Das Nachhaltigkeitsverständnis in der deutschen Chemiebranche

Ergebnisse einer Beschäftigten-Befragung

Industriegewerkschaft
Bergbau, Chemie, Energie

BAVC
Die ChemieArbeitgeber

arbeit
und
umwelt
STIFTUNG DER IG BCE

Impressum

STUDIE
Das Nachhaltigkeitsverständnis
in der deutschen Chemiebranche.
Ergebnisse einer Beschäftigten-Befragung.

ERSTELLT VON
Stiftung Arbeit und Umwelt der IG BCE
- Inselstraße 6, 10179 Berlin

PROJEKTLEITUNG
Carola Dittmann

IM AUFTRAG VON
Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie
- Königsworther Platz 6, 30167 Hannover

Bundesarbeitgeberverband Chemie e. V.
- Abraham-Lincoln-Straße 24, 65189 Wiesbaden

DURCHFÜHRUNG DER BEFRAGUNG
Kantar Public
- Alt-Moabit 96a, 10559 Berlin

LEKTORAT
Gisela Lehmeier, FEINSCHLIFF

SATZ UND LAYOUT
pandamedien GmbH & Co.KG

TITELBILD
© fotolia

DRUCK
Spree Druck Berlin GmbH

VERÖFFENTLICHUNG
Januar 2019

BITTE ZITIEREN ALS
Stiftung Arbeit und Umwelt der IG BCE (2019) "Das Nachhaltigkeitsverständnis in der deutschen Chemiebranche. Ergebnisse einer Beschäftigten-Befragung." Im Auftrag von IG BCE und BAVC.

Vorwort

Nachhaltigkeit ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Im September 2015 hat sich die Staatengemeinschaft auf 17 globale Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals; SDGs) verständigt. Diese „Agenda 2030" erfordert ein sozial, ökologisch und wirtschaftlich nachhaltiges globales Handeln. Die dafür notwendigen Transformationsprozesse bedürfen einer gemeinsamen Anstrengung von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Besonders wichtige Akteure auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit sind die Unternehmen, die sowohl nach außen gerichtete Produkte und Dienstleistungen als auch interne Prozesse an einem nachhaltigen Leitbild ausrichten müssen. Um diesen Prozess in der chemisch-pharmazeutischen Industrie zu unterstützen, haben der Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI), die Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und der Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) die gemeinsame Nachhaltigkeitsinitiative Chemie[3] gegründet. Ziel der Initiative ist es, Nachhaltigkeit als Leitbild in der gesamten Branche zu verankern und den Beitrag der Chemieindustrie zu einer nachhaltigen Entwicklung auszubauen.

Nachhaltigkeit hat viele Facetten und beinhaltet für das einzelne Unternehmen in der Praxis verschiedene Handlungsoptionen. Grundsätzlich gilt, dass nachhaltiges Wirtschaften nur gelingen kann, wenn Unternehmen und Beschäftigte an einem Strang ziehen. Die Beschäftigten müssen beteiligt und auch selbst initiativ werden können.

Wie ist das Nachhaltigkeitsverständnis der Beschäftigten in der Branche, und wie schätzen diese die Aktivitäten ihrer Unternehmen und eigene Handlungsoptionen ein? Diesen Fragen widmet sich eine Befragung, die IG BCE und BAVC mit Unterstützung der Stiftung Arbeit und Umwelt der IG BCE durchgeführt haben. Die Ergebnisse haben wir in dieser Broschüre zusammengestellt.

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist groß. Allerdings hat die Befragung verdeutlicht, dass es noch einiger Anstrengung bedarf, die Dreidimensionalität von nachhaltiger Entwicklung und die wechselseitige Beeinflussung von Ökologie, Ökonomie und Sozialem stärker herauszustellen.

Ebenso zeigen die Ergebnisse, dass eine Vielzahl von Unternehmen auf einem guten Weg sind und ein hohes Nachhaltigkeitsengagement aufweisen. Allerdings wird auch deutlich, dass es hier auf die Größe ankommt: je größer der Betrieb, desto stärkerer Fokus auf Nachhaltigkeitsthemen.

Sozialpartnerschaft hat eine gute Tradition in der Branche. Die Ergebnisse spiegeln eindrucksvoll wider, dass sich Tarifbindung und Mitbestimmung positiv auf das Nachhaltigkeitsengagement auswirken. Dieses Fundament gilt es zu bewahren und weiter auszubauen.

Die Befragung zeigt jedoch ebenso eine Reihe von Verbesserungspotenzialen und Handlungsoptionen für die unternehmerische Praxis auf. Diese Impulse wollen wir aufgreifen und in die Initiative Chemie[3] einbringen – und so dazu beitragen, dass die Welt jeden Tag ein bisschen nachhaltiger und unsere Branche jeden Tag ein bisschen zukunftsfähiger wird.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre mit „nachhaltigen" Erkenntnissen!

Xaver Schmidt
Leiter der Abteilung Vorsitzender

Industriegewerkschaft
Bergbau, Chemie, Energie

Dr. Andreas Ogrinz
Geschäftsführer
Bildung, Innovation, Nachhaltigkeit

Bundesarbeitgeberverband Chemie e. V.

Inhalt

Impressum . . . 2

Vorwort . . . 3

Hintergrund . . . 6

Hinweise zur vorliegenden Studie . . . 7

1. Nachhaltigkeit in aller Munde . . . 8

Jung und gut ausgebildet . . . 8

2. Ökologische Aspekte dominieren . . . 10

3. Betriebliches Engagement . . . 12

Auf die Größe kommt es an . . . 13

Initiativen zur Förderung von Innovationen . . . 13

Programme zur Materialeinsparung oder Ressourceneffizienz . . . 14

Berufliche Weiterbildung . . . 15

Mentoring oder Patenschaften zur gezielten Förderung von Mitarbeitern . . . 16

Erstausbildung bzw. berufsvorbereitende Maßnahmen . . . 17

Betriebliche Gesundheitsprogramme oder Betriebssport . . . 18

Angebote bei der Betreuung bzw. Pflege von Angehörigen . . . 19

Soziales bzw. ehrenamtliches Engagement der Beschäftigten . . . 20

4. Zufriedenheit der Beschäftigten . . . 21

Möglichkeiten zur beruflichen Weiterbildung/Qualifizierung . . . 22

Anerkennung durch Vorgesetzte sowie Kolleginnen und Kollegen . . . 23

Vereinbarkeit von beruflichen Anforderungen und Privatleben . . . 24

5. Gesellschaftliche Herausforderungen . . . 25

6. Persönliches Nachhaltigkeitsengagement . . . 26

7. Chemie^3 – die Nachhaltigkeitsinitiative der Chemiebranche . . . 27

Bekanntheit von Chemie^3 . . . 27

Chemie^3-Angebote für die Beschäftigten . . . 28

Bedeutung von Chemie^3 . . . 29

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bekanntheit des Begriffs Nachhaltigkeit . . . 8
Abbildung 2: Begriffskenntnis (nach Altersklassen) . . . 9
Abbildung 3: Begriffskenntnis (nach formalem Bildungsabschluss) . . . 9
Abbildung 4: Assoziationen zum Begriff Nachhaltigkeit . . . 10
Abbildung 5: Soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Wettbewerbsstärke als Nachhaltigkeitsthemen (nach Tarifbindung) . . . 11
Abbildung 6: Betriebliche Nachhaltigkeitsaktivitäten . . . 12
Abbildung 7: Initiativen zur Förderung von Innovationen (nach Betriebsgröße/Industriezweigen) . . . 13
Abbildung 8: Programme zur Materialeinsparung/Ressourceneffizienz (nach Betriebsgröße/Betriebsratsvertretung) . . . 14
Abbildung 9: Angebote zur beruflichen Weiterbildung (nach Betriebsgröße/Tätigkeit) . . . 15
Abbildung 10: Mentoring Programme oder Patenschaften (nach Betriebsgröße/Industriezweigen) . . . 16
Abbildung 11: Erstausbildung oder berufsvorbereitende Maßnahmen (nach Betriebsgröße/Tarifbindung) . . . 17
Abbildung 12: Betriebliche Gesundheitsprogramme oder Betriebssport (nach Betriebsgröße/Betriebsratsvertretung) . . . 18
Abbildung 13: Angebote bei der Betreuung bzw. Pflege von Angehörigen (nach Betriebsgröße/Betriebsratsvertretung) . . . 19
Abbildung 14: Unterstützung des sozialen bzw. ehrenamtlichen Engagements der Beschäftigten (nach Betriebsgröße/Industriezweig) . . . 20
Abbildung 15: Aspekte der Mitarbeiterzufriedenheit . . . 21
Abbildung 16: Zufriedenheit mit Weiterbildungs- und Qualifizierungsangeboten (nach Betriebsgröße/Tätigkeit) . . . 22
Abbildung 17: Anerkennung durch Vorgesetzte bzw. durch Kolleginnen und Kollegen (nach Tätigkeit) . . . 23
Abbildung 18: Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance (nach Alter) . . . 24
Abbildung 19: Gesellschaftliche Herausforderungen . . . 25
Abbildung 20: Aspekte des persönlichen Nachhaltigkeitsengagements . . . 26
Abbildung 21: Bekanntheit der Nachhaltigkeitsinitiative Chemie³ . . . 27
Abbildung 22: Unterstützungsangebote . . . 28
Abbildung 23: Bedeutung von Chemie³ . . . 29

Hintergrund

Im Mai 2013 haben der Verband der chemischen Industrie (VCI), die Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) und der Bundesarbeitgeberverband Chemie (BAVC) zusammen die Nachhaltigkeitsinitiative Chemie³ gestartet. Gemeinsames Ziel ist es, die nachhaltige Entwicklung der deutschen Chemiebranche zu unterstützen. Dabei wird Nachhaltigkeit verstanden als Verpflichtung gegenüber jetzigen und zukünftigen Generationen und als Zukunftsstrategie, in der wirtschaftlicher Erfolg mit sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Verantwortung verknüpft ist.

„Mit der Initiative Chemie³ wollen die Allianzpartner von Chemie³ [VCI, IG BCE und BAVC] Nachhaltigkeit als Leitbild in der chemischen Industrie verankern. Dazu hat Chemie³ zwölf "Leitlinien zur Nachhaltigkeit für die chemische Industrie in Deutschland" erarbeitet und unterstützt die Mitglieder der Allianzpartner [Unternehmen und Beschäftigte] bei deren Anwendung im Unternehmensalltag."[1]

Im Jahr 2017 wurde eine neue Strategie für die Nachhaltigkeitsinitiative Chemie³ im Rahmen eines breiten Diskussionsprozesses erarbeitet und verabschiedet.

Die neue strategische Zielsetzung für den Zeitraum 2018–2022 nimmt erstmals auch die Beschäftigten der Branche in den Fokus. Ziel ist es, das Bewusstsein für die Bedeutung der sozialen, ökonomischen und ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit bei den Beschäftigten der Branche zu stärken. Chemie³ hat die Intention, das betriebliche Engagement durch konkrete Angebote zu unterstützen.

Um Annahmen des derzeitigen Nachhaltigkeitsverständnisses der Beschäftigten zu validieren und einen Bezugspunkt zur Überprüfung von Veränderungen zu haben, wurde im II. Quartal 2018 eine Befragung von Beschäftigten der chemisch-pharmazeutischen und der Kunststoffindustrie durchgeführt.

