

DIN EN ISO 14063



ICS 13.020.10

Entwurf

Einsprüche bis 2020-08-05
Vorgesehen als Ersatz für
DIN EN ISO 14063:2010-10

**Umweltmanagement –
Umweltkommunikation –
Leitlinien und Beispiele (ISO 14063:2020);
Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14063:2020**

Environmental management –
Environmental communication –
Guidelines and examples (ISO 14063:2020);
German and English version EN ISO 14063:2020

Management environnemental –
Communication environnementale –
Lignes directrices et exemples (ISO 14063:2020);
Version allemande et anglaise EN ISO 14063:2020

Anwendungswarnvermerk

Dieser Norm-Entwurf mit Erscheinungsdatum 2020-06-05 wird der Öffentlichkeit zur Prüfung und Stellungnahme vorgelegt.

Weil die beabsichtigte Norm von der vorliegenden Fassung abweichen kann, ist die Anwendung dieses Entwurfs besonders zu vereinbaren.

Stellungnahmen werden erbeten

- vorzugsweise online im Norm-Entwurfs-Portal von DIN unter www.din.de/go/entwuerfe bzw. für Norm-Entwürfe der DKE auch im Norm-Entwurfs-Portal der DKE unter www.entwuerfe.normenbibliothek.de, sofern dort wiedergegeben;
- oder als Datei per E-Mail an nagus@din.de möglichst in Form einer Tabelle. Die Vorlage dieser Tabelle kann im Internet unter www.din.de/go/stellungnahmen-norm-entwuerfe oder für Stellungnahmen zu Norm-Entwürfen der DKE unter www.dke.de/stellungnahme abgerufen werden;
- oder in Papierform an den DIN-Normenausschuss Grundlagen des Umweltschutzes (NAGUS), 10772 Berlin oder Saatwinkler Damm 42/43, 13627 Berlin.

Die Empfänger dieses Norm-Entwurfs werden gebeten, mit ihren Kommentaren jegliche relevanten Patentrechte, die sie kennen, mitzuteilen und unterstützende Dokumentationen zur Verfügung zu stellen.

Gesamtumfang 90 Seiten

DIN-Normenausschuss Grundlagen des Umweltschutzes (NAGUS)

Nationales Vorwort

Dieses Dokument (EN ISO 14063:2020) wurde vom Technischen Komitee ISO/TC 207 „Environmental management“ in Zusammenarbeit mit dem Technischen Komitee CEN/SS S26 „Umweltmanagement“ erarbeitet, dessen Sekretariat von CCMC gehalten wird.

Das zuständige nationale Normungsgremium ist der Arbeitsausschuss NA 172-00-02 AA „Umweltmanagement/Umweltaudit“ im DIN-Normenausschuss Grundlagen des Umweltschutzes (NAGUS).

Um Zweifelsfälle in der Übersetzung auszuschließen, ist die englische Originalfassung beigelegt. Die Nutzungsbedingungen für den deutschen Text des Norm-Entwurfes gelten gleichermaßen auch für den englischen Text.

Für die in diesem Dokument zitierten Dokumente wird im Folgenden auf die entsprechenden deutschen Dokumente hingewiesen:

ISO 14001:2015	siehe	DIN EN ISO 14001:2015-11
ISO 14004:2016	siehe	DIN EN ISO 14004:2016-08
ISO 14015:2001	siehe	DIN EN ISO 14015:2010-08
ISO 14020:2000	siehe	DIN EN ISO 14020:2002-02
ISO 14021:2016	siehe	DIN EN ISO 14021:2016-07
ISO 14024:2018	siehe	DIN EN ISO 14024:2018-06
ISO 14025:2006	siehe	DIN EN ISO 14025:2011-10
ISO 14026:2017	siehe	DIN EN ISO 14026:2018-12
ISO 14031:2013	siehe	DIN EN ISO 14031:2013-12
ISO 14040:2006	siehe	DIN EN ISO 14040:2009-11
ISO 14044:2006	siehe	DIN EN ISO 14044:2006-10
ISO 14045:2012	siehe	DIN EN ISO 14045:2012-10
ISO 14046:2014	siehe	DIN EN ISO 14046:2016-07
ISO 14050:2009	siehe	DIN EN ISO 14050:2010-08
ISO 14064-1:2018	siehe	DIN EN ISO 14064-1:2019-06
ISO 14064-2:2019	siehe	DIN EN ISO 14064-2:2020-05
ISO 14064-3:2019	siehe	DIN EN ISO 14064-3:2020-05
ISO 14067	siehe	DIN EN ISO 14067
ISO 19011:2018	siehe	DIN EN ISO 19011:2018-10
ISO/TS 14027	siehe	DIN CEN ISO/TS 14027 DIN SPEC 35805

Aktuelle Informationen zu diesem Dokument können über die Internetseiten von DIN (www.din.de) durch eine Suche nach der Dokumentennummer aufgerufen werden.

Änderungen

Gegenüber DIN EN ISO 14063:2010-10 wurden folgende Änderungen vorgenommen:

- a) die Definition für das Ziel der Umweltkommunikation (3.7) wurde geändert, um mit der Definition des Ziels in ISO 14001:2015 harmonisiert zu werden;
- b) Hinweise auf soziale Medien wurden aufgenommen;
- c) Tabelle A.1 wurde aktualisiert, um den überarbeiteten Normen Rechnung zu tragen;
- d) redaktionelle Überarbeitung der Norm.

Nationaler Anhang NA (informativ)

Literaturhinweise

DIN CEN ISO/TS 14027 DIN SPEC 35805, *Umweltkennzeichnungen und -deklarationen — Entwicklung von Produktkategorieregeln*

DIN EN ISO 14001:2015-11, *Umweltmanagementsysteme — Anforderungen mit Anleitung zur Anwendung (ISO 14001:2015)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14001:2015

DIN EN ISO 14004:2016-08, *Umweltmanagementsysteme — Allgemeine Leitlinien zur Verwirklichung (ISO 14004:2016)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14004:2016

DIN EN ISO 14015:2010-08, *Umweltmanagement — Umweltbewertung von Standorten und Organisationen (UBSO) (ISO 14015:2001)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14015:2010

DIN EN ISO 14020:2002-02, *Umweltkennzeichnungen und -deklarationen — Allgemeine Grundsätze (ISO 14020:2000)*; Deutsche Fassung EN ISO 14020:2001

DIN EN ISO 14021:2016-07, *Umweltkennzeichnungen und -deklarationen — Umweltbezogene Anbietererklärungen (Umweltkennzeichnung Typ II) (ISO 14021:2016)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14021:2016

DIN EN ISO 14024:2018-06, *Umweltkennzeichnungen und -deklarationen — Umweltkennzeichnung Typ I — Grundsätze und Verfahren (ISO 14024:2018)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14024:2018

DIN EN ISO 14025:2011-10, *Umweltkennzeichnungen und -deklarationen — Typ III Umweltdeklarationen — Grundsätze und Verfahren (ISO 14025:2006)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14025:2011

DIN EN ISO 14026:2018-12, *Umweltkennzeichnungen und -deklarationen — Grundsätze, Anforderungen und Richtlinien für die Kommunikation von Fußabdruckinformationen (ISO 14026:2017)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14026:2018

DIN EN ISO 14031:2013-12, *Umweltmanagement — Umweltleistungsbewertung — Leitlinien (ISO 14031:2013)*; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14031:2013

DIN EN ISO 14040:2009-11, *Umweltmanagement — Ökobilanz — Grundsätze und Rahmenbedingungen (ISO 14040:2006); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14040:2006*

DIN EN ISO 14044:2006-10, *Umweltmanagement — Ökobilanz — Anforderungen und Anleitungen (ISO 14044:2006); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14044:2006*

DIN EN ISO 14045:2012-10, *Umweltmanagement — Ökoeffizienzbewertung von Produktsystemen — Prinzipien, Anforderungen und Leitlinien (ISO 14045:2012); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14045:2012*

DIN EN ISO 14046:2016-07, *Umweltmanagement — Wasser-Fußabdruck — Grundsätze, Anforderungen und Leitlinien (ISO 14046:2014); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14046:2016*

DIN EN ISO 14050:2010-08, *Umweltmanagement — Begriffe (ISO 14050:2009); Dreisprachige Fassung EN ISO 14050:2010*

DIN EN ISO 14064-1:2019-06, *Treibhausgase — Teil 1: Spezifikation mit Anleitung zur quantitativen Bestimmung und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen und Entzug von Treibhausgasen auf Organisationsebene (ISO 14064-1:2018); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14064-1:2018*

