



Stand 21.03.2012 • Version 1.0

 **Ergebnis**
Nachhaltigkeit –
It's Peoples' Business





Ergebnis

Nachhaltigkeit – It's Peoples' Business

Motivierte Mitarbeiter stärken das Unternehmen und dessen Wettbewerbsfähigkeit. Mitarbeiter sind die wohl wichtigste Ressource eines Unternehmens. Wenn die Wertevorstellungen von Mitarbeitern sich in denen des Unternehmens wiederfinden, sind Mitarbeiter in der Regel produktiver, loyaler und sie sehen ihre Arbeit als sinnstiftend an.

Was aber müssen Mitarbeiter über Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen wissen? Was sagen Ihre Mitarbeiter über Ihr Unternehmen? Verfügen sie über die notwendigen Informationen und sind sie in den Nachhaltigkeitsinitiativen und -programmen involviert, damit sie sich leidenschaftlich für die Unternehmensvision einsetzen?

Wenn Sie bereits eine nachhaltige Unternehmensstrategie und die damit korrespondierenden Kodizes und Richtlinien etabliert haben, gibt es immer noch eine Vielzahl an Möglichkeiten, um die Nachhaltigkeitsbotschaft eines Unternehmens seinen Mitarbeitern gegenüber zu kommunizieren und sie darin auch in einer Weise zu integrieren, dass Mitarbeiter in ihren alltäglichen Entscheidungen zum erfolgreichen Gelingen der Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens beitragen (Link zum Beitrag Trias der Nachhaltigkeit).

Dem Forbes' CSR Blog zufolge, zeigen „Studien, dass zufriedene Mitarbeiter unzufriedene Mitarbeiter hinsichtlich Produktivität, Umsatzerlösen, Energie, Umsatzgeschwindigkeit und Gesundheitskosten überflügeln. Weiter übertreffen positiv eingestellte Vertriebsmitarbeiter ihre unzufriedenen Kollegen hinsichtlich von Vertragsabschlüssen um bis zu 37 Prozent. Mitarbeiter, die ein positives Bild ihres Unternehmens in

Geschäftsgesprächen vermitteln erzielen damit größere Erfolge, als solche Mitarbeiter, die ein neutrales oder negatives Bild vermitteln.“ Das bedeutet, dass konkrete Elemente wie Selbstbestimmung, Entscheidungsbefugnisse und Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen für die Entwicklung von Mitarbeiterzufriedenheit in der Priorität von Unternehmen weit oben angesiedelt sein sollten. Je mehr Spaß Mitarbeiter an ihrer Arbeit haben, desto härter und produktiver werden sie arbeiten, desto mehr Umsatz werden sie generieren und desto mehr Verantwortung werden sie mit der Zeit für „ihr“ Unternehmen übernehmen.

Wo sind die glücklichsten Mitarbeiter zu finden? In Deutschland wohl nicht, wenn man einer aktuellen Studie des Instituts Arbeit und Qualifikation (IAQ) der Universität Duisburg Essen glauben darf. Der Grund für die zunehmende Unzufriedenheit liegt nach Meinung der Wissenschaftler der Uni Duisburg-Essen in größerem Stress und geringen Lohnsteigerungen. Eine weitere Rolle spielen Probleme bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf und berufliche Zukunftsängste. Unglückliche Arbeitnehmer könnten „für Unternehmen langfristig fatal sein“, warnte Forscher Marcel Erlinghagen in einem Artikel der Zeit.

Eine verantwortungsvolle, auf die Zukunft ausgerichtete Unternehmensführung bietet die einzigartige Gelegenheit die Wirtschaftlichkeit zu erhöhen, gleichzeitig Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz zu gewinnen und aufrechtzuerhalten sowie innerhalb dieses Prozesses sinnstiftende Arbeit zu ermöglichen. Der Schlüssel zum Erfolg ist ein gemeinsames Werteverständnis.



Ergebnis

Nachhaltigkeit – It's Peoples' Business

Wie kann man aber unternehmerische Werte mit denen der Mitarbeiter in Einklang bringen? Unternehmen, die auf diesem Gebiet führend sind, haben folgendes geantwortet:

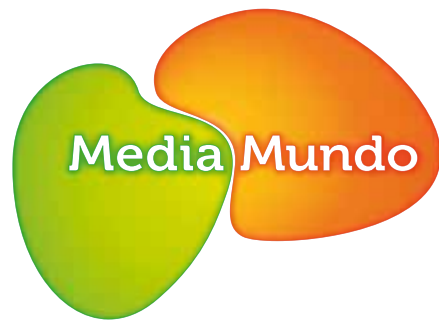
- Binden Sie die nachhaltige Unternehmensstrategie in allen Organisationsstufen ihres Unternehmens bis hin zu den individuellen Leistungszielen eines jeden Mitarbeiters ein
- Informieren, motivieren und beziehen Sie Mitarbeiter aktiv in die Nachhaltigkeitsprogramme und -aktivitäten ihres Unternehmens ein
- Integrieren Sie Key Performance Indicators (KPIs), in die Geschäftsprozesse, Unternehmensleistungen und bei der Anerkennung von Mitarbeitern ein
- Treten Sie in einen aktiven Austausch mit ihren wichtigsten Stakeholdern zu Nachhaltigkeitsthemen und beziehen Sie in diesen Prozess Ihre Mitarbeiter ein, um ihnen ein Verständnis davon zu geben, in welcher Weise Nachhaltigkeitsthemen die Geschäfte beeinflussen
- Berichten Sie transparent über Ihre Nachhaltigkeitskonzepte und auch sensiblen

Themen, gehen Sie dabei sowohl auf positive wie negative Aspekte ein, um ein ausgewogenes Bild zu schaffen

Auch der Dialog mit Stakeholdern hat sich für Unternehmen hinsichtlich ihrer Fähigkeit Umweltbewusstsein, Produktverantwortung, Reputation und eine verantwortungsvolle Unternehmensführung an sich zu schaffen, als entscheidend erwiesen. Wenn nachhaltige Unternehmensinitiativen verstärkt in das Tagesgeschäft eingebunden werden, wird eine verantwortungsvolle Unternehmensführung für Mitarbeiter greifbarer und es hilft ihnen dabei ihre Rolle darin zu finden. Dazu benötigen die Mitarbeiter jedoch das Gefühl unternehmerisch gebraucht zu werden und nicht als "Erfüllungsgehilfen" zu verkommen. Bei vielen Mitarbeitern – speziell im Umfeld der grafischen Branche – schlummern Potenziale, die zu wecken gilt. Machen Sie mit und aktivieren Sie Ihre Mitarbeiter, es lohnt sich.

Katrin Tremmel

katrin.tremmel@zukunftswerk.org



Fachverband Medienproduktierer e.V. (f:mp.)
MediaMundo

Waldbornstraße 50
56856 Zell/Mosel
fon +49 (65 42) 54 52
fax +49 (65 42) 54 22
info@f-mp.de
www.mediamundo.biz