Im Mittelpunkt der Befragung standen das Verständnis zu den Dimensionen der Nachhaltigkeit, das Angebot und die Akzeptanz von Nachhaltigkeits-Aktivitäten im privaten und beruflichen Umfeld und das persönliche Engagement. Darüber hinaus sollte die Beschäftigten-Befragung Aufschluss über die Reichweite und Wahrnehmung der Nachhaltigkeitsinitiative Chemie³ geben.

[1] https://www.chemiehoch3.de/de/home/die-initiative/ziele.html

Hinweise zur vorliegenden Studie

Die Befragung wurde von Kantar Public im Auftrag von IG BCE und BAVC durchgeführt, die Stiftung Arbeit und Umwelt der IG BCE wurde mit der Auswertung der Ergebnisse betraut. Die Datenerhebung hat im Zeitraum vom 05. bis 18. Juni 2018 stattgefunden. Die Daten der Studie wurden durch Online-Befragung (Computer Assistet Web Interviewing; CAWI) im Rahmen des Online-Access Panels von Payback erhoben.

Ausgehend von der Grundgesamtheit der abhängig Beschäftigten der Chemiebranche ab 18 Jahren im Panel wurden bundesweit 805 Beschäftigte der chemisch-pharmazeutischen Industrie (Wirtschaftszweige 20/21)[2] sowie der Gummi- und Kunststoffindustrie (Wirtschaftszweig 22) befragt.

Die ermittelten Daten wurden soziodemographisch (nach Branche, Alter, Geschlecht und Bundesland) auf der Grundlage von Informationen des Statistischen Bundesamtes gewichtet.

Die im Folgenden angegebenen Prozentwerte beziehen sich auf die Gesamtheit der Befragten bzw. auf die definierten Teilgruppen und summieren sich jeweils zu 100 Prozent, bei der Möglichkeit von Mehrfachantworten sind auch Summen über 100 Prozent erreichbar. Es handelt sich jeweils um gerundete Prozentwerte. Prozentanteile von unter 0,5 in einzelnen Antwortkategorien wurden mit 0 bewertet.

Dieser Bericht gibt die wesentlichen Ergebnisse der Umfrage wider. Informationen zur Methodik der Auswertung können bei den Sozialpartnern erfragt werden.

[2] Statistisches Bundesamt (2008) Klassifikation der Wirtschaftszweige

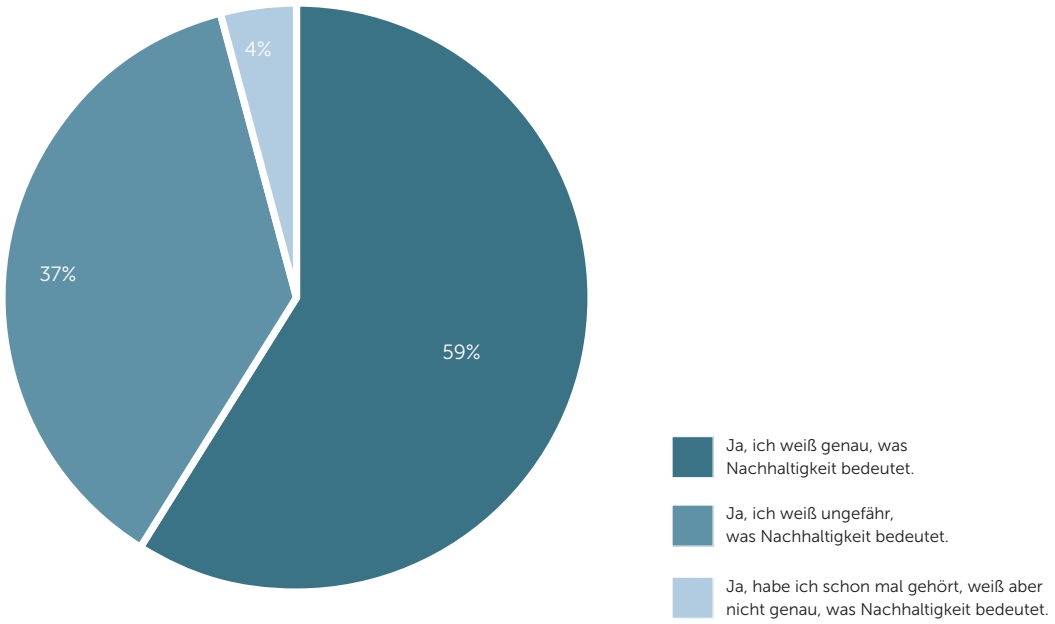
1. Nachhaltigkeit in aller Munde

Der Begriff Nachhaltigkeit wird vielseitig verwendet und ist weithin bekannt. Ob beim privaten Einkaufen, in der Werbung, in der Politik oder im Betrieb – es gibt kaum einen Lebensbereich, in dem das Schlagwort keine Anwendung findet. Eine Google-Abfrage zum Terminus verweist auf mehr als 19,1 Millionen Einträge.

So verwundert es auch nicht, dass fast allen Befragten der Begriff Nachhaltigkeit bekannt ist. Doch wie sieht es mit seiner konkreten Bedeutung aus? Knapp zwei Drittel (59 Prozent) geben an, sie genau zu kennen. Weitere 37 Prozent der Beschäftigten haben eine ungefähre Vorstellung, was der Begriff bedeutet. Lediglich vier Prozent geben an, den Begriff zwar zu kennen, seine genaue Bedeutung aber nicht.

Abbildung 1: Bekanntheit des Begriffs Nachhaltigkeit

Frage: Haben Sie schon einmal den Begriff „Nachhaltigkeit" gehört? Würden Sie sagen ...

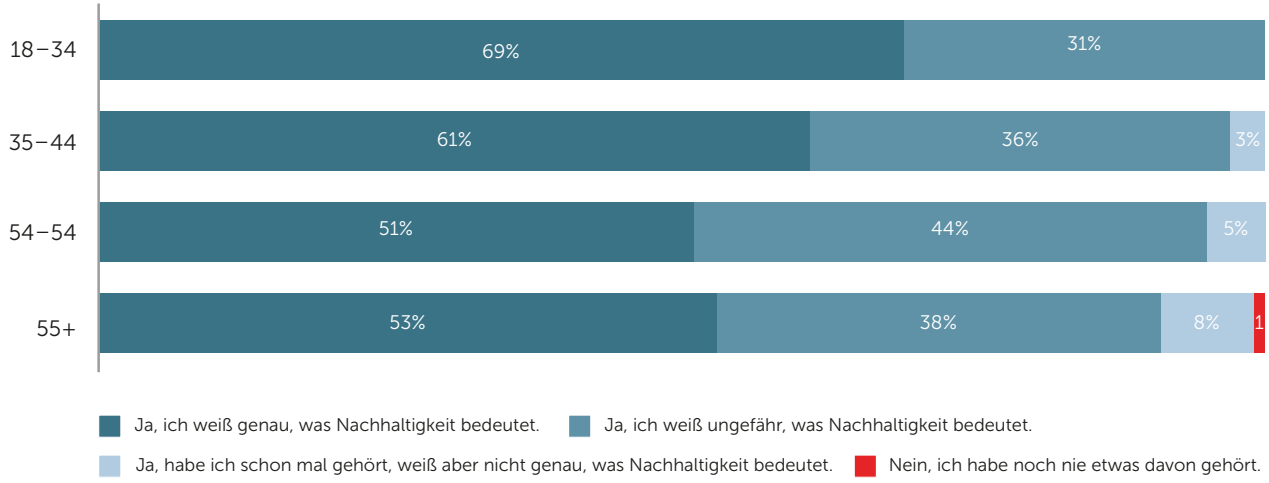


Jung und gut ausgebildet

Dennoch fällt der Bekanntheitsgrad nicht in allen Altersklassen gleichermaßen hoch aus. Insbesondere die jüngeren Altersgruppen geben überdurchschnittlich oft an, die Bedeutung von Nachhaltigkeit genau zu kennen.

Bei den 18- bis 34-Jährigen sind sich alle sicher, die Begriffsbedeutung zumindest ungefähr zu kennen, 69 Prozent wissen sogar genau, was sie umfasst. In der Kohorte der 55-Jährigen und älter sind sich zwar auch 91 Prozent der Beschäftigten sicher, die Bedeutung genau (53 Prozent) oder zumindest ungefähr (38 Prozent) zu kennen, jedoch wissen acht Prozent nicht genau, was Nachhaltigkeit bedeutet. Ein Prozent der Befragten in dieser Altersklasse gibt sogar an, noch nie etwas von Nachhaltigkeit gehört zu haben.

Abbildung 2: Begriffskenntnis (nach Altersklassen)
Frage: Haben Sie schon einmal den Begriff „Nachhaltigkeit" gehört? Würden Sie sagen ...

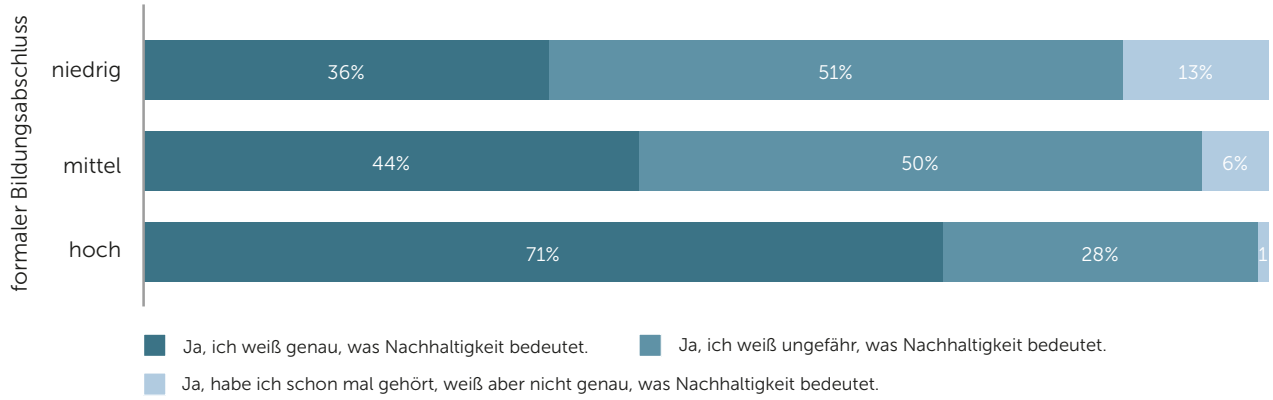


Noch stärker scheint der Wissenstand von dem jeweiligen formalen Bildungsabschluss[3] abzuhängen. In den Gruppen mit niedrigem (36 Prozent) bzw. mittlerem (44 Prozent) formalen Bildungsabschluss gibt (deutlich) weniger als die Hälfte der Beschäftigten an, die genaue Begriffseinordnung von Nachhaltigkeit zu kennen. Dagegen haben nahezu drei Viertel der Beschäftigten mit hohem formalen Bildungsabschluss (71 Prozent) eine genaue Begriffsvorstellung.