DIN EN ISO 14064-2:2020-05, *Treibhausgase — Teil 2: Spezifikation mit Anleitung zur quantitativen Bestimmung, Überwachung und Berichterstattung von Reduktionen der Treibhausgasemissionen oder Steigerungen des Entzugs von Treibhausgasen auf Projektebene (ISO 14064-2:2019); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14064-2:2019*

DIN EN ISO 14064-3:2020-05, *Treibhausgase — Teil 3: Spezifikation mit Anleitung zur Validierung und Verifizierung von Erklärungen über Treibhausgase (ISO 14064-3:2019); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 14064-3:2019*

DIN EN ISO 14067, *Treibhausgase — Carbon Footprint von Produkten — Anforderungen an und Leitlinien für Quantifizierung*

DIN EN ISO 19011:2018-10, *Leitfaden zur Auditierung von Managementsystemen (ISO 19011:2018); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 19011:2018*

<i>Titel de:</i>	Umweltmanagement — Umweltkommunikation — Leitlinien und Beispiele (ISO 14063:2020)
<i>Titel en:</i>	Environmental management — Environmental communication — Guidelines and examples (ISO 14063:2020)
<i>Titel fr:</i>	Management environnemental — Communication environnementale — Lignes directrices et exemples (ISO 14063:2020)

Inhalt

	Seite
Europäisches Vorwort	4
Vorwort	5
Einleitung	6
1 Anwendungsbereich	9
2 Normative Verweisungen	9
3 Begriffe	9
4 Grundsätze der Umweltkommunikation	10
4.1 Allgemeines	10
4.2 Grundsätze	11
4.2.1 Transparenz	11
4.2.2 Angemessenheit	11
4.2.3 Glaubwürdigkeit	11
4.2.4 Klarheit	11
4.2.5 Regionalität	11
5 Politik der Umweltkommunikation	11
5.1 Verpflichtung der Leitung	11
5.2 Entwicklung der Politik	12
6 Strategie der Umweltkommunikation	13
6.1 Grundlegende Überlegungen	13
6.2 Integration der Umweltkommunikation in den allgemeinen Kommunikationsprozess der Organisation	13
6.3 Ressourceneffizienz	14
6.4 Festlegen der Ziele der Umweltkommunikation	15
6.5 Identifizieren interessierter Parteien	16
7 Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation	17
7.1 Planung von Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation	17
7.1.1 Allgemeines	17
7.1.2 Situationsanalyse	19
7.1.3 Festlegen der Ziele der Umweltkommunikation	20
7.1.4 Identifizieren von Zielgruppen	21
7.1.5 Definieren des geographischen Geltungsbereiches	21
7.1.6 Identifizieren von Umweltinformationen	21
7.2 Auswahl von Inhalt, Methoden und Instrumenten der Umweltkommunikation	23
7.2.1 Allgemeines	23
7.2.2 Festlegen von Verantwortlichkeiten und Einbeziehung (intern und extern)	33
7.2.3 Verfolgen der Inputs von interessierten Parteien	34
7.2.4 Planung von Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation im Fall von Umweltkrisen und Notfällen	34
7.2.5 Erstellen eines Kommunikationsplans	37
7.3 Durchführung einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation	37
7.3.1 Erfassung und Bewertung von Daten	37
7.3.2 Umsetzung von Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation	37
7.3.3 Aufzeichnen von und Reagieren auf Rückmeldungen	39
7.4 Bewertung der Umweltkommunikation	39

7.5	Durchführung einer Managementbewertung und Planen von Überarbeitungen	41
Anhang A (informativ)	Umweltkommunikation innerhalb der Normenfamilie ISO 14000	42
Literaturhinweise.....		45

Europäisches Vorwort

Dieses Dokument (EN ISO 14063:2020) wurde vom Technischen Komitee ISO/TC 207 „Environmental management“ in Zusammenarbeit mit dem Technischen Komitee CEN/SS S26 „Umweltmanagement“ erarbeitet, dessen Sekretariat von CCMC gehalten wird.

Diese Europäische Norm muss den Status einer nationalen Norm erhalten, entweder durch Veröffentlichung eines identischen Textes oder durch Anerkennung bis Oktober 2020, und etwaige entgegenstehende nationale Normen müssen bis Oktober 2020 zurückgezogen werden.

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Elemente dieses Dokuments Patentrechte berühren können. CEN ist nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren.

Dieses Dokument ersetzt EN ISO 14063:2010.

Dieses Dokument wurde im Rahmen eines Mandats erarbeitet, das die Europäische Kommission und die Europäische Freihandelsassoziation CEN erteilt haben.

Entsprechend der CEN-CENELEC-Geschäftsordnung sind die nationalen Normungsinstitute der folgenden Länder gehalten, diese Europäische Norm zu übernehmen: Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, die Republik Nordmazedonien, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Serbien, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Türkei, Ungarn, Vereinigtes Königreich und Zypern.

Anerkennungsnotiz

Der Text von ISO 14063:2020 wurde von CEN als EN ISO 14063:2020 ohne irgendeine Abänderung genehmigt.

Vorwort

ISO (die Internationale Organisation für Normung) ist eine weltweite Vereinigung nationaler Normungsinstitute (ISO-Mitgliedsorganisationen). Die Erstellung von Internationalen Normen wird üblicherweise von Technischen Komitees von ISO durchgeführt. Jede Mitgliedsorganisation, die Interesse an einem Thema hat, für welches ein Technisches Komitee gegründet wurde, hat das Recht, in diesem Komitee vertreten zu sein. Internationale staatliche und nichtstaatliche Organisationen, die in engem Kontakt mit ISO stehen, nehmen ebenfalls an der Arbeit teil. ISO arbeitet bei allen elektrotechnischen Normungsthemen eng mit der Internationalen Elektrotechnischen Kommission (IEC) zusammen.

Die Verfahren, die bei der Entwicklung dieses Dokuments angewendet wurden und die für die weitere Pflege vorgesehen sind, werden in den ISO/IEC-Direktiven, Teil 1 beschrieben. Es sollten insbesondere die unterschiedlichen Annahmekriterien für die verschiedenen ISO-Dokumentenarten beachtet werden. Dieses Dokument wurde in Übereinstimmung mit den Gestaltungsregeln der ISO/IEC-Direktiven, Teil 2 erarbeitet (siehe www.iso.org/directives).

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Elemente dieses Dokuments Patentrechte berühren können. ISO ist nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren. Details zu allen während der Entwicklung des Dokuments identifizierten Patentrechten finden sich in der Einleitung und/oder in der ISO-Liste der erhaltenen Patenterklärungen (siehe www.iso.org/patents).

Jeder in diesem Dokument verwendete Handelsname dient nur zur Unterrichtung der Anwender und bedeutet keine Anerkennung.

Für eine Erläuterung des freiwilligen Charakters von Normen, der Bedeutung ISO-spezifischer Begriffe und Ausdrücke in Bezug auf Konformitätsbewertungen sowie Informationen darüber, wie ISO die Grundsätze der Welthandelsorganisation (WTO, en: World Trade Organization) hinsichtlich technischer Handelshemmnisse (TBT, en: Technical Barriers to Trade) berücksichtigt, siehe www.iso.org/iso/foreword.html.

Dieses Dokument wurde vom Technischen Komitee ISO/TC 207, *Environmental management*, Unterkomitee SC 4, *Environmental performance evaluation*, in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Komitee für Normung (CEN) und dessen Technischem Komitee CEN/SS S26, *Umweltmanagement*, in Übereinstimmung mit der Vereinbarung zur technischen Zusammenarbeit zwischen ISO und CEN (Wiener Vereinbarung) erarbeitet.

Diese zweite Ausgabe ersetzt die erste Ausgabe (ISO 14063:2006), die technisch überarbeitet wurde. Die wesentlichen Änderungen im Vergleich zur Vorgängerausgabe sind folgende:

- die Definition des Ziels der Umweltkommunikation (3.7) wurde geändert, um sie an die Definition des Ziels in ISO 14001:2015 anzugleichen;
- Verweisungen auf soziale Medien wurden aufgenommen;
- Tabelle A.1 wurde aktualisiert, um die überarbeiteten Normen widerzuspiegeln.

Rückmeldungen oder Fragen zu diesem Dokument sollten an das jeweilige nationale Normungsinstitut des Anwenders gerichtet werden. Eine vollständige Auflistung dieser Institute ist unter www.iso.org/members.html zu finden.

