

Umweltkommunikation im Öko-Audit-System – von der Umwelterklärung zum Umweltforum

Boris Braun, Jochen Geibel, Bonn, Georg Glasze, Mainz

Zusammenfassung

Der Beitrag befasst sich mit der Praxis der betrieblichen Umweltkommunikation innerhalb des Öko-Audit-Systems. Er analysiert die Kommunikation zwischen Unternehmen und externen Anspruchsgruppen in vier Teilschritten: Die ersten drei Teilschritte beschäftigen sich mit der Einschätzung der betrieblichen Umweltkommunikation aus unterschiedlichen Perspektiven. Einen methodisch ungewöhnlichen Weg beschreitet der letzte Teil der Untersuchung. An einem ausgewählten Unternehmensstandort wurde ein sogenanntes 'Umweltforum' organisiert, um eine Plattform für den Dialog zwischen dem Unternehmen und den regionalen Anspruchsgruppen zu etablieren. Die empirischen Ergebnisse belegen, dass ein wirklicher Dialog zwischen Unternehmen und externen Anspruchsgruppen über Themen des betrieblichen Umweltschutzes bislang nur in wenigen Ausnahmefällen stattfindet. Permanente Umweltbeiräte bzw. *liaison groups* können Kommunikationsdefizite verringern, ihre Durchführung ist aber sehr aufwändig. Vor allem für kleine und mittlere Unternehmen erscheinen flexiblere Netzwerkstrukturen zweckmäßiger. Informelle, aber regelmäßige Gespräche mit verschiedenen lokalen und regionalen Anspruchsgruppen sind eine zentrale Voraussetzung, damit solche Netzwerke funktionieren. Regelmäßig veranstaltete Umweltforen können solchen Netzwerken jeweils neue Impulse geben.

1. Einleitung

Mit der Implementierung des Öko-Audit-Systems begegnete die europäische Umweltpolitik den Schwächen des regulativen Umweltschutzes (Übergewicht der *end-of-pipe*-Technologien, Überlastung des Staates, Vollzugs- und Kontrolldefizite etc.). Statt auf Ge- und Verbote zu setzen, schafft die EG-Öko-Audit-Verordnung einen Rahmen für freiwillige und eigenverantwortliche Aktivitäten der Privatwirtschaft. Im Gegensatz zu anderen nationalen und internationalen Umweltmanagementnormen (z.B. ISO 14001) legt die Öko-Audit-Verordnung ein starkes Gewicht auf die Kommunikation mit der Öffentlichkeit. So nennt die Verordnung die Bereitstellung von Informationen für die Öffentlichkeit als ein zentrales Element zur kontinuierlichen Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes: Erstens sollen die Unternehmen durch eine mögliche Verbesserung ihres Umweltimages zur Teilnahme

bewegt werden. Zweitens setzt die europäische Umweltpolitik auf eine ökologisch sensibilisierte Öffentlichkeit als Kontrollinstanz. Mit der Umwelterklärung wurde ein Instrument geschaffen, das den Dialog zwischen Unternehmen und umweltbezogenen Anspruchsgruppen anstoßen bzw. verbessern soll.

Vor diesem Hintergrund befasst sich der vorliegende Beitrag mit der Praxis der betrieblichen Umweltkommunikation innerhalb des Öko-Audit-Systems. Er analysiert die Kommunikation zwischen Unternehmen und externen Anspruchsgruppen (*stakeholder*) in vier Teilschritten, die sich durch jeweils unterschiedliche empirische Zugangsweisen auszeichnen. Der erste Abschnitt beschäftigt sich mit der Einschätzung der Umweltkommunikation aus Sicht der Unternehmen und präsentiert Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter den validierten Standorten in Deutschland. Insbesondere soll dabei die Frage beantwortet werden, inwieweit die relevanten Anspruchsgruppen überhaupt über Umwelterklärungen erreicht werden können. Die Wettbewerbswirkung des Öko-Audit-Systems hängt nicht zuletzt vom Informations- und Konsumverhalten der Endverbraucher ab. Deshalb werden in einem zweiten Schritt das Informationsverhalten und der Kenntnisstand verschiedener Bevölkerungsgruppen am Beispiel der Stadt Leverkusen analysiert. Der dritte Abschnitt des Beitrags rückt dagegen die Rolle organisierter Anspruchsgruppen in den Mittelpunkt der Betrachtung. Stellvertretend für die umweltbezogenen Anspruchsgruppen werden Kreisverbände des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland (B.U.N.D.) nach Kenntnis und Nutzung von Umwelterklärungen befragt. Einen methodisch ungewöhnlichen Weg beschreitet der letzte Teil der Untersuchung. In einem qualitativen 'Experiment' wurde an einem ausgewählten Unternehmensstandort ein *Umweltforum* organisiert und evaluiert. Ziel dieser Mediationsveranstaltung war, auf Basis der Umwelterklärung eine Plattform für den Dialog zwischen dem Unternehmen und den regionalen Anspruchsgruppen zu etablieren. Der Beitrag schließt mit Vorschlägen zur Verbesserung des Dialogs zwischen Unternehmen und interessierten lokalen und regionalen Anspruchsgruppen.

2. Öko-Audit und Umwelterklärungen aus Sicht der Unternehmen

Im Mittelpunkt der Umweltkommunikation steht nach der Öko-Audit-Verordnung die Umwelterklärung. Sie soll der interessierten Öffentlichkeit Informationen über den betrieblichen Umweltschutz zur Verfügung stellen und einen Dialog zwischen Unternehmen und der interessierten Öffentlichkeit ermöglichen. Empirische Befunde lassen allerdings Zweifel darüber aufkommen, ob die Umwelterklärung in ihrer jetzigen Form diesen Ansprüchen tatsächlich gerecht wird. Einige Informationen über die Zielgruppen bzw. die Nachfrager von Umwelterklärungen liefert eine repräsentative postalische Befragung von deutschen Unternehmensstandorten,

Tab. 1: Anzahl der verteilten Umwelterklärungen pro Standort

Anzahl der insgesamt verteilten Umwelterklärungen	Standorte in %	Anzahl der pro Monat verteilten Umwelterklärungen	Standorte in %
0 bis 25	18,1	0 bis 5	23,3
26 bis 100	21,1	5 bis 25	28,5
101 bis 1.000	38,9	26 bis 100	20,8
1.001 bis 5.000	18,9	101 bis 500	23,8
über 5.000	3,0	über 500	3,5
Gesamt	100,0	Gesamt	100,0

Quelle: Befragung von 429 validierten Unternehmensstandorten 1997/98

deren Umweltmanagementsystem nach EG-Öko-Audit-Verordnung validiert ist. Die Befragung, die sich an die für Umweltmanagement zuständigen Entscheidungsträger in den Betrieben richtete, wurde zwischen Oktober 1997 und Mai 1998 durchgeführt. Insgesamt konnten 429 Fragebögen ausgewertet werden. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 42 % aller zum Jahreswechsel 1997/98 registrierten Unternehmensstandorte. Damit ist die Repräsentativität der Aussagen gewährleistet. Über statistische Tests wurde zudem sichergestellt, dass die Zusammensetzung des Samples nicht signifikant von der Grundgesamtheit aller registrierten Standorte abweicht.

