

EINE LÜCKE ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT

**ERGEBNISSE EINER BETRIEBSRÄTE-UMFRAGE
ZUM UMWELTSCHUTZ IM HANDEL**



EINE LÜCKE ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT	S. 1
WER HAT DEN FRAGEBOGEN BEANTWORTET?	S. 3
UMWELTSCHUTZ IM GESAMTUNTERNEHMEN UND IN DEN FILIALEN	S. 6
UMWELTBEZOGENE AKTIVITÄTEN UND WEITERBILDUNGSBEDARF	S. 10
WEITERBILDUNGSBEDARF BEI DEN BETRIEBSRÄTEN	S. 18
ZUSTÄNDIGKEITEN IN DEN UNTERNEHMEN	S. 20
STELLENWERT DES UMWELTSCHUTZES FÜR UNTERNEHMEN UND BETRIEBSRÄTE	S. 21
INFORMATION DER BETRIEBSRÄTE ÜBER UMWELTFRAGEN	S. 23

IMPRESSUM

ver.di Bundesverwaltung,
Ressort 18, Fachbereich Handel,
Abt. Branchenpolitik, Christine Meier

Redaktion und Bearbeitung:
Bernd Hennecke, Jutta Lamers

Erstellt mit Unterstützung der Bundesstiftung Umwelt

Gestaltung: bleifrei

Druck: Garloff

Auflage: 2000

Oktober 2001

EINE LÜCKE ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT

Nach dem neuen Betriebsverfassungsgesetz kommt den Betriebsräten eine stärkere Rolle beim betrieblichen Umweltschutz zu. Mit einer Umfrage unter Betriebsräten versuchte die Gewerkschaft ver.di herauszufinden, welche Bedeutung der Umweltschutz in Handelsunternehmen gegenwärtig hat und insbesondere auch, wie Betriebsräte den Bedarf an spezifischen Weiterbildungsangeboten auf diesem Gebiet sehen. Die Untersuchung wurde zusammen mit der „Beratungsstelle für Technologiefolgen und Qualifizierung Hamburg“ (BTQ) durchgeführt und von der „Deutschen Bundesstiftung Umwelt“ unterstützt. Die Antworten von 221 Betriebsräten aus 58 Handelsunternehmen bestätigen den Projektansatz, speziell für diese Zielgruppe ein systematisches Bildungsangebot (weiter-) zu entwickeln und breit umzusetzen. Weitere wichtige Ergebnisse:

- Für die meisten Betriebsräte gehört der Umweltschutz zu den drei wichtigsten Zielen, die das Unternehmen verfolgen sollte – nach dem Erhalt der Arbeitsplätze und der Persönlichkeitsentfaltung der Beschäftigten. Zumindest für einen Teil der befragten Betriebsräte sind in ihren Filialen und Unternehmen Umweltschutzaktivitäten hingegen nicht oder nicht genügend erkennbar.
- Aktivitäten zum Umweltschutz und der Bedarf an Weiterbildung werden auf der Ebene der Filiale deutlicher wahrgenommen und beschrieben als auf der Ebene des Gesamtunternehmens. Auf der Unternehmensebene gibt es zum Teil widersprüchliche Aussagen, die zumindest auf Informationsungleichgewichte verweisen. Umweltschutz im Handel ist also ein Thema vor Ort.
- Die Mehrheit der befragten Betriebsräte ist sich darüber bewusst, dass der Umweltschutz im Unternehmen sich am besten weiter entwickeln lässt, wenn die Mitarbeiter über das Thema Umweltschutz und Verbesserungsmöglichkeiten informiert sind. Nahezu durchgängig werden überdurchschnittliche Weiterbildungsbedarfe angegeben.
- Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass die Betriebsräte sich nicht ausnehmen, sondern auch für sich einen sehr hohen Weiterbildungsbedarf reklamieren.
- In der differenzierten Betrachtung der Ergebnisse zeigt sich, dass Betriebsräte in Unternehmen mit Umweltmanagementsystemen die Aktivitäten zum betrieblichen Umweltschutz stärker wahrnehmen und positiv beurteilen. Dies bestätigt die positive Wirkung von entsprechenden Managementsystemen im Unternehmen.
- Die Ergebnisse der Befragung bestätigen, dass eine große Nachfrage zur Umweltbildung entlang der spezifischen Anforderungen des Handels besteht. Das bestehende Engagement der Betriebsräte in Verbindung mit den erweiterten Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechten zum betrieblichen Umweltschutz und der betrieblichen Weiterbildung im novellierten Betriebsverfassungsgesetz lässt erwarten, dass ein solches Angebot auch in der Praxis angenommen wird.

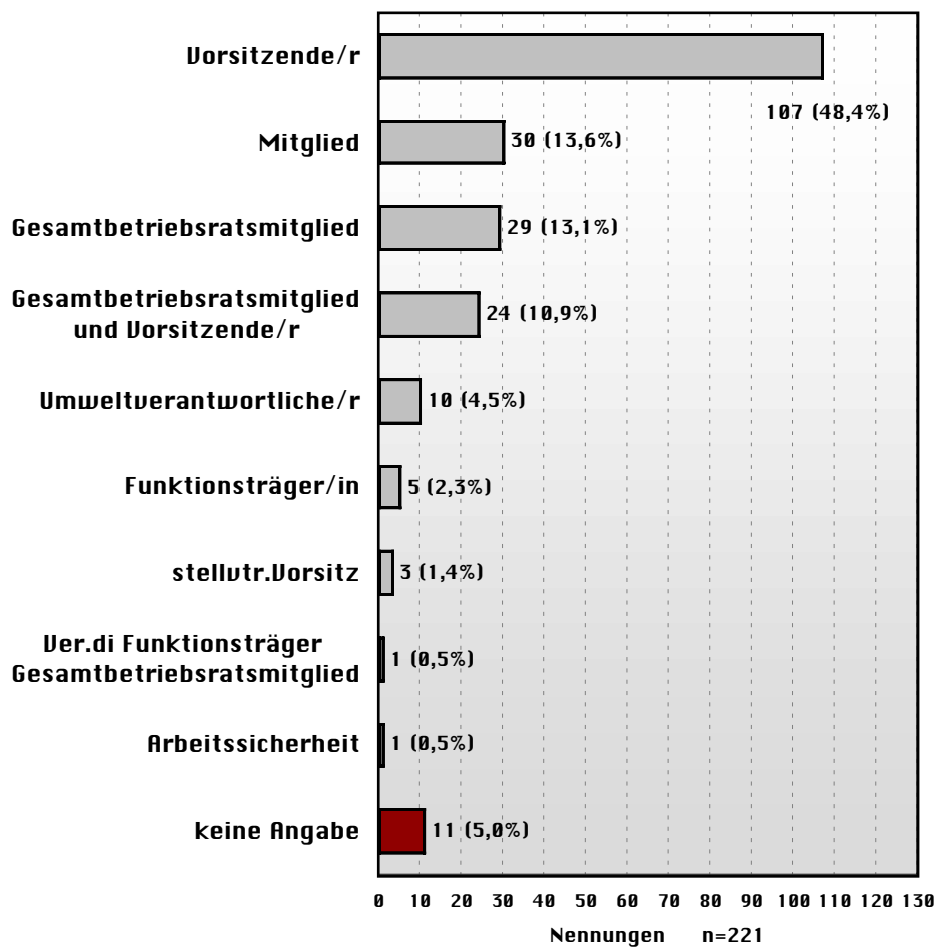
Inhaltlich muss dieses Bildungsangebot drei zentrale Fragen beantworten:

- Was kann der Umweltschutz im Handel bewirken, welches sind die Gestaltungsdimensionen und wie kann er kontinuierlich verbessert werden?
- Wie können die Betriebsräte die betrieblichen Aktivitäten unter Nutzung ihrer Mitwirkungsrechte im Interesse von Unternehmen, Beschäftigten und Kunden fördern?
- Wie können Betriebsräte insbesondere dazu beitragen, den Weiterbildungsbedarf der Mitarbeiter/innen zum Umweltschutz im Unternehmen zu konkretisieren und über ihre Mitbestimmungsrechte durchzusetzen?

WER HAT DEN FRAGEBOGEN BEANTWORTET?

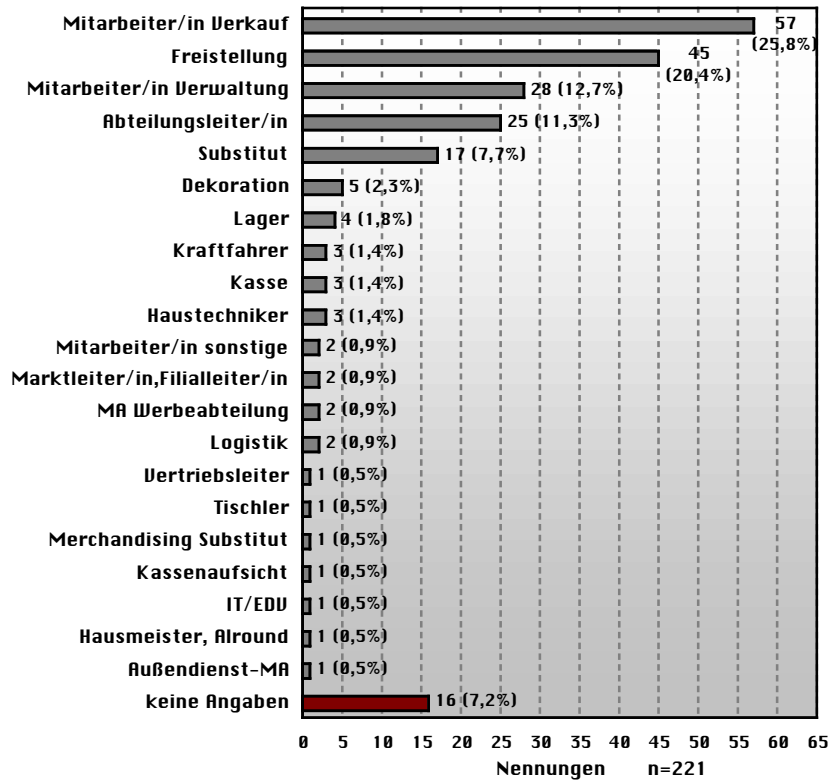
221 Betriebsmitglieder mit unterschiedlichen Funktionen und Aufgaben innerhalb des Betriebsratsgremiums beantworteten den Fragebogen. 4,5 % der Antworten kamen von Betriebsratsmitgliedern, die im Gremium für Umweltfragen zuständig sind.