Einleitung

In der heutigen globalen Wirtschaft ist die Kommunikation über umweltbezogene Werte und Maßnahmen sowie die Umweltleistung aufgrund sowohl wachsender öffentlicher Belange und wachsenden öffentlichen Interesses als auch staatlichen Engagements im Umweltbereich zu einer wichtigen Aufgabe von Organisationen geworden. Weltweit sind Organisationen immer stärker mit der Anforderung konfrontiert, Informationen zur Unterstützung politischer Positionen und Maßnahmen bereitzustellen und die ökologischen Auswirkungen ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen offenzulegen und zu erläutern. Darüber hinaus wird es zunehmend erforderlich, die Ansichten und Anforderungen interessierter Parteien anzuhören und als Teil der Umweltkommunikation aufzunehmen.

Organisationen sind aufgefordert, Informationen über Umweltthemen, -belange und -programme zu beschaffen, bereitzustellen und auf diese entsprechend zu reagieren. Mit der allgemeinen Verfügbarkeit von Geräten, wie z. B. Smartphones und Tablets, erfolgt die Kommunikation zudem nahezu umgehend, was erfordert, dass die Organisation in der Lage ist, auf beliebige Sachverhalte oder Informationsanfragen zeitnah zu reagieren. Die mitzuteilenden Informationen werden durch Faktoren wie den geographischen Standort und die Struktur der Organisation, den Umfang und die Arten der Tätigkeiten der Organisation beeinflusst. Beweggründe für eine Kommunikation umfassen Folgendes:

- das Interesse einer Organisation am Informationsaustausch über ihre Umweltpraktiken;
- Informationsbedarf von Angestellten oder Investoren, einer staatlichen Behörde, einer Gemeindegruppe, von Kunden oder Lieferanten oder von anderen interessierten Parteien;
- Diskussionsbedarf mit interessierten Parteien, insbesondere mit Zielgruppen, eine bevorstehende Maßnahme der Organisation, wie z. B. die Erweiterung einer existierenden Anlage oder die Standortauswahl für eine neue Anlage oder die Einführung eines neuen Produktes oder einer neuen Dienstleistung;
- umweltbezogenes Risikomanagement;
- Anforderungen einer bindenden Verpflichtung;
- Reaktion auf Vorschläge (negative oder positive) von interessierten Parteien;
- Reaktion auf falsche und/oder böswillige Anschuldigungen wegen Umweltvergehen durch Parteien, die beabsichtigen, die Organisation herabzusetzen, um ihre Tagesordnungspunkte zu fördern;
- die steigende Bedeutung, Umweltthemen anzusprechen.

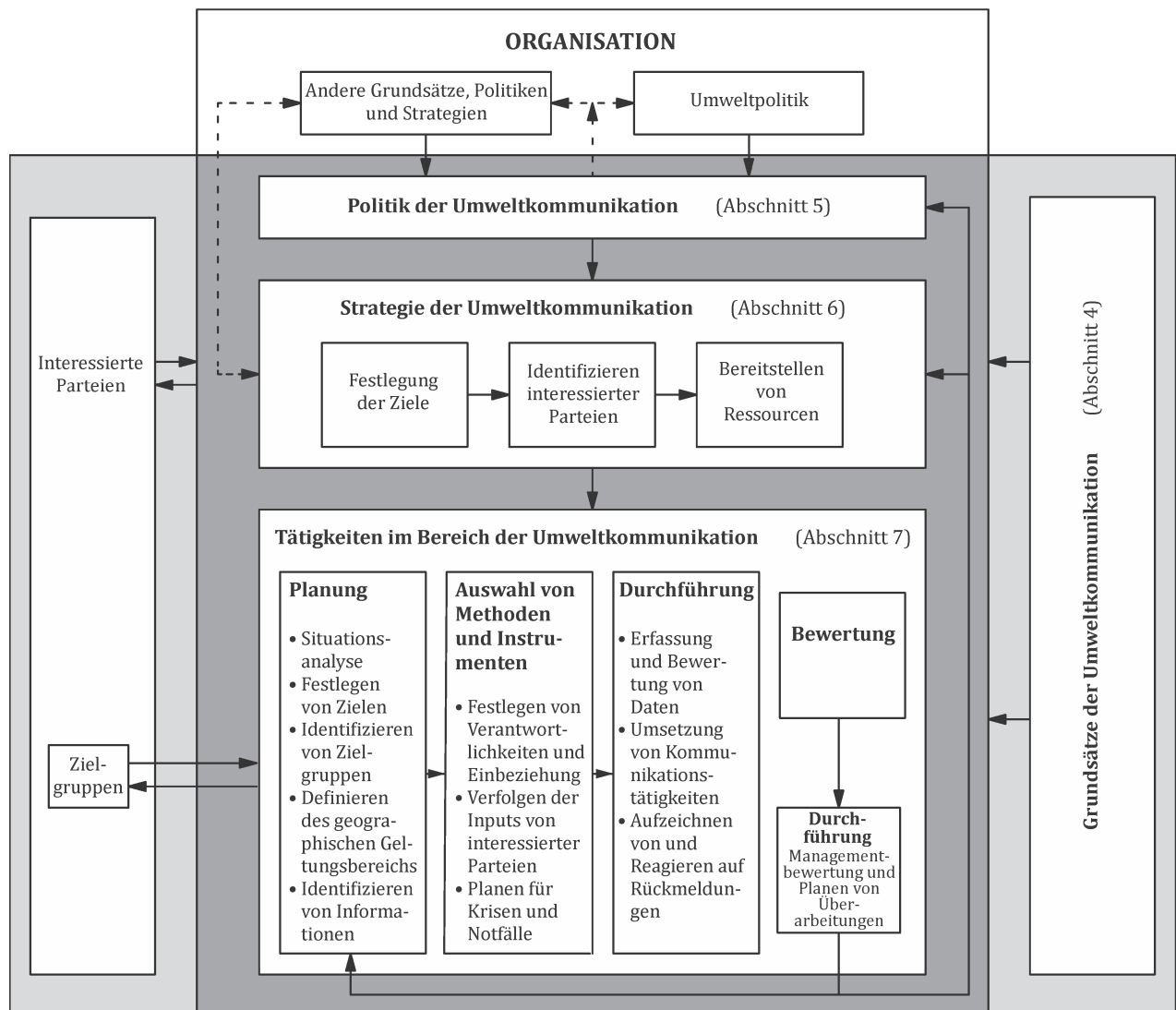
Umweltkommunikation ist der Prozess des Teilens von Informationen, um Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Partnerschaften aufzubauen, um das Bewusstsein zu steigern und um diese Informationen für Entscheidungen zu nutzen. Die verwendeten Prozesse und Inhalte der Umweltkommunikation werden sich je nach Zielen und Rahmenbedingungen der Organisation unterscheiden und können auf substantiellen Informationen aufbauen.

Umweltkommunikation ist weiter gefasst als Umweltberichterstattung. Sie erfüllt viele Zwecke und nimmt viele Formen an. Umweltkommunikation kann ad hoc stattfinden oder geplant sein. Ein Beispiel für eine Ad-hoc-Kommunikation ist, wenn ein Standortleiter an einer Gemeindeveranstaltung teilnimmt und Fragen beantwortet. Eine geplante Kommunikation kann wie folgt einen Bereich von begrenzter bis zur vollständigen Beteiligung interessierter Parteien umfassen.

- Einseitige Kommunikation findet statt, wenn die Organisation Informationen ohne eine Möglichkeit für Fragen oder Diskussionen verteilt, z. B. bei der Herausgabe eines Umweltberichts der Organisation.
- Wechselseitige Kommunikation findet bei einem Austausch von Informationen und Ideen zwischen der Organisation und den interessierten Parteien statt.
- Bei partizipativen Entscheidungsfindungen, einschließlich wirksamer Rückmeldung, die die Organisation und/oder die lokale Gemeinde betrifft, arbeitet eine Organisation mit interessierten Parteien zusammen.

Durch den Dialog mit den interessierten Parteien ergibt sich für die Organisation die Möglichkeit, deren Fragen und Belange kennen zu lernen. Das kann dazu führen, dass das Wissen auf beiden Seiten erweitert wird, und kann Meinungen und Wahrnehmungen beeinflussen. Richtig angewendet, kann jeder Ansatz zum Erfolg führen und die Bedürfnisse der Organisation und der interessierten Parteien erfüllen. Das Verstehen des Kommunikationsmusters/-verhaltens jeder interessierten Partei (oder jeder Zielgruppe) kann in der Umweltkommunikation wichtig sein. Der wirksamste Umweltkommunikationsprozess umfasst den fortlaufenden Kontakt der Organisation zu internen und externen interessierten Parteien als Teil der übergreifenden Kommunikationsstrategie der Organisation.

Bild 1 stellt die Zusammenhänge und den Fluss der Umweltkommunikation dar.



ANMERKUNG 1 Fettgedruckte und nummerierte Überschriften beziehen sich auf die Abschnitte in diesem Dokument.