Die Ergebnisse zeigen, dass die validierten Unternehmensstandorte zum Teil eine sehr große Zahl von Umwelterklärungen verteilen bzw. versenden (Tab. 1). Dies erfolgt entweder auf Anfrage oder aufgrund von Eigeninitiative der Unternehmen, wenn z.B. Umwelterklärungen an Kunden oder Besucher abgegeben werden. Im Durchschnitt verteilten die befragten Unternehmen rund 1.000 Umwelterklärungen. Dies entspricht durchschnittlich 128 Umwelterklärungen pro Monat. Allerdings sind diese Durchschnittswerte stark von einigen wenigen Großunternehmen beeinflusst, die jeweils eine große Anzahl von Umwelterklärungen verteilen. Allerdings erreichen auch einige kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit herausragender Reputation im betrieblichen Umweltschutz sehr hohe Zahlen. Bei der Mehrzahl der Unternehmensstandorte war die Nachfrage nach Umwelterklärungen aber verhältnismäßig gering. Knapp ein Viertel der befragten Standorte hatten weniger als sechs Umwelterklärungen pro Monat verteilt.

Aus der Zahl der verteilten Umwelterklärungen allein kann kaum auf einen erfolgreichen und dauerhaften Dialog zwischen Unternehmen und interessierter Öffentlichkeit geschlossen werden. Vor allem folgende Tatsachen sprechen gegen diesen Nexus:

- Bei den meisten Betrieben ging die anfangs aufgrund von Medien- bzw. Presseberichten ausgelöste Nachfrage nach Umwelterklärungen sehr schnell wieder

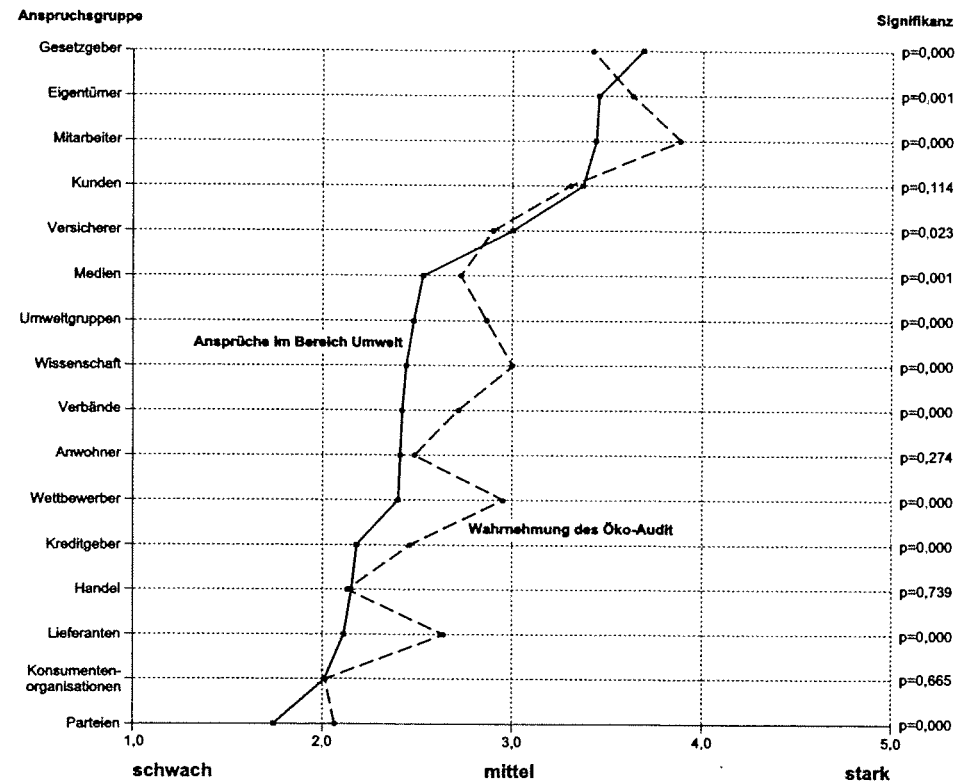
zurück. Bei vielen später validierten, kleineren Unternehmen blieb die Nachfrage nach Umwelterklärungen von Anfang an bescheiden.

- Durchschnittlich drei Viertel aller Umwelterklärungen wurden an Stammkunden und andere Geschäftspartner ausgegeben.
- Anfragen kamen ganz überwiegend von Personen, die sich professionell oder ausbildungsbezogen mit dem Umweltmanagement beschäftigten, z. B. von Unternehmensberatern, Studierenden oder Wissenschaftlern. Die breite Öffentlichkeit konnte dagegen kaum erreicht werden. Vor allem die Nachfrage aus dem Nahraum, z. B. von Anliegern oder Nachbarn der Betriebe, sind quantitativ in aller Regel zu vernachlässigen.
- Trotz ausdrücklicher Aufforderung bekamen die Unternehmen kaum Rückmeldungen, Nachfragen oder Verbesserungsvorschläge als Reaktion auf ihre Umwelterklärungen. Die Verteilung der Umwelterklärung war somit eher ein einseitiges Informationsangebot als ein Impuls für das Entstehen eines dauerhaften Dialogs.

Angesichts dieser Ergebnisse stellt sich die Frage, inwieweit das Öko-Audit aus Sicht der Unternehmen die Kommunikation mit ihren Anspruchsgruppen überhaupt neu strukturieren kann. Abb. 1 zeigt die jeweilige Bedeutung von verschiedenen Anspruchsgruppen aus Sicht der befragten Unternehmensstandorte und stellt sie der Selbsteinschätzung der Außenwahrnehmung des Öko-Audit gegenüber. Die Befragten sollten die jeweilige Bedeutung der aufgeführten Gruppen in Bezug auf ihre Ansprüche im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes auf einer Skala von 1 (schwach) bis 5 (stark) einschätzen. Analog sollten sie die Außenwahrnehmung des von ihnen durchgeführten Öko-Audit bewerten. Die angegebenen Signifikanz beziehen sich auf einen Vergleich beider Mittelwerte mit t-Test, wobei p-Werte unter 0,05 auf signifikante Unterschiede zwischen den beiden Werten hinweisen.

Aus den Ergebnissen lassen sich folgende Erkenntnisse ziehen:

- Anspruchsgruppen, die von den Unternehmen besonders deutlich wahrgenommen werden, sind noch immer die klassischen externen 'Einflussgrößen' unternehmerischen Handelns wie Gesetzgeber und Kunden. Gleichmaßen wichtig sind interne Anspruchsgruppen wie Eigentümer, Aktionäre und Mitarbeiter. Demgegenüber spielen diffuse Anspruchsgruppen (Medien, Umweltinitiativen, Umweltverbände, Wissenschaft usw.) ähnlich wie die lokale Bevölkerung aus Sicht der Unternehmen noch immer eine eher untergeordnete Rolle. Aus dieser Perspektive lässt sich auch erklären, warum eine vorrangig auf diffuse Anspruchsgruppen zielende Umweltkommunikation zumindest kurzfristig keine prioritäre Position innerhalb der unternehmerischen Kommunikationsstrategie einnimmt. Vielmehr wird die Kommunikation mit diffusen Anspruchsgruppen eher als ein notwendiges Übel des Öko-Audit-Systems denn als Chance zum Dialog gesehen.



