

NRW Prozess Fortschritt gestalten

**Workshop der Arbeitsgruppe „Zukunft des Dialogs von Unternehmen und Gesellschaft“ zu**  
**„Informations- und Kommunikationstechnologien als Bindeglied für Nachhaltigkeitsanstrengungen zwischen Unternehmen und Gesellschaft“**

### **Einführung**

Der Fortschrittskongress 2015 des Dialogprozesses „Fortschritt gestalten“ fand am 22. Januar 2015 in Köln statt. Übergeordnetes Thema war, auf welche Weise die fortschreitende Digitalisierung künftig das Leben und Arbeiten in Nordrhein-Westfalen beeinflussen wird. Rund 400 Interessierte aus Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft diskutierten dabei in Workshops sowohl die Chancen, welche eine Durchdringung aller Lebensbereiche mit Informations- und Kommunikationstechnik für Nordrhein-Westfalen mit sich bringe, als auch mögliche Risiken und nötige Spielregeln, zum Beispiel beim Datenschutz.

Zu diesem Anlass kam auch die Arbeitsgruppe „Zukunft des Dialogs von Unternehmen und Gesellschaft“ zu einem einstündigen Workshop zusammen, der vom Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP, Wuppertal) organisiert wurde und sich konkret mit „Informations- und Kommunikationstechnologien als Bindeglied für Nachhaltigkeitsanstrengungen zwischen Unternehmen und Gesellschaft“ beschäftigte.

Michael Kuhndt, Geschäftsführer des CSCP, sprach dazu mit:

- Hartmut **Gahmann**, Leiter Corporate Communications, Nestlé Deutschland AG, Frankfurt
- Dr. Meike **Gebhard**, Geschäftsführerin, Utopia GmbH, München
- Heinz-Gerd **Peters**, Leiter Nachhaltige Entwicklung und Umwelt, Deutsche Telekom AG, Bonn
- Stephan **Schaller**, Senior Business Development Manager Sustainability, GS1 Germany GmbH, Köln

Ausgangspunkt der Diskussion war die Art und Weise wie die jeweiligen Unternehmen und Einrichtungen heute digitale Medien und Kanäle für den Dialog zwischen Unternehmen und Gesellschaft nutzen (siehe folgende Abb.1).

# Digitale Kommunikation zwischen Unternehmen und Gesellschaft

## WAS PASSIERT SCHON HEUTE

### Nestlé Deutschland

- Einrichtung einer social-commerce Plattform (Nestlé Marktplatz). Information – Partizipation – Einkaufen.
- Angebote, um Nachhaltigkeit erlebbar zu machen. Vom Acker zum Teller.
- QR-Code auf 60 % all unserer Produkte mit hinterlegten Infos zu unseren vier Qualitätsdimensionen.

### UTOPIA

- führende Internetplattform für nachhaltigen Konsum
- bietet Kaufberatung zum Thema Nachhaltigkeit und Dialogmöglichkeiten zwischen Verbrauchern und Unternehmen
- Produkttests, Profile, Aktionen, Live Chats zu nachhaltigen Produkten und Nachhaltigkeitsstrategien von Unternehmen

### Deutsche Telekom

- Corporate Responsibility App zur Vermittlung der Schwerpunkte von Unternehmensverantwortung
- Teach Today – „Lernen neu denken“ zur Entwicklung von Medienkompetenz
- Bewertung von Produkten und Lösungen auf deren Nachhaltigkeitsbeitrag und Dialog mit internen und externen Stakeholdern

### GS1 Germany

- Eindeutige Identifikation von Produkten, Organisationen und Prozessen
- Harmonisierter Austausch von Produkt(stamm)daten zwischen Hersteller und Handel und zunehmend bis zum Endkunden (Smartphone)
- Rückverfolgbarkeitssysteme: Transparenz über die gesamte Kette
- Förderung von Digitalisierung für zusätzliche Nutzungsmöglichkeiten

## Ergebnisse der Diskussion

Übereinstimmung herrschte in dem Punkt, dass Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) die Transparenz eigener Arbeit, sowie die direkte Interaktion von Verbrauchern und Unternehmen verbessern und die Anonymität großer Unternehmen durchbrechen könne.. Dabei ginge es nicht darum, einem Bildungsauftrag nachzukommen, sondern vielmehr, Diskussionen und Entwicklungen gestalten zu können.