ANMERKUNG 2 Gestrichelte Pfeile kennzeichnen die Beziehung des Umweltkommunikationssystems mit anderen Elementen der Organisation. Durchgezogene Pfeile kennzeichnen die Zusammenhänge im Umweltkommunikationssystem selbst.

ANMERKUNG 3 Schattierungen kennzeichnen den Anwendungsbereich des Umweltkommunikationssystems. Eine dunklere Schattierung kennzeichnet die Überschneidung des Umweltkommunikationssystems mit der Organisation.

Bild 1 — Umweltkommunikation

Umweltkommunikation führt oft zu vielen Vorteilen, wie z. B.:

- Unterstützung von interessierten Parteien, die Umweltverpflichtungen, die Umweltpolitik und die Umweltleistung einer Organisation zu verstehen;
- Bereitstellung von Vorgaben/Vorschlägen zur Verbesserung der Umweltleistung der Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen einer Organisation und um Fortschritte hinsichtlich der Nachhaltigkeit zu machen;
- Verbesserung des Verständnisses für die Ansprüche und Belange von interessierten Parteien, um Vertrauen und einen Dialog zu fördern;
- Darstellung von Umweltreferenzen, Umwelterfolgen und Umweltleistung einer Organisation;
- Erhöhung der Wichtigkeit und des Niveaus des Umweltbewusstseins, um eine umweltverantwortliche Kultur und entsprechende Werte in der Organisation zu fördern;
- Ansprechen der Belange und Bedenken interessierter Parteien bezüglich der Umweltgefahren sowohl aus dem laufenden Betrieb als auch in Folge von Notfällen;
- Verbesserung der Wahrnehmung der Organisation durch interessierte Parteien;
- Erhöhung des geschäftlichen Rückhalts und des Vertrauens der Anteilseigner.

Umweltkommunikation ist eines der Schlüsselthemen, mit dem sich jede Organisation, mit oder ohne etabliertes Umweltmanagementsystem, beschäftigen muss. Dabei ist Umweltkommunikation aber nicht nur eine Frage der Organisation und des Managements, sondern auch der Werte einer Organisation. Für die Sicherstellung eines erfolgreichen Kommunikationsprozesses ist es für die Organisation wichtig, sich selbst als verantwortlichen Partner in der Gesellschaft zu betrachten und die umweltbezogenen Erwartungen der interessierten Parteien ernst zu nehmen.

1 Anwendungsbereich

Dieses Dokument bietet Organisationen Leitlinien zu den allgemeinen Grundsätzen, zur Politik und Strategie und zu Tätigkeiten im Zusammenhang mit sowohl interner als auch externer Umweltkommunikation. Es nutzt bewährte und gängige Kommunikationsmethoden, die an die spezifischen Gegebenheiten der Umweltkommunikation angepasst wurden.

Es kann von allen Organisationen unabhängig von deren Größe, Typ, Standort, Struktur, Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen, mit oder ohne etabliertes Umweltmanagementsystem, angewendet werden.

Es kann allein für sich oder in Kombination mit anderen Normen der Normenfamilie ISO 14000 angewendet werden.

ANMERKUNG 1 Eine Referenztabelle zu der Normenfamilie ISO 14000 ist in Anhang A angeführt.

ANMERKUNG 2 ISO 14020, ISO 14021, ISO 14024, ISO 14025 und ISO 14026 stellen spezielle Instrumente und Anleitungen für die Umweltkommunikation in Bezug auf Produktkennzeichnungen und -deklarationen zur Verfügung.

2 Normative Verweisungen

Es gibt keine normativen Verweisungen in diesem Dokument.

3 Begriffe

Für die Anwendung dieses Dokuments gelten die folgenden Begriffe.

ISO und IEC stellen terminologische Datenbanken für die Verwendung in der Normung unter den folgenden Adressen bereit:

- ISO Online Browsing Platform: verfügbar unter <https://www.iso.org/obp>
- IEC Electropedia: verfügbar unter <http://www.electropedia.org/>

3.1

Umweltkommunikation

Prozess, den eine *Organisation* (3.4) durchführt, um Informationen zu beschaffen und bereitzustellen und in einen Dialog mit internen und externen *interessierten Parteien* (3.5) zu treten, um ein gemeinsames Verständnis von Umweltthemen, Umweltaspekten und Umweltleistung fördern

3.2

Politik der Umweltkommunikation

Gesamtheit der Vorhaben und Ausrichtungen einer *Organisation* (3.4) hinsichtlich ihrer *Umweltkommunikation* (3.1), die von der obersten Leitung formell zum Ausdruck gebracht werden

Anmerkung 1 zum Begriff: Die Politik der Umweltkommunikation kann als einzelne Politik oder als Teil von anderen Politiken einer Organisation gestaltet werden.

3.3

Strategie der Umweltkommunikation

Rahmenbedingungen einer *Organisation* (3.4) für die Einführung ihrer *Politik der Umweltkommunikation* (3.2) und die Festlegung der *Ziele der Umweltkommunikation* (3.7)

3.4

Organisation

Person oder Personengruppe, die eigene Funktionen mit Verantwortlichkeiten, Befugnissen und Beziehungen hat, um ihre Ziele zu erreichen

Anmerkung 1 zum Begriff: Der Begriff Organisation umfasst unter anderem Einzelunternehmer, Gesellschaft, Konzern, Firma, Unternehmen, Behörde, Handelsgesellschaft, Wohltätigkeitsorganisation, Institution oder Teile oder eine Kombination der genannten, ob eingetragen oder nicht, öffentlich oder privat.

[QUELLE: ISO 14001:2015, 3.1.4]

3.5

interessierte Partei

Person oder *Organisation* (3.4), die eine Entscheidung oder Tätigkeit beeinflussen kann, die davon beeinflusst sein kann oder die sich davon beeinflusst fühlen kann

BEISPIEL Kunden, Gemeinden, Lieferanten, Aufsichtsbehörden, Nichtregierungsorganisationen, Investoren und Mitarbeiter.

Anmerkung 1 zum Begriff: „Sich beeinflusst fühlen“ bedeutet, dass die Empfindung der Organisation gegenüber bekannt gemacht wurde.

Anmerkung 2 zum Begriff: Interessierte Parteien können auf lokaler, regionaler oder internationaler Ebene vorhanden sein.

[QUELLE: ISO 14001:2015, 3.1.6, modifiziert — Anmerkung 2 zum Begriff wurde ergänzt.]

3.6

Zielgruppe

ausgewählte *interessierte Partei(en)* (3.5), die im Fokus der Tätigkeit im Bereich der *Umweltkommunikation* (3.1) einer *Organisation* (3.4) steht (stehen)

3.7

Ziel der Umweltkommunikation

mit der *Politik der Umweltkommunikation* (3.2) abgestimmtes Ergebnis, das sich eine *Organisation* (3.4) als Teil ihrer Umweltstrategie selbst setzt

Anmerkung 1 zum Begriff: Der Begriff „Einzelziel der Umweltkommunikation“, der in der vorherigen Ausgabe dieses Dokuments verwendet wurde, wird in dieser neuen Ausgabe nicht verwendet, um eine Harmonisierung mit ISO 14015:2001 zu erreichen, in der „Einzelziel“ nicht verwendet wird. Die Organisation kann jedoch weiterhin zwei Zielebenen verwenden, wie in 7.1.3, Praktische Hilfe Nr. 7, beschrieben.

3.8

soziale Medien

Online-Technologien und -Praktiken, die Menschen nutzen, um Meinungen, Erkenntnisse, Erfahrungen und Sichtweisen miteinander zu teilen, wobei die traditionellen Eins-zu-Viele-(1:n-)Interaktionen in Viele-zu-Viele-(n:n)-Interaktionen umgewandelt werden

[QUELLE: ISO 20252:2019, 3.95]

4 Grundsätze der Umweltkommunikation

4.1 Allgemeines

Diese Grundsätze der Umweltkommunikation sind von Organisationen anzuwenden, wobei die Identifizierung interessierter Parteien sowie deren Erfordernisse und Erwartungen zu berücksichtigen sind.

4.2 Grundsätze

4.2.1 Transparenz

Die in der Umweltkommunikation verwendeten Prozesse, Verfahren, Methoden, Datenquellen und Annahmen stehen allen interessierten Parteien zur Verfügung, wobei, falls erforderlich, die Vertraulichkeit von Informationen beachtet wird. Interessierte Parteien werden über ihre Rolle in der Umweltkommunikation informiert.