Quelle: Befragung von 429 validierten Unternehmensstandorten 1997/98

Abb. 1: Bedeutung ausgewählter Anspruchsgruppen und ihre Wahrnehmung des Öko-Audit aus Sicht validierter Unternehmensstandorte (Mittelwerte)

- Das Öko-Audit entfaltet seine Hauptwirkung weniger im externen Unternehmensumfeld, sondern vor allem nach innen. Diejenigen Gruppen, welche die Öko-Auditierung nach Einschätzung der Unternehmen besonders intensiv wahrnehmen, sind Mitarbeiter und Eigentümer bzw. Aktionäre (in der Abbildung zusammengefasst als Eigentümer).
- Das Öko-Audit stößt nach Einschätzung der Unternehmen bei Gesetzgeber und Behörden (in der Abbildung zusammengefasst als Gesetzgeber) im Verhältnis zu deren zentraler Bedeutung als umweltbezogene Anspruchsgruppe bislang nur auf

vergleichsweise geringes Interesse. Dies reflektiert die bisher eher geringe Wirkung des Öko-Audit-Systems im Hinblick auf die von vielen Unternehmen erwarteten regulativen Vereinfachungen und Entlastungen.

- Einige Anspruchsgruppen wie Wissenschaftler und Studierende (in der Abbildung zusammengefasst als Wissenschaft) zeigen zwar ein erhebliches Interesse am Öko-Audit, werden von den Unternehmen aber kaum als zentrale Anspruchsgruppen wahrgenommen. Offensichtlich bedienen Öko-Audit und Umwelterklärung zumindest teilweise eine für die Unternehmen eher zweitrangige Klientel, die zwar am umweltpolitischen Instrument 'Öko-Audit' interessiert ist, sich mit unternehmensspezifischen Fragen in der Regel aber nur wenig beschäftigt. Bei vielen Unternehmen sind Studierende die Hauptnachfrager nach Umwelterklärungen.

Das Öko-Audit ist in seiner Außenwirkung bislang ein Experten- und Insider-System geblieben. Die Unternehmenssicht macht deutlich, dass das Instrument 'Umwelterklärung' in seiner derzeitigen Form kaum zur Anregung eines konkreten Dialogs zwischen Unternehmen und interessierter Öffentlichkeit beiträgt. Dies bestätigen auch andere Studien, welche die Umweltkommunikation im Öko-Audit-System aus Sicht der Unternehmen untersucht haben (z.B. Freimann 1997, Fichtner 1998). Demgegenüber gibt es bislang kaum Untersuchungen, welche die Umweltkommunikation aus der Perspektive der lokalen Bevölkerung oder spezifischer Zielgruppen analysieren.

3. Umweltkommunikation aus Sicht der Bevölkerung – Fallbeispiel Stadt Leverkusen

Zunächst stellt sich die Frage, inwieweit die bereits nach Öko-Audit-Verordnung validierten Betriebe der Öffentlichkeit und somit auch den Konsumenten ihre Aktivitäten im betrieblichen Umweltschutz vermitteln können. Die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung der Bevölkerung Leverkusens gibt einige Hinweise über die Popularität des Öko-Audit in der Bevölkerung. Die zwischen den Metropolen Köln und Düsseldorf gelegene Stadt Leverkusen hat rund 162.000 Einwohner und besitzt eine ausgesprochen industriell geprägte Wirtschaftsstruktur. Zum Zeitpunkt der Befragung – Mitte 1998 – war in der Stadt ein größerer Unternehmensstandort nach Öko-Audit-Verordnung validiert. Der größte und mit Abstand bedeutendste Produktionsbetrieb in der Stadt, das Hauptwerk der Bayer AG, war zwar nicht validiert, dafür zählte aber ein weiteres Bayer-Werk im nur wenige Kilometer entfernten linksrheinischen Dormagen zu den ersten validierten Chemiestandorten in Deutschland überhaupt.

Die Befragung umfasst mit 1.253 Personen eine repräsentative einprozentige Stichprobe der Leverkusener Bevölkerung über 15 Jahren. Insgesamt wussten nur knapp

Tab. 2: Bekanntheitsgrad des Öko-Audit in der Bevölkerung Leverkusens 1998

Bevölkerungsgruppe	ja in %	unklar in %	nein in %	n	p
Frauen	4,3	4,9	90,8	652	0,0001
Männer	9,5	7,5	83,0	601	0,0001
Industriebeschäftigte	10,4	8,3	81,3	192	0,0293
Personen mit Hochschulabschluss	12,3	12,3	75,4	122	0,0003
Mitglieder in Umweltverbänden, -initiativen	19,2	14,1	66,7	78	0,0000
Gesamt	6,8	6,1	87,1	1.253	–

Anmerkungen: ja = Begriff 'Öko-Audit' bekannt, nein = Begriff 'Öko-Audit' unbekannt, unklar = von Begriff 'Öko-Audit' nur sehr vage Vorstellungen; n = Zahl der Befragten in jeweiliger Gruppe, p = Signifikanzniveau nach Chi-Quadrat-Test

Quelle: Bevölkerungsbefragung in Leverkusen im Juli 1998 (n = 1.253)

7% der befragten Bürgerinnen und Bürger Leverkusens, was sich hinter dem Begriff 'Öko-Audit' verbirgt (Tab. 2). Weitere 6% der Befragten gaben an, zumindest ungenaue Vorstellungen davon zu haben, was der Begriff bedeutet. Diese Anteile stellen auf der Grundlage von Kontrollfragen korrigierte Werte dar, da Nachfragen ergaben, dass ein Teil der Befragten das Öko-Audit mit einem Umweltgütesiegel verwechselte.

Der Bekanntheitsgrad des Öko-Audit unterscheidet sich signifikant zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen. So zeigten sich Männer insgesamt besser informiert als Frauen. Während von den Männern immerhin knapp 10% das Öko-Audit kannten, waren es bei den weiblichen Befragten lediglich 4%. Wesentliche Gründe für den größeren Bekanntheitsgrad bei den Männern lassen sich aus anderen Zusammenhängen schließen. So erwiesen sich Industriebeschäftigte und Hochschulabsolventen erwartungsgemäß als relativ gut informierte Bevölkerungsgruppen. In beiden Gruppen waren Männer deutlich überrepräsentiert. So liegt die Vermutung nahe, dass das Wissen über die Öko-Audit-Verordnung häufig einen beruflichen Hintergrund hat und mit dem Grad der beruflichen Verantwortung deutlich zunimmt. Den höchsten Bekanntheitsgrad besitzt das Öko-Audit jedoch bei den Mitgliedern von Umweltverbänden und Umweltinitiativen. Von diesen konnten immerhin knapp ein Fünftel etwas mit dem Begriff 'Öko-Audit' anfangen.

Berücksichtigt man die ausgesprochen industriewirtschaftlich ausgerichtete Erwerbs- und Wirtschaftsstruktur der Stadt Leverkusen, sind diese Ergebnisse sicher ernüchternd. Offenbar waren bislang weder die Betriebe selbst noch die mit der Durchführung der Verordnung befassten Institutionen in der Lage, einer breiten Öffentlichkeit den Sinn und Zweck der Öko-Audit-Verordnung zu vermitteln. Bislang hat außer den 'Experten', die sich aus professionellen Gründen mit Umweltma-

nagementsystemen befassen, nur ein verschwindend geringer Teil der Bevölkerung schon einmal eine Umwelterklärung in den Händen gehalten.

