

## Ranking 2009 der Nachhaltigkeitsberichte mittelständischer Unternehmen

### Fragebogen

Wir bitten Sie ganz herzlich um Beantwortung des nachstehenden Fragebogens bis zum 6.2.2009.

Wir wissen, dass Nachhaltigkeitsaspekte unterschiedliche Relevanz haben, in Abhängigkeit von der Branche und von der Unternehmensgröße. Uns ist auch bewusst, dass Unternehmen sich in unterschiedlichen Umsetzungsstadien eines Nachhaltigen Wirtschaftens befinden und auch, dass Unternehmen unterschiedliche Formen in ihrer Nachhaltigkeitskommunikation verfolgen.

Bitte beantworten Sie den Fragebogen auch, wenn Ihr Unternehmen keinen Umweltbericht, Nachhaltigkeitsbericht oder vergleichbaren Bericht veröffentlicht hat. In diesem Fall treffen nur die Fragen 1-8 zu.

Mit Ausnahme der Fragen 9-17 werden Ihre Antworten anonymisiert.

Wir haben uns bemüht, die Fragen so klar wie möglich zu formulieren. Sollten Unklarheiten auftreten stehen wir gerne für Rückfragen zur Verfügung:

Udo Westermann, future e.V. – verantwortung unternehmen, Tel.: 0251 97316-34, udo.westermann@future-ev.de

Sie können den Fragebogen einfach am Computer ausfüllen. Dazu benötigen Sie lediglich den Acrobat Reader (ab Version 8) von Adobe ([www.adobe.de](http://www.adobe.de)).

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen bis zum 6.2.09 an [ranking@future-ev.de](mailto:ranking@future-ev.de)

Sie können den Fragebogen auch ausdrucken und an 0251/9731635 faxen.

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung!

### 1. Kontaktdaten zum Unternehmen

Name des Unternehmens:

Postanschrift:

Ansprechperson:

Telefon:

E-Mail:

### 2. Weitere Angaben zum Unternehmen

Branche:

Rechtsform:

Anzahl Beschäftigte:

 < 100 < 250 < 500 < 1000 > 1000

Umsatz (Mio €):

 < 10 < 50 < 100 < 1000 > 1000

Eigentumsverhältnisse:

- Unternehmen ist mehrheitlich in Familienbesitz, Familie ist in Geschäftsführung vertreten
- Unternehmen ist mehrheitlich in Familienbesitz, geführt durch Fremdgeschäftsführer
- Minderheitsbeteiligung in Familienbesitz, Familie ist in Geschäftsführung vertreten
- Unternehmen ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft
- Unternehmen ist ein Tochterunternehmen von

- Anderes

### 3. Bei wem ist die Zuständigkeit für Umweltschutz / Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen verankert?

- Vorstand / Geschäftsführung
- Stabsstelle für Umweltschutz oder Nachhaltigkeit/CSR, Assistenz der Geschäftsführung
- Betriebsbeauftragte für Abfall, Immissionsschutz, Gewässerschutz, etc.
- Öffentlichkeitsarbeit / Kommunikation
- Personalabteilung
- auf mehrere Personen verteilt:

### 4. Welche Formen der Nachhaltigkeitskommunikation nutzen Sie? (Mehrfachnennung möglich)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeitsbericht                | <input type="checkbox"/> Tagungen, Vorträge  |
| <input type="checkbox"/> Umweltbericht / Umwelterklärung       | <input type="checkbox"/> Tag der offenen Tür |
| <input type="checkbox"/> Flyer, Folder                         | <input type="checkbox"/> Kundengespräche     |
| <input type="checkbox"/> Kundenprospekte                       | <input type="checkbox"/> Sonstiges:          |
| <input type="checkbox"/> Hauszeitungen, Newsletter, Infobriefe |  |
| <input type="checkbox"/> Internetauftritt Ihres Unternehmens   |  |
| <input type="checkbox"/> Geschäftsbericht                      |  |

## 5. Wer sind die Hauptzielgruppen Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation? (Mehrfachnennung möglich)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Kundinnen und Kunden                                       | <input type="checkbox"/> regionale Öffentlichkeit (Nachbarschaft)           |
| <input type="checkbox"/> Behörden   | <input type="checkbox"/> bundesweite und/oder internationale Öffentlichkeit |
| <input type="checkbox"/> Beschäftigte   | <input type="checkbox"/> sonstige:  |
| <input type="checkbox"/> anzuwerbende neue Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Azubis |   |

## 6. Was hat Sie zur Nachhaltigkeitskommunikation motiviert? (Mehrfachnennung möglich)

- Wettbewerber machen es
- zunehmende externe Anfragen von Kund/innen
- Beispiele/Anfragen von Lieferanten
- andere Notwendigkeiten, extern zum Thema zu informieren (z.B. Erwartungen neuer MA)
- Anstoß dazu kam aus dem Unternehmen selbst (Beschäftigte, Geschäftsführung etc.)
- Sonstiges:

## 7. Was ist die zentrale Zielstellung Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation?

- Imagewirkung
- Interesse an Kommunikation mit externen Interessengruppen
- Konkrete Erwartung externer Anregungen zu Einsparpotenzialen oder Produktoptimierungen
- Eignung der zu erhebenden Datengrundlagen für interne Steuerungszwecke
- Sonstiges:

## 8. Wie wichtig sind die nachfolgenden Themen für Ihr Unternehmen?

Kreuzen Sie bitte die Relevanz für Ihr Unternehmen an (Spalten 1-3).