Das legt den Rückschluss nahe, je jünger und je besser ausgebildet, umso höher ist der Wissenstand zu Nachhaltigkeit. Das kann mit der in den letzten Jahren zunehmenden Bedeutung der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) zusammenhängen oder auch mit einer stärkeren Medienpräsenz der Thematik. Dennoch gibt es einen beachtlichen Anteil an Beschäftigten, die nur eine ungefähre bzw. keine Vorstellung der Bedeutung von Nachhaltigkeit haben. Deshalb ist es wichtig, auf allen gesellschaftlichen Ebenen aktiv das Thema zu befördern – angefangen von der (frühkindlichen) Bildung bis in den (betrieblichen) Alltag.

Weitere signifikante Unterschiede, beispielsweise zwischen den Geschlechtern oder Regionen, konnten nicht festgestellt werden.

Abbildung 3: Begriffskenntnis (nach formalem Bildungsabschluss [3])
Frage: Haben Sie schon einmal den Begriff „Nachhaltigkeit" gehört? Würden Sie sagen ...



[3] Mit (formal) niedrigem Bildungsabschluss ist ein Haupt- bzw. Volksschulabschluss oder ähnliches gemeint. Der (formal) mittlere Bildungsabschluss umfasst einen Realschulabschluss (Mittlere Reife) bzw. POS. In der Gruppe mit (formal) hoher Bildung sind Fach-/Hochschulreife, Abitur bzw. EOS, ein Fachhochschul- oder Universitätsabschluss zusammengefasst. Beschäftigte ohne Schulabschluss haben an der Befragung nicht teilgenommen.

2. Ökologische Aspekte dominieren

Für die überwiegende Mehrheit der Befragten stehen ökologische Themen im Vordergrund, werden sie zu ihren Assoziationen zum Begriff Nachhaltigkeit befragt – und zwar unabhängig davon, ob sie den Begriff genau kennen oder nicht.

Auf den Plätzen eins und drei dominieren Umweltaspekte die Themenliste: „umwelt- und ressourcenschonendes Handeln" (98 Prozent Zustimmung) und „Energiewende/Verwendung erneuerbarer Energien" (93 Prozent Zustimmung).

Platz zwei belegt mit 95 Prozent Zustimmung die „Verantwortung für die nächste Generation". Allerdings liegt die Vermutung nahe, dass damit auch hier in erster Linie eine intakte Umwelt bzw. das Vorhandensein von natürlichen Ressourcen assoziiert werden, da Fragen einer sozialen Gerechtigkeit nur von weniger als der Hälfte der Befragten (45 Prozent) mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht werden. Für die Mehrheit der Befragten ist soziale Gerechtigkeit kein Nachhaltigkeitsthema.

Auch eine Beziehung zwischen Nachhaltigkeit und „Dauerhaftigkeit/lange Lebensdauer" ist in der Vorstellung weit verbreitet. Diese Assoziation haben 79 Prozent bei der Begriffseinordnung im Kopf.

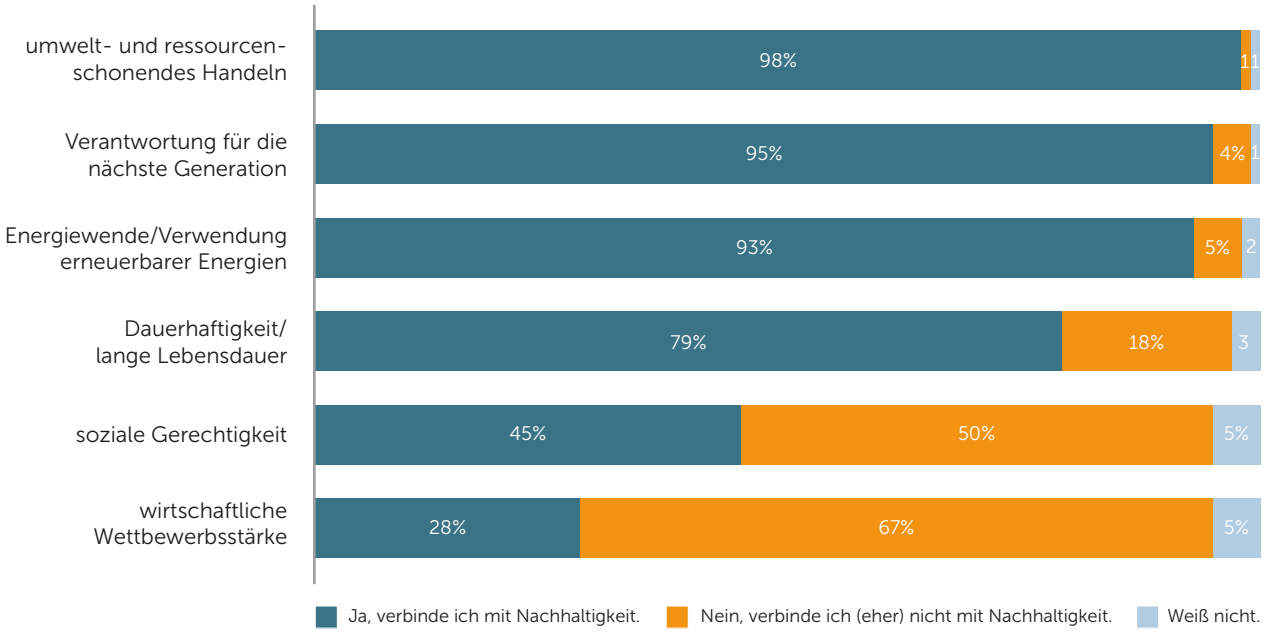
Weit abgeschlagen auf dem letzten Platz findet sich die „wirtschaftliche Wettbewerbsstärke". Nur 28 Prozent sehen einen Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeit und ökonomischer Stärke.

Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit Ökologie, Ökonomie und Soziales – oder die gleichwertige Berücksichtigung dieser Aspekte – scheinen somit noch nicht weitreichend publik und verankert zu sein.

Abbildung 4: Assoziationen zum Begriff Nachhaltigkeit

Frage: Geben Sie bitte für die folgenden Themen an, ob Sie diese mit dem Begriff Nachhaltigkeit verbinden oder nicht:

(Antwortvorgaben, Mehrfachantworten möglich)



Bei genauerer Betrachtung lassen sich einige Unterschiede zwischen den Gruppen der Befragten feststellen. Der Anteil derer, die soziale Gerechtigkeit oder wirtschaftliche Wettbewerbsstärke auch als Nachhaltigkeitsthema einschätzen, steigt signifikant mit zunehmender Verantwortung im Unternehmen und Unternehmensgröße.

So verbinden bspw. Beschäftigte mit Leitungs- bzw. Managementaufgaben die Themen soziale Gerechtigkeit (56 Prozent) und wirtschaftliche Wettbewerbsstärke (40 Prozent) weitaus häufiger mit Nachhaltigkeit als Beschäftigte, die weitgehend auf Anweisung (44 Prozent bzw. 21 Prozent) oder selbstständig, aber ohne Leitungsaufgaben, arbeiten (40 Prozent bzw. 25 Prozent).

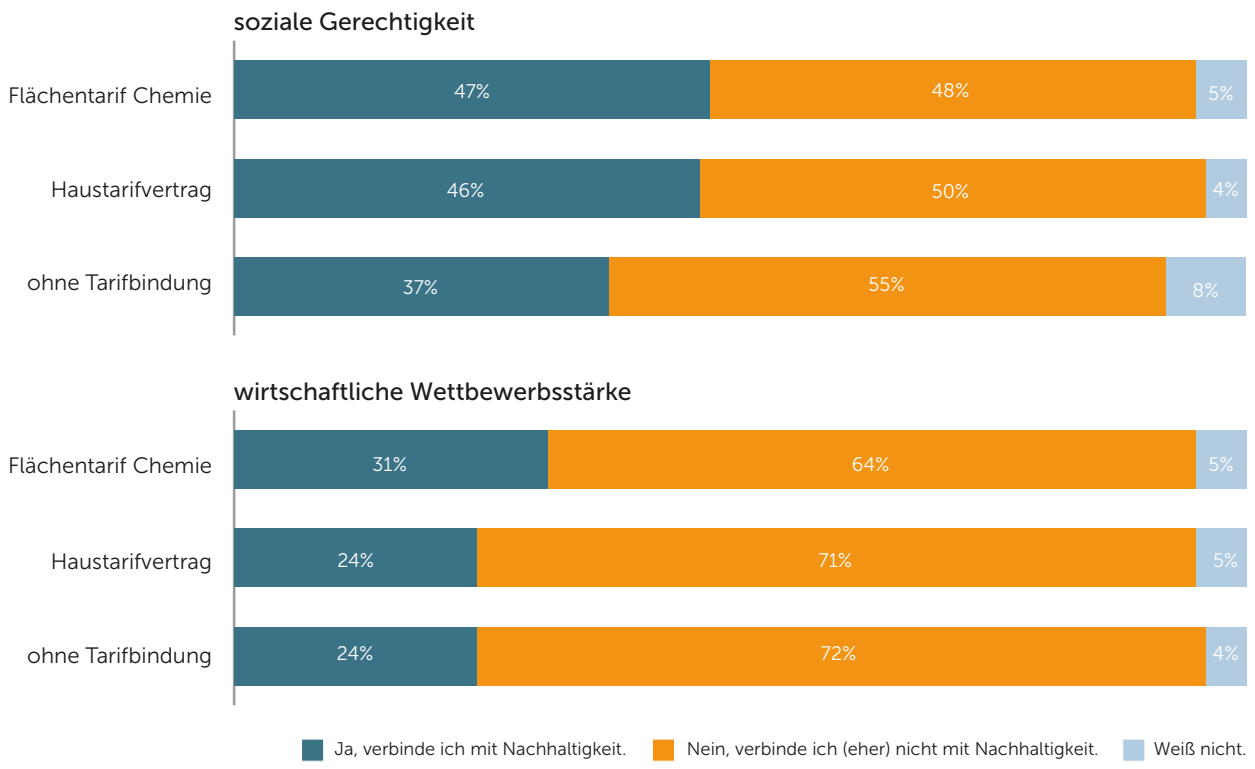
Ebenso lässt sich eine Differenzierung beobachten zwischen tariflich Beschäftigten gegenüber Beschäftigten, die in Unternehmen ohne Tarifbindung arbeiten.

Beschäftigte, die in Unternehmen mit Flächentarifbindung arbeiten, nehmen soziale Gerechtigkeit häufiger als Nachhaltigkeitsthema wahr als nicht tariflich Beschäftigte (47 Prozent gegenüber 37 Prozent). Ein ähnliches, wenn auch nicht ganz so klares Bild zeichnet sich bei der Frage der wirtschaftlichen Wettbewerbsstärke als Nachhaltigkeitsaspekt (31 Prozent gegenüber 24 Prozent).

Abbildung 5: soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Wettbewerbsstärke als Nachhaltigkeitsthemen (nach Tarifbindung)

Frage: Geben Sie bitte für die folgenden Themen an, ob Sie diese mit dem Begriff Nachhaltigkeit verbinden oder nicht:

(Antwortvorgaben, Mehrfachantworten möglich)



3. Betriebliches Engagement

Nachhaltiges Handeln wird immer mehr zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor in der unternehmerischen Praxis. Gleichzeitig stehen Unternehmen zunehmend Anforderungen von Kunden, Konsumenten, NGOs, Geldgebern und in verstärktem Maße aus der Politik gegenüber.