IKT kann einen Beitrag zu (nachhaltigeren) Kaufentscheidungen leisten, da Apps und Websites Art des „Extended packaging“ letztlich weitere Informationen über das Produkt und Unternehmen anbieten. Dabei ist der Austausch mit Konsumenten einfacher, sobald es um konkrete Produkte und Dienstleistungen geht anstatt um allgemeine Nachhaltigkeitsleistungen und Informationen (z.B. in Form eines Nachhaltigkeitsberichts). Obgleich nur eine Minderheit der Verbraucher regelmäßig das Informationsangebot der Unternehmen nutzen würde, herrschte Einigkeit darüber, dass alleine die Existenz dieses Angebots zu mehr Vertrauen in und Glaubwürdigkeit des Unternehmens beiträgt. Es ist zu beobachten, dass durch die Nutzung von mobilen Endgeräten die Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen weniger umfangreich sondern eher kürzer und schneller geschieht. Soziale Medien erhöhen aber auch das Risiko von Marken- und Produktbeschädigungen durch sog. „Shitstorms“.

Datenschutz war allen Akteuren ein wichtiges Thema. Die Unternehmensvertreter unterstrichen, dass die von ihnen gesammelten Daten nur für interne Zwecke (wie zur



verbesserten Produkt- und Dienstleistungsentwicklung durch Nestlé oder die Deutsche Telekom, bzw. für gezieltere Informationsbereitstellung im Falle von Utopia) genutzt werden würden, und strenge Datenschutzrichtlinien einzuhalten seien.

## Empfehlungen

Folgende Handlungsempfehlungen wurden im Workshop erarbeitet:

- Wissenschaft: Technische Entwicklungen zu einfacheren (aber immer noch soliden) Überblicksinformationen (z.B. Nachhaltigkeitsampeln) sowie genaueren und besseren Filtern für die Suche nach nachhaltigeren Produkten und Dienstleistungen könnten einen großen Nutzen für Verbraucher bedeuten und damit einen verbesserten Dialog zwischen Gesellschaft und Unternehmen fördern.
- Unternehmen: Nutzen und Gebrauch von IKT fürs Nudging / Beeinflussen von Konsumenten weiter prüfen z.B. im Supermarkt oder Transportbereich (im Sinne von: wieviele meiner Produkte sind nachhaltig? Wie stehe ich im Vergleich mit anderen, z.B. meiner Nachbarschaft da?); Initiierung von Living Labs als Testraum für erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikationsinstrumente und –strategien.
- Politik: Übernahme einer Vorreiterrolle z.B. beim e-government, PPP, Breitbandausbau; Stärkung des Datenschutzes; Standardisierung von Kriterien für eine solide, glaubhafte Nachhaltigkeitskommunikation.

## Hintergrund zum Prozess

Am 2. Dezember 2013 hat eine Auftaktkonferenz des Wirtschafts- und des Wissenschaftsministeriums NRW zum Thema „Fortschritt gestalten“ stattgefunden. Dies war der Beginn eines bis zum Jahr 2017 dauernden offenen Dialogprozesses, der in vier Themenbereichen handlungsleitende Prinzipien und zentrale Aktionsfelder zu der Frage entwickeln soll, in welcher Welt wir künftig leben wollen.

Einer der Themenbereiche ist die „Zukunft des Dialogs von Unternehmen und Gesellschaft“. Dieser Bereich wird vom CSCP organisiert und moderiert.

Die Arbeitsgruppe wird vom NRW  
Wirtschaftsministerium betreut.

Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Industrie, Mittelstand und Handwerk  
des Landes Nordrhein-Westfalen



## Kontakt

Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) gGmbH

Nora Brüggemann, Projektleiterin

[mail: nora.brueggemann@scp-centre.org](mailto:nora.brueggemann@scp-centre.org)

Tel.: +49 202 45 95 8 – 25