4.2.2 Angemessenheit

Im Rahmen der Umweltkommunikation bereitgestellte Informationen sind für interessierte Parteien relevant, wobei Formate, Sprache und Medien den Interessen und Bedürfnissen interessierter Parteien entsprechen und sie zu einer uneingeschränkten Teilnahme befähigen. Die Kommunikation berücksichtigt Vielfalt, Inklusion und Geschlecht der interessierten Parteien.

4.2.3 Glaubwürdigkeit

Umweltkommunikation wird in einer ehrlichen und aufrichtigen Weise durchgeführt. Es werden Informationen bereitgestellt, die wahrheitsgetreu, genau und substanziell sind und interessierte Parteien nicht in die Irre führen. Informationen und Daten werden mithilfe von anerkannten und reproduzierbaren Verfahren und Kennzahlen erarbeitet.

Die Umweltkommunikation ist offen für die Erfordernisse interessierter Parteien. Auf Fragen und Anliegen interessierter Parteien wird umfassend und zeitnah reagiert. Interessierte Parteien wissen, wie ihre Fragen und Anliegen behandelt wurden.

Da die Nutzung von sozialen Medien eine sofortige Kommunikation ermöglicht, wird die Geschwindigkeit, mit der Anfragen gestellt und beantwortet werden, geregelt.

4.2.4 Klarheit

Methoden und Sprache der Umweltkommunikation sind für interessierte Parteien verständlich, um Unklarheiten auf ein Mindestmaß zu verringern.

4.2.5 Regionalität

Umweltkommunikation berücksichtigt den lokalen oder regionalen Umweltkontext, der für den Bereich relevant ist, in dem die entsprechenden Umweltauswirkungen auftreten.

Siehe ISO 14026:2017, 5.5.

5 Politik der Umweltkommunikation

5.1 Verpflichtung der Leitung

Die oberste Leitung einer Organisation sollte die Politik der Umweltkommunikation festlegen, seine Verpflichtung zu dieser Politik zum Ausdruck bringen und diese Politik fördern. Die Politik sollte auf die Grundsätze in Abschnitt 4 abgestimmt sein und klare Aussagen enthalten zu

- a) der Verpflichtung, in einen Dialog mit interessierten Parteien zu treten;
- b) der Verpflichtung, Informationen zur Umweltleistung der Organisation offenzulegen;
- c) der Bedeutung von interner und externer Umweltkommunikation in der Organisation;

- d) der Verpflichtung, die Politik umzusetzen und die dafür notwendigen Ressourcen bereitzustellen;
- e) der Verpflichtung, sich mit umweltbezogenen Schlüsselthemen zu beschäftigen.

Die Politik der Umweltkommunikation darf Teil der Kommunikationspolitik oder der Umweltpolitik der Organisation oder integriert in diese sein oder als einzelne Politik gestaltet werden.

5.2 Entwicklung der Politik

Bei der Entwicklung der Politik sollten die Verantwortlichen für das Umweltmanagement innerhalb der Organisation mit den Kommunikationsverantwortlichen zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass die Politik schlüssig und mit anderen Grundsätzen, Politiken und den Werten der Organisation abgestimmt ist. Anschließend sollte die Politik auf allen Ebenen des Managements umgesetzt werden und wiederum Vorgaben für die Formulierung und Überarbeitung der Politik liefern.

Eine Politik der Umweltkommunikation braucht nicht ins Detail zu gehen, aber sie sollte den interessierten Parteien vermitteln, wie wichtig der Organisation die Kommunikation über Umweltthemen, Umweltaspekte und die damit verbundenen Umweltauswirkungen, und über Umweltleistung ist. Die Vision, Mission, Werte und Kultur einer Organisation können eine wesentliche Rolle bei der Entwicklung der Politik der Umweltkommunikation spielen. Die Organisation sollte sich zu einer Politik verpflichten, die, soweit anwendbar, lokale, regionale und/oder nationale kulturelle Besonderheiten in den eigenen Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation reflektiert.

Wichtige Faktoren, die bei der Entwicklung der Politik der Umweltkommunikation berücksichtigt werden sollten, sind:

- der Wirtschaftssektor der Organisation und deren Produkt- oder Dienstleistungsportfolio;
- deren Größe;
- deren organisatorische Infrastruktur;
- deren Unternehmensführung;
- deren Markt- und Markenstrategien;
- das Vorhandensein eines Umweltmanagementsystems;
- Berücksichtigung von Umweltaspekten und Umweltauswirkungen, einschließlich der in der Lieferkette sowie den Abschnitten der Nutzung und des Ende des Lebensweges von Produkten;
- Wechselwirkung mit zugehörigen Aspekten, wie z. B. Gesundheit und Sicherheit, und anderen Nachhaltigkeitsansätzen;
- rechtliche Verpflichtungen, die die Offenlegung von Umweltinformationen betreffen;
- lokale, regionale, nationale und internationale freiwillige Ethik-/Verhaltenskodizes;
- die Erwartungen der interessierten Parteien;
- „Recht auf Wissen“ der Öffentlichkeit.

Die Politik sollte, soweit angemessen, an interne und externe interessierte Parteien kommuniziert werden.

6 Strategie der Umweltkommunikation

6.1 Grundlegende Überlegungen

Das Management der Organisation sollte eine Strategie entwickeln, um ihre Politik der Umweltkommunikation umzusetzen. Die Strategie kann die Ziele der Umweltkommunikation, Identifizierung interessierter Parteien, eine Darstellung, wann und was geplant ist zu kommunizieren, und eine Verpflichtung des Managements, angemessene Ressourcen bereitzustellen, umfassen. Die Organisation sollte klären, was angesichts ihrer Ressourcen möglich ist, um die Erwartungen interessierter Parteien bestmöglich und am realistischsten zu erfüllen.

Es sollte die Tatsache beachtet werden, dass Umweltkommunikation Teil der umweltbezogenen Tätigkeiten der Organisation im Allgemeinen ist und mit anderen Elementen von Managementsystemen, Politik, Strategien oder entsprechenden Tätigkeiten in Einklang gebracht werden kann.

Praktische Hilfe Nr. 1 — Entwicklung der Strategie der Umweltkommunikation

Bei der Entwicklung der Strategie der Umweltkommunikation können folgende Fragen hilfreich sein:

- Warum verpflichtet sich die Organisation zu einer Umweltkommunikation und wie lauten ihre Ziele?
- Was sind die umweltbezogenen Schlüsselthemen und Umweltauswirkungen der Organisation?
- Welche Hauptthemen sollen behandelt, welche Aussagen mitgeteilt und welche Kommunikationstechniken, -methoden, -instrumente und -kanäle genutzt werden?
- Was sind die für die Organisation, deren Produkte und Kontext relevanten Umweltzustände?
- Welche Risiken/Möglichkeiten ergeben sich aus der Kommunikation, die in der Strategie zu berücksichtigen sind?
- Wie viel Zeit wird für die Umsetzung der Strategie benötigt?
- Wie wird die Strategie die Umweltbeauftragten, die interessierten Parteien, die für die Umweltthemen verantwortliche(n) Person(en) und die für die interne und externe Kommunikation der Organisation verantwortliche(n) Person(en) einbeziehen und aufeinander abstimmen?
- Welche lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Grenzen der Strategie existieren?

Ist die Strategie definiert, sollte sie durch die oberste Leitung genehmigt und dann als Grundlage für die Tätigkeiten der Organisation im Bereich der Umweltkommunikation genutzt werden.

6.2 Integration der Umweltkommunikation in den allgemeinen Kommunikationsprozess der Organisation

Für eine effiziente Umweltkommunikation ist es wichtig, den allgemeinen Kommunikationsprozess der Organisation zu betrachten.

Praktische Hilfe Nr. 2

Bei der Erarbeitung des Prozesses für die Umweltkommunikation sollte die Organisation die folgenden Fragen berücksichtigen.

- Welche Kommunikationsmittel sind bereits umgesetzt? Können sie auch für die Umweltkommunikation genutzt werden?
- Welchen Funktionen oder Personen wurden bereits Kommunikationsverantwortlichkeiten zugewiesen? Können sie auch Verantwortung für die Kommunikation von Umweltthemen übernehmen?
- Welche interessierten Parteien wurden aus anderen Gründen als dem Interesse an der Umweltleistung oder an Umweltthemen identifiziert? Kann die Umweltkommunikation mit anderen Kommunikationen für diese interessierten Parteien koordiniert werden?
- Sind Kommunikationspläne vorhanden? Wie kann die Umweltkommunikation in die bestehende Pläne eingebunden werden?
- Welche Arten von Informationen sind bereits öffentlich verfügbar? Können Umweltinformationen dort eingebunden werden? Oder können getrennte Kommunikationskanäle besser geeignet sein?
- Wie und wann werden Ziele für die Kommunikation festgelegt? Wie kann die Festlegung der Ziele der Umweltkommunikation ein integrierter Bestandteil dieses Prozesses sein?