Sie stehen vor der Herausforderung, Nachhaltigkeitsaktivitäten stärker in ihren betrieblichen Alltag zu integrieren sowie ökologische, ökonomische und soziale Kriterien zu implementieren. Gleichzeitig gilt es, nicht nur dem eigenen Betrieb, sondern der gesamten Wertschöpfungskette, den Lieferanten und Geschäftspartnern sowie den Kunden und Mitarbeitern[4] mehr Beachtung zu schenken.

Wird nach verschiedenen Aspekten der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen gefragt, zeichnet sich ein differenziertes Bild der Unterstützung ab – von einzelnen Programmen/Initiativen, die stark bis gar nicht unterstützt werden.

Am häufigsten implementiert sind Programme zur Materialeinsparung oder zur Ressourceneffizienz. Mehr als drei Viertel der Unternehmen (77 Prozent) unterstützen diesen Aspekt, knapp ein Drittel (30 Prozent) sogar stark. Nur vier Prozent der Beschäftigten geben an, dass Material- bzw. Ressourceneffizienz in ihren Unternehmen überhaupt nicht unterstützt wird, weitere vier Prozent wissen es nicht.

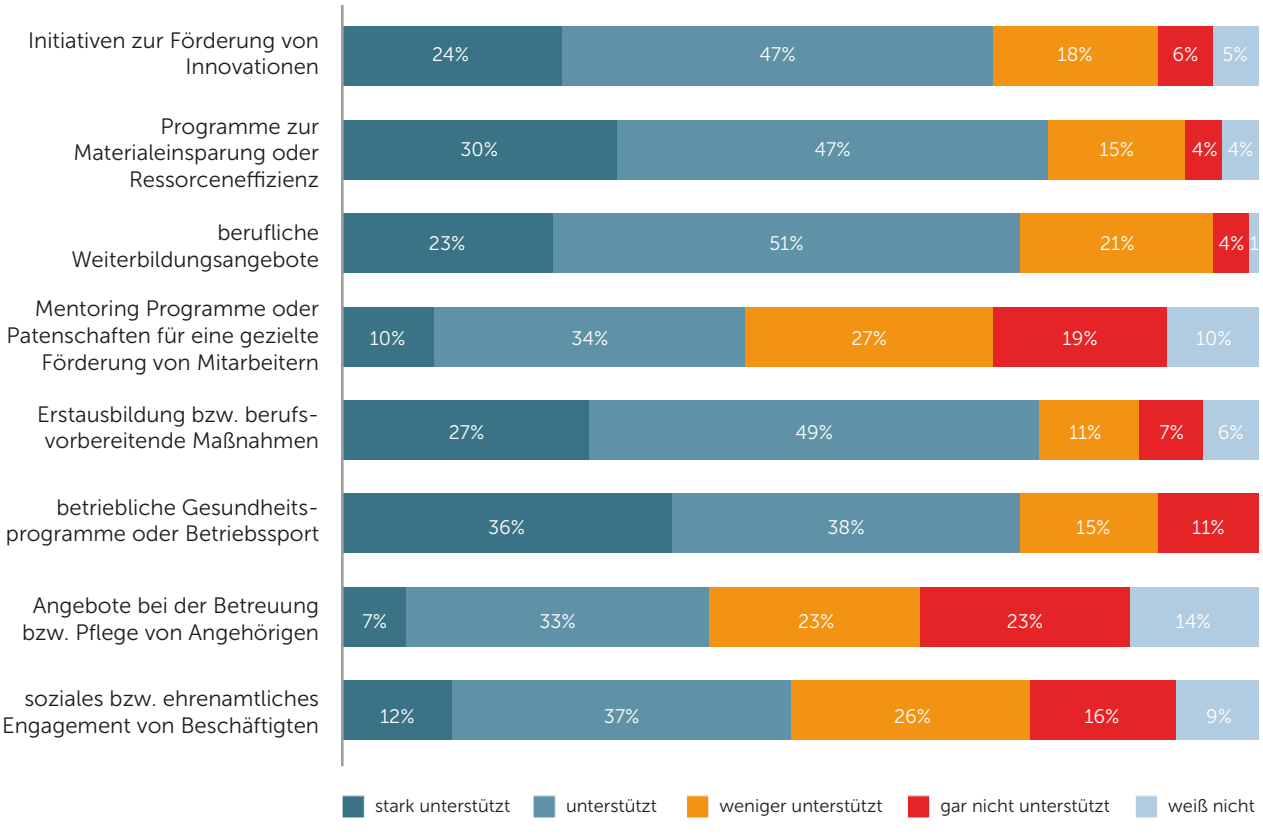
Häufig fördern Unternehmen Maßnahmen zur Mitarbeitergesundheit – 36 Prozent der Beschäftigten geben eine starke Unterstützung in diesem Bereich an, weitere 38 Prozent zumindest Unterstützung. Ein ähnliches Engagement wird den Unternehmen auch bei der beruflichen Weiterbildung oder der Erstausbildung zugeschrieben.

Anders sieht es aus bei Angeboten zur Betreuung/Pflege von Angehörigen, bei der Unterstützung des sozialen/ehrenamtlichen Engagements oder auch beim Mentoring von Kollegen. In diesen Bereichen werden die Beschäftigten in weniger als der Hälfte der Unternehmen unterstützt bzw. stark unterstützt.

Abbildung 6: Betriebliche Nachhaltigkeitsaktivitäten

Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag die folgenden Aspekte von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?

(Antwortvorgaben)



[4] In diesem Papier wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum häufig verwendet. Diese Form bezieht sich zugleich auf weibliche oder andere Geschlechteridentitäten, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Auf die Größe kommt es an

Allerdings lohnt sich in allen Bereichen ein genauerer Blick, da der Grad der Unterstützung in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße, der Tarifbindung oder dem Industriezweig zum Teil stark variiert.

Initiativen zur Förderung von Innovationen

Um globalen Herausforderungen wie der steigenden Armut, Ressourcenverknappung oder auch dem demografischen Wandel zu begegnen, nimmt die erfolgreiche Verknüpfung von Nachhaltigkeit und Innovationsentwicklung zukünftig eine immer bedeutendere Rolle ein.

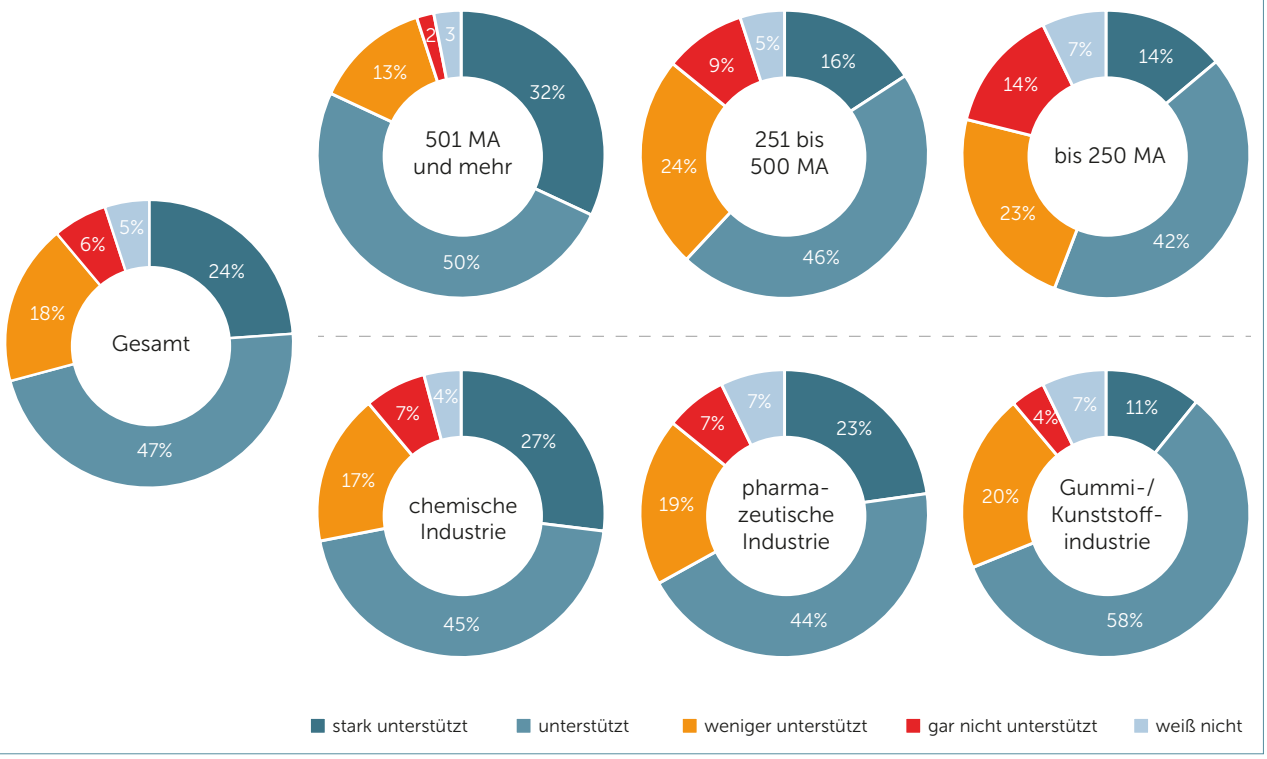
Innovationen haben für Unternehmen eine doppelte Bedeutung. Zum einen können sie durch neue, zukunftsorientierte Produkte und Dienstleistungen ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken, zum anderen können dadurch effizientere und ressourcenschonendere Produkte und Produktionsmethoden entwickelt werden.

Die Innovationsentwicklung scheint insbesondere in Unternehmen mit über 500 Beschäftigten stark gefördert zu werden.

Hier bekräftigen 32 Prozent der Beschäftigten eine starke Unterstützung von Initiativen zur Förderung von Innovationen. Das sind mehr als doppelt so viele wie in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mit unter 500 Mitarbeitenden (≤250MA: 14 Prozent; 251 bis 500MA: 16 Prozent). Auch der Anteil derer, die dem Unternehmen eine Unterstützung der Innovationsförderung bescheinigen, ist mit 50 Prozent in großen Betrieben etwas höher als in den KMU (46 Prozent bzw. 42 Prozent). Fast ein Viertel der Beschäftigten in Unternehmen mit bis 250 Beschäftigten gibt an, dass ihr Unternehmen Innovationen gar nicht fördert (14 Prozent) oder sie zumindest nichts davon wissen (sieben Prozent).

Auch in den einzelnen Industriezweigen wird die Innovationsförderung unterschiedlich bedeutsam eingeschätzt. 27 Prozent der Beschäftigten der chemischen Industrie geben an, dass ihr Unternehmen Initiativen zur Förderung von Innovationen stark unterstützt. Das ist dreimal so hoch wie die angegebene Unterstützung in der Gummi-/Kunststoffindustrie (elf Prozent). In der pharmazeutischen Industrie sind es immerhin noch 23 Prozent.

Abbildung 7: Initiativen zur Förderung von Innovationen (nach Betriebsgröße/Industriezweigen)
Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Initiativen] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



Programme zur Materialeinsparung oder Ressourceneffizienz

Mit zunehmender Verknappung, einer weltweit steigenden Nachfrage und oftmals damit einhergehenden Kostensteigerungen wird der effiziente Umgang mit Energie und Rohstoffen immer wichtiger, nicht zuletzt auch für eine nachhaltige Unternehmensführung.

