

Stakeholder-Management bei HOCHTIEF

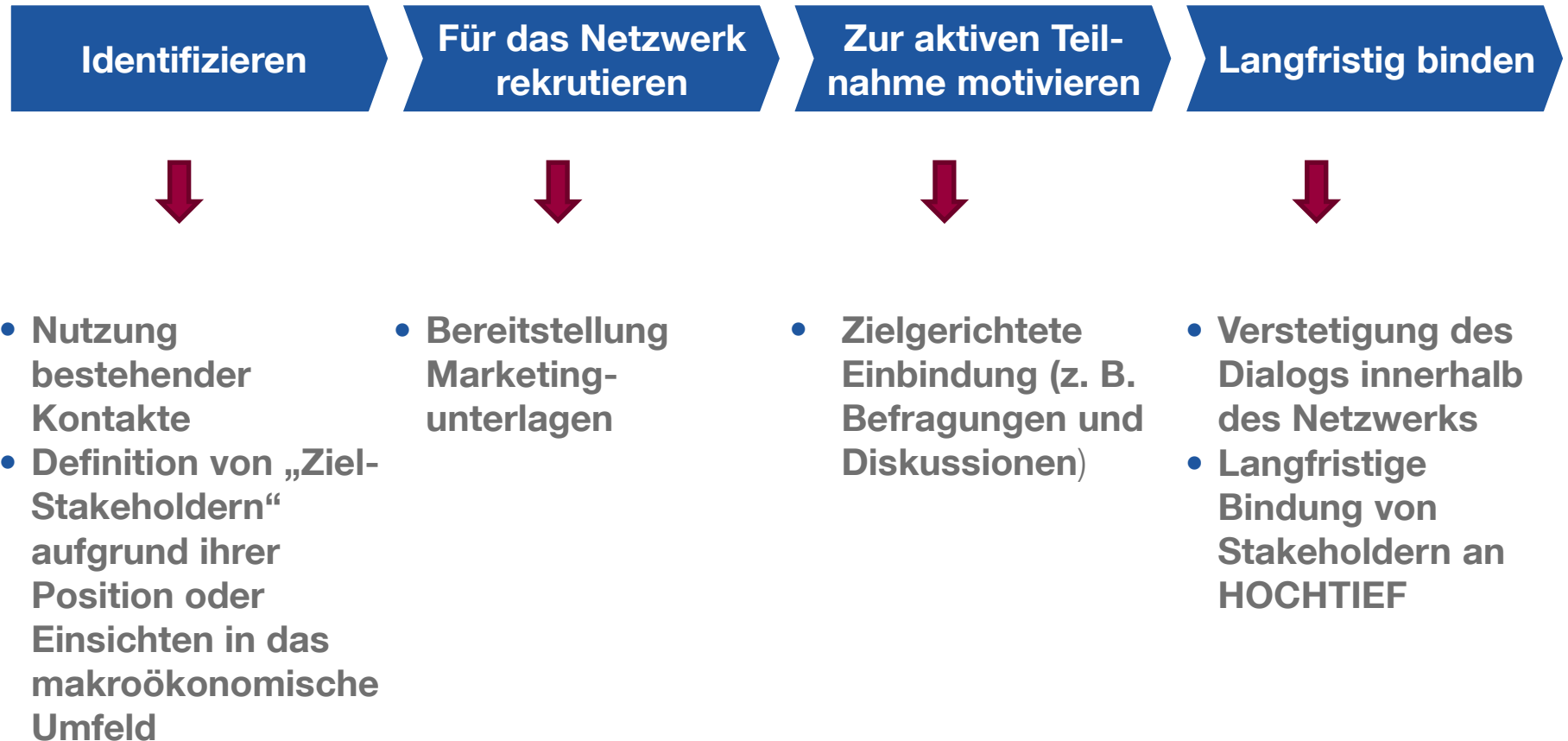
HOCHTIEF-Konzernkommunikation



Stakeholder-Management bei HOCHTIEF

- Die Geschäftstätigkeit von HOCHTIEF ist eingebettet in einen gesellschaftlichen Kontext und unterliegt dem Einfluss vielfältiger Anspruchsgruppen (Stakeholder).
- Das Stakeholder-Management dient der systematischen Erfassung und strategischen Berücksichtigung von Anforderungen unterschiedlicher Stakeholder des Konzerns im Rahmen des nachhaltigen und verantwortungsvollen Wirtschaftens sowie der öffentlichen Positionierung im Bezug auf Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility.
- Der Dialog mit den unterschiedlichen Interessengruppen erfolgt im laufenden Geschäftsprozess, wenn operative und zentrale Einheiten des Konzerns mit den Anspruchsgruppen in Kontakt kommen.
- Das Stakeholder-Management nutzt vorhandene Kommunikationsinstrumente, indem es strategisch ausgewählte Informationen für die Stakeholder-Gruppen platziert und gezielt Rückmeldungen aus der Kommunikation mit den Stakeholdern einfordert. So kann ein dezentral geführter Dialog mit den Stakeholdern im Bezug auf ausgehende Informationen koordiniert und im Bezug auf eingehendes Feedback zentral ausgewertet und strategisch genutzt werden.