6.3 Ressourceneffizienz

Die Tätigkeiten einer Organisation im Bereich der Umweltkommunikation sind abhängig von den verfügbaren Ressourcen. Die Strategie der Umweltkommunikation sollte die Bereitstellung personeller, technischer und finanzieller Ressourcen, benannte Verantwortlichkeiten und Befugnisse und festgelegte Maßnahmen umfassen. Die Erfahrungen der Mitarbeiter und deren Schulungsbedarf können ebenfalls berücksichtigt werden.

Für eine effiziente Nutzung von Ressourcen sollte die Organisation einen Kommunikationsprozess erarbeiten, der unter Berücksichtigung des Zwecks und Kontexts der Organisation, einschließlich der Art, des Umfangs und der Umweltauswirkungen ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen, angemessen ist.

Praktische Hilfe Nr. 3

Fragen, die bei der Entwicklung eines geeigneten Modells oder Prozesses für die Kommunikation zu stellen sind, dürfen Folgendes umfassen.

- Wer sind die interessierten Parteien? Was sind ihre Erfordernisse und Erwartungen?
- Ist die Organisation groß oder klein? Welche internen und externen Ressourcen sind verfügbar? Kann ein Teil der Kommunikation, z. B. Befragungen, ausgegliedert werden?
- Wie ist der Stand der Kommunikationsfähigkeiten innerhalb der Organisation? Besteht Schulungsbedarf?
- Ist die Organisation öffentlich oder privat? Gibt es eine Kommunikationspolitik oder Verhaltenskodizes einer übergeordneten oder Mutterorganisation?
- Handelt die Organisation in einer Wertschöpfungskette in einer Beziehung zwischen Unternehmen? Oder liefert sie Konsumgüter an Endverbraucher?

6.4 Festlegen der Ziele der Umweltkommunikation

Eine Organisation sollte Ziele der Umweltkommunikation festlegen, die zweckmäßig sind, weil sie als Grundlage für eine wirksame Strategie der Umweltkommunikation dienen können. Bei der Festlegung der Ziele der Umweltkommunikation sollte die Organisation sicherstellen, dass diese mit ihrer Politik der Umweltkommunikation abgestimmt sind, die Ansichten von internen und externen interessierten Parteien berücksichtigen und mit den Grundsätzen der Umweltkommunikation nach Abschnitt 4 übereinstimmen. Beim Festlegen von Zielen für ihre Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation sollte die Organisation ihre Prioritäten und die gewünschten Ergebnisse berücksichtigen, wobei sicherzustellen ist, dass die festgelegten Ziele derart dargestellt werden, dass weitere Erklärungen nicht notwendig sind.

Praktische Hilfe Nr. 4 — Prioritäten für das Festlegen von Zielen

Beim Festlegen von Zielen dürfen folgende Prioritäten abgewogen werden:

- Umweltthemen in Bezug auf die spezifischen Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen der Organisation;
- Einhaltung von geltenden rechtlichen Verpflichtungen und anderen Anforderungen, zu denen sich die Organisation bekennt;
- Beeinflussen öffentlicher Politik zu Umweltthemen;
- Bereitstellen von Informationen und Unterstützen des Verständnisses der interessierten Parteien in Bezug auf umweltbezogene Tätigkeiten, Umweltaspekte, Umweltauswirkungen und Umweltleistung der Organisation;
- Bereitstellen von Informationen und Unterstützen des Verständnisses von Umweltinformationen zu Produkten der Organisation, z. B. Umweltkennzeichnungen, -Fußabdrücke und -deklarationen.
- Erfüllen der Erwartungen interessierter Parteien im Hinblick auf Umweltinformationen;
- Aufbauen eines fortlaufenden Dialoges über Umweltthemen;
- Minimieren von internen und/oder externen Konflikten;
- Verbessern der Glaubwürdigkeit und des Ansehens der Organisation;
- Verbessern der Kenntnisse der Öffentlichkeit über die und des Umweltimages der Produkte und Dienstleistungen der Organisation;
- Schaffen von Anreizen für umweltbezogene Innovation und Kreativität.

Beispiele für Ziele und ihre Beziehungen zu Zielen sind in 7.1.3 in der Praktischen Hilfe Nr. 7 bereitgestellt.

6.5 Identifizieren interessierter Parteien

Für die Entwicklung der Strategie der Umweltkommunikation und die Festlegung der Ziele sollte die Organisation interne und externe interessierte Parteien, die Interesse an den Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen der Organisation bekundet haben, identifizieren. Darüber hinaus kann die Organisation weitere potentielle interessierte Parteien identifizieren, mit denen sie eine Kommunikation anstrebt, um die Gesamtziele ihrer Strategie der Umweltkommunikation zu erreichen.

Anschließend dürfen Zielgruppen für spezifischere Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation identifiziert (siehe 7.1.4).

Praktische Hilfe Nr. 5 — Beispiele für interessierte Parteien

Einige Beispiele für interessierte Parteien, die von einer Organisation berücksichtigt werden könnten, sind:

- vergangene, derzeitige und zukünftige Mitarbeiter und ihre Vertreter;
- Kunden und Verbraucher;
- Lieferanten, Auftragnehmer, Groß- und Zwischenhändler;
- Wettbewerber;
- Anteilseigner;
- Banken und Finanz-/Investitionsgemeinschaften;
- Versicherungsgesellschaften;
- Ratingagenturen;
- öffentliche Behörden;
- Gesetzgeber;
- Aufsichtsbehörden;
- Politiker und Meinungsführer;
- Nachbarn und lokale Gemeinden;
- Gemeinden, die in Beziehung zu Organisationen der Lieferkette stehen;
- Schulen, akademische und Forschungseinrichtungen;
- Experten von Umweltthemen;
- Medienunternehmen;
- Nicht-Regierungsorganisationen.

ANMERKUNG Bezüglich einer weiterführenden Anleitung zur Identifizierung interessierter Parteien siehe ISO 14004.

7 Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation

7.1 Planung von Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation

7.1.1 Allgemeines

Organisationen führen beim Umsetzen ihrer Politik der Umweltkommunikation üblicherweise eine Reihe von Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation durch. Beim Ausbau der Strategie der Umweltkommunikation und der Ziele können spezifische Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation

unter Berücksichtigung von Umweltthemen, geographischen Grenzen und den interessierten Parteien entwickelt werden.

ANMERKUNG Soziale Medien haben keine geographischen Grenzen, und somit wird die Tätigkeit, selbst wenn sie als lokales Ereignis vorgesehen ist, eine breitere Zielgruppe haben.

Praktische Hilfe Nr. 6 — Planung einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation

Beim Planen einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation sollte eine Organisation folgende Fragen berücksichtigen.

- Ist es angemessen, die Tätigkeit über die Webseite der Organisation oder über soziale Medien zu kommunizieren?
- Ist diese Tätigkeit für die Verwendung mit sozialen Medien geeignet?
- Ist diese Tätigkeit abgestimmt mit den Grundsätzen der Umweltkommunikation in Abschnitt 4 und der Politik der Organisation?
- Verbessert diese Tätigkeit, falls zutreffend, eine wechselseitige Kommunikation?
- Kann diese Tätigkeit den Konsens mit interessierten Parteien fördern?
- Ermöglicht diese Tätigkeit das Erreichen von und das Interagieren mit der (den) Zielgruppe(n) und unter Umständen das Ansprechen ihrer Interessen?
- Ermöglicht es diese Tätigkeit, mehrere Themen eingehend zu behandeln?
- Konzentriert sich diese Tätigkeit auf Schlüsselthemen?
- Liefert diese Tätigkeit auf die Zielgruppe(n) zugeschnittene Informationen?
- Ist diese Tätigkeit relativ einfach umzusetzen?
- Sorgt die Tätigkeit für eine Informationsübertragung zu relativ geringen Kosten?
- Ist diese Tätigkeit einfach zu aktualisieren?
- Ist die Wirksamkeit dieser Tätigkeit messbar?
- Ist diese Tätigkeit ein gutes Instrument der Bildung?
- Schafft diese Tätigkeit eine konstruktive Atmosphäre?
- Ist diese Tätigkeit ein wirksamer Weg, Aufmerksamkeit zu erzeugen oder das öffentliche Bewusstsein zu steigern?
- Ist diese Tätigkeit ein heikles Thema, das als Anreiz zum „Trolling“ von Einzelpersonen oder Unternehmen empfunden werden könnte?