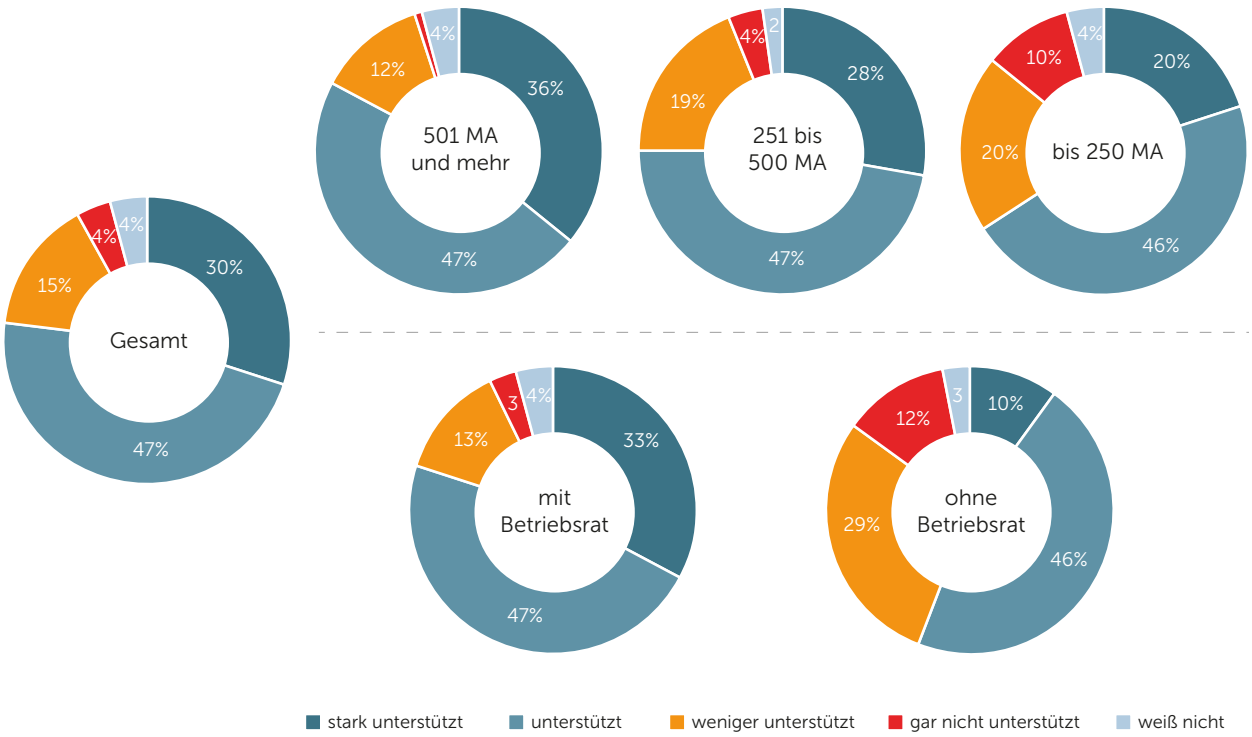
Dabei spielen neben der ökologischen Komponente auch ökonomische und soziale Aspekte eine wichtige Rolle. Der effiziente Ressourceneinsatz leistet wichtige Beiträge zur Reduzierung von Produktionskosten, zur Risikominimierung und zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Mehr als drei Viertel der Beschäftigten geben an, dass Programme zur Ressourceneffizienz in ihren Unternehmen unterstützt werden, 30 Prozent geben sogar eine starke Unterstützung an. Dennoch ist auch hier wieder eine signifikante Differenzierung nach Unternehmensgröße sichtbar. Je größer das Unternehmen, desto stärker werden die Aspekte Materialeinsparung bzw. Ressourceneffizienz unterstützt.

Nach Industriezweigen unterteilt, ergibt sich die stärkste Unterstützung in der chemischen Industrie (32 Prozent stark unterstützt, 48 Prozent unterstützt) und in der Gummi-/Kunststoffindustrie (30 Prozent stark unterstützt, 48 Prozent unterstützt), in der pharmazeutischen Industrie scheint der Aspekt einen nicht ganz so hohen Stellenwert zu haben (22 Prozent stark unterstützt, 43 Prozent unterstützt).

Ein wichtiger Akteur bei der Implementierung und Umsetzung von Programmen zur Materialeinsparung/ Ressourceneffizienz ist der Betriebsrat. Beschäftigte, die durch einen Betriebsrat vertreten werden, geben mit 33 Prozent mehr als dreimal so häufig eine starke Unterstützung ihrer Unternehmen zu Effizienzprogrammen an wie Beschäftigte aus Unternehmen ohne Betriebsrat (zehn Prozent). Da Ressourceneffizienz einen erheblichen Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg und damit zur Beschäftigungssicherung leisten kann, haben Betriebsräte ein Interesse daran, entsprechende Prozesse zu initiieren und zu unterstützen – häufig in Kooperation mit der Unternehmensleitung[5].

Abbildung 8: Programme zur Materialeinsparung/Ressourceneffizienz (nach Betriebsgröße/Betriebsratsvertretung)
Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Programme] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



[5] vgl. https://www.arbeit-umwelt.de/beteiligungsorientierte-ressourceneffizienz-2/

Berufliche Weiterbildung
Gesellschaftliche und technologische Veränderungen (z.B. die Digitalisierung) prägen die heutige Wirtschaft und stellen sowohl Unternehmen als auch Beschäftigte vor immer neue Herausforderungen. Tätigkeiten, betriebliche Prozesse und Kompetenzanforderungen unterliegen einem tiefgreifenden und sich beschleunigenden Wandel. Das Know-how der Belegschaft ist ein entscheidendes Kriterium für die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Damit kommt dem lebenslangen Lernen und der beruflichen Weiterbildung noch einmal mehr Bedeutung zu. Das umfasst nicht allein den Umgang mit Technologie und damit verbundene fachliche und methodische Kompetenzen, sondern beinhaltet ebenso Aspekte wie soziale und interkulturelle Kompetenzen, interdisziplinäres und prozessorientiertes Denken.

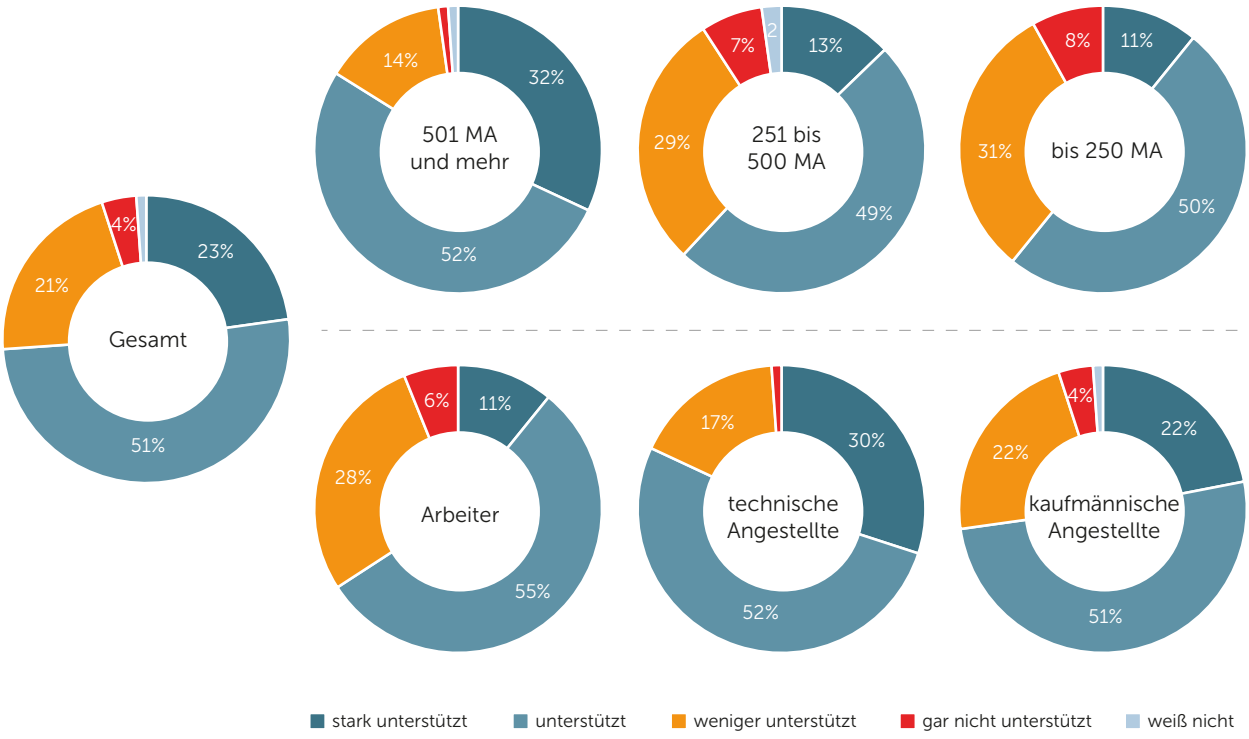
Berufliche Weiterbildung sollte ein selbstverständlicher Bestandteil des Arbeitslebens sein, und sich am individuellen wie auch betrieblichen Bedarf orientieren. Eine gelebte Weiterbildungskultur sichert die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen und trägt zur besseren Zufriedenheit der Beschäftigten sowie zu einer höheren Mitarbeiterbindung bei.

Auch in diesem Bereich herrscht eine starke Differenzierung des Unternehmensengagements in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße.

Während sich von den Beschäftigten in kleinen und mittleren Unternehmen nur etwa jeder Zehnte (≤250MA: elf Prozent; 251 bis 500MA: 13 Prozent) stark von seinem Unternehmen durch Weiterbildungsangebote unterstützt sieht, ist es in Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten schon jeder Dritte (32 Prozent). Fast 40 Prozent der Beschäftigten in Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten beklagen eine geringe bis gar keine Unterstützung.

Auch im Vergleich der einzelnen Beschäftigtengruppen lassen sich markante Unterschiede feststellen. Während 30 Prozent der technischen Angestellten eine starke Unterstützung der beruflichen Weiterbildung durch die Unternehmen angeben, sind es bei den kaufmännischen Angestellten 22 Prozent und in der Gruppe der Arbeiter nur elf Prozent.

Abbildung 9: Angebote zur beruflichen Weiterbildung (nach Betriebsgröße/Tätigkeit)
Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Angebote] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



Mentoring oder Patenschaften zur gezielten Förderung von Mitarbeitern

Ein Großteil des Know-hows eines Unternehmens verbirgt sich nicht hinter formalen Datensätzen, sondern steckt in den Köpfen der Beschäftigten, im Erfahrungsschatz eines jeden Einzelnen. Damit dieses Wissen bspw. beim Ausscheiden von Beschäftigten nicht verloren geht, ist der Transfer zwischen den Mitarbeitern unerlässlich.

Dieser Erfahrungsaustausch sollte aber nicht zufällig erfolgen, sondern vom Unternehmen organisiert und gefördert werden.

Mentoring Programme oder Patenschaften sind dabei sehr wirksame Tools. Es werden eigene Erfahrungen ausgetauscht, praktisches Wissen vermittelt und ggf. neue Strategien gemeinsam entwickelt und erprobt.