Prozess der Stakeholder-Einbindung



Stakeholderkreis

- Der relevante Stakeholderkreis setzt sich aus internen sowie externen Stakeholdern zusammen:

- **Interne:** alle HOCHTIEF-Mitarbeiter, Betriebsrat, Vorstand, Aufsichtsrat,
- **Externe:** Personen, die für HOCHTIEF direkt oder indirekt von besonderer Bedeutung sind und über Kenntnisse verfügen, um gesellschaftliche oder technische Entwicklungen kompetent zu beurteilen. Dieser Kreis umfasst explizit auch Personen aus dem erweiterten Umfeld, die einen unvoreingenommenen Blick auf das Geschäft mitbringen.

Dazu zählen:

Aktionäre; Vertreter von Verbänden und Organisationen; Vertreter von NGOs; Kunden; Nachbarn und Anwohner; Hochschulvertreter, Wissenschaftler; Nachunternehmer und Lieferanten; Schüler, Studenten, Hochschulabsolventen; Vertreter von Staat und Behörde; Journalisten; Investoren, Analysten und Bankenvertreter

Zielgruppenspezifische Aktivitäten und Formate

- Aktive Baustellenkommunikation mit Kunden, Anwohnern und Nachunternehmern
- Mitarbeiterfeedbacks
- Pressearbeit
- Kapitalmarktkommunikation
- Präsenz auf Fachmessen, Kongressen und Veranstaltungen national und international
- Durchführung von Marktstudien und Kundenbefragungen/-Zufriedenheitsanalysen
- Image- und Reputationsuntersuchungen
- Qualitätsbewertungen/-audits
- Stakeholder-Dialoge

Stakeholder-Dialog: Qualitätskriterien

- **Inklusivität/Partizipation**
 - Gezielte Einbeziehung der Stakeholder
- **Diversität**
 - Vielfalt der Interessengruppen
- **Verfahrensgerechtigkeit**
 - Transparenz, Objektivität
- **Wesentlichkeit**
 - Relevanzeinschätzung
- **Kommunikation**
 - Aufnahme und Bearbeitung von Stakeholder Anfragen
- **Anwendung der Chatham House Rule**
 - Freie Verwendung der erhaltenen Informationen ohne Preisgabe der Identität oder Zugehörigkeit von Rednern oder anderen Teilnehmern

Stakeholder-Dialog: Ein Gewinn für alle

- Seit 2014 jährlich durchgeführte Veranstaltung, vom Vorstand aktiv begleitet
- Erschließung eines hochkarätigen, branchenübergreifenden Netzwerks
- Stützung der externen Wahrnehmung als Innovator und Gestalter von Zukunftsthemen
- Mehrwert durch Feedback (Ideen und Empfehlungen)
- Nachhaltige Bindung der Teilnehmer an HOCHTIEF

Stakeholder-Dialog: Ein Gewinn für alle

Ziele von HOCHTIEF:

- Austausch über Einstellungen und Interessen der Stakeholder zu Themenfeldern der Nachhaltigkeit bei HOCHTIEF sowie ihre Relevanzschätzung
- Unterstützung des Wissens-, Risiko- und Nachhaltigkeitsmanagements und Weiterentwicklung der HOCHTIEF-Strategie
- Input zur Unternehmensstrategie sowie zu Produkten und Dienstleistungen
- Akzeptanz und Legitimation der Unternehmensaktivität

Nutzen der Teilnehmer:

- Inspiration zu neuem Denken und neuen Geschäftsideen
- Anerkannter Status als führender Kopf im jeweiligen Bereich
- Hochkarätige Kontakte, Ausbau eigener Netzwerke
- Erlangen eines Vorsprungs an Wissen in zeitlicher und qualitativer Hinsicht
- Exklusive Einblicke in Projekte und Aktivitäten bei HOCHTIEF
- Darstellung eigener Kompetenz und Fähigkeiten im exklusiven Zirkel, Erkenntnisgewinn aus dem interdisziplinären Zusammenhang vieler Perspektiven

CR-Stakeholder-Einbindung bei HOCHTIEF

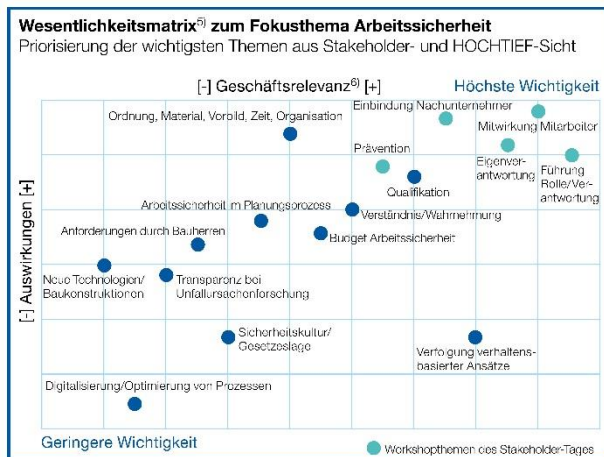
Ein wichtiger Baustein der Nachhaltigkeitsstrategie