Abb. 1: Funktionen der Befragten



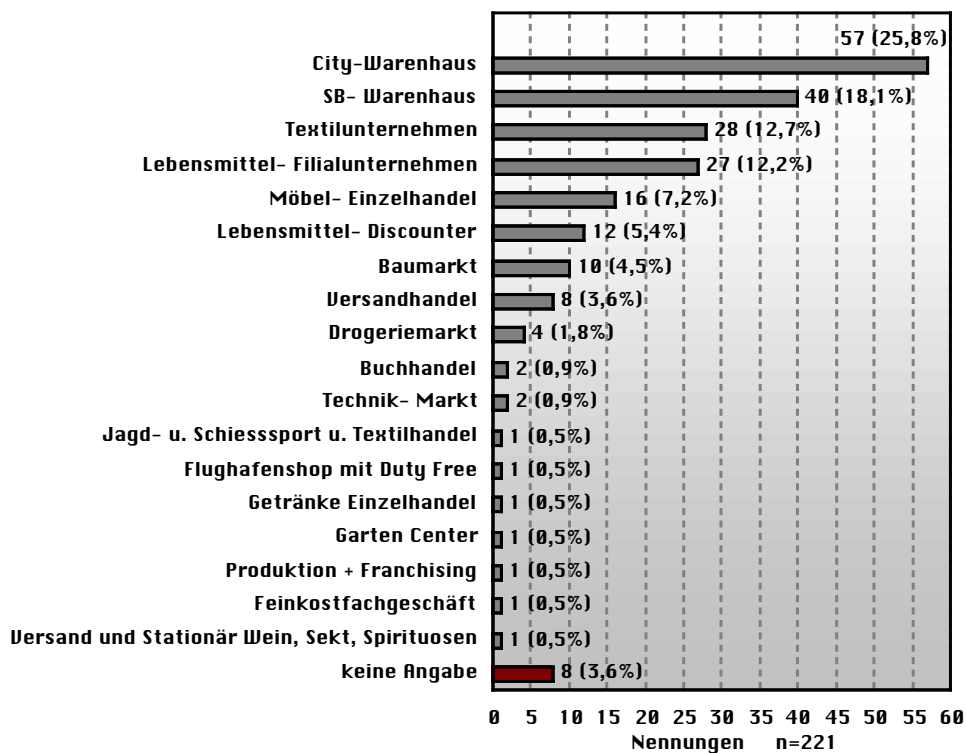
Die befragten Betriebsräte bekleiden unterschiedliche Stellungen in den Unternehmen. Am stärksten vertreten sind Betriebsratsmitglieder, die in den Unternehmen im Verkauf (25,8 %), in der Verwaltung (12,7 %), als Abteilungsleiter/in (11,3 %) bzw. Substitut/in (7,7 %) tätig sind. Einzelne Antworten liegen von Mitarbeiter/inne/n aus der EDV-Abteilung, dem Lager, der Haustechnik und aus weiteren Unternehmensbereichen vor. Etwa jeder fünfte Fragebogen wurde von freigestellten Betriebsräten beantwortet (20,4 %).

Abb. 2: Stellung der Befragten im Unternehmen



Die befragten Betriebsräte stammen aus unterschiedlichen Teilbranchen des Handels. Die meisten Antworten kommen von Betriebsräten aus City-Warenhäusern (25,8 %), SB-Warenhäusern (18,1 %), Textilunternehmen (12,7 %) und Lebensmittel-Filialunternehmen (12,2 %). Einzig aus dem Schuheinzelhandel und Spielwarenhandel liegen uns keine Antworten vor.

Abb. 3: Aufteilung der Antworten nach Teilbranchen



Die Fragebögen erreichten uns aus Einzelunternehmen, aus Unternehmen mit wenigen weiteren Filialen, aber zum Teil auch aus Unternehmen mit mehr als 100 Filialen.

Die Größe der Standorte, in denen die 221 Betriebsräte tätig sind, ist sehr unterschiedlich. Sie reicht von Filialen mit fünf bis über 3000 Mitarbeiter/inne/n. Dabei sind in 68,5 % dieser Standorte weniger als 300 Mitarbeiter/innen beschäftigt.

Abb. 4: Anzahl der Filialen

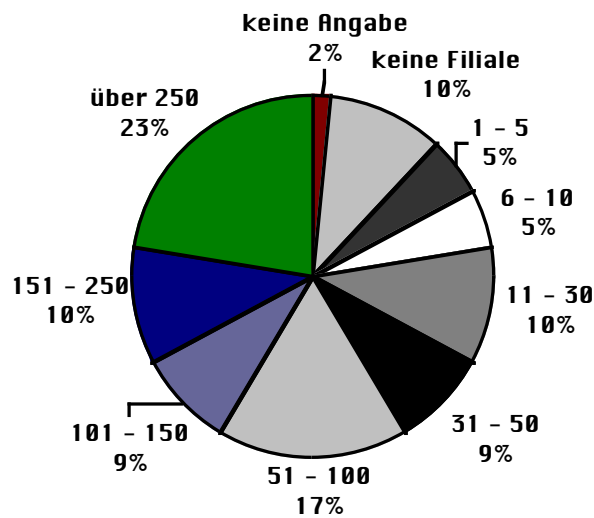
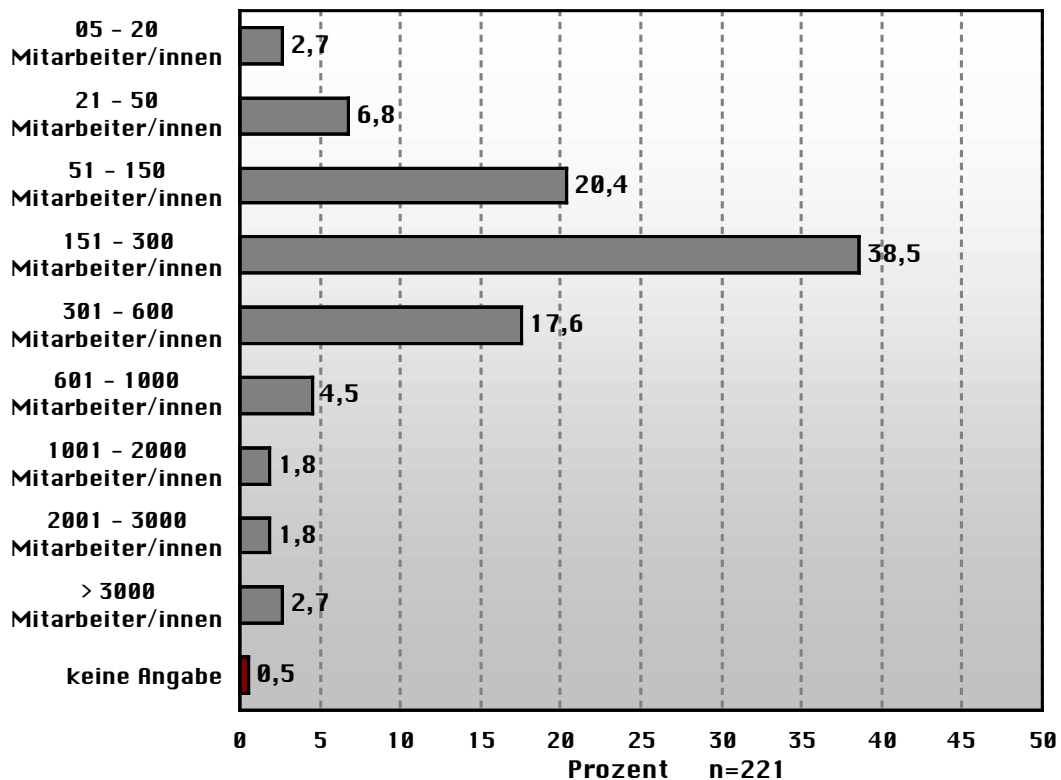


Abb. 5: Zahl der Mitarbeiter/innen



WIE STEHT ES UM DEN UMWELTSCHUTZ IM GESAMTUNTERNEHMEN UND IN DEN FILIALEN?

Handelsunternehmen haben bereits unterschiedliche Aktivitäten zum Umweltschutz unternommen und Instrumente eingeführt. Bezogen auf den Umweltschutz im Gesamtunternehmen (siehe Abb. 6) kommen wir zu folgenden Ergebnissen:

Umweltmanagementsysteme haben bereits acht von 58 Unternehmen – teilweise nach EMAS oder ISO 14001 – aufgebaut. Darüber hinaus sind zehn Unternehmen für ihre Leistungen im Umweltschutz ausgezeichnet worden. Durch Umweltberichte informieren fünf Unternehmen ihre Mitarbeiter/innen und die interessierte Öffentlichkeit über ihr Umweltengagement und ihre konkreten Aktivitäten. In fünf Unternehmen ist Umweltschutz ein Arbeitsfeld des Gesamtbetriebsrates.

Bezogen auf die einzelnen Filialen/Standorte (siehe Abb. 7), zeigt sich, dass dort in den meisten Fällen Zuständige für den Umweltschutz, also Umweltverantwortliche (49,3 %) bzw. Abfallbeauftragte (34,4 %), eingesetzt sind. Darüber hinaus sind für einen großen Teil der Standorte die Grundsätze zum Umweltschutz in einem Leitbild festgeschrieben (42,1%). Dass Handelsunternehmen in ihrer Rolle als „Gate-Keeper“ auch den umweltfreundlichen Konsum unterstützen, zeigt sich insbesondere an der Einrichtung von so genannten „Öko-Ecken“ im Sortiment (33,9 %). Auch der Betriebsrat nimmt sich im Rahmen der Interessenvertretung dem betrieblichen Umweltschutz an. Dieses ist u. a. an den Aussagen der Filialen zu Betriebsvereinbarungen (12,7 %) und an den Zuständigkeiten für den Umweltschutz innerhalb des Gremiums (24,9 %) erkennbar.

Aus diesen Zahlen wird deutlich, dass große Teile des Handels sich umweltschutzbezogenen Aufgaben stellen. Unabhängig von der Qualität der Aktivitäten zeigen diese Ergebnisse, dass auch im Handel z. B. mit der Einführung von Umweltmanagementsystemen der Umweltschutz fest in die Aufgaben der Unternehmensführung integriert wird. Dass sich das hohe Engagement und die besonderen Leistungen, die mit einem Umweltmanagementsystem verknüpft sind, sowohl auf den Qualifizierungsbedarf zur Weiterentwicklung des Umweltschutzes als auch auf die Bewertung der umweltbezogenen Unternehmensaktivitäten positiv niederschlagen, wird aus weiteren Ergebnissen (s. u.) deutlich.

Informativ sind ebenfalls Aussagen zur Überprüfung/Bewertung der festgesetzten Leitlinien. Diese Leitlinien sind nur dann glaubwürdig und erhalten eine Verbindlichkeit, wenn ihre Einhaltung überprüft und bewertet werden kann und steuernde Maßnahmen bei Abweichungen und Defiziten eingeleitet werden können (Regelkreislauf).

Aus Sicht des Betriebsrates hat dieser Regelkreislauf eine zentrale Bedeutung. Umweltschutzleitlinien beschreiben die Umweltpolitik der Unternehmen und legen den Rahmen für das strategische und operative umweltbezogene Handeln in den Handelsunternehmen (so auch in den Filialen) fest. Deshalb leiten sich viele gegenwärtige und zukünftige Ansatzpunkte und Handlungsfelder für den Umweltschutz in den Unternehmen daraus ab. Somit ermöglicht der Regelkreislauf auch dem Betriebsrat, seine aktive Rolle in der Interessenvertretung zum Umweltschutz wahrzunehmen.

42,1 % der Befragten geben an, dass bei ihnen Leitlinien zum Umweltschutz existieren. Eine Überprüfung oder Bewertung der Umweltschutzleitlinien erfolgt nach Angaben der Befragten in 33,5 % der Unternehmen.