7.1.2 Situationsanalyse

Die Entwicklung oder Verbesserung einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation beginnt mit dem Verständnis des Kontexts für die Kommunikation.

In der Situationsanalyse sollte die Organisation die folgenden Themen berücksichtigen:

- a) bestehende Tätigkeiten und Verpflichtungen im Bereich der Umweltkommunikation;
- b) Identifikation und Verständnis von Themen, die von Belang für interessierte Parteien sind;
- c) Erwartungen der interessierten Parteien an die Organisation und Wahrnehmungen der Organisation durch die interessierten Parteien;
- d) Umweltbewusstsein der interessierten Parteien, wie z. B. lokaler Gemeinden;
- e) Kommunikationsmedien und -tätigkeiten, die sich für die Kommunikation mit interessierten Parteien in ähnlichen Situationen als am wirksamsten erwiesen haben;
- f) Identifikation der Meinungsführer und deren Einfluss auf Themen, die die Umweltkommunikation betreffen;
- g) öffentliches Image der Organisation in Bezug auf ein bestimmtes Thema;
- h) aktuelle Entwicklungen und Trends hinsichtlich Umweltthemen, die in Bezug zu speziellen Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen der Organisation stehen;
- i) wirtschaftliche und finanzielle Folgen;
- j) Kenntnis und Verständnis der Werte und Kulturen der interessierten Parteien.

Zur Unterstützung bei der Situationsanalyse existiert eine Vielzahl von Instrumenten. Beispiele können Tabelle 1 entnommen werden. Die Situationsanalyse darf zur Überarbeitung der Ziele der Umweltkommunikation führen.

Bei der Bewertung des Kontextes einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation ist es ebenso wichtig, die potentiellen Kosten und Konsequenzen des Nicht-Kommunizierens zu berücksichtigen. Diese Konsequenzen können spürbar sein, langfristig höhere Kosten verursachen als die Umweltkommunikation und können auch weitere Kosten für die Organisation nach sich ziehen, z. B. durch eine Schädigung des Ansehens. Der nachstehend angeführte hypothetische Fall hebt die Folgen einer derartigen Situation hervor.

BEISPIEL Fall 1: Kosten bei Nicht-Durchführung einer Umweltkommunikation.

Ein Manager gab zu, dass seine Entscheidung, einen gefährlichen flüssigen Sekundärbrennstoff in seiner Anlage zu verbrennen, ohne dies ausführlich mit der Gemeinde zu diskutieren, zu einer Krise führte. Die Organisation hatte nicht mit der Stärke der Reaktion gerechnet, die diese Entscheidung auslöste, und daher auch keine ausreichenden Ressourcen für eine erhöhte Beratung und Kommunikation eingeplant. Eine 90-jährige, gut funktionierende Beziehung zwischen der Organisation und der Gemeinde wurde über Nacht zerstört. Der Manager schätzt, dass er fast zwei Jahre für die Bemühungen benötigte, diese Beziehung wieder aufzubauen. Die verursachten Kosten für die Organisation umfassten das Gehalt des Managers, zahllose Arbeitsstunden von weiteren Angestellten, die sich mit einer Reihe von interessierten Parteien zusammensetzten, und die Kosten in Verbindung mit den zahlreichen veranstalteten öffentlichen Treffen und der Erstellung von Pressemitteilungen und anderen Medienverlautbarungen. Ein Ergebnis dieser Bemühungen war die Gründung eines Verbindungskomitees zur Gemeinde, das die Bürger einbezog, die sich am heftigsten über die Entscheidung, alternative Brennstoffe zu verbrennen, beschwerten. Die Organisation und die Aufsichtsbehörden nutzen dieses Komitee, um die Stimmung auszuloten, bevor sie wichtige Entscheidungen treffen. Nach fünf Jahren wurde das Vertrauen wieder hergestellt.

7.1.3 Festlegen der Ziele der Umweltkommunikation

Eine Organisation kann entscheiden, was sie mit einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation beabsichtigt zu erreichen und welche Medien der beste Weg sind, um die Ziele zu erreichen. Ziele sollten aufgestellt werden, die mit den Hauptzielen der Umweltkommunikation übereinstimmen und die spezifisch, messbar, erreichbar, realistisch und zeitbezogen sind. Dies wird der Organisation ermöglichen, die Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation zu bewerten und zu bestimmen, ob das Ziel erreicht wurde oder nicht.

Praktische Hilfe Nr. 7 — Beispiele für Hauptziele und Ziele der Umweltkommunikation

Organisationen dürfen Hauptziele und Ziele der Umweltkommunikation sowie Kennzahlen zur Messung der Ergebnisse festlegen. Der nachfolgende Text ist ein Beispiel.

Hauptziel: Schaffen von Akzeptanz für eine wesentliche Veränderung am Standort, die auf Diskussionen mit der Gemeinde basiert.

Ziele:

- Erreichen von 90 % der angrenzenden Haushalte mit einer Broschüre, in der die Veränderung und die Umweltauswirkungen erläutert werden (die Kennzahl ist der Prozentsatz der erreichten Haushalte);
- Erreichen einer 75%igen Akzeptanz in einer Umfrage mit der Gemeinde;
- Beenden der Kommunikationsbemühungen drei Monate bevor die vorgeschlagene Veränderung beginnt.

Hauptziel: Erhöhen des Bewusstseins der Kunden hinsichtlich der Umweltleistung der Organisation.

Ziele:

- Erreichen von 80 % der Käufer eines speziellen Produktes;
- Erhalten einer Rückmeldung von 65 % der Käufer eines speziellen Produktes hinsichtlich ihres Verständnisses des Umweltleistungsniveaus der Organisation;
- Beenden der Kommunikationsbemühungen zwei Monate bevor die endgültige Fassung des Nachhaltigkeitsberichtes erstellt wird.

Hauptziel: Verbesserung der Umweltleistung entlang der Lieferkette, indem Lieferanten die Hauptziele, Ziele und Einzelziele der Organisation kommuniziert werden, verfolgt wird, wie Änderungen der Lieferkette die Umweltleistung verbessern, und Informationen zur Verbesserung ausgetauscht werden.

Ziele:

- Erreichen von 95 % der Rohmateriallieferanten und 65 % der Verbrauchsmateriallieferanten;
- Fragebogenrücklauf von 100 % der Rohmateriallieferanten und von 85 % der Verbrauchsmateriallieferanten;
- Schlussfolgerungen unterbreiten, um bis zu einem bestimmten Zeitpunkt Änderungen bei den Beschaffungsverfahren zu ermöglichen.

Hauptziel: Endabnehmer, B2B-Kunden oder Kunden im öffentlichen Auftragswesen auf die von der Organisation erarbeiteten Umweltproduktdeklarationen (EPD) aufmerksam machen.

Ziele:

- Erreichen von 100 % der identifizierten Zielgruppen mit den Informationen;
- 80 % auf die EPD und deren Inhalt aufmerksam machen;
- Erreichen eines 60%igen Verständnisses der Informationen in den EPD und deren Verwendung als Instrument bei der Auswahl von Lieferanten.

7.1.4 Identifizieren von Zielgruppen

Bei der Planung einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation sollte eine Organisation die Zielgruppen aus ihren interessierten Parteien identifizieren. Gute Kommunikation schließt eine Reihe von möglichen Zielgruppen ein, nicht nur diejenigen, die für die Organisation vorteilhaft sind, oder diejenigen, die über ausreichende Ressourcen verfügen, um sich selbst zu organisieren und sich Gehör zu verschaffen.

Es ist nicht ungewöhnlich, widersprüchliche Interessen zwischen unterschiedlichen Zielgruppen zu identifizieren. Demzufolge sollten die Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation die unterschiedlichen und oft widersprüchlichen Anforderungen der Zielgruppen ansprechen und darauf reagieren; insbesondere der Zielgruppen, die am einflussreichsten sind und die die Ergebnisse einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation negativ beeinflussen können. Möglicherweise ist ein schneller Reaktionsprozess notwendig, insbesondere bei der Nutzung sozialer Medien.

Während der Ausführung einer Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation sollte die Organisation danach streben, die Erwartungen und Wahrnehmungen der Zielgruppen im Hinblick auf die Umweltleistung der Organisation zu verstehen. Im einfachsten Fall kann ein direkter Dialog zwischen einer Zielgruppe und der Organisation die erforderliche Rückmeldung erzeugen. Ist die Organisation bestrebt, Input von Zielgruppen zu erhalten, sollte sie erklären, warum sie Informationen erhalten möchte und was sie plant, mit den erlangten Informationen zu tun.