Dennoch kommt der Umwelterklärung eine zentrale Rolle bei der Informationsvermittlung der Unternehmen zu. In geeigneter Form kann sie dazu beitragen, Leistungen im betrieblichen Umweltschutz darzustellen und Informationsdefizite hinsichtlich der im Lebensumfeld der Menschen industriell verursachten Umweltbelastungen zu verringern. Allerdings stellt sich die Frage, inwieweit die Frau bzw. der Mann ‚auf der Straße‘ solche Informationsdefizite überhaupt wahrnimmt. Immerhin gaben 65 % der Befragten an, sich über die von Industrieanlagen ausgehenden Umweltbelastungen und -risiken nicht ausreichend informiert zu fühlen. Bei jüngeren Menschen lag dieser Anteil deutlich höher als bei älteren. Betrachtet man den Anteil der Personen, die schon einmal versucht haben, Informationen über die von der Industrie verursachten Umweltbelastungen einzuholen, relativieren sich diese Aussagen aber erheblich. Ein knappes Viertel der Befragten hatte sich zwar schon einmal in irgendeiner Form über die Umweltauswirkungen der ortsansässigen Industriebetriebe informiert. In den meisten Fällen ging dies jedoch nicht über die Nutzung vergleichsweise unspezifischer Informationsangebote wie Berichte in der Tagespresse, allgemein gehaltene Unternehmensbroschüren oder Werksbesichtigungen hinaus. Gezielte schriftliche oder mündliche Anfragen sind Ausnahmen. Auch kannten nur wenige der Befragten die von der Bayer AG schon seit vielen Jahren regelmäßig publizierten Umweltberichte.

Akzeptiert man die von den Befragten angegebenen Nutzung von Informationsangeboten als Maß für das Interesse der lokalen Bevölkerung an industriebezogenen Umweltfragen, so lassen sich folgende Charakteristika festhalten: Ein überdurchschnittliches Interesse besteht vor allem bei Industriebeschäftigten, hochqualifizierten Erwerbstätigen mittleren Alters sowie bei Mitgliedern von Umweltverbänden und Umweltinitiativen. Hierbei handelt es sich durchweg um Bevölkerungsgruppen, die ganz allgemein über einen privilegierten Zugang zu verschiedensten Informationen verfügen. Ein besonders geringes Interesse am Umweltschutz lässt sich dagegen bei älteren Menschen über 65 Jahren, überraschenderweise jedoch auch bei vielen jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 Jahren feststellen. In beiden Gruppen wird dies noch stärker akzentuiert, wenn die Personen über ein vergleichsweise geringes Ausbildungsniveau verfügen. Insbesondere bei diesen Bevölkerungsgruppen, aber eben nicht nur bei ihnen, stößt die Vermittelbarkeit von Fragen des betrieblichen Umweltschutzes an enge Grenzen. Weil Umwelterklärungen über den damit professionell befassten Expertenkreis hinaus bislang nur eine geringe kommunikative Wirkung entfalten konnten, ist ein wirklicher Dialog zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit bislang kaum in Gang gekommen. An weiten Teilen der Bevölkerung ist die Bedeutung der Öko-Audit-Verordnung bislang fast vollständig vorbeigegangen. Dies hat zur Folge, dass weder von den Betroffenen industrieller Umweltbela-

stungen noch von den Konsumenten die erhofften Impulse für die Weiterverbreitung des Öko-Audit in der gewerblichen Wirtschaft ausgehen. Zumindest auf der Ebene der Endverbraucher können nach Öko-Audit-Verordnung validierte Unternehmen noch keine spürbaren Wettbewerbsvorteile erzielen. Damit bleibt die unterstützende Wirkung der Marktkräfte für die Umsetzung umweltpolitischer Intentionen eher gering.

4. Umweltkommunikation aus Sicht einer organisierten Anspruchsgruppe

Der gezielte Dialog mit organisierten Anspruchsgruppen kann dazu beitragen, umweltpolitische Blockaden aufzubrechen und kooperative Lösungen zu erzielen. Bislang fehlen allerdings Studien, welche die Umweltkommunikation im Öko-Audit-System aus der Perspektive einer Anspruchsgruppe analysieren. Die im Folgenden vorgestellte Befragung einer umweltpolitisch motivierten Anspruchsgruppe soll daher einen ersten Beitrag zur Evaluation dieser Seite der Umweltkommunikation liefern. Befragt wurden exemplarisch die Kreisverbände des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland (B.U.N.D.). Dieser größte deutsche Umweltschutzverband beschäftigt sich explizit mit Fragen des betrieblichen Umweltschutzes und ist bundesweit flächendeckend in Kreisverbänden organisiert. Mittels eines halboffenen Fragebogens wurden die 59 Kreisverbände in Hessen und Rheinland-Pfalz gebeten, von ihren Erfahrungen mit der betrieblichen Umweltkommunikation im Kontext des Öko-Audit-Systems zu berichten. Geantwortet haben 33 Kreisverbände.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Umwelterklärungen selten bei den B.U.N.D.-Kreisverbänden ankommen. Obwohl zum Zeitpunkt der Befragung – Mitte 1997 – bereits in jedem zweiten Kreis in Hessen und Rheinland-Pfalz mindestens ein Unternehmen am Öko-Audit-System teilgenommen hatte, gaben nur vier B.U.N.D.-Kreisverbände an, eine oder mehrere Umwelterklärungen zu kennen. Lediglich zwei Kreisverbände waren von Unternehmen eingeladen worden, sich am Öko-Audit-Prozess zu beteiligen und hatten die jeweilige Umwelterklärung ohne Aufforderung erhalten. Das Instrument ‚Umwelterklärung‘ leistet also auch hier kaum die in der Verordnung geforderte „Unterrichtung der Öffentlichkeit“ und wird nur in Ausnahmefällen als Grundlage für einen Dialog genutzt. Bei der Umweltkommunikation mit den Umweltverbänden versagt das Öko-Audit-System.

Die Ursache hierfür ist zum einen die eher passive Umweltkommunikation vieler Unternehmen. Auf der anderen Seite sind aber auch die Umweltverbände nicht in der Lage, flächendeckend die kritische Begleitung der Unternehmensstandorte sicherzustellen. Fast die Hälfte der Kreisverbände beschäftigte sich bislang nicht mit Fragen des betrieblichen Umweltschutzes – in den meisten Fällen geben sie man-

gelnde Personalkapazitäten und fehlende Kompetenz als Gründe an. Diese Kreisverbände liegen vielfach in ländlichen Regionen und werden von einer durchschnittlich geringeren Zahl aktiver und passiver Mitglieder getragen als die besser informierten Kreisverbände.

Auch die Funktionsweise des Öko-Audit-Systems ist den B.U.N.D.-Kreisverbänden vielfach fremd: 14 Kreisverbände kennen die Öko-Audit-Verordnung nur „teilweise“, zwei weiteren ist sie unbekannt. Letztlich kann auch die relativ geringe Rücklaufquote von 55 % dahingehend interpretiert werden, dass für viele B.U.N.D.-Kreisverbände das Öko-Audit kein zentrales Thema ist. So überrascht es nicht, dass fast die Hälfte der antwortenden Kreisverbände kein Urteil über das Öko-Audit-System abgeben kann und von einigen das Instrument 'Umwelterklärung' sogar als „nutzlos“ bezeichnet wird. Da das Öko-Audit als umweltpolitisches Instrument aber auf die Akzeptanz des Systems und die Nutzung des Informationsangebotes angewiesen ist, müssen neue Wege gesucht werden, um das Kommunikationspotenzial der Umwelterklärung besser zu nutzen.