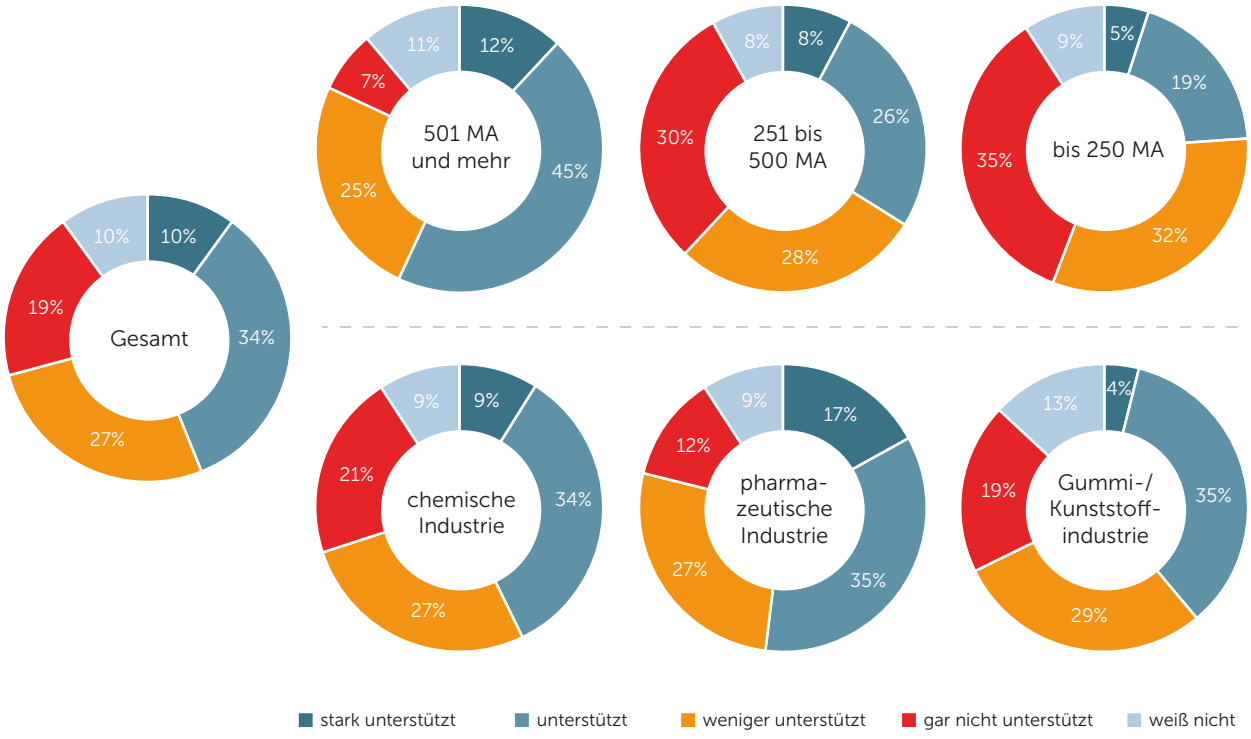
Insgesamt scheinen diese Formen des Wissenstransfers in der Branche keine besonders verbreitete Anwendung zu finden. Nur ein Drittel aller Beschäftigten gibt an, dass diese Form des Erfahrungs-/Wissensaustausches in ihren Unternehmen unterstützt wird, nur jeder Zehnte sieht eine starke Unterstützung dieser Methoden.

Allerdings hängt es wieder stark von der Unternehmensgröße ab, ob solche Programme zum Einsatz kommen. Ebenso gibt es zwischen den Industriezweigen signifikante Unterschiede.

Während Beschäftigte in Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten in ihren Unternehmen zu 45 Prozent eine Unterstützung, zu zwölf Prozent sogar starke Unterstützung für solche Methoden finden, werden diese in mehr als drei Viertel der Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten wenig (32 Prozent) oder gar nicht (35 Prozent) unterstützt bzw. gibt es keine Kenntnis darüber (neun Prozent).

Am häufigsten finden diese Formen der Personalentwicklung Anwendung in der pharmazeutischen Industrie (17 Prozent stark unterstützt, 35 Prozent unterstützt). In der chemischen Industrie sowie in der Gummi-und Kunststoffindustrie sehen dagegen weniger als die Hälfte der Beschäftigten eine Unterstützung ihres Unternehmens solcher Methoden.

Abbildung 10: Mentoring Programme oder Patenschaften (nach Betriebsgröße/Industriezweigen)
Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Tools] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



Erstausbildung bzw. berufsvorbereitende Maßnahmen

Gerade vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und eines stärker werdenden Fachkräftemangels ist die Nachwuchssicherung eine essentielle Herausforderung für die Unternehmen der Branche.

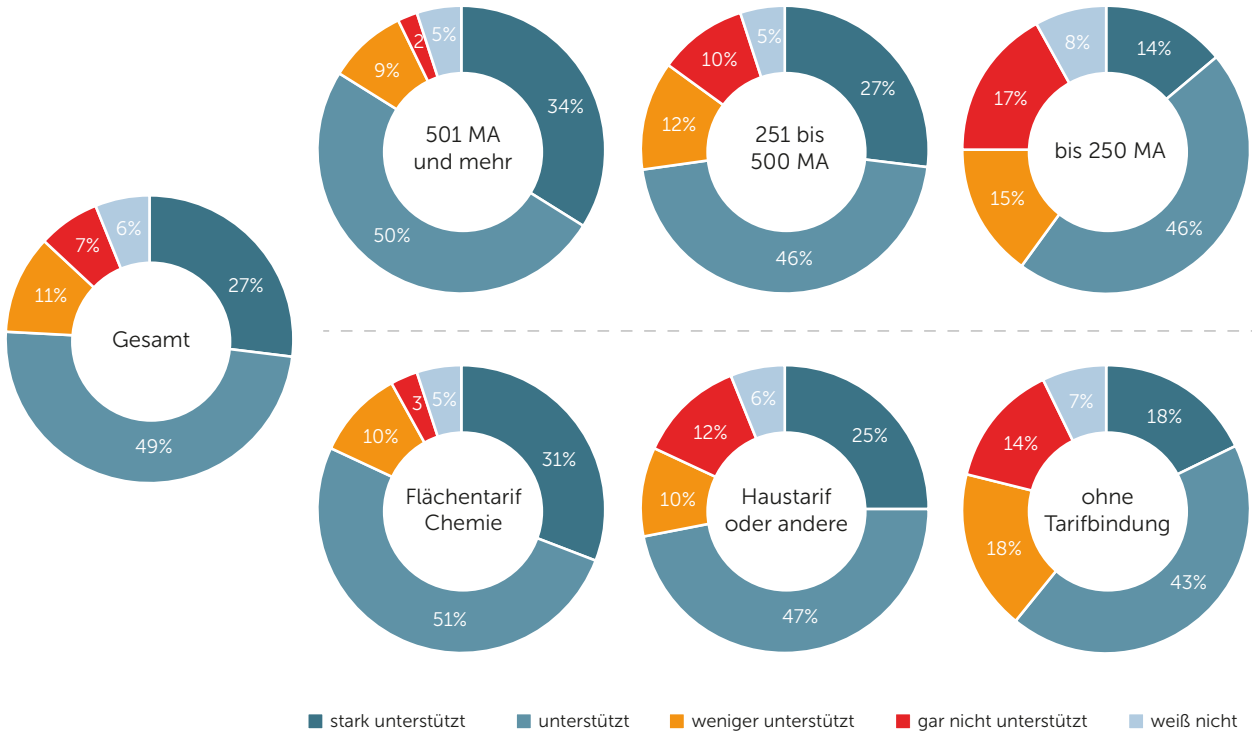
Die berufliche Erstausbildung trägt wesentlich dazu bei, den Bedarf an beruflich-qualifizierten Mitarbeitenden zu decken. Allerdings gibt es auch junge Menschen, denen die Voraussetzungen für die Aufnahme einer Ausbildung fehlen.

Durch berufsvorbereitende Maßnahmen, die meist betriebliche Praxis mit theoretischer Wissensvermittlung und sozialpädagogischer Begleitung verbinden, werden diese jungen Menschen auf eine Integration in den Arbeitsmarkt vorbereitet.

Die Einsicht, dass eigenes Engagements zur Nachwuchssicherung notwendig ist, scheint bei den Unternehmen angekommen zu sein. Mehr als drei Viertel der Beschäftigten bescheinigen ihren Unternehmen eine Unterstützung (49 Prozent) bzw. starke Unterstützung (27 Prozent) in diesem Bereich.

Betrachtet man den Beitrag der Unternehmen nach Unternehmensgröße, so sind auch hier die Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten besonders aktiv. Ebenso spiegelt sich das Engagement der Sozialpartner in diesem Themenfeld stark wider. So bestätigen mehr als 80 Prozent der Beschäftigten aus Unternehmen, die den Flächentarif der chemischen Industrie anwenden, dass Erstausbildung/berufsvorbereitende Maßnahmen in ihren Unternehmen unterstützt (51 Prozent) bzw. stark unterstützt (31 Prozent) werden. In Unternehmen ohne Tarifbindung sind es mit 43 Prozent (unterstützt) bzw. 18 Prozent (stark unterstützt) signifikant weniger.

Abbildung 11: Erstausbildung oder berufsvorbereitende Maßnahmen (nach Betriebsgröße/Tarifbindung)
Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Programme] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



Betriebliche Gesundheitsprogramme oder Betriebssport

Betriebliche Gesundheitsförderung leistet einen wichtigen Beitrag zum Erhalt und zur Förderung der Arbeits- und Beschäftigungsfähigkeit der Beschäftigten. Darüber hinaus kann sie das Betriebsklima verbessern, die Mitarbeiterzufriedenheit steigern und die Leistungsfähigkeit erhöhen. Nicht zuletzt sind positive Effekte auf die Qualität der Arbeit und das Unternehmensimage zu erwarten.

Dabei können die betrieblichen Gesundheitsprogramme sehr unterschiedliche Ausprägungen annehmen, angefangen von einzelnen Aktionen, wie bspw. Gesundheitstage oder gesunde Kost in der Kantine, über Angebote zu Fitness oder Betriebssport bis hin zum ganzheitlichen Gesundheitsmanagement.