7.1.5 Definieren des geographischen Geltungsbereiches

Für jede Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation sollte die Organisation die Gebiete oder Standorte definieren, auf die sich ihre Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation beziehen, da unterschiedliche Orte mit unterschiedlichen Sprachen, Kulturen und Gewohnheiten die öffentlichen Bedürfnisse und Wahrnehmungen bezüglich der Organisation beeinflussen können. Der Schwerpunkt einer bestimmten Kommunikationstätigkeit kann von einer lokalen Gemeinde bis zur breiteren Öffentlichkeit reichen, die auch fernab von Standorten oder Büros der Organisation angesiedelt sein dürfen.

Eine Organisation darf an der Behandlung eines bestimmten Umweltthemas auf mehr als einer geographischen Ebene beteiligt sein. Zum Beispiel dürfen Treibhausgasemissionen durch einen Umweltbericht mit lokalem, regionalem, nationalem oder internationalem Schwerpunkt erfasst werden. Für diese Tätigkeiten im Bereich der Umweltkommunikation werden möglicherweise unterschiedliche Arten von Informationen benötigt und übliche Informationen sind eventuell auf unterschiedliche Weise zu präsentieren, abhängig von den Erfordernissen der beteiligten interessierten Parteien.

7.1.6 Identifizieren von Umweltinformationen

Die Organisation sollte Umweltthemen, die für interessierte Parteien von Belang sind, voraussehen. Dies hilft möglicherweise beim zielgerichteten Sammeln von Informationen über Umweltauswirkungen und Umweltleistungen in Bezug auf ihre Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Tätigkeiten. Basierend auf den für eine Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation festgelegten Einzelzielen können geeignete quantitative und qualitative Daten und Informationen ausgewählt oder erzeugt werden. Derartige Informationen sollten mit geltenden Normen und Leitlinien zu Umweltleistung und Umweltleistungskennzahlen abgestimmt werden.

Praktische Hilfe Nr. 8 — Beispiele für Informationsquellen für eine Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation

Es gibt viele Quellen für und Arten von Informationen, die innerhalb der meisten Organisationen verfügbar sind, insbesondere bei jenen mit einem Umweltmanagementsystem wie das nach ISO 14001, einschließlich:

- Verständnis der Organisation für die relevanten externen und internen Themen;
- Verständnis der Organisation für die Erfordernisse und Erwartungen interessierter Parteien;
- Informationen über die Strategien der Organisation und ihre umweltbezogenen Auswirkungen;
- Umweltpolitik, Managementpraktiken und Leistungsmaße, möglicherweise verfügbar durch das Umweltmanagementsystem der Organisation;
- Liste der Umweltaspekte und Umweltauswirkungen von Tätigkeiten, Produkten und Dienstleistungen;
- Betrachtung des Lebenswegs von Produkten und Tätigkeiten;
- Daten und andere Dokumentationen, die für Umweltkennzeichnungen und -deklarationen genutzt werden;
- Listen von Umweltkennzahlen;
- Daten aus Umweltleistungsbewertungen;
- regelmäßig bzw. gelegentlich gesammelte Informationen, wie z. B. Berichte von Standorten, die in bestimmten Gebieten angesiedelt sind, Berichte von Tochterunternehmen (für eine Holdinggesellschaft), Forschungsberichte, Überwachungs-, Kontroll- und Messdatenregister und Analyseberichte, usw.;
- regelmäßige Berichterstattung für Behörden;
- Aufzeichnungen zur Einhaltung von geltenden rechtlichen Verpflichtungen und anderen Anforderungen, zu denen sich die Organisation bekennt;
- Pläne, Aufzeichnungen und Anleitungen für Notfall- und Unfallmaßnahmen;
- Handbücher und Aufzeichnungen von Mitarbeiterschulungen zur sicheren Handhabung von Material;
- Belege von fachlichen Qualifikationen der Angestellten der Organisation, die für Umweltthemen verantwortlich sind (z. B. Manager, Techniker, Sachverständige);
- relevante Daten aus Finanz- und Buchhaltungsunterlagen;
- Informationen über Tätigkeiten, die über die Gemeinde hinausreichen.

Manchmal sind die verfügbaren Informationen innerhalb der Organisation nicht in einer für eine Tätigkeit im Bereich der Umweltkommunikation oder für einen Dialog mit nicht-technischen Zielgruppen geeigneten Form verfügbar. Die Informationen sollten genutzt werden, um Materialien in Schriftform oder andere Arten der Kommunikation in einer klaren und für die relevanten Zielgruppen geeigneten Form aufzubereiten.

Dies gilt insbesondere z. B. für Umweltkennzahlen, die von Organisationen häufig genutzt werden, um über ihre Umweltleistung zu kommunizieren. Diese quantitativen oder qualitativen Kennzahlen dürfen technischer Natur sein und sollten derart erklärt werden, dass ihre Verwendung, ihre Bedeutung und ihr Inhalt verständlich und brauchbar für die interessierten Parteien sind. In einigen Fällen können Schwierigkeiten in der Erfassung von geeigneten Daten zu einer Überarbeitung der Methode führen, um Einzelziele zu erreichen. Der nachstehend angeführte hypothetische Fall hebt die Folgen einer derartigen Situation hervor.

ANMERKUNG 1 ISO 14031 enthält eine Anleitung zur Entwicklung von Umweltleistungskennzahlen.

ANMERKUNG 2 Für produktbezogene Umweltinformationen sind Anforderungen und Anleitung in ISO 14021, ISO 14024, ISO 14046 und ISO 14067 enthalten.

BEISPIEL Fall 2: Identifizieren von Umweltleistungskennzahlen für einen Hersteller von Elektronikgeräten.

Ein Hersteller von elektronischen Geräten befragte 75 interessierte Parteien, um herauszufinden, über welche Umweltleistungskennzahlen die Organisation berichten darf. Die Hauptschritte dieses Prozesses waren:

- Identifizieren der wichtigen externen und internen interessierten Parteien und das Ermitteln ihrer Hauptbelange und -erwartungen im Hinblick auf die Umweltleistung der Organisation;
- Ermitteln der im Umweltbericht anzuführenden Umweltleistungskennzahlen und der Priorität dieser Kennzahlen bei den interessierten Parteien;
- Beurteilen der Leistung der Organisation anhand dieser Kennzahlen;
- Aufstellen eines Umweltleistungsprofils der Organisation und Kommunikation der Ergebnisse zurück an die interessierten Parteien.

75 der interessierten Parteien der Organisation nahmen an dem Prozess teil, darunter Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Meinungsbildner, Nachbarn, Gesetzgeber, Aufsichtsbehörden und Finanz- und Versicherungsgemeinschaften.

Mit 5 bis 15 Vertretern jeder Zielgruppe wurden insgesamt 75 Interviews geführt. Die Personen wurden gefragt, „Welche Umweltthemen erachten Sie für wichtig, sodass die Organisation diese in ihren Umweltberichten ansprechen und darüber berichten sollte?“ Über 100 Themen wurden identifiziert, die in 11 Kennzahlen der Umweltleistung und der Managementleistung überführt wurden.

Darüber hinaus wurde ein Workshop veranstaltet, an dem 12 interessierte Parteien teilnahmen, um die 11 Kennzahlen zu diskutieren und zu bestätigen und um die entsprechende Priorität jedes Parameters zu bestimmen.

Das Ergebnis dieses Prozesses war die Erstellung eines Umweltberichtes, der Details der Umweltleistung der Organisation lieferte. Eine Reihe von Umweltleistungskennzahlen wurde identifiziert, die gewöhnlich nicht in Umweltberichten angeführt werden, z. B. „Informationstechnologie für das Streben nach nachhaltiger Entwicklung“. Die Themen, die im Umweltbericht behandelt wurde, wurden gemäß den erhaltenen Rückmeldung der interessierten Parteien nach Priorität geordnet, verbesserten damit die Ausrichtung des Berichts auf die Ansprüche der interessierten Parteien und halfen bei der Verteilung der Ressourcen der Organisation zur Verbesserung der Umweltleistung. Diese Vorgehensweise verbesserte die Objektivität des Prozesses der Berichterstattung, indem die Ansichten der interessierten Parteien einbezogen wurden.

7.2 Auswahl von Inhalt, Methoden und Instrumenten der Umweltkommunikation

7.2.1 Allgemeines

Die Vorgehensweise einer Organisation bei der Umweltkommunikation wird dadurch beeinflusst, ob sie sich mit den Zielgruppen beraten will, die Zielgruppen verstehen, informieren, überzeugen und/oder einbeziehen will. Dabei ist es wichtig zu berücksichtigen, dass Umweltkommunikation ein dynamischer Prozess ist und es ständige Veränderungen in den Zielgruppen und innerhalb von Organisationen gibt.