Abb. 6: Umweltaktivitäten in den Filialen

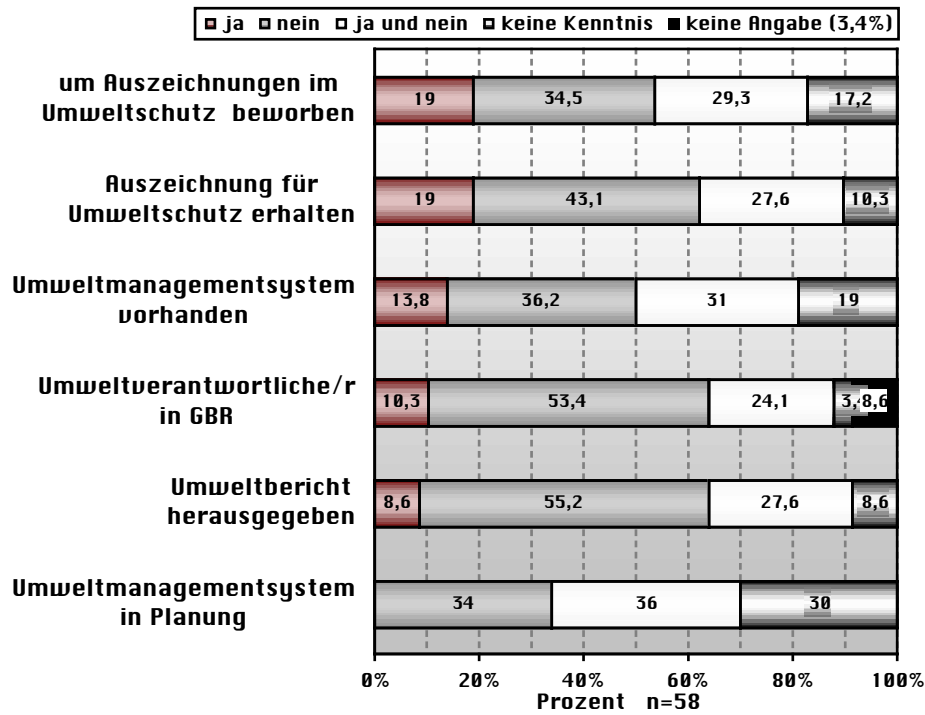
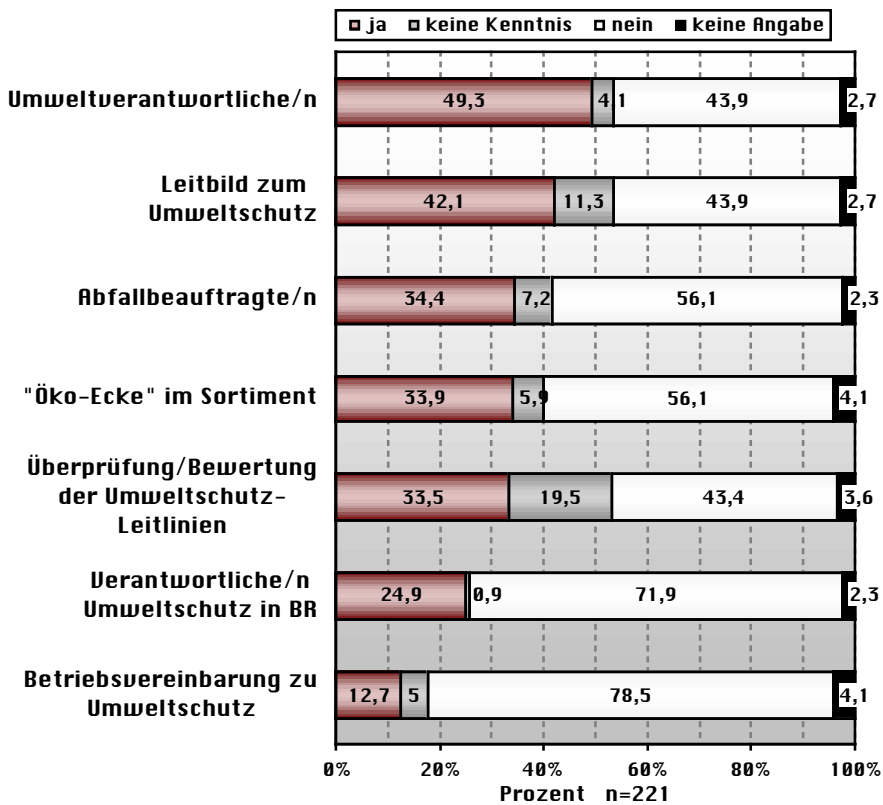


Abb. 7: Umweltaktivitäten in den Gesamtunternehmen



Wie sich einzelne oben dargestellte Aussagen zum Umweltschutz in den Filialen und im Gesamtunternehmen auf die einzelnen Teilbranchen verteilen, wird aus den folgenden Abbildungen erkenntlich.

Abb. 8: Unternehmen, die einen Umweltbericht herausgegeben haben

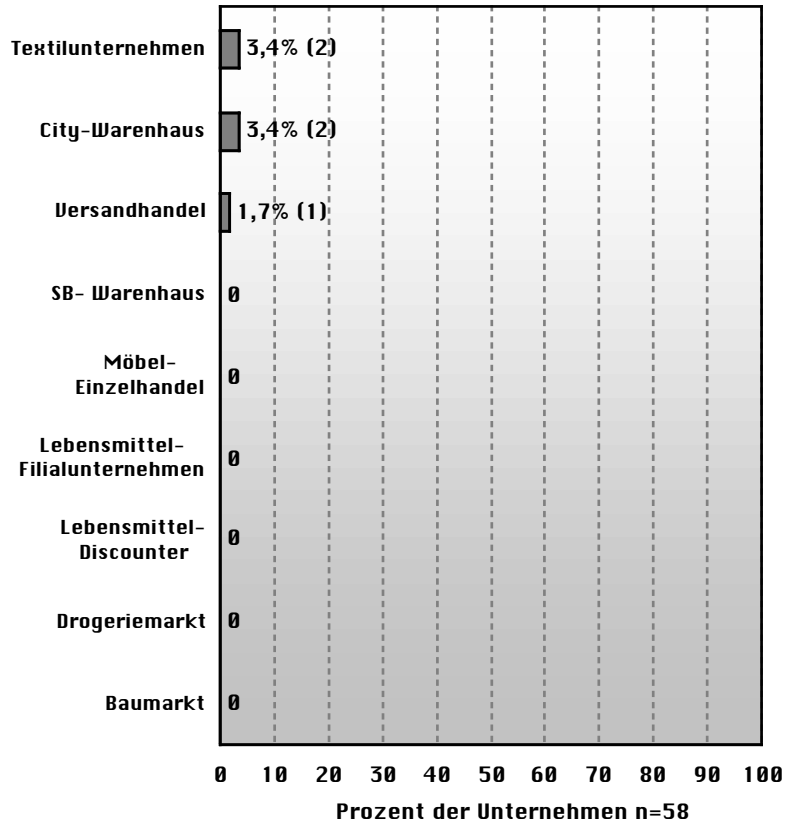


Abb. 9: Unternehmen, die Auszeichnungen für den Umweltschutz erhalten haben

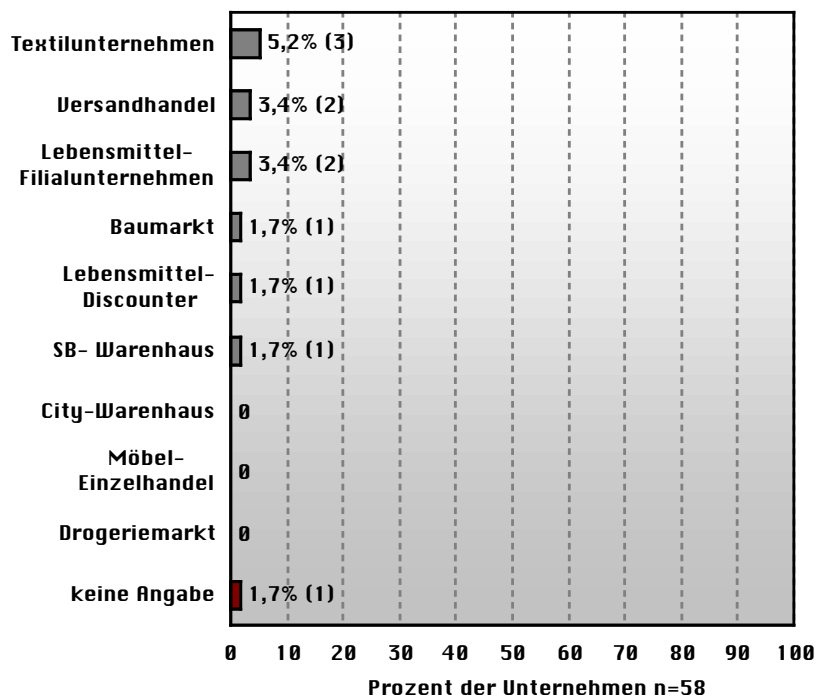


Abb. 10: Unternehmen mit Umweltmanagementsystemen nach europäischen Normen

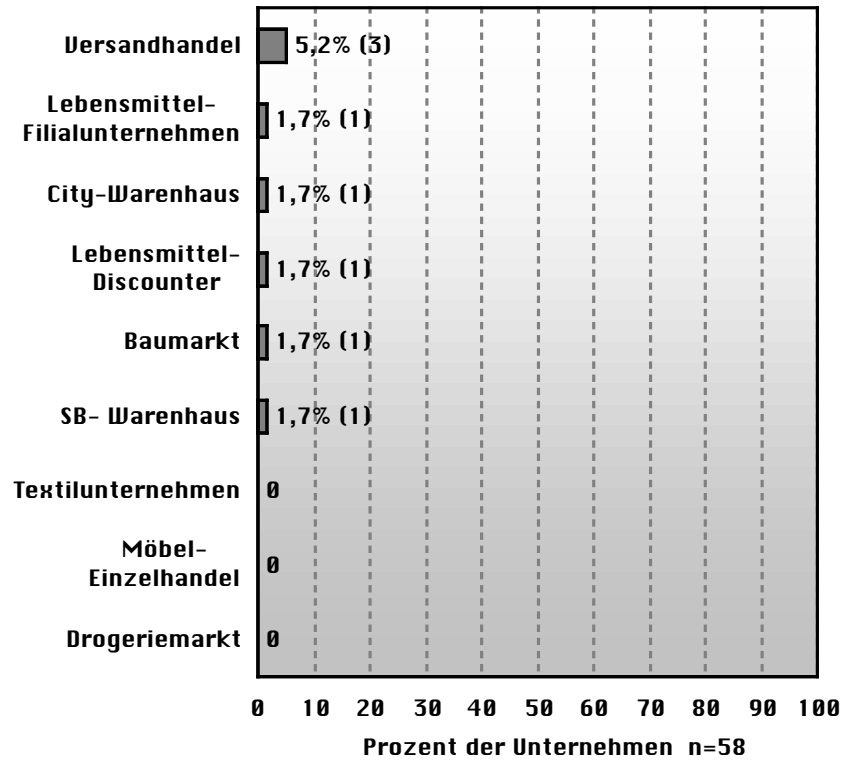
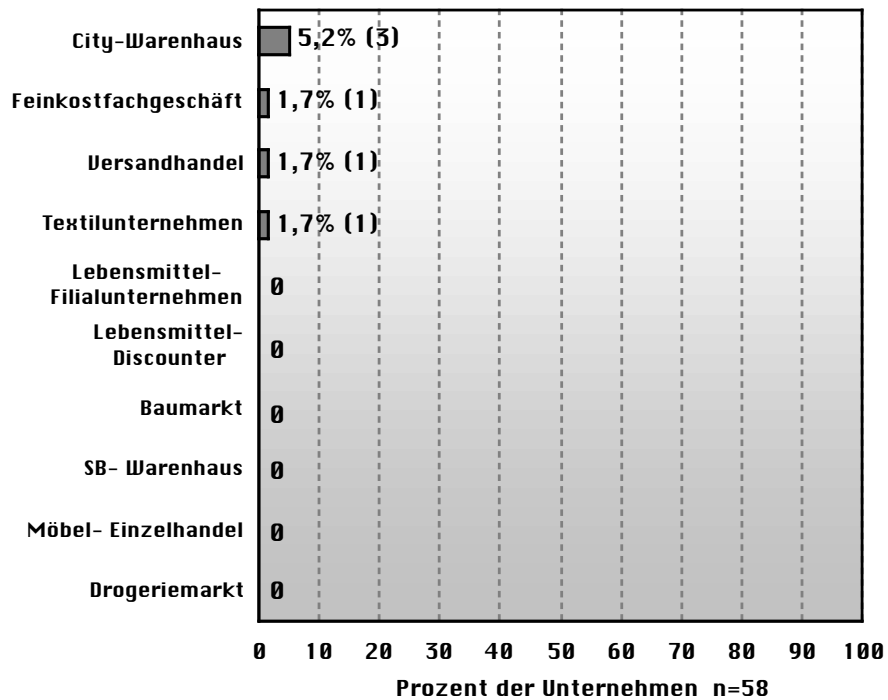


Abb. 11: Unternehmen mit Umweltverantwortlichen im Gesamtbetriebsrat



WELCHE UMWELTBEOZUGENEN AKTIVITÄTEN GIBT ES IN DEN UNTERNEHMEN UND WELCHER WEITERBILDUNGSBEDARF WIRD DARAUS ABGELEITET?

