

FIN (Handel)- Nachhaltigkeitsmanagementsystem

Kommunikationsplan Nachhaltigkeitspolitik und -ziele (Muster und Beispiel)

Die Nachhaltigkeitspolitik und -ziele des Unternehmens müssen kommuniziert werden. Anhand des nachfolgenden Kommunikationsplans für relevante Anspruchsgruppen können Sie dokumentieren worüber, wann, mit wem und wie kommuniziert wird sowie wer kommuniziert. Der Kommunikationsplan ist bei Änderungen zu aktualisieren.

Tabelle 1: Muster Kommunikationsplan für relevante Anspruchsgruppen in Bezug auf die Nachhaltigkeitspolitik und -ziele

Anspruchsgruppe	Relevanz der Zielgruppe für das Unternehmen	Verantwortliche Person / Bereich	Zeitpunkt/Regelmäßigkeit der Kommunikation	Inhalt und Umfang der Information	Kommunikationskanal
Mitarbeiter	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				
Gesellschafter / Eigentümer	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				
Kunden/Abnehmer	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				
Lieferanten	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				
Dienstleister (Logistikdienstleister,	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				

Anspruchsgruppe	Relevanz der Zielgruppe für das Unternehmen	Verantwortliche Person / Bereich	Zeitpunkt/Regelmäßigkeit der Kommunikation	Inhalt und Umfang der Information	Kommunikationskanal
technischer Dienstleister o.ä.): _____					
Kommune(n)	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				
Gesetzgeber/Staat	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				
Sonstige: _____	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein				

Ausfüllhilfe

Anspruchsgruppe: Beispiele relevanter Anspruchsgruppen/Stakeholder des Unternehmens in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen. Weitere relevante Anspruchsgruppen können individuell ergänzt werden.

Relevanz der Anspruchsgruppe: Mit „Ja“ anzukreuzen, sofern die Anspruchsgruppe relevant ist. Bei „Nein“ sind die restlichen Spalten nicht auszufüllen.

Verantwortliche Person / verantwortlicher Bereich im Unternehmen: Benennung verantwortlicher Fachbereiche für die Kommunikation an die relevante Zielgruppe im Unternehmen (oder ggf. externe Dienstleister).

Zeitpunkt / Regelmäßigkeit der Kommunikation: Festlegung eines Informationszeitpunktes sowie ggf. einem Turnus für wiederholte Kommunikationsanlässe unterjährig (z.B. Jahresabschlussbericht, Mitarbeiterinformation zum Quartalsende o.ä.)

Inhalt und Umfang der Information: Beschreibung des Informationsumfangs und -inhalts mit Bezug zur Nachhaltigkeitspolitik und den -zielen des Unternehmens

Kommunikationskanal: gewähltes Medium (Homepage, Intranet, Newsletter, Abschlussbericht (print), o.ä.)

Tabelle 2: Beispiel Kommunikationsplan Nachhaltigkeitspolitik und -ziele für einen Großhandelsbetrieb Obst, Gemüse, Kartoffeln

Anspruchsgruppe	Relevanz der Zielgruppe f. das Unternehmen	Verantwortliche Person / Bereich	Zeitpunkt/Regelmäßigkeit der Kommunikation	Inhalt und Umfang der Information	Kommunikations-kanal
Mitarbeiter	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Interne Kommunikation	quartalsweise	Zielsetzung und -erreichungsgrad; Updates aus Projekten, gesammelte Informationen o.ä.	Mitarbeiter-Newsletter/-Zeitung, Homepage
		Interne Kommunikation	anlassbezogen	Informationen, die Mitarbeiter aktiv einbinden oder sensibilisieren	Intranet, E-Mail
Gesellschafter / Eigentümer	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Nachhaltigkeitsbeauftragter (Bereich) / Geschäftsführung / Externe Kommunikation	Min. jährlicher Status Quo Bericht / Nachhaltigkeitsbericht	Nachhaltigkeitsziele und -erreichungsgrad	In Gesellschafterversammlung; als online oder print Bericht
Kunden/Abnehmer	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Nachhaltigkeitsbeauftragter (Bereich), Key Account Manager / Externe Kommunikation	anlassbezogen	Anlassbezogen (z.B. Projekt zur Biodiversität, Klimaneutralität des Unternehmens, Kooperationen mit Instituten und Forschungseinrichtungen, optimierte Produktverpackungen o.ä.) Im Ereignis- oder Beschwerdefall	Über Key Account Manager oder Nachhaltigkeitsbeauftragten (Bereich); über Homepage Direkter Austausch / E-Mail
Lieferanten	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Nachhaltigkeitsbeauftragter (Bereich) / Einkäufer / Externe Kommunikation	anlassbezogen	Weitergabe relevanter Nachhaltigkeitsanforderungen, Ergebnisse von Forschungsprojekten, Angebote für Weiterbildungsmöglichkeiten, Beratungsleistungen Im Ereignis – oder Beschwerdefall	Über Einkäufer oder Nachhaltigkeitsbeauftragten (Bereich), Homepage Direkter Austausch / E-Mail
Dienstleister (Logistikdienstleister, technischer Dienstleister o.ä.):	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Nachhaltigkeitsbeauftragter (Bereich) / verantwortlicher Bereich für Vergabe von Logistikleistungen / Externe Kommunikation	anlassbezogen	Information über logistikrelevante (z.B. emissionsbezogene) Zielsetzungen des Unternehmens	Direkte Ansprache / Abstimmung durch verantwortlichen Bereich, Homepage

Anspruchsgruppe	Relevanz der Zielgruppe f. das Unternehmen	Verantwortliche Person / Bereich	Zeitpunkt/Regelmäßigkeit der Kommunikation	Inhalt und Umfang der Information	Kommunikations-kanal

Kommune(n)	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<i>Nachhaltigkeitsbeauftragter (Bereich) / Externe Kommunikation</i>	<i>anlassbezogen</i>	<i>z.B. Inanspruchnahme von Fördermitteln / Nachweiserbringung, Abstimmung zu Neubau/Umbaumaßnahmen o.ä.</i>	<i>Direkte Ansprache / Abstimmung durch verantwortlichen Bereich</i>
Gesetzgeber/Staat	<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein				
Sonstige: _____	<input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein				