

Pluspunkte

IN DIESER AUSGABE



Seite 2

Projekte am Standort

Im Industriepark Wolfgang bringen Mitarbeitende nachhaltige Ideen ein Seite 3

Branchenstandard

Die Chemieverbände haben Standards für nachhaltige Wertschöpfung erarbeitet Seite 4

Sustainable Network

Bei Merck in Darmstadt ist Nachhaltigkeit ein Querschnittsthema

EDITORIAL

Liebe Leserinnen, liebe Leser,



um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit Maßnahmen ergreifen – am besten, noch bevor gesetzliche Verpflichtungen wirksam werden oder gar Sanktionen drohen. Auch für die Mitarbeitergewinnung wird das

Themenfeld immer wichtiger, denn nicht nur die "Generation Z" sucht zunehmend nach sinnstiftenden Tätigkeiten.

Seit Jahren machen die Allianzpartner von Chemie³ praxisorientierte Angebote, unter anderem mit Leitfäden oder Webinaren. Alle zwei Jahre richten wir in Hessen den Nachhaltigkeitswettbewerb für junge Menschen aus, der 2023 als beste Nachhaltigkeitsinitiative mit dem mediaVAward ausgezeichnet wurde. Neu ist der gemeinsam erarbeitete Branchenstandard für nachhaltige Wertschöpfung.

Unser 39. FORUM Kommunikation widmete sich der Nachhaltigkeitskommunikation und damit auch der Frage, wie das komplexe Thema in der täglichen Praxis gelebt werden kann.

Viel Spaß beim Lesen wünscht

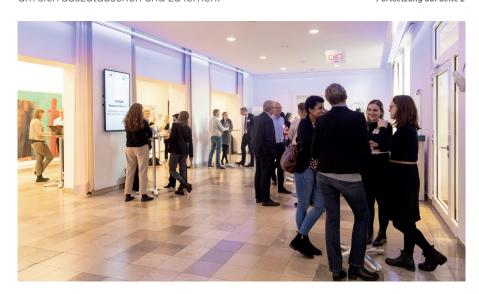
Jürgen Funk Geschäftsführer

Nachhaltigkeit strategisch und kommunikativ verankern

Kommunikationsprozesse rund um das Thema Nachhaltigkeit standen im Zentrum des 39. FORUMs Kommunikation von HessenChemie und dem VCI Hessen. Experten empfehlen: Kommunizieren Sie frühzeitig, transparent und glaubwürdig.

Längst geht es nicht mehr darum, ob Unternehmen sich überhaupt um das Thema Nachhaltigkeit kümmern, sondern darum, wie sie dies tun und wie glaubwürdig sie dabei sind. Denn Kunden und Geschäftspartner setzen nachhaltige Aktivitäten längst voraus.

Wie die Betriebe ihre entsprechenden Tätigkeiten in der Unternehmensstrategie verankern und wie sie darüber informieren, bildete daher den Schwerpunkt des FORUMs Kommunikation. Kommunikationsverantwortliche aus Mitgliedsunternehmen der hessischen Chemieverbände trafen sich am 6. November 2023 in den Räumen der "DECHEMA – Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie e. V." in Frankfurt, um sich auszutauschen und zu lernen. Fortsetzung auf Seite 2



Wie bringt man das Thema in die Köpfe und Herzen der Mitarbeitenden? Darüber tauschten sich Kommunikationsverantwortliche aus den Mitgliedsunternehmen bei der DECHEMA in Frankfurt aus.

Fortsetzung von Seite 1

"Unternehmen können es sich nicht mehr leisten, in puncto Nachhaltigkeit schlecht zu kommunizieren", betonte Stefanie Henn von der Agentur Edelman. Sie empfahl, über das Engagement auch dann zu berichten, wenn eine gesetzliche Berichtspflicht für das eigene Unternehmen noch nicht greift. "Veröffentlichen Sie Zahlen und Ziele, erklären Sie der Öffentlichkeit, wo Sie aktuell stehen." Mit solcher Transparenz gewinne man Vertrauen. Gleichzeitig ließen sich mögliche Stolpersteine für das künftige Verfassen des Nachhaltigkeitsberichtes identifizieren und Prozesse verbessern. Auch auf kritische Nachfragen, etwa von Umweltschutzorganisationen, sollte die Unternehmenskommunikation vorbereitet sein. Henn verwies auf die geplante EU-Richtlinie zur Nachweisbarkeit umweltbezogener Produktangaben (Green Claims Directive), die sogenanntes Greenwashing unterbinden soll: "Spätestens, wenn diese in wenigen Jahren wirksam wird, dürfen Sie in Text, Bild und Gestaltung keine Umweltaussagen mehr treffen, die Sie nicht einwandfrei belegen können."

