends aus der Bestandsaufnahme mit zehn niedersächsischen Unternehmen über ihre Umfeldsituation vor. Die Projektberater erhoben in der ersten Projektphase die Situation und Interessenlagen jedes Unternehmens und des Umfelds. Außerdem lesen Sie erste Empfehlungen, worauf es beim Aufbau einer offenen Umfeldkommunikation ankommt.

Typische Gemengelage

So unterschiedlich Produktionszweck und Größe der teilnehmenden Unternehmen auch sind – es gibt typische umfeldrelevante Themen: Dazu zählen z.B. Produktions- und Verkehrslärm, un-

angenehme Gerüche, Staubemissionen und Vorsorgemaßnahmen vor Umwelt- und Gesundheitsrisiken der Produktion oder bei Betriebsstörungen. Die Akzeptanz des Umfeldes ist für Unternehmen besonders bei Betriebserweiterungen oder Genehmigungsverfahren wichtig. Auseinandersetzungen mit direkten Nachbarn, zuständigen Behörden, regionalen Meinungsführern oder den Medien können nicht nur Planungen verzögern, sondern auch zu Imageschäden oder sogar zu einer Gefährdung des Standortes führen.

Hier will das Projekt „Offene Umfeldkommunikation“ neue Wege aufzeigen: Unternehmen können lernen, wie eine frühzeitige Kontaktaufnahme und Information der direkten Nachbarn und zuständigen Behörden dazu beitragen kann, Interessen frühzeitig zu erkennen, abzuwägen und ggf. rechtzeitig in ihren Planungen zu berücksichtigen. Der Aufbau einer systematischen Kommunikation mit dem Umfeld ist damit auch ein Baustein einer vorsorgenden Krisenkommunikation.

Die Projektidee einer

„OFFENEN 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 die Gewerbeaufsichtsämter Hannover, Göttingen und Hildesheim – wollen mit dem Projekt ihre Beratungskompetenz für KMUs in Standortsituationen mit Umweltkonflikten ergänzen. Förderer ist die Deutsche Bundesstiftung Umwelt.

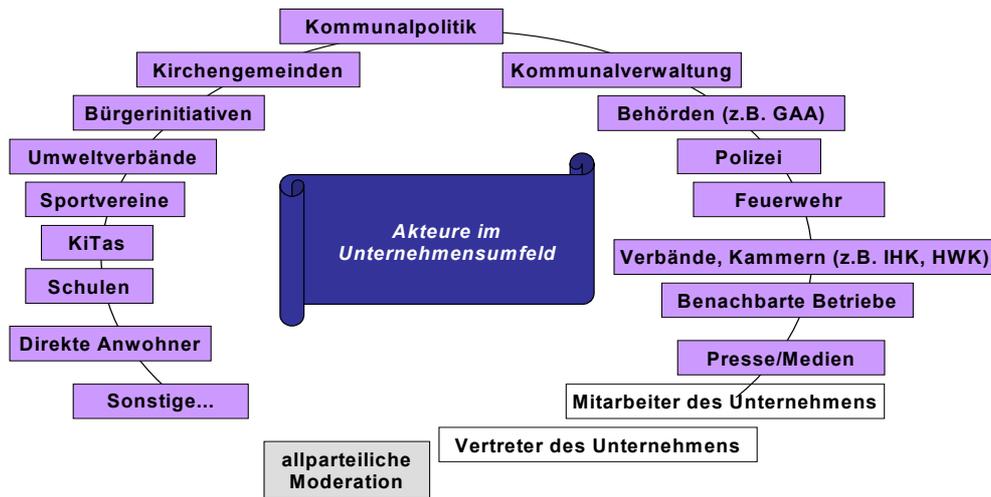
Vorsichtige Zurückhaltung gegenüber aktiven Umfeldkontakten

Die Gespräche mit den teilnehmenden Unternehmen ergaben, dass die Unternehmen überwiegend reagieren, z.B. auf Beschwerden aus der Nachbarschaft. Nur selten ergreifen die Unternehmen selbst die Initiative und informieren von sich aus ihr Umfeld über aktuelle Entwicklungen und Veränderungen in der Produktion oder über Zukunftsplanungen. Häufig kennen die Unternehmen ihre Umfeldstrukturen (siehe Grafik umseitig) nicht. Und umgekehrt weiß auch das Umfeld nicht genauer, welche Produktionsprozesse und Anlagen am Standort eingesetzt werden und wie sich die wirtschaftliche Situation und die Handlungsmöglichkeiten des Betriebes tatsächlich darstellen.

PROJEKTTRÄGER



Bei der Konzeption eines Kommunikationsangebotes der Offenen Umfeldkommunikation sollte die Einbeziehung der folgenden Akteure geprüft werden:



Alle Unternehmen wollten bei Ihrem Umfeld Verständnis und Akzeptanz für Ihre Entscheidungen finden. Sie befürchteten, dass bei einer aktiveren Information Nachbarn überzogene Forderungen erheben und unerfüllbare Erwartungshaltungen entstehen könnten: Wer möchte schon gerne „schlafende Hunde“ wecken?

Umgekehrt können Nachbarn die Reichweite ihrer Forderungen ohne eine ausführliche Darstellung der Firmensicht häufig nicht realistisch einschätzen. Sie sind skeptisch, ob der Betrieb bereit ist, ihnen entgegenzukommen.

Bei Veränderungen können Standorte, die jahrelang in guter Nachbarschaft mit ihrem Umfeld gelebt haben, plötzlich in die Kritik geraten. Sind Ansprechpartner bekannt und direkte, vertrauensvolle Kommunikationswege aufgebaut, kann frühzeitig nach Lösungen gesucht werden. Und es kann weiter sachlich diskutiert werden, wenn sonst die Emotionen hochzukochen drohen.

Basiskonzept zum Aufbau einer offenen Umfeldkommunikation

Im Projekt wird ein Basiskonzept entwickelt, das Unternehmen beim Aufbau eigener Kommunikationsangebote unterstützt.

Erste Empfehlungen sind:

- ▶ Feste Ansprechpartner für Umfeldkontakte benennen
- ▶ Eine Bestandsaufnahme der Umfeldbeziehungen zeigt Handlungsbedarf auf
- ▶ Betriebsbesichtigung oder Einladung zum Tag der offenen Tür ermöglicht ersten Austausch und wechselseitiges Kennenlernen
- ▶ Interessen von Nachbarn ernst nehmen
- ▶ Zu Anfragen und Beschwerden verbindliche Rückmeldungen geben
- ▶ Handlungsoptionen, aber auch Grenzen aus Unternehmenssicht transparent darstellen

Die nächsten Arbeitsschritte: Konzeptentwicklungen und Qualifizierungstrainings

Die Unternehmen entscheiden, ob sie weiter mitarbeiten und ihrem Umfeld ein aktives Kommunikationsangebot machen möchten: Denkbar ist z.B. die Einladung von Anwohnern zum Kennenlernen und Austausch. Ggf. sollten auch Vertreter gesellschaftlicher Gruppen einbezogen werden. Im Industriegebiet könnten Nachbarunternehmen gemeinsam Kontakte zu ihrem Umfeld aufbauen. Für jedes teilnehmende Unternehmen erarbeiten die Projektberater ein eigenes Konzept. Bevor die Unternehmen ihr Angebot starten, lernen sie mit Mitarbeitern der Projektträger in gemeinsamen Qualifizierungstrainings Kommunikations-, Präsentations- und Moderationskompetenzen und Grundlagen der Konfliktanalyse und Verhandlungsführung kennen.

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