Kreuzen Sie bitte auch an, wenn Sie das Handlungsfeld in ihrem Nachhaltigkeitsengagement bereits aktiv aufgegriffen haben (Spalte 4) und ob Sie bereits über das Thema in Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation berichten (Spalte 5).

Demografischer Wandel: alternde Belegschaft, Fachkräftemangel	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Vereinbarkeit Beruf und Familie: individuelle Arbeits- zeiten, Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Gesundheitsmanagement: Gesundheitsförderung, Sozialberatung	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Personalentwicklung: Quali- fizierung, Frauenförderung, Ein- bindung von Minderheiten	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Führungskultur, Mitarbeiterorientierung	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Soziale Anforderungen in der Lieferkette	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Ökologische Beschaffung	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Ökologische Produkteigen- schaften: z.B. Energieverbrauch in Gebrauchsphase, Einsatz von Recyclaten/ nachwachsenden Rohstoffen, Verminderung von Schadstoffen	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Klimaschutz: regenerative Energieerzeugung, KWK	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Klimaschutz: Energieverbrauch, Energie- effizienz, Abwärmenutzung	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Klimaschutz: Verkehr, Logistikkonzepte	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Artenvielfalt, Naturschutz	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Ressourcenverknappung: Kosten, Versorgungssicherheit	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Neue nachhaltige Geschäfts- felder/ Produkte	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits
Verankerung des Unternehmens in der Region: Bildungspartnerschaften etc.	<input type="checkbox"/> sehr relevant	<input type="checkbox"/> relevant	<input type="checkbox"/> nicht relevant	<input type="checkbox"/> sind aktiv	<input type="checkbox"/> kommunizieren bereits

Unternehmenswerte, Ethik  sehr relevant  relevant  nicht relevant  sind aktiv  kommunizieren bereits

Transparenz, Antikorruption  sehr relevant  relevant  nicht relevant  sind aktiv  kommunizieren bereits

Sponsoringaktivitäten:  sehr relevant  relevant  nicht relevant  sind aktiv  kommunizieren bereits

Sonstiges:  sehr relevant  relevant  nicht relevant  sind aktiv  kommunizieren bereits

Fragen 9 bis 17: Bitte nur beantworten, wenn Sie einen Nachhaltigkeits- oder Umweltbericht erstellen.

### 9. Wann ist der erste Umwelt-/Nachhaltigkeits- / CSR-Bericht Ihres Unternehmens erschienen?

### 10. War Ihr erster Bericht ... (Mehrfachnennung möglich)

eine Umwelterklärung nach EMAS?

Sonstiges?:

ein Umweltbericht?

### 11. Wann ist Ihr aktueller Bericht erschienen?

### 12. Wie lautet der Titel Ihres aktuellen Berichts?

**13. Welche Themen deckt Ihr aktueller Bericht ab?** (Mehrfachnennung möglich)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Betrieblicher Umweltschutz   | <input type="checkbox"/> Ökonomische Nachhaltigkeit                                      |
| <input type="checkbox"/> Produktbezogener Umweltschutz  | <input type="checkbox"/> Kundeninteressen (z.B. Produktinformationen, Verbraucherschutz) |
| <input type="checkbox"/> Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz                                | <input type="checkbox"/> Sonstiges:  |
| <input type="checkbox"/> Mitarbeiterinteressen (z.B. Chancengleichheit, Aus- und Weiterbildung) | <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div>                  |
| <input type="checkbox"/> Gesellschaftliches Engagement  |  |
| <input type="checkbox"/> Verantwortung in der Lieferkette                                       |  |

**14. Welche Abteilung ist federführend bei der Berichtserstellung?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Umweltabteilung                                   | <input type="checkbox"/> eigens gebildetes Querschnittsteam             |
| <input type="checkbox"/> Unternehmenskommunikation / Öffentlichkeitsarbeit | <input type="checkbox"/> Sonstige:                                      |
| <input type="checkbox"/> Marketing   | <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div> |

**15. Wie und an wen verteilen Sie Ihren Nachhaltigkeitsbericht?**

**16. Wann erscheint Ihr nächster Bericht?**

**17. Planen Sie Veränderungen in Form und Inhalt Ihrer Berichterstattung?  
Wenn ja, welche?**

Möchten Sie im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU berücksichtigt werden?

Dann senden Sie bitte 3 Exemplare Ihres aktuellen Berichts bis zum 28.2.2009 an:

future e.V. – verantwortung unternehmen

Am Hof Schultmann 63, 48163 Münster