

Abstract

Das Thema Nachhaltigkeit ist heute präsenter denn je. Zunehmende öffentliche Aufmerksamkeit, steigende gesetzliche Anforderungen, ethische Verpflichtungen und Ressourcenknappheit sind treibende Kräfte, die Unternehmen zu nachhaltigem Handeln und dessen Kommunikation herausfordern.

Vor dieser Herausforderung steht auch das Universitätsklinikum Freiburg (UKF), da die interne und externe Nachhaltigkeitskommunikation bisher keiner übergreifenden Strategie folgt. Darüber hinaus gibt es am UKF zwar bereits mehrere Bereiche, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit befassen und teilweise entsprechende Maßnahmen geplant und umgesetzt haben. Die Nachhaltigkeitskommunikation dieser Bereiche ist jedoch bisher noch nicht ausreichend erfolgreich. Ziel dieser Arbeit ist es, Kommunikationsdefizite zu identifizieren und ein strategisches Konzept für die Nachhaltigkeitskommunikation zu entwickeln. Dazu wird der Status quo der Nachhaltigkeitskommunikation am UKF mithilfe von Experteninterviews untersucht. Zudem wird ein Benchmarking mit einem Klinikkonzern durchgeführt, der bereits erfolgreich in diesem Bereich kommuniziert. Die Analyseergebnisse zeigen, dass am UKF eine konsistente und effektive Strategie für Nachhaltigkeitskommunikation fehlt. Überdies findet keine übergreifende Kommunikation zwischen den Bereichen statt. Strategische Strukturen, die dies ermöglichen, fehlen am UKF. Durch das Benchmarking konnten Verbesserungspotenziale des UKF bei der Formulierung von Zielen, Kernbotschaften und Strategien sowie deren Umsetzung identifiziert werden. Das entwickelte Konzept für die Nachhaltigkeitskommunikation am UKF definiert die Rahmenbedingungen für diese und beinhaltet die Zielgruppen, die Kommunikationsmaßnahmen und -kanäle, die Strategien und einen Zeitplan für die Implementierung. Um eine transparente und glaubwürdige Nachhaltigkeitskommunikation des UKF zu gewährleisten, gilt es, das entwickelte Konzept umzusetzen. Die größte Herausforderung bei der Umsetzung ist die Gestaltung des Veränderungsmanagements bei den Mitarbeitern.