

## Informationsbroschüre zum entwickelten Maßnahmenpaket im Rahmen des Projekts

### Vertrauensentwicklung als Instrument der organisationalen Nachhaltigkeits- kommunikation (VeroNa)

## Herausforderungen für KMU

Die Ausrichtung des eigenen Handelns auf ökologische Nachhaltigkeit gewinnt vor dem Hintergrund aktueller globaler Entwicklungen mehr und mehr an Bedeutung. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) stellt die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit nicht nur einen (möglichen) Wettbewerbsvorteil dar, sie ist gleichzeitig mit einem relativ hohen Risiko behaftet, da vergleichsweise geringe Ressourcen zur Kompensation von Fehlentwicklungen zur Verfügung stehen und die Nachhaltigkeitsthematik eine hohe Komplexität aufweist. Eine zielführende Nachhaltigkeitskommunikation kann den Reflexions-, Veränderungs- und Verstetigungsprozess sowohl auf Seiten der Führungskräfte und Mitarbeiter\*innen (*intraorganisationale Komponente*) als auch auf Seiten der Partnerunternehmen und Kund\*innen (*inter- und extraorganisationale Komponente*) stützen. Das Gelingen setzt jedoch eine hinreichende Vertrauensbasis voraus.

## das Projekt VeroNa

*VeroNa* wurde im Rahmen des Förderbereichs „Instrumente und Kompetenzen der Nachhaltigkeitsbewertung sowie Stärkung von Nachhaltigkeitsbewusstsein und -handeln“ vonseiten der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) für drei Jahre gefördert. Das Projekt setzt sich mit der Vertrauensentwicklung als Instrument der organisationalen Nachhaltigkeitskommunikation auseinander, es fokussiert in diesem Zusammenhang *KMU*. *VeroNa* verfolgt das Ziel, die Handlungsfähigkeit der *KMU* in der Ausrichtung auf Nachhaltigkeit zu stärken. Dazu wurden wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse generiert, auf deren Basis konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen für eine vertrauensbasierte Nachhaltigkeitskommunikation entwickelt werden konnten.

## Handlungsleitfaden

### *KMU nachhaltig: Vertrauensentwicklung als Instrument der organisationalen Nachhaltigkeitskommunikation*

Der Handlungsleitfaden bietet einen niedrigschwelligen Einstieg in die Thematik einer vertrauensbasierten Nachhaltigkeitskommunikation sowie in die Möglichkeit eines ersten Assessments und konzeptueller Ansatzpunkte für *KMU*. Er beinhaltet empirische Erkenntnisse und entwickelte Instrumente, die für branchenübergreifende *KMU* im Hinblick auf unternehmensspezifische Nachhaltigkeitskonzepte angewandt werden können, dabei berücksichtigt er gleichermaßen intra- und extraorganisationale Kommunikationsprozesse.

## Checkliste

### *Organisationale Vertrauensentwicklung zur Förderung von Nachhaltigkeit*

Die Checkliste in Form eines Kurzfragebogens ist Teil des Handlungsleitfadens, sie zielt auf die Sensibilisierung der Belegschaft für Aspekte des nachhaltigen Wirtschaftens. Mithilfe der Checkliste können etablierte Verhaltensmuster in der Belegschaft und die gegenseitige Wahrnehmung der unterschiedlichen vertrauensrelevanten Schnittstellen in der *KMU*-spezifischen Lieferkette aufgedeckt werden. Die praxisnahe Konzeption der Checkliste ermöglicht der Geschäftsführung, bestimmten Mitarbeiter\*innen oder zuständigen Nachhaltigkeitsbeauftragten den Status Quo der nachhaltigen Bestrebungen im intraorganisationalen und extraorganisationalen Rahmen ihrer *KMU*-spezifischen Lieferkette zu überprüfen. In diesem Zuge können die *KMU*-spezifischen Bedingungen für einen ressourceneffizienten, selbstständigen Einsatz seitens der *KMU* berücksichtigt und notwendige Ansatzpunkte für die Implementation organisationaler Nachhaltigkeitskommunikation identifiziert werden.

## Diagnoseinstrument zur Messung von Vertrauensindikatoren

### *Vertrauensampel*

Das Diagnoseinstrument *Vertrauensampel* erfasst über einen Kurzfragebogen zentrale vertrauensrelevante Aspekte der Nachhaltigkeitskommunikation. Hierbei wird explizit die Wahrnehmung des erlebten Vertrauens zu unternehmensinternen und -externen Akteur\*innen betrachtet. Die Ausprägung des Vertrauens wird anschließend durch einen Vertrauensscore abgebildet und über ein Ampelsystem illustriert. Damit lassen sich wertvolle Hinweise auf erforderliche Maßnahmen zur Vertrauensförderung im Unternehmen im Hinblick auf die Nachhaltigkeitskommunikation ableiten, zudem lässt sich etwaiger Gesprächsbedarf für einzelne Abteilungen oder die *KMU*-spezifische Lieferkette ausmachen.

### Interesse?

Sollten Sie Interesse an unserem Projekt oder den entwickelten Maßnahmen haben, so setzen Sie sich gerne mit uns in Verbindung.

## Projektleitung

Univ.-Prof. Dr. Martin K.W. Schweer  
-wiss. Leitung-  
AB Pädagogische Psychologie  
Zentrum für Vertrauensforschung

## Projektteam

Dipl.-Päd. Robert Lachner  
Franziska Nichau, M.A.

## Kontakt

### Postadresse

Universität Vechta  
Driverstraße 22  
D-49377 Vechta

### Besucheradresse

Burgstraße 18  
D-49377 Vechta

Telefon: + 49. (0) 4441.15252

Fax: +49. (0) 4441.1556252

E-Mail: [info.verona@uni-vechta.de](mailto:info.verona@uni-vechta.de)

## Zentrum für Vertrauensforschung (ZfV) an der Universität Vechta

Viele alltägliche Situationen in unserer Gesellschaft lassen sich ohne Vertrauen nicht bewältigen. Dennoch gibt es nach wie vor Defizite hinsichtlich systematischer theoretischer Ansätze und empirisch abgesicherte Befunde zum Vertrauensphänomen. Diesbezüglichen Fragen widmet sich das *ZfV* für zentrale gesellschaftliche Handlungskontexte, hierbei stehen zunehmend auch Nachhaltigkeitsstrategien im Mittelpunkt der Projekte.



### Homepage *VeroNa*

[www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/forschung/verona/](http://www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/forschung/verona/)

### Homepage *ZfV*

[www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/zentrum-fuer-vertrauensforschung-zfv/](http://www.uni-vechta.de/paedagogische-psychologie/zentrum-fuer-vertrauensforschung-zfv/)

### Facebook *ZfV*

[www.facebook.com/Vertrauen.UniVechta/](http://www.facebook.com/Vertrauen.UniVechta/)