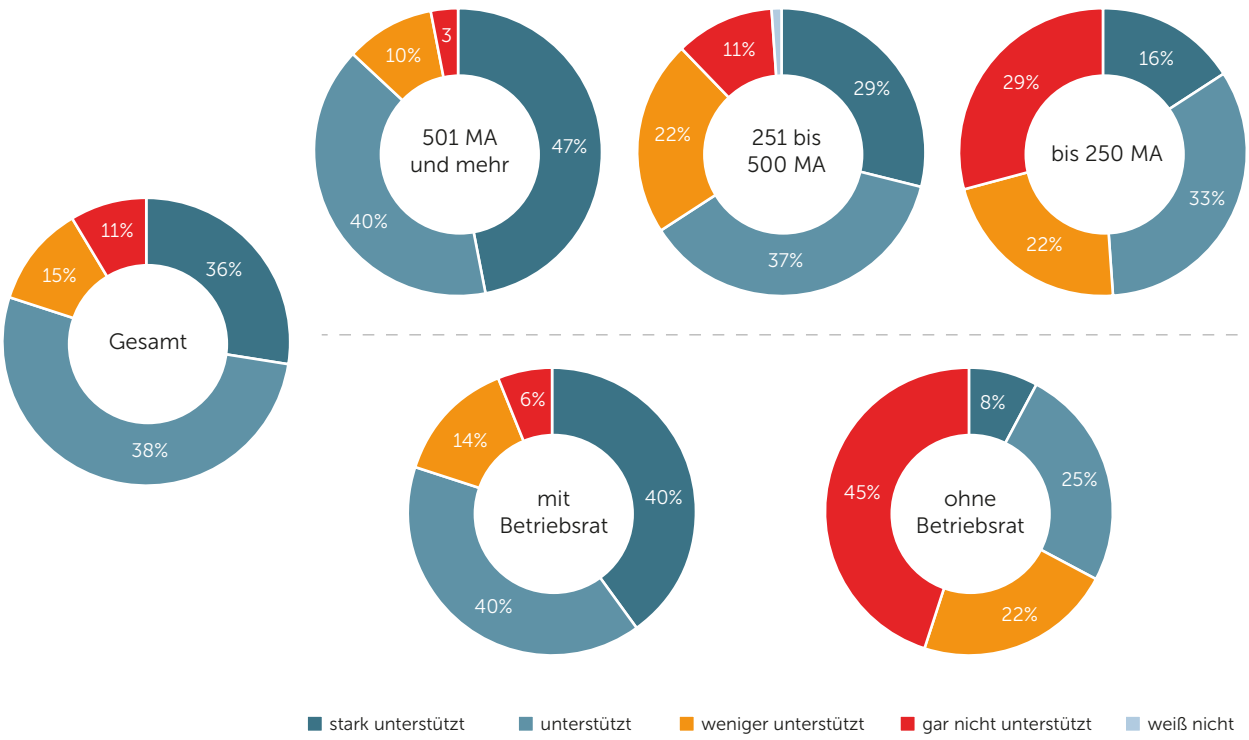
Auch wenn nahezu drei Viertel der Beschäftigten von Angeboten zur Gesundheitsförderung oder Betriebssport profitieren (36 Prozent stark unterstützt, 38 Prozent unterstützt), so zeigen sich doch sehr starke Varianzen nach Unternehmensgröße und Tarifbindung.

Noch deutlicher wird die Abweichung, wenn man die Beschäftigten, die durch einen Betriebsrat vertreten sind, mit denen ohne Betriebsrat vergleicht. Beschäftigte ohne Betriebsrat geben zu 45 Prozent an, dass ihr Unternehmen gar keine Angebote zur betrieblichen Gesundheitsförderung macht, weitere 22 Prozent erhalten nur wenig Unterstützung. Dagegen sagen nur 20 Prozent der Beschäftigten aus Unternehmen mit Betriebsrat, dass sie keine (sechs Prozent) oder nur wenig (14 Prozent) Unterstützung in Form von betrieblichen Gesundheitsprogrammen oder Betriebssport erhalten.

Dieses Ergebnis spiegelt eindrucksvoll die Bedeutung von Mitbestimmung als gestaltender Kraft zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen der Beschäftigten – und damit auch der sozialen Nachhaltigkeit, bspw. durch Betriebsvereinbarungen zur betrieblichen Gesundheitsförderung.

Abbildung 12: Betriebliche Gesundheitsprogramme oder Betriebssport (nach Betriebsgröße/ Betriebsratsvertretung)

Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Angebote] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



Angebote bei der Betreuung bzw. Pflege von Angehörigen

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie nimmt bei den Beschäftigten einen immer höheren Stellenwert ein. Dabei geht es längst nicht mehr allein um Fragen der Kinderbetreuung, zunehmend rückt auch die Pflege von Familienangehörigen in den Fokus.

Familienfreundliche Angebote steigern nicht nur die Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitgeberattraktivität, sondern gelten verstärkt als ein Entscheidungskriterium in der Rekrutierung neuer Beschäftigter. Die Palette an möglichen Maßnahmen, die Unternehmen anbieten können, ist breit gefächert und reicht von flexiblen Arbeitszeitmodellen über Betriebskindergärten bis hin zu tariflichen Regelungen zur befristeten Freistellung zur Pflege naher Angehöriger.

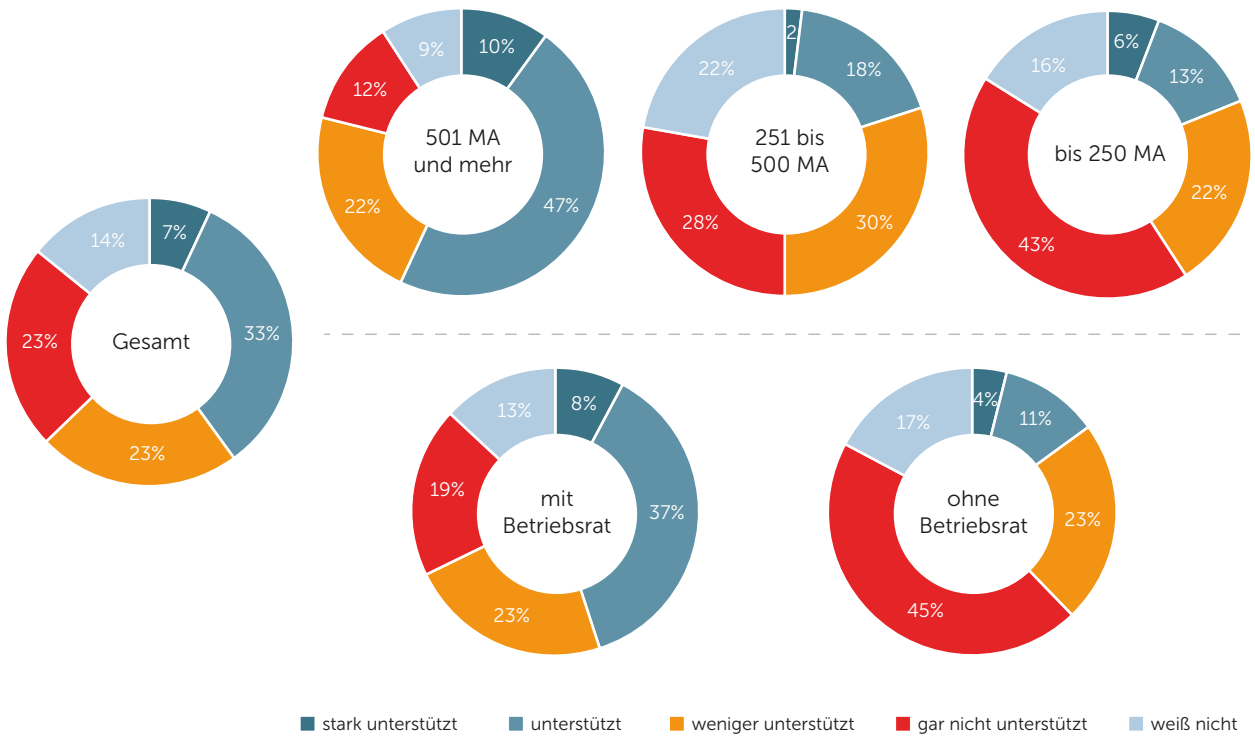
Knapp zwei Drittel der Beschäftigten geben an, dass sie von ihren Unternehmen wenig (23 Prozent) oder gar nicht (23 Prozent) in Fragen der Betreuung oder Pflege von Angehörigen unterstützt werden bzw. kennen sie diese Angebote nicht (14 Prozent weiß nicht).

Der Grad der Unterstützung hängt auch hier wieder sehr stark von der Unternehmensgröße ab. Während in Betrieben mit mehr als 500 Beschäftigten mehr als jeder Zweite auf Angebote zur Betreuung und Pflege zurückgreifen kann, ist es in Betrieben mit bis zu 500 Beschäftigten lediglich jeder Fünfte. Auch der Anteil derer, die nicht wissen, ob es solche Angebote im Unternehmen gibt, ist in KMU signifikant höher (>500MA: neun Prozent; 251 bis 500MA: 22 Prozent; ≤250MA: 16 Prozent).

Familienfreundliche Angebote zur Betreuung bzw. Pflege von Angehörigen sind zunehmend auch ein Themenfeld, das in Tarifverträgen oder in Betriebsvereinbarungen verbindlich geregelt wird. Das lässt sich auch an den Befragungsergebnissen zwischen Beschäftigten aus Unternehmen mit bzw. ohne Betriebsrat anschaulich ablesen.

Abbildung 13: Angebote bei der Betreuung bzw. Pflege von Angehörigen (nach Betriebsgröße/ Betriebsratsvertretung)

Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Angebote] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



Soziales bzw. ehrenamtliches Engagement der Beschäftigten

Die Ausübung eines Ehrenamtes bzw. ein Engagement im sozialen Bereich zeigen, dass Beschäftigte auch außerhalb ihres beruflichen Umfelds bereit sind, gesellschaftliche Verantwortung zum Wohle der Gemeinschaft zu übernehmen. Auch Unternehmen engagieren sich häufig im sozialen und gesellschaftlichen Bereich. Das stärkt das Image eines Unternehmens und kann seine Arbeitgeberattraktivität erhöhen.

Unternehmen, die das Engagement ihrer Beschäftigten fördern, ermöglichen es ihnen auch, sich weiterzuentwickeln und so wertvolle Erfahrungen und neue Qualitäten in ihren Job einzubringen.

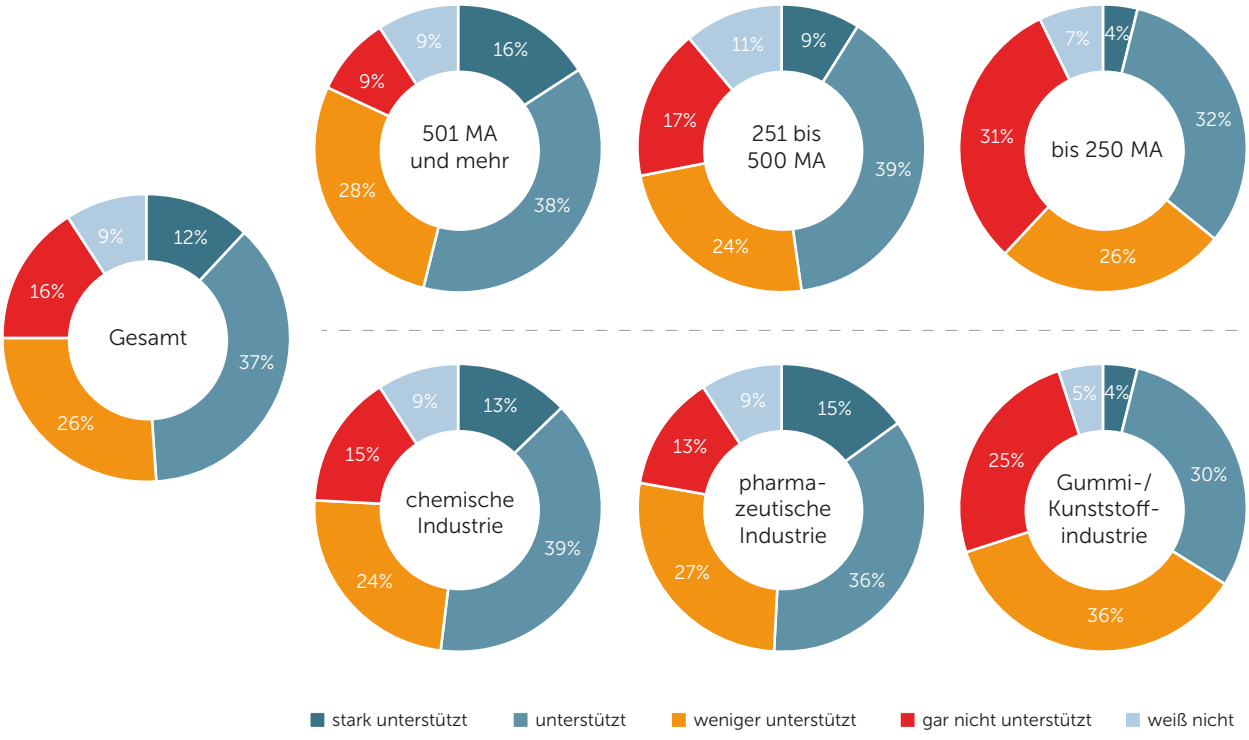
Nahezu die Hälfte der Beschäftigten sieht das soziale bzw. ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiter von ihren Unternehmen unterstützt, mehr als jeder Zehnte sogar stark (zwölf Prozent stark unterstützt, 37 Prozent unterstützt).