5. Das Umweltforum: dialogische Umweltkommunikation auf Basis der Umwelterklärung

Die bisher dargelegten empirischen Befunde weisen auf das Fehlen einer tragfähigen Schnittstelle zwischen den Unternehmen und der Öffentlichkeit hin. Vor diesem Hintergrund wurde mit der Fallstudie 'Umweltforum Siemens/Bensheim' erprobt, ob eine institutionalisierte, mittlergestützte Verhandlung den geforderten Dialog mit der standortbezogenen Öffentlichkeit einleiten und fördern kann. Auf Grundlage der Umwelterklärung eines registrierten Standortes soll das Umweltforum eine Plattform bieten, auf der sich Unternehmensvertreter und Repräsentanten verschiedener gesellschaftlicher Gruppen zur Umweltrelevanz und Umweltpolitik des Standortes austauschen können.

5.1 Konzeption des Umweltforums

Neuere wirtschaftsgeographische und regionalökonomische Ansätze betonen die Bedeutung von lokalen Milieus und Netzwerken für die Innovationsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen und Regionen (Cooke/Morgan 1993, Fromhold-Eisebith 1995, Maillat 1998). Diese Ansätze schreiben *face-to-face*-Kontakten trotz moderner Kommunikationstechniken einige wesentliche Vorteile zu: Sie erleichtern das Entstehen eines Vertrauensverhältnisses – unabdingbar für den Zugang zu informellen Informationen – und erhöhen die Chancen, Informationen zu erhalten, nach denen nicht aktiv gesucht wurde.

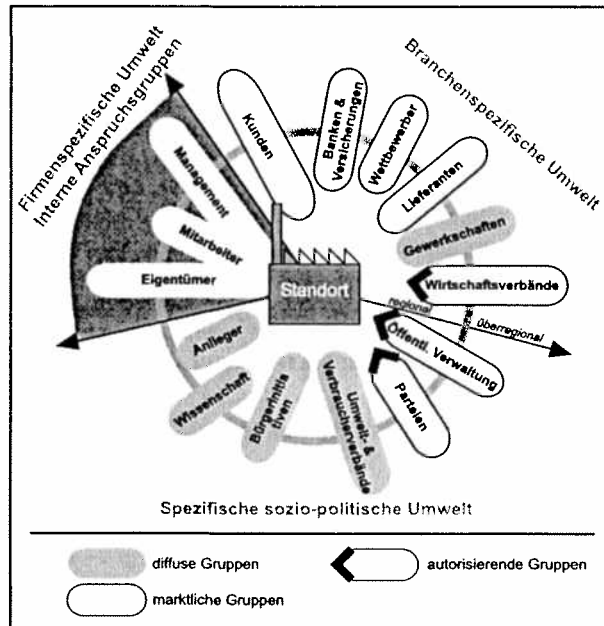
Das Umweltforum überträgt den Netzwerkgedanken auf die Gestaltung der Umweltkommunikation eines Unternehmensstandortes. Für die Identifikation von relevanten Gesprächspartnerinnen und Gesprächspartnern im zunächst diffusen gesellschaftlichen Umfeld ist die Orientierung am Stakeholder-Konzept (Anspruchsgruppenkonzept) zweckmäßig. Das Stakeholder-Konzept systematisiert die Beziehungen von gewerblichen Unternehmen zu ihrer gesellschaftlichen Umwelt nach institutionellen und funktionalen Gesichtspunkten (Gröner/Zapf 1998). Eine geographische Sichtweise betont dagegen vor allem die räumliche Dimension dieser Beziehungen (Oinas 1995: 155). In Übertragung dieser Ansätze auf die Konzeption des Umweltforums kann zwischen Anspruchsgruppen mit ausschließlich lokalen Interessen, beispielsweise Bürgerinitiativen, und den Ansprüchen von Gruppen, die in erster Linie eine nicht-lokale Dimension haben, unterschieden werden. Verschiedene Gründe sprechen für eine Konzentration des Teilnehmerkreises auf die lokalen und regionalen Anspruchsgruppen:

- Die EG-Öko-Audit-Verordnung und die Umwelterklärung, die als Kommunikationsgrundlage dient, sind standortbezogen.
- Das dezentrale Territorialitätsprinzip im deutschen Verwaltungsaufbau bedingt, dass die meisten der infrage kommenden Anspruchsgruppen territorial organisiert sind.
- Kooperation wird durch räumliche Nähe erleichtert. Längerfristig könnten sich innovative Umweltschutz-Milieus auf kommunaler oder regionaler Ebene entwickeln.

Neben dem Stakeholder-Konzept dient also die räumliche Nähe zum Standort als Auswahlkriterium für die zu beteiligenden Gruppen. Das geographisch akzentuierte Anspruchsgruppenkonzept (Abb. 2) setzt darauf, dass die unterschiedlichen Vertreter der regionalen Gruppen jeweils in einem gruppenspezifischen, funktionalen Informations- und Kommunikations-Netzwerk eingebunden sind und damit überregionale, funktionale Informationen quasi stellvertretend in den initiierten Kommunikationsprozess einbringen können (Glasze 1998: 25 ff.).

5.2 Das Umweltforum als Mediationsveranstaltung

Mit dem Umweltforum soll versucht werden, einen am Öko-Audit-System teilnehmenden Standort und seine regionalen Anspruchsgruppen in ein institutionalisiertes Netzwerk der Umweltkommunikation einzubinden. Dieses soll dazu beitragen, ökologisch und ökonomisch kontraproduktive Umweltkonflikte präventiv zu verhindern, indem die Umweltrelevanz gewerblicher Tätigkeit transparent gemacht wird und im Dialog die gegenseitige Vertrauensbereitschaft wächst. Überdies soll das Netzwerk dem Unternehmen helfen, das gesellschaftliche Kooperationspotenzial für die Lösung betrieblicher Umweltprobleme auszuschöpfen und die Kompetenzen möglichst vieler Anspruchsgruppen zu erschließen.



Quelle: Glasze 1998: 27 (nach Hallay/Priem 1993, Oinas 1995, Vollmer 1995)

Abb. 2: Das geographisch akzentuierte Anspruchsgruppenkonzept

Als besonders effiziente und erfolgreiche Methodik von potenziell konfliktträchtigen Verhandlungen erwies sich die Mediation – eine mittlergestützte Verhandlung (Gans 1994: 104). Der neutrale Mittler achtet auf gleiche Informationszugangsrechte und ermöglicht allen Parteien, ihre Position angemessen darzustellen.

5.3 Fallstudie Umweltforum Siemens/Bensheim

Mittels einer initiierten Fallstudie sollten folgende Fragestellungen untersucht werden:

- Eignet sich das Umweltforum als mittlergestützter Verhandlungsprozess, um den Dialog zwischen Unternehmen und gesellschaftlicher Umwelt zu fördern?
- Kann mit einem Umweltforum ein regionales Kommunikations-Netzwerk zum betrieblichen Umweltschutz institutionalisiert werden?

Organisation des Umweltforums

Die Durchführung eines Umweltforums wurde 20 validierten Unternehmensstandorten in Südwestdeutschland vorgeschlagen und schließlich mit dem Umweltschutzbeauftragten des Siemens-Standortes in Bensheim/Hessen vereinbart¹. In Bensheim produziert die Siemens AG Einrichtungen, Instrumente und Röntgengeräte für Zahnarztpraxen. Das Geschäftsgebiet Med Dental ist der weltweit größte Anbieter von Dentaltechnik. Für den Landkreis Bergstraße ist Siemens mit etwa 1.400 Beschäftigten der größte Arbeitgeber.