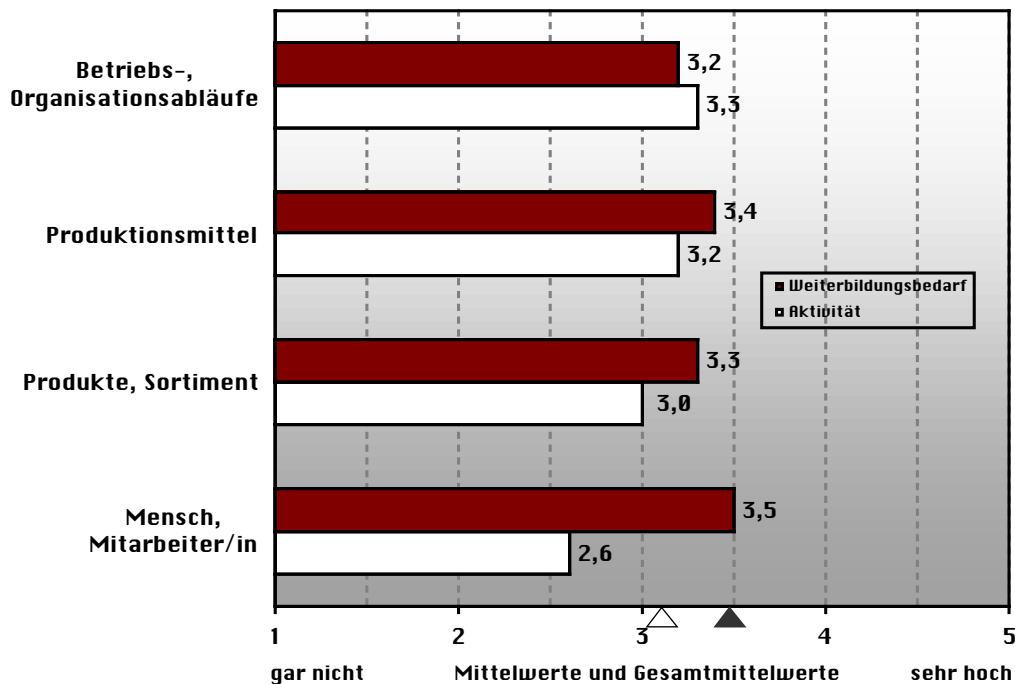
Detaillierter kann der Stellenwert des Umweltschutzes aus den Antworten zu den bisherigen Aktivitäten und zu dem entsprechenden Weiterbildungsbedarf innerhalb der Handelsunternehmen in Bezug auf die folgenden Themen abgeleitet werden:

- Informationspolitik und Mitarbeitereinbindung, -förderung und -qualifikation
- Sortimentsgestaltung, Logistik und Marketing,
- Beschaffenheit und Einsatz der Produktionsmittel,
- Betriebs- und Organisationsabläufe.

Eine hohe Aktivität des Unternehmens weist auf einen hohen unternehmerischen Stellenwert der umweltschutzbezogenen Leistungen und Aufgaben hin. Bei hohem betrieblichem Weiterbildungsbedarf kann davon ausgegangen werden, dass aus Sicht der Befragten der betriebliche Umweltschutz noch erheblich weiterentwickelt werden kann. Ein Überblick über die Ergebnisse ist in Abb. 12 dargestellt.

Beachtenswert ist, dass die Betriebsräte den Weiterbildungsbedarf im eigenen Unternehmen sehr hoch bewerten. Er liegt in der Einschätzung in der Regel höher als die Bewertung der entsprechenden Unternehmensaktivitäten.

Abb. 12: Umweltaktivitäten und Weiterbildungsbedarf im Überblick



AKTIVITÄTEN UND WEITERBILDUNGSBEDARF BEZÜGLICH DER INFORMATION, FÖRDERUNG, BETEILIGUNG UND QUALIFIKATION DER MITARBEITER/INNEN

Den größten Weiterbildungsbedarf innerhalb der Unternehmen sehen die Befragten dort, wo es um die Beschäftigten der Handelsunternehmen geht. Ob bei der

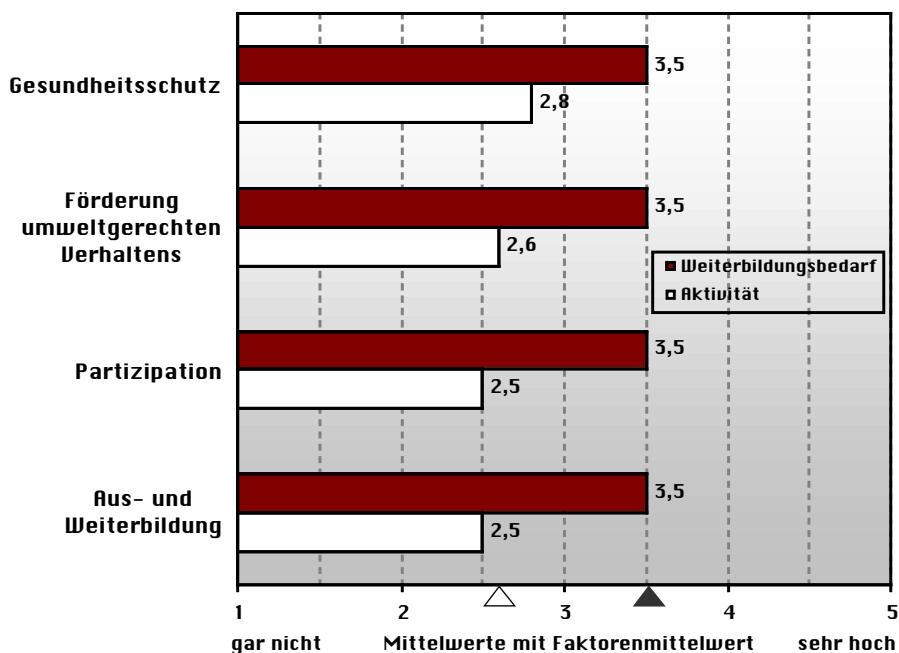
- Förderung des umweltgerechten Verhaltens der Mitarbeiter/innen,
- Information zum Gesundheitsschutz,
- Einbeziehung der Beschäftigten im Umweltschutz oder bei der
- Qualifizierung der Mitarbeiter/innen,

Überall klafft aus Sicht der Betriebsräte eine deutliche Lücke zwischen dem Weiterbildungsbedarf und den tatsächlichen Aktivitäten der Unternehmen. Während die Aktivitäten der Unternehmen in diesen Handlungsfeldern als gering bis mittelmäßig angegeben werden, wird der betriebliche Weiterbildungsbedarf als ziemlich hoch eingeschätzt.

Betrieblicher Umweltschutz ist umso wirksamer, je mehr Beschäftigte ihn als ihre Angelegenheit ansehen. Auch wenn diese Erkenntnis in Erfahrungsberichten aus der Praxis vielfach beschrieben wird, wird sie zu selten beachtet. Will man die Einbeziehung der Mitarbeiter/innen erreichen, müssen betriebliche Voraussetzungen dafür gegeben werden. Einen wesentlichen Faktor stellt die aufgaben- und arbeitsplatzbezogene Information und Qualifikation dar. Sie ist die Voraussetzung dafür, dass umweltfreundliche Verfahren und Arbeitsweisen durch aktive Mitarbeit der Beschäftigten etabliert und weiterentwickelt werden können. So kann kontinuierlich und nachhaltig eine umfassende ökologische Kompetenz im Betrieb aufgebaut werden.

Aus Sicht der Beschäftigten – und somit auch der Interessenvertretung – ist mit der Einbeziehung der Mitarbeiter/innen in betriebliche Entwicklungs- und Veränderungsprozesse auch eine höhere Motivation und Arbeitszufriedenheit verbunden. Mit der Novellierung des Betriebsverfassungsgesetzes sind gerade für die Themen Umweltschutz und Weiterbildung verbesserte Voraussetzungen geschaffen.

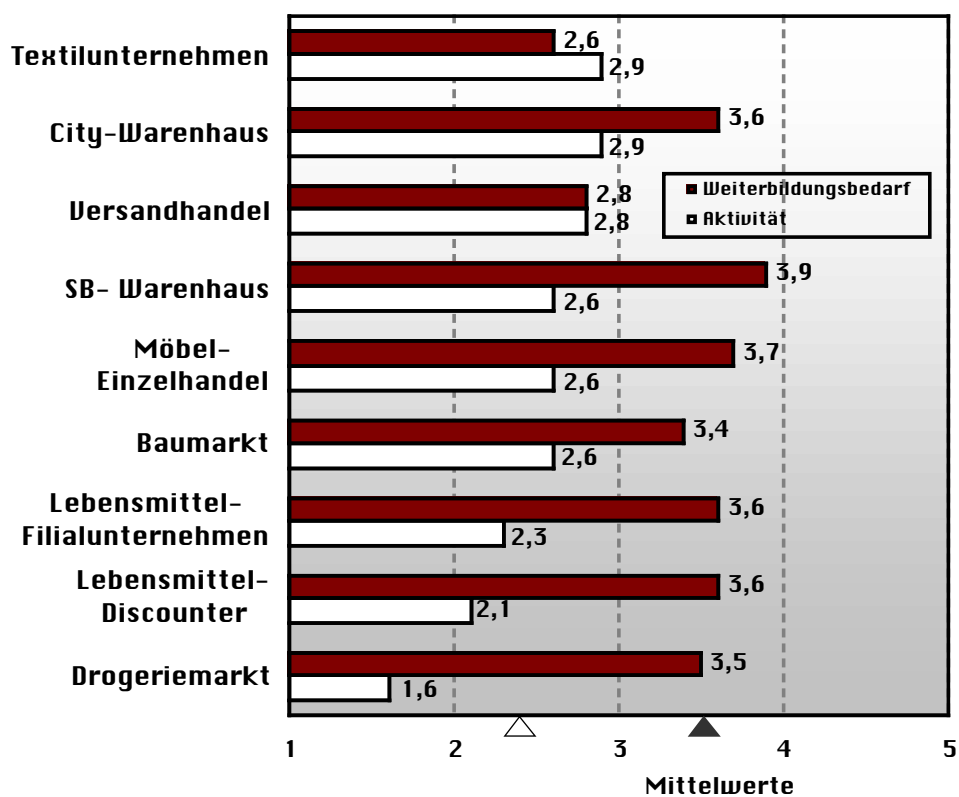
Abb. 13: Beteiligung und Qualifikation der Mitarbeiter/innen



AKTIVITÄTEN UND WEITERBILDUNGSBEDARF BEZÜGLICH INFORMATION, FÖRDERUNG, BETEILIGUNG UND QUALIFIKATION DER MITARBEITER/INNEN, DIFFERENZIERT NACH DEN EINZELNEN TEILBRANCHEN

Bezogen auf die einzelnen Teilbranchen wird die Schere zwischen Weiterbildungsbedarf der Beschäftigten und Aktivitäten der Unternehmen ebenfalls deutlich. Einzig in den Textilunternehmen ändert sich dieses Verhältnis zugunsten der betrieblichen Aktivitäten.