- **Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen wir klare Ziele: Wir wollen für uns relevante Themen antizipieren, Geschäftschancen und Marktpotenziale nutzen und Risiken verringern.**
- **Dabei kennen und berücksichtigen wir die Ansprüche und Bedürfnisse unserer Stakeholder.**
- **Durch eine aktive Einbindung unserer Stakeholder sind wir in der Lage, die für uns relevanten Themen besser zu antizipieren, Geschäftschancen und Marktpotenziale effizienter zu nutzen und mögliche Risiken frühzeitig zu minimieren.**
- **Die angemessene Einbindung der Stakeholder ist ein Bestreben und eine kontinuierliche Aufgabe für das CR-Management bei HOCHTIEF.**

CR-Wesentlichkeitsanalyse

Ergebnis der internen und externen Priorisierungen der Stakeholder

- Die Gültigkeit der Nachhaltigkeitsthemen wird jährlich überprüft, um bei Bedarf Anpassungen vornehmen zu können.
 - 2016 beteiligten sich insgesamt 1670 Teilnehmer an einer online durchgeführten Stakeholder-Befragung sowie einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung. Die Ergebnisse bestätigten die Bedeutung der Themenfelder der Nachhaltigkeit.



⁵⁾Die Wesentlichkeitsanalyse 2016, die im Berichtsjahr grundsätzlich weiterhin Bestand hat, finden Sie im Internet unter www.hochtief.de/nachhaltigkeit unter dem Stichwort „Wesentlichkeit“. 2017 erfolgte eine Wesentlichkeitsbeurteilung für das Fokusthema Arbeitssicherheit aus dem CR-Themenfeld „Attraktive Arbeitswelt“.

⁶⁾Interne Bewertung AGUS, CR-Staff und Konzernkommunikation



- 2017 brachten im Format eines interaktiven Web-Dialogs unter dem Motto „Gemeinsam besser werden“ 1800 externe und interne Stakeholder ihre Meinung zu verschiedenen Themenbereichen der Arbeitssicherheit ein. Die Erkenntnisse ermöglichen die weitere Verbesserung der Arbeitssicherheitsprogramme für Mitarbeiter und Partner.

Kommunikation als Erfolgsfaktor

- Aktive Gestaltung eines dynamischen und wechselseitigen Austauschs zwischen den relevanten Interessengruppen zur Schärfung des Blicks auf den Markt und relevante Einflussfaktoren.
- Kenntnis und Berücksichtigung der Stakeholder-Perspektive ist ein Beitrag zur Reputation, Zukunftsfähigkeit und Erfolg des Unternehmens sowie seiner Projekte.
- ➔ Beim Brückenprojekt „**Queensferry Crossing**“ nördlich von Edinburgh in Schottland wurde schon in der Startphase ein „Contact & Education Center“ mit einer „Brücke zum Anfassen“ eingerichtet. Schulklassen aus der Umgebung besuchten die Baustelle, und es gab „Tage der offenen Baustelle“. Nicht zuletzt war interne Kommunikation essenziell, vor allem, wenn bei Großprojekten wie hier zu Spitzenzeiten zirka 1200 Menschen auf der Baustelle arbeiteten. Ein interner Newsletter informierte die Baubeteiligten über den allgemeinen Baufortschritt, Sicherheitsfragen und wichtige Details. Dies diente auch der Motivation der Mitarbeiter.

Kommunikation als Erfolgsfaktor

- ➔ Gerade bei großen Infrastrukturprojekten – wie dem Ausbau der **Autobahn 7** nördlich von Hamburg – gewinnt die Abstimmung unter allen Beteiligten immer mehr an Bedeutung. Es ist von großer Bedeutung für HOCHTIEF, dass Anwohner und Pendler, Kunden, Politiker, Nachunternehmer, spätere Nutzer und Weitere Interessierte stets frühzeitig informiert werden. Dies geschieht in enger Abstimmung mit der HOCHTIEF-Konzernkommunikation. Die Anforderungen sind durch die Möglichkeiten, die das Internet mit sozialen Netzwerken bietet, höher als noch vor einigen Jahren. Dadurch steigen auch die Chancen, möglichst viele Menschen zu erreichen. „Via Solutions Nord“ mit HOCHTIEF als Federführer, stimmt sich eng mit dem Verkehrsministerium ab. Die Bauleiter stehen in einem direkten Kontakt zu Journalisten, Anwohnern und Pendlern und findet auf jede Frage eine Antwort.