Die gesellschaftlichen Gruppen für das Umweltforum wurden in Anlehnung an das geographisch akzentuierte Anspruchsgruppenkonzept ausgewählt. Es wurde also jeweils die Organisationseinheit einer Anspruchsgruppe kontaktiert, die dem Standort am nächsten lag bzw. diesem administrativ zugeordnet war, z. B. für den B.U.N.D. die Ortsgruppe Bensheim, für die Umweltbehörden die kommunale Umweltberatung.

Um intensive Diskussionen zu ermöglichen, wurde die Veranstaltung auf einen Kreis von 25 Anspruchsgruppen konzentriert. Durch Medienberichte der teilnehmenden Journalisten sollte die lokale Öffentlichkeit informiert werden. Damit der Arbeitsaufwand für die Teilnehmer überschaubar blieb, wurde das Umweltforum als einmalige Halbtagsveranstaltung geplant. Alle Anspruchsgruppen erhielten bei den ersten Interviews 'Infopakete' mit der Umwelterklärung von Siemens/Bensheim, dem Text der EG-Öko-Audit-Verordnung sowie Schaubildern zum Ablauf des Öko-Audit-Systems. Darüber hinaus sollte eine einstündige Betriebsbesichtigung das Informationsgefälle zwischen den Teilnehmern verringern. Methoden der Gruppenmoderation hatten das Ziel, den Dialog zwischen den Teilnehmern anzuregen und zu unterstützen (Glasze 1998: 123 ff.).

Die Kommunikationssituation vor dem Umweltforum

Wie die meisten anderen Unternehmen hatte auch Siemens/Bensheim die Umwelterklärung vor dem Umweltforum kaum als Grundlage für einen Dialog mit seinen Anspruchsgruppen genutzt. Siemens gab die erfolgreiche Validierung des Werkes in einer Presseerklärung bekannt, die sich in einem halbseitigen Bericht der Lokalzeitung und einem Hörfunkbericht niederschlug. Die Umwelterklärung legt Siemens auf Messen und Tagungen sowie im Besucherraum des Werkes beim Pfortner aus. Verschiedet hat Siemens/Bensheim 200 Umwelterklärungen – fast ausschließlich an öffentliche Behörden und die Kommunalpolitik. Nichtstaatliche Anspruchsgruppen wurden nicht berücksichtigt.

¹ Seit 1. Oktober 1997 Sirona Dental Systems GmbH.

Die Interviews mit Vertretern von über 20 regionalen Anspruchsgruppen zeigen, dass das Instrument 'Umwelterklärung' vor dem Umweltforum weitestgehend unbekannt war und keine klaren Vorstellungen über seine Verwendung bestanden. Nur die beiden Behördenvertreter und ein Kommunalpolitiker kannten die Umwelterklärung von Siemens/Bensheim. Allein die Stadtratsfraktion der Grünen Liste hatte die Umwelterklärung zum Einstieg in den Dialog mit Siemens/Bensheim genutzt. Vor dem Umweltforum bestanden kaum persönliche Kontakte zu verantwortlichen Vertretern des Standortes. Obwohl die Interviewpartner die Umweltbeeinträchtigungen als weitgehend unproblematisch einstufen, wünschten sich insbesondere die lokalen Gruppen mehr Informationen und kritisierten die bisherige Öffentlichkeitsarbeit als zu zurückhaltend. Aber auch werksintern war das Öko-Audit nach Aussagen des Betriebsratsvorsitzenden nicht allen Mitarbeitern bekannt.

Verlauf des Umweltforums

Das Gesprächsangebot stieß auf große Resonanz: Drei Viertel der anwesenden 23 Gruppen und mehr als die Hälfte der über 30 Teilnehmer beteiligten sich aktiv mit Redebeiträgen. Anhand der Aussagen in den Interviews und auf dem Umweltforum lassen sich die Teilnehmer in drei Gruppen einteilen. So beteiligten sich die Vertreter der 'Kritischen Aktiven' auf dem Umweltforum mit mehreren Beiträgen, die 'Interessierten Beobachter' nutzten das Umweltforum, um sich in einzelnen Punkten mit Siemens auszutauschen, während die 'Passiven Beobachter' sich nicht in die Diskussion einbrachten.

Eine Analyse der Redebeiträge bestätigt die Beobachtung, dass die Veranstaltung in erster Linie zur Information der Teilnehmer durch Siemens genutzt wurde. Mit einer Ausnahme hatten die Siemens-Vertreter in allen Themenblöcken einen Redeanteil von über 50%. Das beherrschende Kommunikationsschema war: Frage eines Teilnehmers – Information durch den Firmenvertreter. Eine wirkliche Diskussion entwickelte sich selten. Die Inhalte waren überwiegend standortbezogen. Einen großen Zeitraum nahmen Forderungen nach detaillierteren quantitativen Angaben in der Umwelterklärung sowie Möglichkeiten des alternativen Energieeinsatzes ein.

Die Beurteilung des Umweltforums durch die Teilnehmer

Die Teilnehmer beurteilten den organisatorischen Ablauf und die eingesetzten Moderationstechniken fast einstimmig als geeignet, um die Diskussion zu fördern. Auch die Zusammensetzung des Umweltforums wurde positiv bewertet. Allerdings wünschte sich ein Großteil der Interviewpartner für weitere Gespräche einen kleineren Teilnehmerkreis, um detaillierter diskutieren zu können. Mehrere Interviewpartner bemängelten, dass nicht alle Fragen geklärt werden konnten und dass die Konzeption des Umweltforums nicht bereits eine zweite Veranstaltung vorgesehen habe,

auf der die Firma Siemens von Umsetzungen hätte berichten können. Eine einmalige Veranstaltung ermögliche nur einen geringen und nicht kontrollierbaren Einfluss.

Übereinstimmend kritisierten die Vertreter der externen Anspruchsgruppen die oberflächliche Wiedergabe des Verlaufs des Umweltforums in der lokalen Presseberichterstattung. Diese habe nicht die Kritik und die Anregungen sowie vor allem auch nicht die von den Siemens-Vertretern gegebenen Zusagen dokumentiert. Einige Teilnehmer befürchteten, dass die Ergebnisse des Umweltforums daher unverbindlich bleiben würden. Im regionalen Umfeld ist allerdings gerade die Bedeutung der *face-to-face*-Kommunikation nicht zu unterschätzen. Alle Interviewpartner berichteten in ihren Organisationen über das Forum, einige auch im Freundes- und Bekanntenkreis. So dürfte einer breiten regionalen Öffentlichkeit bekannt sein, dass sich Siemens/Bensheim einer solchen Diskussion gestellt hat.

Viele Teilnehmer beschrieben das Umweltforum zunächst als „konventionell“. Im Verlauf der Interviews zeigte sich aber, dass die meisten einen Wissenszuwachs verzeichneten. Sie betrachteten die Informationen der Umwelterklärung und des Umweltforums als eine „Basis (...), um andere Berichte einzusehen“ oder das nächste Mal „mit einem anderen Fokus“ zu betrachten. Alle Teilnehmer sind an der nächsten Umwelterklärung von Siemens/Bensheim interessiert.