Abb. 14: Beteiligung und Qualifikation der Mitarbeiter/innen nach Teilbranchen



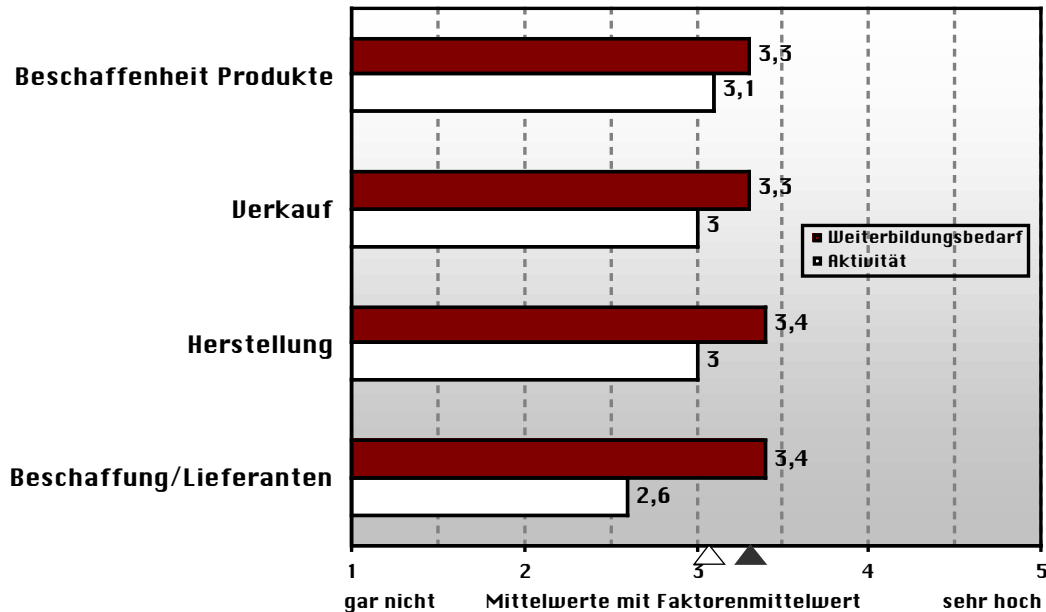
AKTIVITÄTEN UND WEITERBILDUNGSBEDARF BEZÜGLICH UMWELTFREUNDLICHER PRODUKTE UND SORTIMENTSGESTALTUNG

- Eine umweltfreundliche Sortimentsgestaltung zielt darauf ab, Produkte aufzunehmen,
- die von ihrer Eigenschaft, Beschaffenheit und Verpackung umweltfreundlich sind (Beschaffenheit der Produkte),
 - die umweltentlastend hergestellt werden (Herstellung) und vom Lieferanten umweltschonend angeliefert werden (Lieferung),
 - die aufgrund ihrer umweltfreundlichen Eigenschaften dem Kunden offensiv präsentiert und durch entsprechende Informationen bzw. umweltfreundliche Werbemittel angepriesen werden (Verkauf).

Die Ergebnisse der Befragung zeigen eine mittlere Aktivität der Handelsunternehmen, bezogen auf die Beschaffenheit, den Verkauf und die Herstellung umweltfreundlicher Produkte.

In Bezug auf die Lieferantenauswahl ist die Aktivität jedoch deutlich geringer. Der Weiterbildungsbedarf wird generell höher angegeben als die bereits entfalteteten Aktivitäten des Unternehmens zur umweltfreundlichen Gestaltung des Sortiments.

Abb. 15: Umweltfreundliche Produkte und Sortimentsgestaltung



Handelsunternehmen sitzen als „Gate-Keeper“ zwischen den Kundenerwartungen und -wünschen und den Produktentwicklungen und -angeboten der Hersteller und Lieferanten. Um diese Rolle optimal zu erfüllen, müssen sie ihre Antennen nach beiden Gruppen ausrichten.

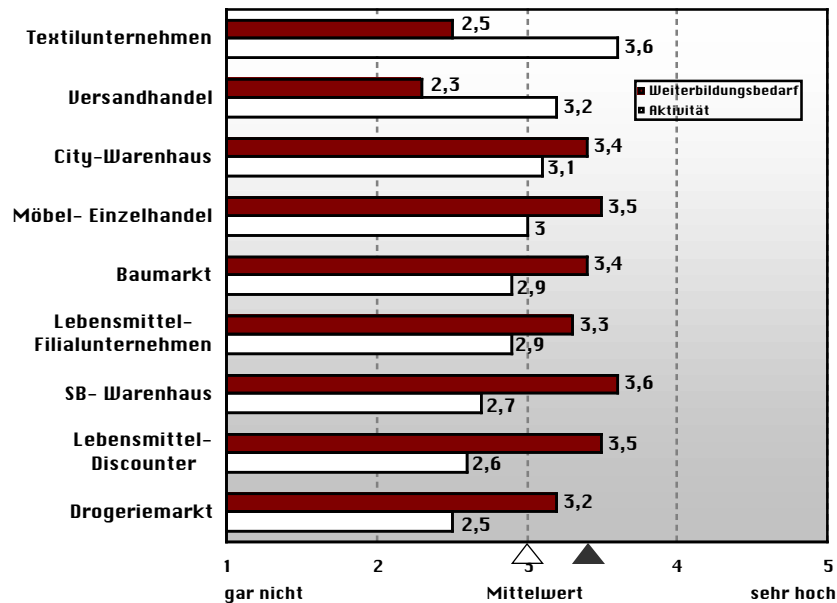
Bekannt ist, dass verschiedene Handelskonzerne umwelt- und gesundheitsbezogene Anforderungen an Hersteller und Lieferanten definieren, um ihre Angebotspalette mit entsprechenden Produkten zu erweitern. Dieses Vorgehen ist von einzelnen kleineren und mittleren Handelsunternehmen aufgrund der geringeren Marktmacht selten möglich. Dennoch können sie von den neu geschaffenen Angeboten der Hersteller/Lieferanten partizipieren. Somit können Hersteller/Lieferanten auch als Informationsquelle und Partner für Entwicklungsstrategien eine Schlüsselstellung für Handelsunternehmen einnehmen.

Der Verkauf umweltfreundlicher Produkte erfordert darüber hinaus (neben aktuellem Marktwissen und zumindest Grundkenntnissen über produktbezogene Umwelt- und Gesundheitsgefährdungen) auch Strategien und Konzepte für die Wareneinführung und -präsentation. Diesbezügliche Erfahrungen und Kenntnisse bauen sich sukzessiv in großen und teilweise in kleinen und mittleren Handelsunternehmen auf.

AKTIVITÄTEN UND DER WEITERBILDUNGSBEDARF IN BEZUG AUF UMWELTFREUNDLICHE PRODUKTE UND SORTIMENTSGESTALTUNG, DIFFERENZIERT NACH DEN EINZELNEN TEILBRANCHEN

Bezogen auf die einzelnen Teilbranchen des Handels sind die Schwankungen, sowohl was die Aktivitäten als auch den Weiterbildungsbedarf betrifft, deutlich. Es zeigt sich jedoch, dass in sieben von neun Teilbranchen der Weiterbildungsbedarf hoch ist, unabhängig von den grundsätzlich niedriger angegebenen Unternehmensaktivitäten.

Abb. 16: Umweltfreundliche Produkte und Sortimentsgestaltung nach Teilbranchen

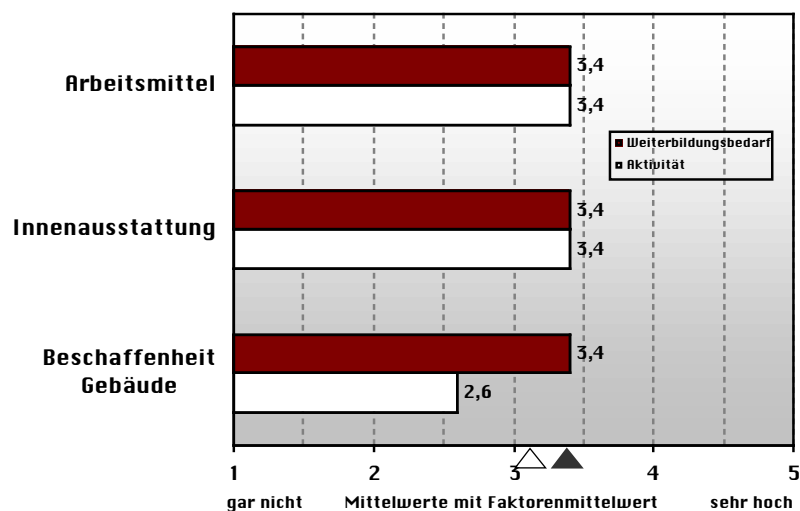


AKTIVITÄTEN UND DER WEITERBILDUNGSBEDARF IN BEZUG AUF BESCHAFFENHEIT UND EINSATZ VON PRODUKTIONSMITTELN

In diesem Bereich (Beschaffenheit und Einsatz der Arbeitsmittel, Innenausstattung und Zustand der Gebäude) werden sowohl die derzeitigen Aktivitäten aber auch der Weiterbildungsbedarf relativ hoch eingestuft.

Eine deutliche Diskrepanz zeigt sich bei der umweltfreundlichen Beschaffenheit der Gebäude. Dass die Aktivitäten hier deutlich geringer sind, könnte damit zusammen hängen, dass die Investitionen – im Verhältnis zu den anderen erfragten Aktivitäten – hoch sind. Außerdem haben hier die einzelnen Unternehmen (Mieter) nicht immer eigene Gestaltungsmöglichkeiten. Dass der Weiterbildungsbedarf in diesem Punkt höher bewertet wurde, lässt darauf schließen, dass die Betriebsräte hier dennoch nach Problemlösungen suchen möchten.

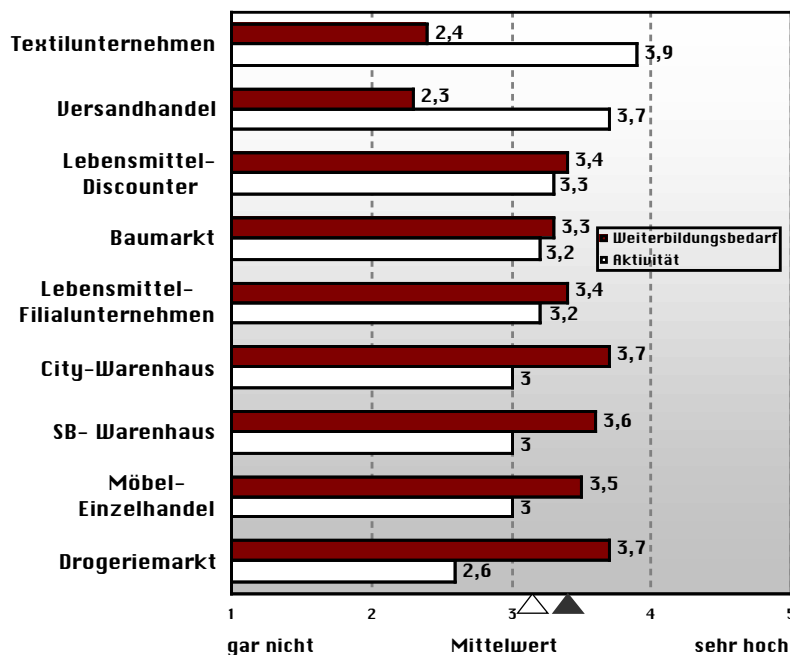
Abb. 17: Beschaffenheit und Einsatz von Produktionsmitteln



AKTIVITÄTEN UND DER WEITERBILDUNGSBEDARF BEZÜGLICH BESCHAFFENHEIT UND EINSATZ VON PRODUKTIONSMITTELN, DIFFERENZIERT NACH DEN EINZELNEN TEILBRANCHEN

Die einzelnen Teilbranchen unterscheiden sich deutlich in den Ergebnissen. Diese zeigen zum Teil gegenläufige Einschätzungen (vgl. Textilunternehmen und Versandhandel mit Drogeriemarkt).

Abb. 18: Beschaffenheit und Einsatz von Produktionsmitteln nach Teilbranchen



AKTIVITÄTEN UND DER WEITERBILDUNGSBEDARF IN BEZUG AUF BETRIEBS- UND ORGANISATIONSABLÄUFE

Die meisten Aktivitäten finden in diesem Bereich statt. Im Mittel wird der betriebliche Weiterbildungsbedarf niedriger eingestuft als die Aktivitäten der Unternehmen auf diesem Gebiet. Dieses zeigt sich insbesondere im Bereich der Abfallentsorgung und der umwelt- und gesundheitsbezogenen Gebäudereinigung.