Tipps im Hinblick auf "Vertrauensbildendes Storytelling" gab ihre Kollegin Bärbel Hestert-Vecoli und berief sich auf das "Edelman Trust Barometer", eine von der Agentur jährlich unter rund 32.000 Personen in 28 Ländern erhobene Umfrage. Ende 2022 hätten weniger als die Hälfte der Befragten den verschiedenen Institutionen wie Regierungen, Medien und NGOs ihr Vertrauen ausgesprochen. Die Wirtschaft jedoch werde, wie in den Vorjahren, als ethisch und kompetent handelnd angesehen. "Von der deutschen Wirtschaft wünschten sich die Teilnehmer der Befragung aber noch mehr Engagement bei



Bärbel Hestert-Vecoli stellte das "Edelman Trust Barometer" vor. Demnach erwarten viele Menschen, dass Unternehmen sich im Klimaschutz verstärkt engagieren.

gesellschaftlichen Herausforderungen, unter anderem beim Klimawandel", erläuterte Hestert-Vecoli. Um dem gerecht zu werden, sollten Geschäftsführungen das Themenfeld als zentrales Element in der Unternehmensstrategie verankern. Die Kommunikation darüber müsse als Führungsaufgabe angenommen werden: "Es wird immer wichtiger, dass sich auch der CEO sichtbar zu gesellschaftlichen Herausforderungen äußert."



Kerstin Oberhaus leitet seit 2018 den Evonik-Standort Wolfgang bei Hanau und ist seit 2019 Vorstandsmitglied von HessenChemie.

Nachhaltiger Industriepark

Drei Fragen an Kerstin Oberhaus

1> Hanau ist der zweitgrößte Standort von Evonik. Das Unternehmen bietet Produkte und Lösungen an, die zur Klimaneutralität beitragen. Welche Projekte gibt es, um den Standort selbst nachhaltiger zu gestalten?

Nachhaltigkeit ist in alle Elemente unserer Konzernstrategie integriert und spielt daher auch bei uns im Industriepark eine wichtige Rolle. Momentan prüfen wir beispielsweise, ob wir Abwärme eines nahe gelegenen Rechenzentrums für unsere Energieversorgung nutzen können, und optimieren unser Grünflächen- und Wassermanagement. Bei einigen Projekten lassen wir uns von einer gemeinnützigen Organisation beraten.

Der Chemie³-Branchenstandard

Wie lässt sich die Achtung der Menschenrechte in den Lieferketten verankern? BAVC, VCI und IGBCE haben konkrete Hilfestellungen entwickelt. Sie ergänzen damit die umfangreichen Angebote der Initiative Chemie³.

Seit Langem setzt sich die chemisch-pharmazeutische Industrie für die Achtung der Menschenrechte in der Lieferkette ein und will auch in Zukunft zu den Vorreitern gehören. Deshalb haben die Chemie³-Allianzpartner einen Branchenstandard für nachhaltige Wertschöpfung erarbeitet, der bei der praktischen Umsetzung helfen soll. Bewusst geht er über die aktuellen gesetzlichen Anforderungen hinaus, hat aber das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz fest im Blick – denn dieses wird künftig bei immer mehr Unternehmen greifen.

"Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen finden hier Hilfestellung, wie sie die erforderlichen Sorgfaltspflichten

umsetzen und ihre Einflussmöglichkeiten nutzen können", erklärte Mechthild Bachmann (BAVC) auf dem FORUM Kommunikation. Außerdem helfe der Branchenstandard, sich auf die bevorstehende europäische Corporate Sustainability Due Diligence Directive einzustellen: Diese verpflichtet Unternehmen, Risiken in puncto Nachhaltigkeit in ihrer Lieferkette zu identifizieren und zu mindern. Auch auf die erhöhte Rechenschaftspflicht gegenüber Geschäftspartnern, Investoren, Ratingagenturen und Nichtregierungsorganisationen können Unternehmen sich mit den Materialien vorbereiten.

Der Chemie³-Branchenstandard umfasst fünf Module – von der Grundsatzerklärung über Risikoidentifikation, Abhilfemaßnahmen und Beschwerdemechanismen bis zur Berichterstattung. Mitgliedsunternehmen der Chemieverbände finden die Inhalte unter www.chemiehoch3.de.

Unternehmen, die sich in die künftige Arbeit der Verbände zum Thema Nachhaltigkeit einbringen möchten, können sich gern an Daniel Schrapp, Referent für Nachhaltigkeit bei HessenChemie, wenden: schrapp@hessenchemie.de.



Mechthild Bachmann (BAVC, links) und Simone Heinrich (VCI Hessen) erklärten, wie Unternehmen die Hilfestellungen aus dem Branchenstandard einsetzen können.

2> Bringen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Ideen ein?