In wenigen Fällen hat das Umweltforum direkt zu Aktivitäten angeregt: Ein Parteivertreter möchte die Erfahrungen von Siemens/Bensheim im Rahmen eines kommunalen Audit auf die Stadt Bensheim übertragen. Ein Journalist erhielt Anregungen für einen Bericht. Ein Vertreter eines Umweltverbandes äußerte sich überrascht über die große Zahl von Fahrradpendlern unter den Mitarbeitern und möchte mit eigenen Aktionen daran ansetzen.

Für zwei Drittel der Teilnehmer ergaben sich auf dem Umweltforum „neue, interessante Kontakte“. Konkret vereinbart wurde beispielsweise ein Gesprächstermin zwischen dem Abfallwirtschaftsberater des Landkreises und dem Umweltschutzbeauftragten sowie eine Kooperation der Ortsgruppe eines Umweltschutzverbandes mit dem Betriebsrat. Aus der Kooperation zwischen Abfallwirtschaftsberatung und Siemens/Bensheim ergaben sich mehrere Vorträge des Umweltschutzbeauftragten von Siemens/Bensheim zur Umsetzung des Kreislaufwirtschaftsgesetzes. Sowohl bei dem Unternehmen als auch bei der Mehrzahl der beteiligten Gruppen besteht Interesse an einer Fortsetzung des Dialogs. Mehrfach äußerten Teilnehmer allerdings auch die Befürchtung, dass es bei einer einmaligen „Alibiveranstaltung“ bleiben könnte.

Bewertung des Umweltforums durch die Siemens-Vertreter

Die drei interviewten Vertreter des Standortes beurteilten sowohl den organisatorischen Ablauf als auch das Ergebnis des Umweltforums positiv – beispielsweise als „notwendiges Gespräch“ oder „als unser Einstieg in eine offene Umweltkommunikation“.

tion“. Sie äußerten sich erfreut über die große Resonanz, die sie als Indiz für das öffentliche Interesse an Umweltinformationen werten. Die Anregungen bezüglich des betrieblichen Umweltschutzes stuften sie allerdings als wenig gewinnbringend ein:

„Das waren halt die allgemeinen Ideen, die man überall hört, aber im Konkreten dann doch nicht so umsetzbar oder zutreffend sind“.

Die Kritik und die Vorschläge zur Umwelterklärung wollen sie dagegen umsetzen:

„Meine nächste Umwelterklärung sieht anders aus (...). Ich werde bei der nächsten Umwelterklärung mehr auf die Wünsche eingehen, die hier gekommen sind und mehr Zahlenmaterial und auch Statistiken einbauen, (...) und wenn die Öffentlichkeit das hier wünscht, dann machen wir das so, ganz klar.“

5.4 Das Umweltforum setzt den Dialog in Gang

Die Kommunikationssituation vor Durchführung des Umweltforums stellte keine Ausnahme dar: Auf der einen Seite standen die Verantwortlichen des Unternehmens, welches das Öko-Audit als Einstieg in eine dialogische Kommunikation mit der Öffentlichkeit nutzen wollten, denen dafür aber das Know-how fehlte. Auf der anderen Seite standen Anspruchsgruppen, die zwar ein generelles Interesse an der Umweltpolitik des Standortes hatten, wegen Zeit- und Kapazitätsengpässen aber nicht an das Unternehmen herantraten. Beiden Seiten fehlten konkrete Möglichkeiten zum Austausch.

Das Gesprächsangebot stieß dementsprechend auf großes Interesse. Allerdings reicht eine einmalige Veranstaltung nicht aus, um die umweltpolitisch intendierte öffentliche Kontrolle sicherzustellen. Das Umweltforum lässt sich deshalb vielmehr als eine auf Sachfragen ausgerichtete Informationsveranstaltung bezeichnen. Forderungen nach detaillierteren Informationen und quantitativen Zielvorgaben sind als Verbesserungsvorschläge zu interpretieren, die eine Überprüfung der Umweltleistung anhand zukünftiger Umwelterklärungen erleichtern werden. Mehr Aufmerksamkeit sollte in Zukunft der Sicherung der Diskussionsergebnisse geschenkt werden.

Um die vielfältigen Kontakte, die auf dem Umweltforum geknüpft wurden, zu nachhaltig wirksamen Kooperationen weiterzuentwickeln, ist das Unternehmen gefordert, den angestoßenen Dialog weiterzuführen. Einige Teilnehmer äußerten explizit, dass sie „auf ein Signal“ des Unternehmens warten würden. Die Erfahrungen anderer standortbezogener Gesprächskreise zeigen, dass die „Kreativität einer Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und externen Gruppen erst langsam reifen muss“, wie ein Umweltschutzbeauftragter der Firma Dow Chemicals die Praxis seines Unternehmens zusammenfasst (mündliche Mitteilung).

6. Fazit: Neue Wege der betrieblichen Umweltkommunikation

Die vorgestellten empirischen Befunde zeigen sehr deutlich, dass das Öko-Audit-System bislang kaum betriebsexterne Vorteile für die teilnehmenden Unternehmen bietet. Ein echter Dialog mit externen Anspruchsgruppen findet bislang nur in wenigen Ausnahmefällen statt. Der aktuelle Stand der Revision der Öko-Audit-Verordnung (EMAS II) lässt kaum eine grundsätzliche Verbesserung dieser Situation erwarten. So sollen zwar die Möglichkeiten zur Werbung mit dem Öko-Audit-Logo und die Mittel zur Veröffentlichung der Umwelterklärung (z. B. über das Internet) erweitert werden, dies trägt aber nicht zwangsläufig zur Intensivierung des Dialogs mit lokalen und regionalen Anspruchsgruppen bei. Gänzlich neue Wege der Umweltkommunikation wird auch die EMAS II nicht beschreiten. Vielmehr birgt die räumliche Erweiterung des bisherigen Standortbezugs durch den Organisationsbegriff die Gefahr in sich, dass der lokale und regionale Dialog noch weiter an Bedeutung verlieren könnte.

Auch in Zukunft werden interessierte Unternehmen deshalb auf zusätzliche eigene Initiativen zur Verbesserung der Umweltkommunikation angewiesen sein. Vor allem zwei Instrumente zur Weiterentwicklung des Dialogs mit relevanten Anspruchsgruppen sind denkbar:

1. Ein permanenter Umweltbeirat, der sich mehrmals pro Jahr trifft und der das Unternehmen in allen Fragen des Umweltschutzes kritisch begleitet.
2. Ein *Community Advisory Panel* (CAP) bzw. eine *liaison group*, ebenfalls permanente Beiräte, bei denen in der Regel aber neben Umweltfragen noch weitere Themen von lokalem Interesse behandelt werden (z. B. wirtschaftliche Situation, Ausbildungsplätze im Unternehmen, neue Produkte).

