

Kontakt „VeroNa“

Universität Vechta
Fakultät I - Bildungs- und Gesellschaftswissenschaften, AB Pädagogische Psychologie
Driverstraße 22
49377 Vechta

Info.Verona@uni-vechta.de

Univ.-Prof. Dr. Martin K.W. Schweer
Telefon: +49 4441-15-252/-411
Fax: +49 4441-15-67-252
Mail: martin.schweer@uni-vechta.de

Projektleitung:

Univ.-Prof. Dr. Martin K.W. Schweer

- wiss. Leitung -

- AB Pädagogische Psychologie
- Zentrum für Vertrauensforschung



Projektmitarbeiterin:



Silvia Retzlaff, M.A.
silvia.retzlaff@uni-vechta.de
Tel: (+49)4441 15-148

Projekthomepage:



Homepage: <https://www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/forschung/laufende-forschungsprojekte/verona/>



Homepage: www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/arbeitsstellen/zentrum-fuer-vertrauensforschung-zfv



Facebook: www.facebook.com/Vertrauen.UniVechta/



Zentrum für Vertrauensforschung (ZfV) an der Universität Vechta

Viele alltägliche Situationen in unserer Gesellschaft ließen sich ohne Vertrauen nicht bewältigen. Dennoch gibt es nach wie vor nur wenige systematisch theoretische Ansätze und empirisch abgesicherte Befunde zum Vertrauensphänomen. Diesbezüglichen Fragen widmet sich das ZfV für zentrale gesellschaftliche Handlungskontexte; dabei stehen zunehmend auch Nachhaltigkeitsstrategien im Mittelpunkt der Projekte.

VeroNa
*Vertrauensentwicklung als
Instrument der
organisationalen Nachhaltigkeitskommunikation*

Ausgangssituation

An Unternehmen wird zunehmend die Forderung gestellt, ökologische und soziale Aspekte stärker in ihrem Handeln zu berücksichtigen.

- Der damit verbundene wirtschaftspolitische Diskurs zu Nachhaltigkeit hat schließlich zur ersten gesetzlichen Verankerung dieser Anforderung im Corporate Social Responsibility (CSR) Umsetzungsgesetz geführt.
- Wenngleich dieses bislang nur für Großunternehmen gilt, wird die Nachhaltigkeitsthematik künftig auch für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) immer bedeutsamer werden; die Auswirkungen nachhaltigen Handelns auf Schnittstellen der Wertschöpfungskette sind für KMU jedoch kaum zu überschauen.

Herausforderungen für KMU

Die KMU gelten aufgrund ihres hohen Anteils am deutschen Unternehmensmarkt und der besonderen Stärke in der Qualifizierung von Mitarbeiter*innen als Wachstumsmotor der deutschen Wirtschaft.

- Nachhaltiges unternehmerisches Handeln stellt eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung der KMU dar.
- Gerade auch aus Wettbewerbsgründen ergibt sich die Notwendigkeit der Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien, wobei die Implementation entsprechender Konzepte für KMU deutlich risikobehafteter ist.

Das Projekt „VeroNa“

„VeroNa“ wird im Rahmen des Förderbereichs „Instrumente und Kompetenzen der Nachhaltigkeitsbewertung sowie Stärkung von Nachhaltigkeitsbewusstsein und -handeln“ vonseiten der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) für zwei Jahre gefördert. Das Projekt setzt sich mit der Vertrauensentwicklung als Instrument der organisationalen Nachhaltigkeitskommunikation auseinander und fokussiert in diesem Zusammenhang KMU. Dazu werden Fragestellungen auf unterschiedlichen organisationalen Ebenen verfolgt:

- Welche Barrieren liegen für KMU hinsichtlich der Umsetzung von Nachhaltigkeit vor?
- Welche Einstellungsmuster zu Nachhaltigkeit weist die Kundschaft der KMU auf?
- Wie lässt sich Vertrauen als Instrument der Nachhaltigkeitskommunikation nutzen?
- Welche Anforderungen stellen sich für die Vertrauensentwicklung aus KMU-Perspektive?
- Welche Vertrauensindikatoren finden sich an relevanten Schnittstellen der Lieferkette?
- Wie kann eine gelingende Nachhaltigkeitskommunikation von KMU gefördert werden?

Das Vorhaben hat das Ziel, die Handlungsfähigkeit der KMU in der Ausrichtung auf Nachhaltigkeit zu stärken. Dazu werden wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse generiert, auf deren Basis konkrete Handlungsempfehlungen für eine vertrauensbasierte Nachhaltigkeitskommunikation der KMU entwickelt werden.

Projekttablauf

VeroNa wird von zwei Erhebungen getragen, die unterschiedliche Perspektiven auf Nachhaltigkeit und Vertrauen aufdecken. In der ersten Untersuchung werden Expert*innen aus KMU interviewt (u.a. Geschäftsführer*innen, Mitarbeiter*innen), während sich die zweite Untersuchung mit einem Fragebogen an Kund*innen richtet. Mit dieser empirischen Basis werden unterschiedliche Ziele realisiert:

- Identifikation von Vertrauensindikatoren, risikohafter Schnittstellen und spezifischer sowie generalisierbarer Anforderungen
- Konzeption eines Leitfadens und einer Checkliste für die Vertrauensentwicklung im Zuge organisationaler Nachhaltigkeitskommunikation
- Entwicklung eines Diagnoseinstruments für Vertrauensindikatoren und eines Workshops für Führungskräfte zur Vertrauensförderung in der Nachhaltigkeitskommunikation

Profitieren Sie von dem Projekt!

Wir setzen auf einen konstruktiven Dialog mit der Wirtschaft und suchen interessierte Unternehmen, die sich an unserem Projekt beteiligen möchten. VeroNa ermöglicht eine gezielte Auseinandersetzung mit künftigen Herausforderungen und Einblicke in die Kund*innen-Perspektive. Sollten Sie Interesse an unserem Projekt haben, setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme finden Sie umseitig.