Das tun sie. Wir sehen, dass mit der Coronakrise der Arbeitgeber als Problemlöser stark in den Fokus gerückt ist. Daher bieten wir eine Nachhaltigkeits-Plattform an, auf der Mitarbeiter und auch Beschäftigte der Partnerunternehmen am Standort Ideen teilen und Vorschläge an uns richten können. Auf ihre Anregung haben wir zum Beispiel für Ladeinfrastruktur gesorgt und mit den entsprechenden Ansprechpartnern darüber gesprochen, die Taktung der Busse zum Industriepark zu erhöhen und Radwege zu verbessern. Wir stellen Fahrrad-Pendlern Duschmöglichkeiten und Reparaturstationen zur Verfügung und haben ein Portal eingerichtet, auf dem Autofahrer und Mitfahrer zusammenfinden können.

3> Das Thema wird auch beim Employer Branding immer wichtiger. Nutzen Sie Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten, um potenzielle Bewerberinnen und Bewerber auf sich aufmerksam zu machen?

Das ist fester Bestandteil unserer Öffentlichkeitsarbeit. Insbesondere jungen Leuten öffnen wir gezielt unsere Türen. Kürzlich waren Teilnehmer eines Freiwilligen Ökologischen Jahres bei uns. Viele waren überrascht, weil sie von einem Chemieunternehmen kein so starkes Engagement in puncto Nachhaltigkeit erwartet hatten.

Mitarbeiter einbinden

Um Nachhaltigkeit als Querschnittsthema zu etablieren, sind viele Handlungsebenen nötig. Ein Einblick in die Praxis bei Merck veranschaulicht dies.

Unternehmen würden Nachhaltigkeit oft unterschätzen: Mitunter neigten sie dazu, ihre Aktivitäten auf das zu reduzieren, was kurzfristig und kostengünstig umsetzbar sei. Das sagte Carolle Müller, Director Corporate Sustainability bei Merck. Das Thema müsse jedoch als strategisches Ziel definiert und in sämtliche Systeme und Prozesse eingebunden werden: "Wenn nachhaltiges Handeln Teil der Jobbeschreibung ist, bekommt es einen anderen Stellenwert." Dafür sei unter anderem notwendig, dass Vorgesetzte ihre Teams ermutigen, nachhaltige Lösungen vorzuschlagen. Wie bei allen Veränderungen sei auch hier eine gute Fehlerkultur unverzichtbar.

Beim Transformationsprozess könnten Unternehmen sich eine grundsätzliche menschliche Eigenschaft zunutze machen: Menschen wollten Verantwortung übernehmen und ließen sich für Veränderungen gewinnen, wenn sie von einer Sache überzeugt seien, betonte Müller. Merck bietet ihnen in einem digitalen "Sustainable Network" die Möglichkeit, sich einzubringen: "Dieses Netzwerk hat über alle Hierarchieebenen hinweg eine große Kraft entfaltet."



Nachhaltigkeitsexpertin Carolle Müller erläuterte, wie ihr Arbeitgeber Merck das Themenfeld im Unternehmensalltag verankert.

Müller versteht den verantwortungsvollen Umgang mit Nachhaltigkeit als Teil unternehmerischer Resilienz: Nur wenn dieses Feld als strategisches Thema ernst genommen werde, könne ein Unternehmen langfristig erfolgreich bleiben. ■

TIPP Juristische Einschätzungen aktueller Gesetzgebungsverfahren, New Work, Nachhaltigkeit sowie erfolgreiche Berufsorientierung: Die Themen auf dem HessenChemie-Blog sind so vielfältig wie das Aufgabenspektrum des Verbandes. Weiterhin finden Sie dort Beiträge zu digitaler Barrierefreiheit und zur Ansprache neuer Zielgruppen für die Fachkräftegewinnung. Schauen Sie doch mal vorbei!





Termin "Ausbildung – Hot or Not? Werdet Ausbildungs-Influencer!" Unter diesem Motto ruft der **25. Azubi-Wettbewerb** dazu auf, kreative Ideen zum Anwerben von Schülerinnen und Schülern für eine Ausbildung zu entwickeln. Auszubildende der Mitgliedsunternehmen von HessenChemie können sich **bis zum 15. März 2024 anmelden** und ihre Beiträge bis zum 19. April 2024

einreichen. Die Preisverleihung findet am 23. Mai 2024 im Kinopolis in Sulzbach statt. Nähere Infos finden sich in Kürze unter "Ausbildung" auf hessenchemie.de.

IMPRESSUM

V.i.S.d.P.: Jürgen Funk

Redaktion

Dr. Ute Heinemann

(Kommunikation + Coaching, Frankfurt) Jürgen Funk, Chantal Kirschner (beide

HessenChemie)

Layout: Q GmbH, Wiesbaden **Fotos:** Arne Landwehr

Kontakt: Jürgen Funk

Arbeitgeberverband Chemie und verwandte Industrien für das Land Hessen e.V. (HessenChemie)

Murnaustraße 12, 65189 Wiesbaden Telefon 0611 7106-49, Mobil 0162 2710649

funk@hessenchemie.de