In der Fallstudie Bensheim waren nur wenige Teilnehmer bereit, in einem permanenten Beirat mitzuwirken. Vielen, auch den Unternehmensvertretern, scheint der Zeitaufwand zu hoch. Ein CAP bietet zwar die Chance, einen breit angelegten Austausch mit der standortbezogenen Öffentlichkeit zu etablieren, andererseits vergrößert die Themenvielfalt das Kompetenzproblem. Insgesamt erscheint eine Institutionalisierung des Dialogs in Form eines permanenten Beirates nur für große, regional dominante Standorte sinnvoll. Für Standorte mittlerer Größe bietet sich dagegen eher ein *network management* an: regelmäßige, aber informelle Gespräche über aktuelle Themen des betrieblichen Umweltschutzes mit den entsprechenden Anspruchsgruppen. Eine breit angelegte Veranstaltung wie das Umweltforum kann einem solchen standortbezogenen Netzwerk im Rhythmus von drei Jahren neue Impulse geben und die Umwelterklärung ergänzen. Für KMU ist ein Umweltforum aber vielfach zu aufwändig. Zudem limitieren die begrenzten Kapazitäten vieler Anspruchsgruppen die Möglichkeit zu persönlichen Gesprächen. Mit der steigenden Zahl der Standorte, die

am Öko-Audit-System teilnehmen, wird es daher unmöglich, dass jedes Unternehmen ein Umweltforum durchführt.

Eine effiziente Weiterentwicklung könnten regionale Gesprächskreise bieten. Die Trägerschaft solcher regionalen Organisationsformen bleibt zu diskutieren. Denkbar ist beispielsweise die Organisation durch die zuständigen Industrie- und Handelskammern (IHK) oder andere regionale Unternehmensgruppierungen. Ein Beispiel liefert die Initiative 'Modell Hohenlohe – Fördergemeinschaft betrieblicher Umweltschutz e.V.', ein Zusammenschluss von über 200 Firmen in der Wirtschaftsregion Heilbronn mit dem Ziel „das Umweltbewusstsein und die Umweltverantwortung in der gewerblichen Wirtschaft zu fördern und den betrieblichen Umweltschutz zu verbessern“ (Modell Hohenlohe 1996). In Großbritannien sind solche lokalen und regionalen Umweltnetzwerke bereits sehr viel verbreiteter als in Deutschland (z. B. Business Environment Association East Midlands, Cumbria Business Environmental Network, North London Business Environment Network) (Holt/Anthony/Viney 1998). Mittelfristig sind auch branchenbezogene Zusammenschlüsse denkbar.

Empirische Untersuchungen belegen, dass netzwerkintegrierte Unternehmen in der Regel erfolgreicher bei der Umsetzung des Umweltmanagements sind als Unternehmen, die keinen oder wenig umweltschutzbezogenen Informationsaustausch pflegen (Braun/Grotz 2001). Einige IHK, wie z. B. in Darmstadt, Karlsruhe und Ostwestfalen, haben Öko-Audit-Arbeitskreise aufgebaut, die sich bislang aber vorwiegend an Unternehmen richten. Würden solche Arbeitskreise gezielt für andere gesellschaftliche Gruppen mit Interesse am betrieblichen Umweltschutz geöffnet, könnten registrierte Unternehmen dort anhand der Umwelterklärung ihre Umweltpolitik zur Diskussion stellen und die teilnehmenden gesellschaftlichen Gruppen Schritt für Schritt ihre Kompetenz erweitern. Damit könnte sich ein solches Forum zum Kern eines regionalen Netzwerks entwickeln, der allen Interessierten in der Region als Informationspool 'betrieblicher Umweltschutz' zur Verfügung steht (Glasze/Zöller 1998: 22). Wichtig für solche regionalen Netzwerke wird aber sein, dass sie nach innen eine integrierende Kraft entwickeln und dennoch ihre Fähigkeit behalten, Impulse von außen aufzugreifen und umsetzen zu können.

Literatur

Braun, B. u. R. Grotz (2001): Environmental management in: Schätzl, L. und J. Revilla Diez (Hrsg.): manufacturing industries: a comparison between British and German firms. In: Technological Change and Regional Development in Europe. Berlin, Heidelberg (im Druck).

Cooke, P. u. K. Morgan (1993): The network paradigm: new departures in corporate and regional development. In: Environment and Planning D: Society and Space 11 (5): 543–564.

Dyllick, T. (1989): Das Management der Umweltbeziehungen. Wiesbaden.

Fichtner, K. (1998): Wettbewerbsvorteile durch freiwillige Umweltberichterstattung. In: Ökologisches Wirtschaften 4 (1): 7–9.

Freimann, J. (1997): Umwelterklärungen: Informativische Öffnung im Rahmen des EU-Öko-Audit-Systems. In: Zeitschrift für angewandte Umweltforschung 10 (2): 187–197.

Fromhold-Eisebith, M. (1995): Das „kreative Milieu“ als Motor regionalwirtschaftlicher Entwicklungen. Forschungstrends und Erfassungsmöglichkeiten. In: Geographische Zeitschrift 83 (1): 30–47.

Gans, B. (1994): Mediation. Ein Weg des Umgangs mit Konflikten in der räumlichen Planung? (= Schriftenreihe zur ökologischen Kommunikation 3). München.

Glasze, G. (1998): Das Umweltforum. Eine Mediationsveranstaltung auf Basis der EG-Öko-Audit-Verordnung. (= Schriftenreihe zur ökologischen Kommunikation 5). München.

Glasze, G. u. K. Zöller (1998): Dialogische Umweltkommunikation im industriellen Umfeld. In: Standort 22 (4): 26–31.

Gröner, S. u. M. Zapf (1998): Unternehmen, Stakeholder und Umweltschutz. In: Umweltwirtschaftsforum 6 (1): 52–57.

Hallay, H. u. R. Pfriem (1993): Umwelt-Audits, Öko-Controlling und externe Unternehmenskommunikation. In: Umweltwirtschaftsforum 1 (3): 49–57.

Holt, D., Anthony, S. u. H. Viney (1998): Greening SMEs in the United Kingdom: partnerships, alliances and support networks. Paper presented to the 7th International Conference of the Greening of Industry Network "Partnership and Leadership: Building Alliances for a Sustainable Future", Rome 15–18 November 1998.

Maillat, D. (1998): Vom 'Industrial District' zum kreativen Milieu: Ein Beitrag zur Analyse der gebietsgebundenen Produktionsorganisationen. In: Geographische Zeitschrift 86 (1): 1–15.

Modell Hohenlohe – Fördergemeinschaft betrieblicher Umweltschutz e.V. (Hrsg.) (1996): Selbstdarstellung. Waldenburg.

Oinas, P. (1995): Organisations and Environment: Linking Industrial Geography and Organisation Theory. In: Conti, S.; E. J. Malecki und P. Oinas (Hrsg.): The Industrial Enterprise and its Environment: Spatial Perspectives. Avebury u. a.: 143–167.

Vollmer, S. (1995): EG-Öko-Audit-Verordnung: Umwelterklärung. Anforderungen. Hintergründe. Gestaltungsoptionen. Berlin, Heidelberg.

Summary

This paper discusses the practical implications of environmental communication within the European Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). Communication between enterprises and external stakeholders will be analyzed in four steps. The first three steps will present empirical data from varying perspectives. The last step of the analysis follows a rather different methodological approach. A so-called 'environmental forum' was organized in order to establish a long-term dialogue between a private firm and its regional stakeholders. Our empirical results suggest that EMAS and the obligatory environmental statement has not significantly contributed to the communication between companies and their external stakeholders up to now. Permanent environmental advisory panels or liaison groups may be an excellent way to overcome these problems. However, the setting-up of permanent advisory panels is very demanding, especially for small and medium-sized enterprises. For the latter a flexible network approach seems to be more appropriate. These networks should be based on an informal but regular exchange of ideas with different groups of local and regional stakeholders. 'Environmental forums' may give these networks new momentum in regular intervals.