



Stakeholdermanagement

Unsere Antworten auf Ihre Fragen

Bei der Bestimmung der wesentlichen Handlungsfelder und Themen gilt es, die Erwartungen und Einstellungen vieler Anspruchsgruppen zu berücksichtigen.

Was sind für Ihr Unternehmen die wichtigsten Anspruchsgruppen und wie gehen Sie bei der Bestimmung der wesentlichen Themen vor?

Um die relevanten Stakeholder für apetito zu bestimmen, definierte das Unternehmen im ersten Schritt die wichtigsten internen und externen Stakeholder. Das geschah mittels eines Brainstormings innerhalb der Nachhaltigkeitsverantwortlichen. Im Rahmen der Stakeholder-Analyse bewerteten die internen Experten die Stakeholder anhand der Kriterien Einfluss und Interesse. Einfluss bedeutet: Zu welchem Grad kann der Stakeholder die Unternehmensaktivitäten zum Positiven oder Negativen beeinflussen? Ist dieser Einfluss direkt oder indirekt? Das Interesse meint: Hat der Stakeholder ein Interesse an unternehmerischen Entscheidungen und den Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit? Aus dieser Analyse ergab sich eine Unterteilung in primäre und sekundäre Stakeholder. Zu den primären Stakeholdern zählen die Mitarbeiter, die Familie Düsterberg als Anteilseigner und die Kunden.

Stakeholdermanagement

bei apetito



Zu den sekundären Stakeholdern gehören Lieferanten, Gesellschaft/Region, Medien, NGOs sowie der Staat. Über persönliche Gespräche, Auswertungen von Befragungen und Studien, Einschätzungen der internen Experten oder auch Anforderungen in Ausschreibungen haben wir die Ansprüche unserer Stakeholder ermittelt. Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden die Themen um weitere relevante Aspekte ergänzt und durch die Bewertung in Form einer Befragung priorisiert.

Was ist Ihnen dabei vor allem aufgefallen? Konnten die Antworten der Stakeholder überraschen oder haben sie Ihre Erwartungen bestätigt?

Positiv aufgefallen ist vor allem die Bereitschaft der Stakeholder, an der Befragung teilzunehmen. Dadurch, dass wir die zu bewertenden Themen vielschichtig im Vorfeld eruiert haben, hat die Befragung ergeben, dass tatsächlich alle Themen eine hohe Relevanz haben.



Stakeholdermanagement

bei apetito

Sie grenzen sich lediglich marginal voneinander ab. Das bestärkt uns darin, die richtigen Themen zu fokussieren und aktiv daran weiterzuarbeiten. Es verdeutlicht aber auch noch einmal die Bandbreite der relevanten Nachhaltigkeitsthemen. Bei apetito sind es 28. Um unseren Anspruchsgruppen einen kompakten Überblick über die wichtigsten Themen zu bieten, haben wir die Top-Themen zusätzlich in einer Kompakt-Broschüre dargestellt. Damit möchten wir ganz konkret zeigen, wie wir aufgestellt sind und woran wir derzeit arbeiten.

Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Stakeholder überhaupt angemessen über apetito informiert sind? Wie kommunizieren Sie mit diesen Gruppen?

Im Rahmen unserer Stakeholderanalyse haben wir auch die Informationskanäle eruiert. Zum einen geht es um die Kommunikation in Richtung der Anspruchsgruppen. Zum anderen beinhaltet es, dass Ansprüche und Interessen der Anspruchsgruppen gehört und aufgenommen werden.



Stakeholdermanagement

bei apetito

Beides ist in den jeweiligen Fachbereichen verankert und darüber sichergestellt. Darauf aufbauend möchten wir das Stakeholdermanagement weiter vertiefen. Ziel ist der Aufbau guter Beziehungen zu Stakeholdern und ein angemessenes Management ihrer Erwartungen sowie die Umsetzung gemeinsamer Ziele. Round Tables oder auch aktive Gespräche mit diversen Stakeholdergruppen könnten beispielsweise helfen, Vertrauen aufzubauen oder auch Ansprüche und Erwartungen frühzeitig zu erkennen.