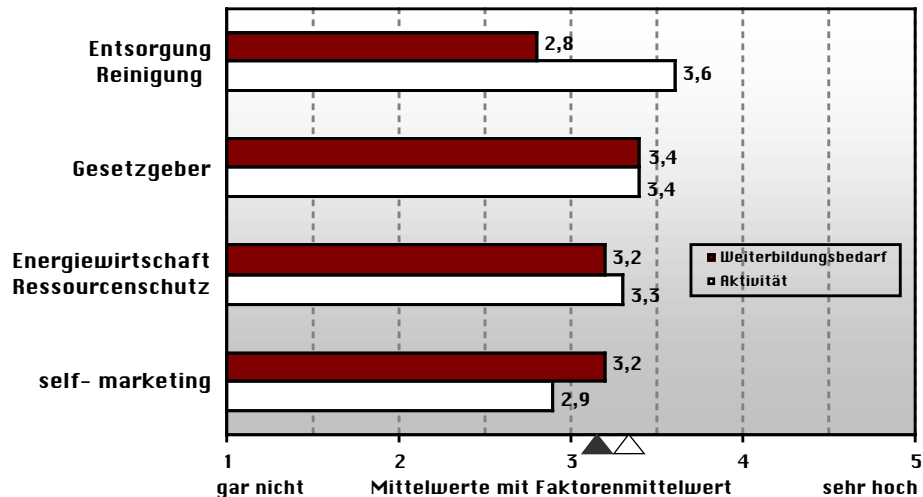
Die gesetzlichen Regelungen, insbesondere zur Entsorgung von Verpackungen, aber auch die gestiegenen Entsorgungskosten (nicht nur in Handelsunternehmen) haben dazu geführt, dass die Unternehmen schon seit geraumer Zeit ausgereifte betriebliche Konzepte entwickelt und umgesetzt haben. Dieses Thema hat ebenso wie die umwelt- und gesundheitsverträgliche Gebäudereinigung einen wichtigen Stellenwert bekommen. Letztere wird in der Regel durch entsprechende Auflagen der Handelshäuser an die Reinigungsfirmen gewährleistet.

Der höchste Bedarf an Weiterbildung besteht bei den aktuellen gesetzlichen Vorschriften, ihrer Umsetzung und Überprüfung. Auf diesem Gebiet sind auch gleichwertig hohe Aktivitäten der Unternehmen zu verzeichnen.

Weiterbildungsbedarf und Aktivitäten hängen sicherlich damit zusammen, dass das Umweltrecht sehr komplex ist und sich sehr dynamisch entwickelt, aber auch damit, dass es schwer ist, Kenntnisse über die relevanten und aktuellen gesetzlichen Regelungen zu erhalten. Es ist zu vermuten, dass zum (aktuellen) Umweltrecht für Handelsunternehmen auch weiterhin ein ungebrochener Weiterbildungsbedarf existieren wird.

Der Ressourcenschutz, speziell der Energieverbrauch, steht nicht nur im Blickfeld der Umweltpolitik. Auf Grund der Bewegungen auf dem Energiemarkt und der Möglichkeiten der Kostensenkung durch Einsatz neuerer Technik liegt er auch im Interesse der Unternehmen. So können durch eine Optimierung der Klimatisierung und Beleuchtung von Handelshäusern die Kosten gesenkt und Ressourcen geschont werden.

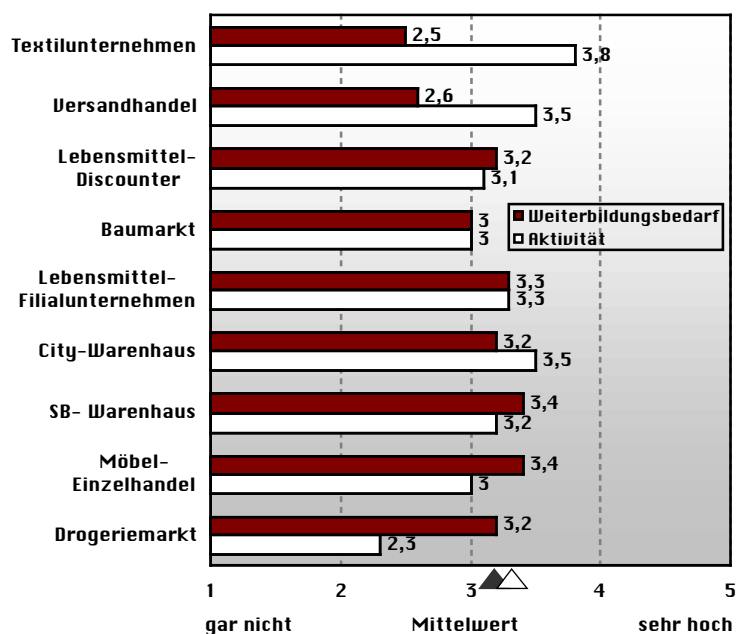
Abb. 19: Betriebs- und Organisationsabläufe



AKTIVITÄTEN UND DER WEITERBILDUNGSBEDARF IN BEZUG AUF BETRIEBS- UND ORGANISATIONSABLÄUFE, DIFFERENZIERT NACH DEN EINZELNEN TEILBRANCHEN

Die einzelnen Teilbranchen unterscheiden sich auch hier deutlich in den Ergebnissen und zeigen teilweise auch gegenläufige Einschätzungen (vgl. Textilunternehmen und Versandhandel mit Drogeriemarkt).

Abb. 20: Betriebs- und Organisationsabläufe nach Teilbranchen

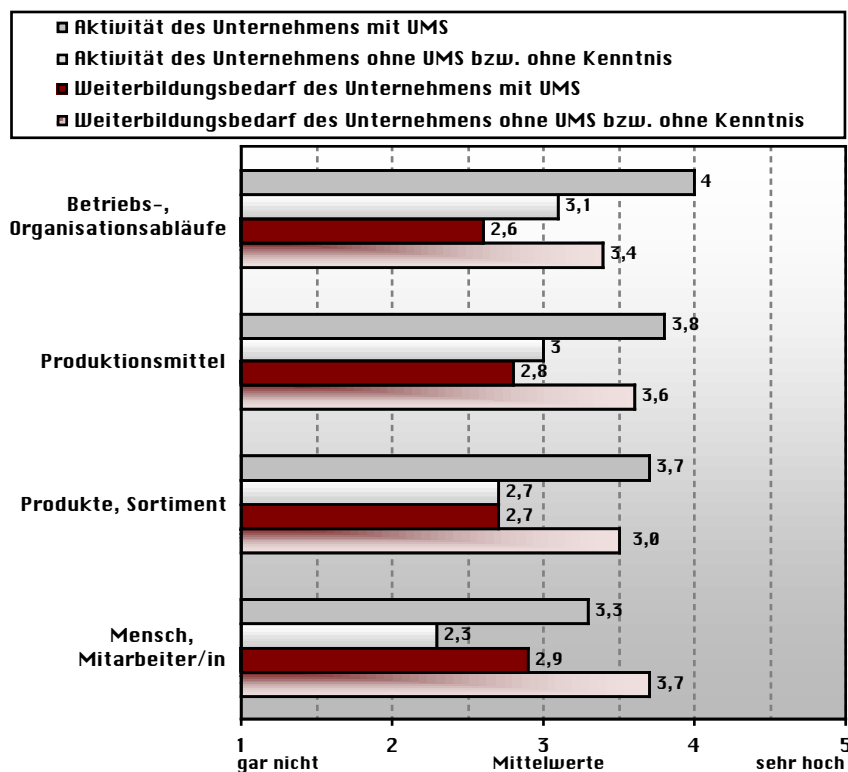


AKTIVITÄTEN UND DER WEITERBILDUNGSBEDARF VON UNTERNEHMEN MIT BZW. OHNE UMWELTMANAGEMENTSYSTEM

Die Unternehmen, die ein Umweltmanagementsystem (UMS) in ihrem Unternehmen haben, unterscheiden sich in allen Handlungsbereichen von denen, die angeben, kein Umweltmanagementsystem zu haben, bzw. keine Kenntnis hierzu besitzen, wie Abb. 21 zeigt. Beachtenswert ist, dass die Betriebsräte aus Unternehmen mit Umweltmanagementsystemen die betrieblichen Aktivitäten hoch bewerten und den betrieblichen Weiterbildungsbedarf deutlich geringer. Bei Betrieben ohne Umweltmanagementsystem fällt die Bewertung gegenläufig aus. Hier ist der generell hohe Weiterbildungsbedarf ersichtlich.

Einzig hinsichtlich der Förderung, Beteiligung und Qualifikation der Mitarbeiter/innen ist bei Unternehmen mit Umweltmanagementsystem die Schere zwischen den Aktivitäten des Unternehmens und dessen Weiterbildungsbedarf kleiner (vgl. Abb. 13). Hier bestätigt sich die Erfahrung aus der Einführung von Umweltmanagementsystemen, dass insbesondere die Mitarbeiterbindung in das System noch wenig berücksichtigt wird. Somit erklärt sich auch der höher eingestufte Weiterbildungsbedarf, da dieses Defizit insbesondere von Mitarbeiter/innen und somit auch den Betriebsräten beklagt wird.

Abb. 21: Aktivitäten und Weiterbildungsbedarf mit/ohne Umweltmanagementsystem



WEITERE ERGEBNISSE ZEIGEN:

- Es besteht kein Zusammenhang zwischen der Stellung der Betriebsräte im Unternehmen und ihrer Bewertung des betrieblichen Weiterbildungsbedarfs.
- Dem gegenüber besteht ein signifikanter Unterschied bei der Bewertung des betrieblichen Weiterbildungsbedarfs in Abhängigkeit von der Funktion des einzelnen Betriebsratsmitglieds innerhalb des Gremiums. So schätzen Vorsitzende/stellvertretende Vorsitzende des (Gesamt-)Betriebsrats den betrieblichen Weiterbildungsbedarf hoch ein, während Umweltverantwortliche des (Gesamt-)Betriebsrats diesen mittelmäßig einschätzen.
- Darüber hinaus besteht kein Zusammenhang zwischen der Größe des Unternehmens oder den verschiedenen Teilbranchen und der Bewertung des betrieblichen Weiterbildungsbedarfs.

WELCHEN WEITERBILDUNGSBEDARF SEHEN DIE BETRIEBSRÄTE FÜR SICH SELBST?

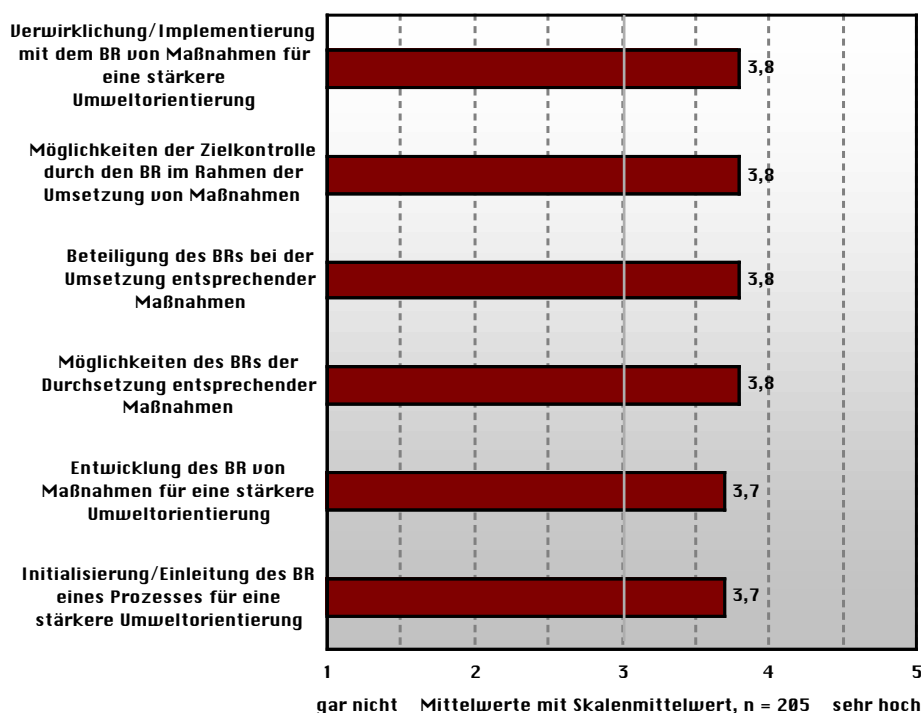
Die Fragen zum Weiterbildungsbedarf der Betriebsräte beziehen sich auf die Beteiligung und Interessenvertretung in den betrieblichen Abläufen. Sie beinhalten damit die einzelnen Schritte von der Einleitung/Einführung umweltorientierter Prozesse bis hin zur Umsetzung von Maßnahmen und deren Kontrolle.

