

Wir bauen die Welt von morgen.



Stakeholder-Management bei HOCHTIEF

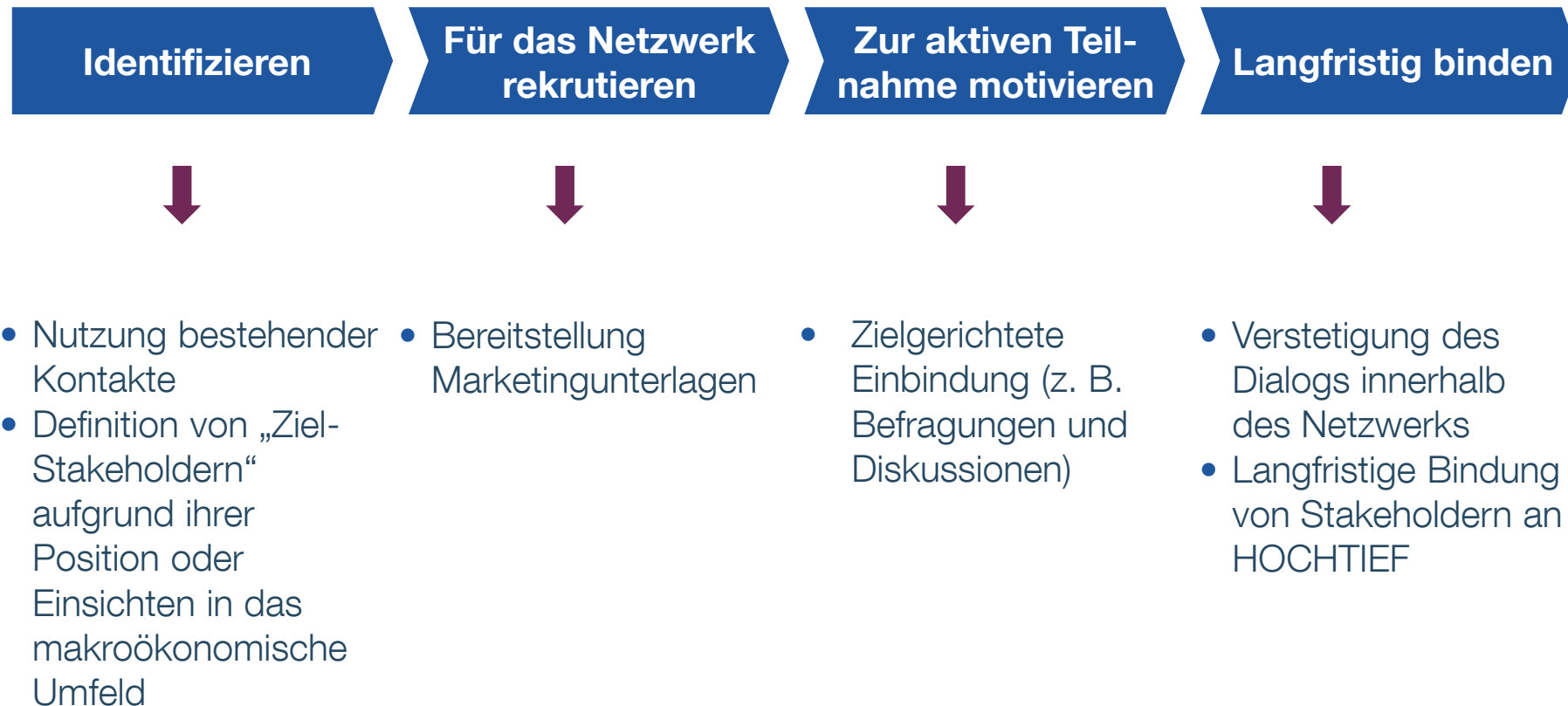


**KOMPETENZ
ALS FUNDAMENT**

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.
 - Der Dialog mit den unterschiedlichen Interessengruppen erfolgt im laufenden Geschäftsprozess, immer dann, 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.
- ➔ Die Kenntnis und Berücksichtigung der Stakeholder-Perspektive ist ein Beitrag zur Zukunftsfähigkeit, Erfolg und Reputation des Unternehmens und seiner Projekte.

Prozess der Stakeholder-Einbindung



Stakeholderkreis

- Der relevante Stakeholderkreis setzt sich aus internen sowie externen Stakeholdern zusammen:
 - Interne: alle HOCHTIEF-Mitarbeitende, 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/Aktionärinnen; Vertreter/Vertreterinnen von Verbänden und Organisationen; Vertreter/Vertreterinnen von NGOs; Kunden/Kundinnen; Nachbarn/Nachbarinnen und Anwohnende; Hochschulvertreter/-vertreterinnen, Wissenschaftler/Wissenschaftlerinnen; Nachunternehmer/Nachunternehmerinnen und Lieferanten/Lieferantinnen; Schüler/Schülerinnen, Studierende, Hochschulabsolventen/-absolventinnen; Vertreter/Vertreterinnen von Staat und Behörden; Journalisten/Journalistinnen; Investoren/Investorinnen, Analysten/Analystinnen und Bankenvertreter/-vertreterinnen

Zielgruppenspezifische Aktivitäten und Formate

Beispiele

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

Stakeholder-Dialog: Qualitätskriterien

- Inklusivität/Partizipation
 - Gezielte Einbeziehung der Stakeholder
- Diversität
 - Vielfalt der Interessengruppen
- Verfahrensgerechtigkeit
 - Transparenz, Objektivität
- Wesentlichkeit
 - Relevanzeinschätzung
- Kommunikation
 - Aufnahme und angemessene Bearbeitung von Stakeholder-Anfragen

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 stellt eine kontinuierliche Aufgabe für das CR-Management bei HOCHTIEF dar.
- Ein wesentliches Instrument sind regelmäßig durchgeführte Stakeholder-Dialoge mit Key-Stakeholdern von HOCHTIEF

CR-Wesentlichkeitsanalyse

Ergebnis der internen und externen Priorisierungen der Stakeholder

- Regelmäßige Definition und Priorisierung von ESG-Themen, die von wesentlicher Bedeutung für die Stakeholder und das Unternehmen sind.
 - Berücksichtigung der Interessen und Erwartungen der Key-Stakeholder
 - Evaluation der ökonomischen, sozialen und umweltrelevanten Auswirkungen des Unternehmens
 - Einordnung der aktuellen und künftigen Geschäftsauswirkungen von HOCHTIEF auf die identifizierten Themen

HOCHTIEF-Wesentlichkeitsmatrix: Regelmäßige Überprüfung

2021/2022