Im Ergebnis wird deutlich, dass für jeden Prozessschritt von den Betriebsräten der eigene Weiterbildungsbedarf überdurchschnittlich hoch angegeben wird.

Die Einführung und systematische Weiterentwicklung umweltbezogener Aufgaben in Unternehmen beinhaltet sowohl das strategische und zielführende Management als auch die konkrete Umsetzung und Zielverfolgung im operativen Unternehmensalltag. Diese komplexen Aufgaben erfordern Betriebsräte im Sinne des „Co-Managements“. Teilnehmer- und aufgabenorientierte Weiterbildungsmaßnahmen qualifizieren Betriebsräte nicht nur für ihre Aufgaben, sondern ermöglichen darüber hinaus auch den Know-How-Transfer und den Erfahrungsaustausch zwischen Betriebsräten aus Handelsunternehmen. Schließlich befördern Betriebsräte durch aktive Beteiligung und Gestaltung den Prozess der umweltorientierten Modernisierung des Unternehmens.

Wie oben ausgeführt (vgl. „Aktivitäten und Weiterbildungsbedarf bezüglich der Information, Förderung, Beteiligung und Qualifikation der Mitarbeiter/innen“), lässt sich die ökologisch und ökonomisch erfolgreiche Unternehmenspolitik nicht „von oben“ verordnen, sondern bedarf der inneren Zustimmung, des entsprechenden Bewusstseins und der aktiven Mitwirkung der Beschäftigten. In einem diesbezüglichen Gestaltungs- und Kommunikationsprozess hat der Betriebsrat eine Schlüsselfunktion. In seiner Rolle als Interessenvertreter, Multiplikator und Co-Manager und auf der Basis seiner inhaltlichen, verfahrens- und dialogbezogenen Kompetenzen, beeinflusst er entscheidend den Erfolg betrieblicher Prozesse.

Abb. 22: Weiterbildungsbedarf der Betriebsräte



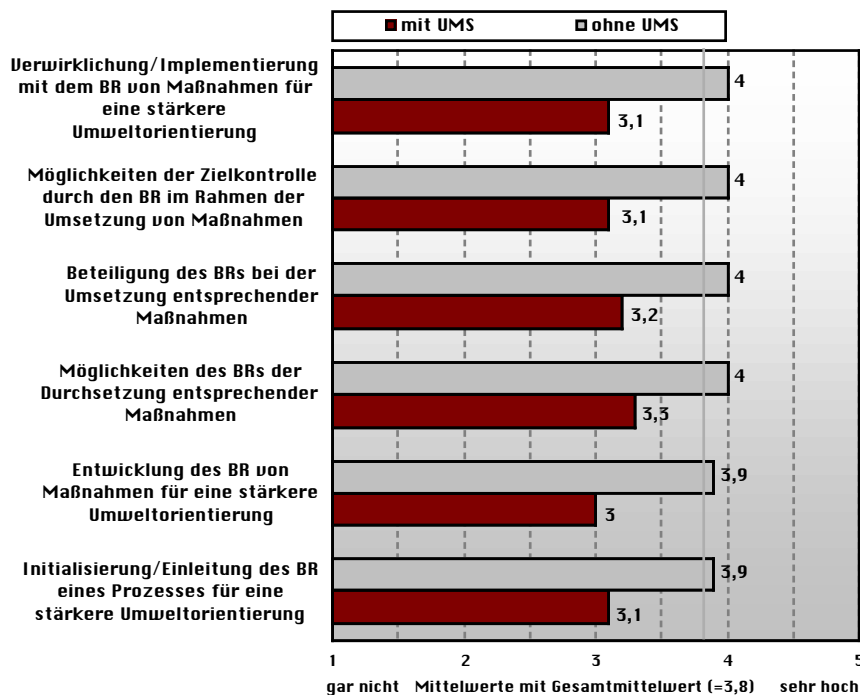
Vergleicht man den Weiterbildungsbedarf der Betriebsräte aus Unternehmen mit einem Umweltmanagementsystem (UMS) und aus Unternehmen ohne ein solches System, so klafft die Schere deutlich auseinander. Betriebsräte aus Unternehmen mit einem Umweltmanagementsystem geben signifikant weniger Weiterbildungsbedarf für alle Prozessschritte an.

Für eine stärkere umweltorientierte Entwicklung des Unternehmens und damit für ihre Beteiligungsmöglichkeiten haben die Betriebsräte einen überdurchschnittlich hohen Bedarf an eigener Weiterbildung. Das trifft insbesondere für die Betriebsräte aus Unternehmen ohne Umweltmanagementsysteme zu.

Der Aufbau und die Einführung von Umweltmanagementsystemen in Unternehmen betrifft die Gesamtorganisation und alle unmittelbar und mittelbar umweltrelevanten Betriebsabläufe. Betriebsräte sind durch ihre Informations- und Mitbestimmungsrechte am Aufbau und der Entwicklung von Umweltmanagementsystemen beteiligt. Infolge dessen gewinnen sie an Erfahrungen, Erkenntnissen und Wissen über zielgeleitete Prozesse und Maßnahmen der umweltorientierten Unternehmensführung.

Der überdurchschnittlich hohe Weiterbildungsbedarf der Betriebsräte aus Unternehmen ohne Umweltmanagementsysteme unterstreicht die Aussage (s. o.), dass sie erstens die aktive Beteiligung der Betriebsräte an der umweltorientierten Entwicklung des Unternehmens anstreben und zweitens unterstützende Qualifizierung hierfür vorbereiten.

Abb. 23: Weiterbildungsbedarf in Betrieben mit/ohne Umweltmanagementsystemen



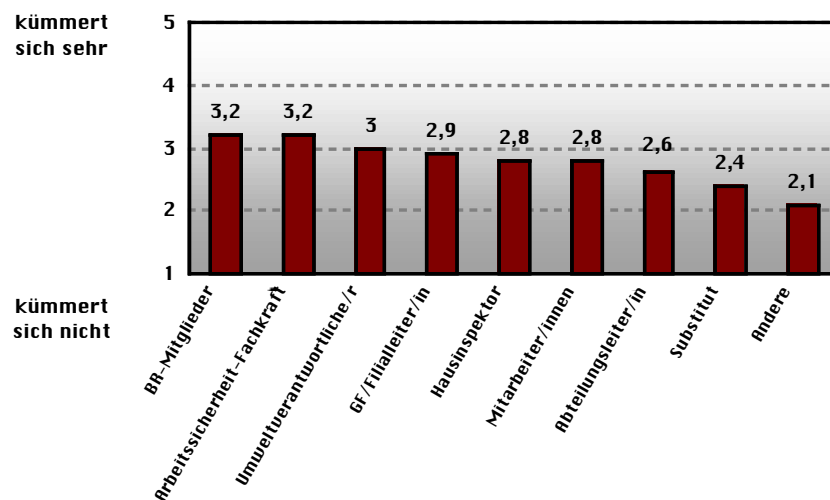
WEITERE ERGEBNISSE ZEIGEN:

- Betriebsräte aus Unternehmen mit einer Betriebsvereinbarung zum Umweltschutz geben signifikant weniger Weiterbildungsbedarf bezüglich der „Verwirklichung/Implementierung von Maßnahmen für eine stärkere Umweltorientierung“ an.
- Betriebsräte aus Unternehmen mit einem veröffentlichten Umweltbericht geben signifikant weniger Weiterbildungsbedarf bezüglich der „Initialisierung/Einleitung eines Prozesses für eine stärkere Umweltorientierung“ und der „Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen für eine stärkere Umweltorientierung“ an.
- Der Weiterbildungsbedarf unterscheidet sich nicht je nach Funktion der Betriebsratsmitglieder innerhalb ihres Gremiums.

WER KÜMMERT SICH UM DEN UMWELTSCHUTZ?

In Handelsunternehmen kümmern sich unterschiedliche Funktionsträger um die betrieblichen Belange des Umweltschutzes. Eine eindeutige Gruppe betrieblicher Zuständiger für Umweltschutz ist nicht ersichtlich. Erwähnenswert ist jedoch, dass sich die Betriebsräte dieses Themas in hohem Maße annehmen; nach eigener Einschätzung sogar stärker als die Geschäftsführung und Filialleitung. Die so genannten Beauftragten der Unternehmen, die Umweltverantwortlichen oder Fachkräfte für Arbeitssicherheit (oft in kleinen und mittleren Unternehmen unterschiedlicher Branchen verantwortlich) sind eine weitere Gruppe Zuständiger.

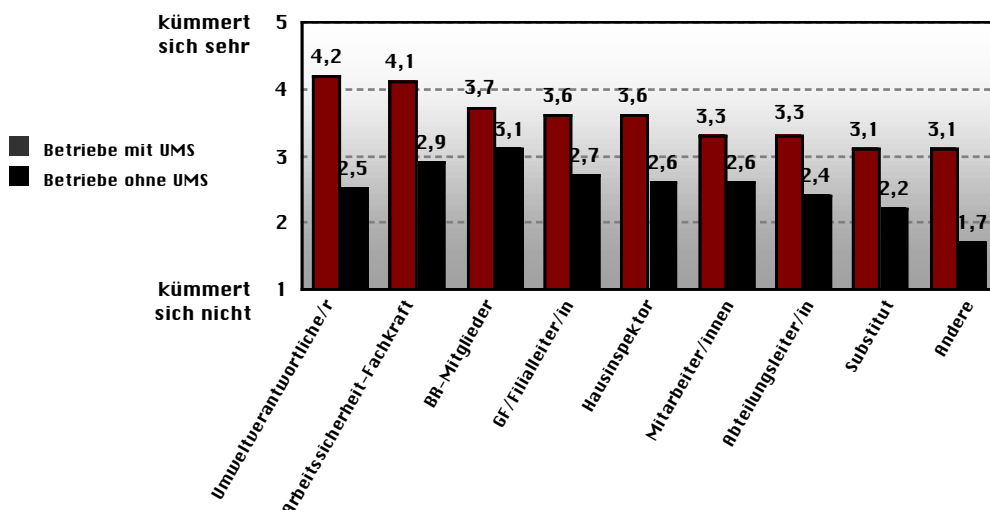
Abb. 24: Verantwortlichkeiten für den Umweltschutz



Vergleicht man dieses Ergebnis mit der Einschätzung von Betriebsräten in Unternehmen mit bzw. ohne Umweltmanagementsysteme, so zeigt sich:

1. In Unternehmen mit einem Umweltmanagementsystem bilden die Beauftragten (Umweltverantwortliche/r und Fachkraft für Arbeitssicherheit) die größte Gruppe derjenigen, die sich um den Umweltschutz kümmern. Dieses Ergebnis spiegelt die Anforderung an das Umweltmanagementsystem wider, eindeutig Zuständige und Verantwortliche festzulegen. Daneben bleibt auch das Engagement der Betriebsräte (3,7 %) hoch.
2. In Unternehmen ohne ein Umweltmanagementsystem engagieren sich die Betriebsräte (3,1 %) am stärksten für den Umweltschutz, gefolgt von den Beauftragte der Unternehmen (Umweltverantwortliche/r und Fachkraft für Arbeitssicherheit).

Abb. 25: Verantwortlichkeiten bei Unternehmen mit/ohne Umweltmanagementsystem



WELCHE ALLGEMEINEN UND UMWELTBEOZUGENEN ZIELE VERFOLGT DAS UNTERNEHMEN UND WERDEN BETRIEBSRÄTE HIERZU INFORMIERT?

Die Ergebnisse zu den Fragen:

- „Welche Ziele werden Ihrer Meinung nach von Ihrem Unternehmen verfolgt?“ (IST-Ziele) und
- „Welche Ziele sollten Ihrer Meinung nach von Ihrem Unternehmen verfolgt werden?“ (SOLL-Ziele)

spiegeln die derzeitige Zielhierarchie in Handelsunternehmen wider und stellen sie den anzustrebenden Unternehmenszielen aus Sicht der Betriebsräte gegenüber. (In den Antworten sind jeweils die drei wichtigsten Ziele aus der gesamten Zielpalette angegeben.)

Betrachtet man die Ergebnisse, so wird deutlich, dass die Handelsunternehmen aus Sicht der Betriebsräte mit

- sehr hoher Priorität das „wirtschaftliche Wachstum (92 %) und die „Steigerung des Gewinns“ (83 %) sowie mit
- mittlerer Priorität die „Sicherung der Arbeitsplätze“ (42 %) verfolgen.

Aus der Palette der vorgegebenen ökonomischen, ökologischen und sozialen Ziele werden also von den Handelsunternehmen die betriebsbezogenen ökonomischen Ziele („wirtschaftliche Wachstum“ und „Steigerung des Gewinns“) forciert. Die ökologischen und sozialen, zum Teil betriebsübergreifenden Ziele haben einen deutlich geringeren Stellenwert.

Dem gegenüber sind aus Sicht der Betriebsräte von den Unternehmen

- mit sehr hoher Priorität die „Sicherung der Arbeitsplätze“ (89 %) und
- mit hoher Priorität die „Förderung der Persönlichkeitsentfaltung der Mitarbeiter/innen“ (60 %) sowie die „Erhaltung der Umwelt“ (58 %) anzustreben.

Für die Befragten rücken also betriebsbezogene soziale und betriebsübergreifende ökologische Unternehmensziele deutlich in den Vordergrund.

Die Ergebnisse zeigen, welchen Stellenwert das Ziel „Erhaltung der Umwelt“ gegenüber allen weiteren Unternehmenszielen einnimmt bzw. einnehmen sollte.

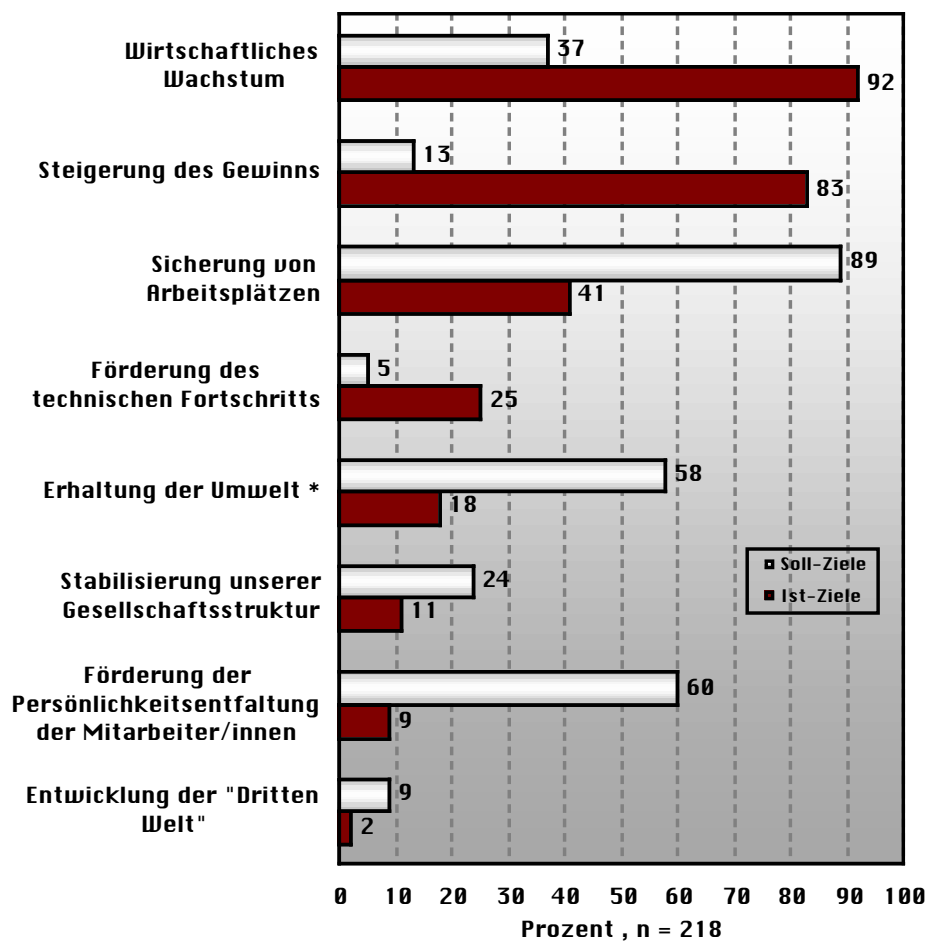
Die „Erhaltung der Umwelt“ ist für 58 % der Befragten eines der drei wichtigsten anzustrebenden Ziele. Es wird jedoch nur von 18 % der Befragten als aktuell forciertes Ziel ihres Unternehmens beschrieben und nimmt somit nur die vierte Stelle innerhalb der vorgegebenen acht Ziele ein. Positiv beschrieben hat der Umweltschutz in 18 von 100 Handelsunternehmen aktuell einen festen Platz innerhalb der drei bedeutsamsten Unternehmensziele. Gemessen an den Meinungen der Betriebsräte könnte die „Erhaltung der Umwelt“ jedoch eine weitaus höhere Bedeutung einnehmen.

Weitere Ergebnisse zeigen, dass bezüglich des Ziels „Erhaltung der Umwelt“ zwischen den Betriebsräten aus Unternehmen mit einem Umweltmanagementsystem und denen ohne Umweltmanagementsystem ein signifikanter Unterschied besteht. In den Unternehmen mit Umweltmanagementsystem sehen die Betriebsräte stärkere Bestrebungen zum „Erhalt der Umwelt“.

Damit reiht sich diese Aussage konsequent und nachvollziehbar in das Gesamtbild des betrieblichen Umweltschutzes in Handelsunternehmen aus Sicht der Betriebsräte ein:

1. Die Betriebsräte würden dem Umweltschutz eine höhere Bedeutung in den Unternehmen geben (Zielformulierung).
2. Das derzeitige Umweltengagement der Unternehmen, beurteilt nach den betrieblichen Aktivitäten, wird niedriger eingeschätzt als der betriebliche Weiterbildungsbedarf.
3. Der eigene Weiterbildungsbedarf der Betriebsräte zur Stärkung der betrieblichen Entwicklungen im Umweltschutz wird ebenfalls überdurchschnittlich hoch bewertet.

Abb. 26: Prioritäten aus Sicht der Unternehmen und der Betriebsräte

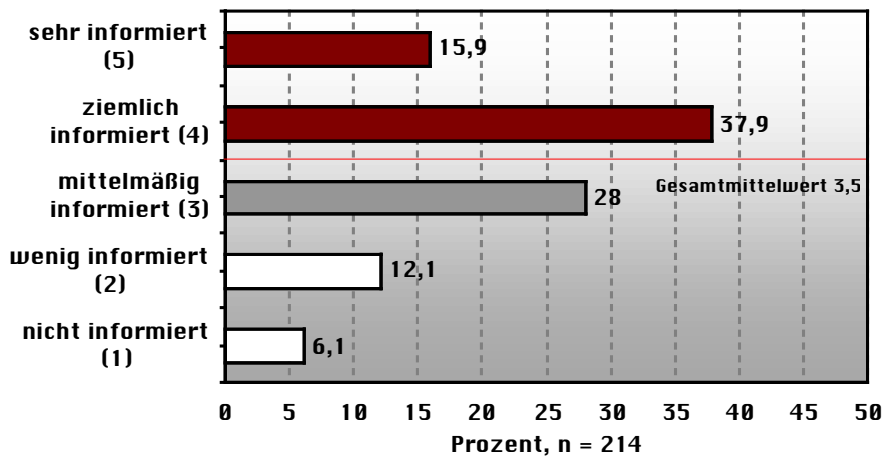


WIE STARK IST DER BETRIEBSRAT ÜBER UNTERNEHMENSBELANGE INFORMIERT?

Die Befragten geben an, inwiefern sie sich über die allgemeinen Unternehmensziele und über die umweltbezogene Unternehmensentwicklung informiert fühlen.

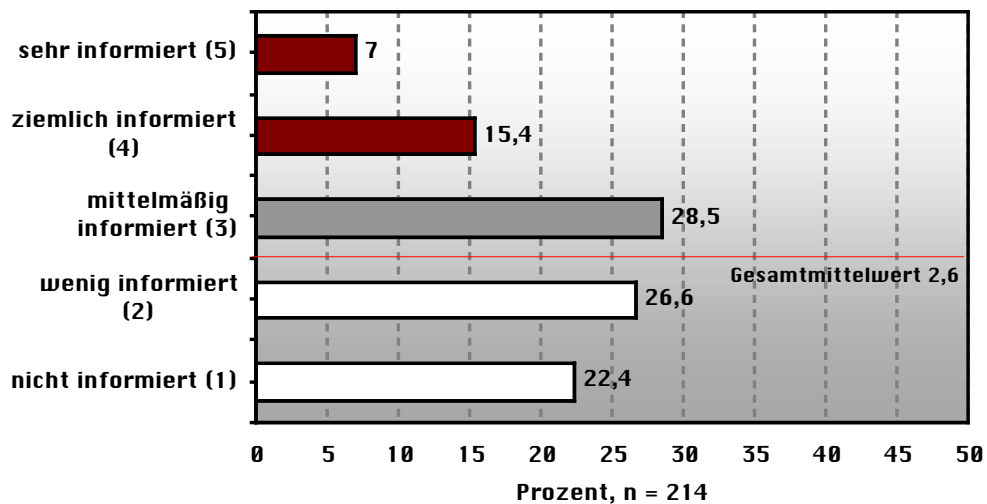
Bei den allgemeinen Unternehmenszielen geben 53,8 % der Befragten an „ziemlich“ bis „sehr“ informiert zu sein. „Mittelmäßig“ informiert fühlen sich 28 % und 18,2 % der Befragten fühlen sich „wenig“ bis „nicht informiert“.

Abb. 27: Informationen der Betriebsräte über allgemeine Unternehmensziele



Anders verhält es sich bei umweltbezogenen Unternehmensentwicklungen. Die befragten Betriebsräte sind sehr viel besser über allgemeine Unternehmensziele als über umweltbezogene Unternehmensentwicklungen informiert. Denn weitaus mehr der Befragten (49 %) fühlen sich über letztere „wenig“ bis „nicht“ informiert, nur 22,4 % der Befragten geben an „ziemlich“ bis „sehr“ informiert zu sein.

Abb. 28: Informationen der Betriebsräte über umweltbezogene Entwicklungen



Vergleicht man darüber hinaus die Informiertheit der Betriebsräte über umweltbezogene Unternehmensentwicklung in Unternehmen mit bzw. ohne Umweltmanagementsysteme (UMS), wird deutlich, dass die Informiertheit der Betriebsräte aus Unternehmen mit Umweltmanagementsystemen deutlich ansteigt (Mittelwert 3,4).

Abb. 29: Informationen über umweltbezogene Entwicklungen in Unternehmen mit/ohne Umweltmanagementsystemen