Das Engagement der Unternehmen hängt wieder von der Unternehmensgröße ab. Während in Betrieben mit mehr als 500 Beschäftigten nur neun Prozent der Beschäftigten angeben, dass ihr Unternehmen ein solches Engagement gar nicht unterstützt, sind es in Betrieben mit bis zu 250 Beschäftigten mehr als drei Mal so viele (31 Prozent).

Je nach Industriezweig nehmen die Beschäftigten die betriebliche Unterstützung unterschiedlich stark wahr. Während Betriebe der chemischen und der pharmazeutischen Industrie ihre Beschäftigten im sozialen bzw. ehrenamtlichen Engagement etwa gleichermaßen fördern, spielt dieser Aspekt in der Gummi- und Kunststoffindustrie eine weitaus geringere Rolle.

Abbildung 14: Unterstützung des sozialen bzw. ehrenamtlichen Engagements der Beschäftigten (nach Betriebsgröße/Industriezweig)

Frage: Werden in Ihrem beruflichen Alltag [o.g. Bereiche] von Ihrem Unternehmen stark unterstützt, unterstützt, weniger unterstützt oder gar nicht unterstützt?



4. Zufriedenheit der Beschäftigten

Ein gutes Arbeitsklima und zufriedene Beschäftigte wirken sich positiv auf den Unternehmenserfolg aus. Aber die Zufriedenheit eines jeden Einzelnen hängt von einer Vielzahl von objektiven und subjektiven Faktoren ab – auf die meisten davon kann ein Unternehmen Einfluss nehmen.

Das kann ein attraktives Gehalt sein, ein flexibles Arbeitszeitmodell oder wenig Zeitdruck. Wichtig ist ebenfalls ein gutes soziales Umfeld am Arbeitsplatz oder auch, dass Beschäftigte ihre privaten Bedürfnisse mit den beruflichen Anforderungen vereinbaren können.

Ein wesentliches Kriterium für die Zufriedenheit ist, ob die Beschäftigten das Gefühl haben, dass ihre eigene Arbeit wertgeschätzt wird. Diese Anerkennung kann durch Geld, Aufstiegsperspektiven und Worte ausgedrückt werden.

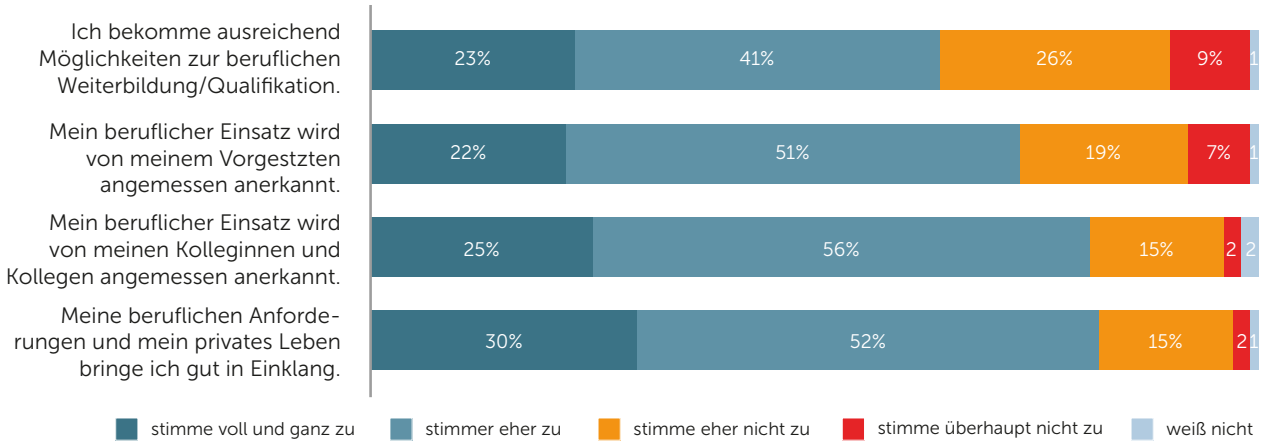
Entscheidend ist, dass eine entsprechende Unternehmens- und Führungskultur etabliert ist.

Studien zufolge finden sich auf Dauer nur wenige mit einem Arbeitsplatz ab, mit dem sie persönlich insgesamt unzufrieden sind.

Abbildung 15: Aspekte der Mitarbeiterzufriedenheit

Frage: Denken Sie jetzt einmal an Ihren beruflichen Alltag. Bitte geben Sie für die folgenden Aussagen jeweils an, ob Sie voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen:

(Antwortvorgaben)



Möglichkeiten zur beruflichen Weiterbildung/Qualifizierung

Werden die unternehmensseitigen Angebote zu lebenslangem Lernen und beruflicher Weiterbildung und Qualifizierung von den Beschäftigten als ausreichend und passgenau eingeschätzt?

Nahezu ein Viertel der Beschäftigten (23 Prozent) ist voll und ganz zufrieden mit den Weiterbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten, die das jeweilige Unternehmen anbietet. Weitere 41 Prozent sind eher zufrieden.

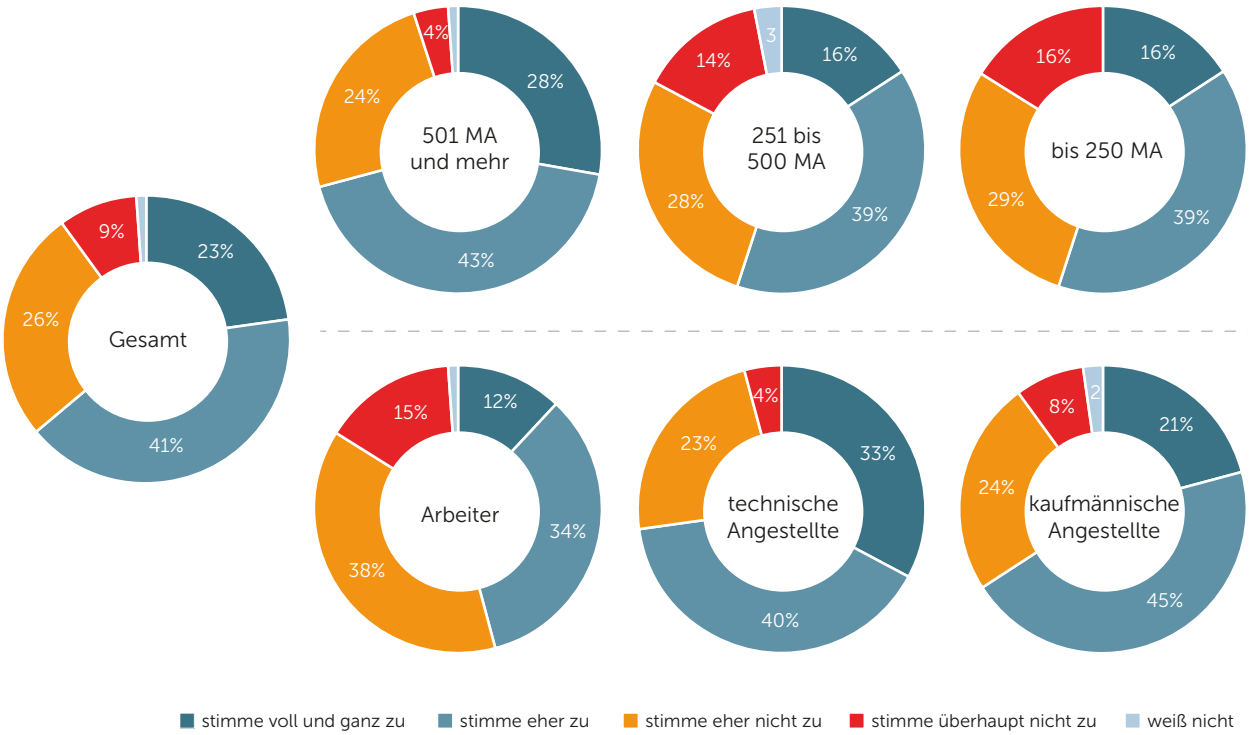
Betrachtet man die Aussagen unterteilt nach Unternehmensgröße, so fällt eine eindeutige Differenzierung zwischen Betrieben mit mehr als 500 Beschäftigten und denen mit weniger Beschäftigten auf. In den kleinen und mittleren Betrieben sind nur etwas mehr als die Hälfte der Beschäftigten der Meinung, dass sie ausreichend Möglichkeiten zur beruflichen Weiterbildung und Qualifizierung bekommen (16 Prozent stimmen voll und ganz zu, 39 Prozent stimmen eher zu). Demgegenüber zeigen sich etwa Dreiviertel der Beschäftigten aus großen Betrieben mit den Bildungsmöglichkeiten zufrieden (28 Prozent stimmen voll und ganz zu, 43 Prozent stimmen eher zu).

Eine noch stärkere Diskrepanz lässt sich bei der Differenzierung nach Beschäftigtengruppen beobachten. Noch nicht einmal die Hälfte der Beschäftigten in der Gruppe der Arbeiter hält die Weiterbildungsangebote des Unternehmens für ausreichend, bei den technischen Angestellten sind es nahezu Dreiviertel.

Vergleicht man diese Ergebnisse mit den Aussagen zum betrieblichen Engagement (Seite 15, Abbildung 9), so wird deutlich, dass es auch um die Passgenauigkeit geht. In allen Gruppen wird die Unterstützung von Weiterbildung durch die Unternehmen besser eingeschätzt als dass diese Angebote ausreichend sind. Hier gilt es, entsprechende Potenziale zu heben.

Abbildung 16: Zufriedenheit mit Weiterbildungs- und Qualifizierungsangeboten (nach Betriebsgröße/Tätigkeit)

Frage: Denken Sie jetzt einmal an Ihren beruflichen Alltag. Bitte geben Sie für die Aussage „ich bekomme ausreichend Möglichkeiten zur beruflichen Weiterbildung/Qualifizierung" jeweils an, ob Sie voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen:



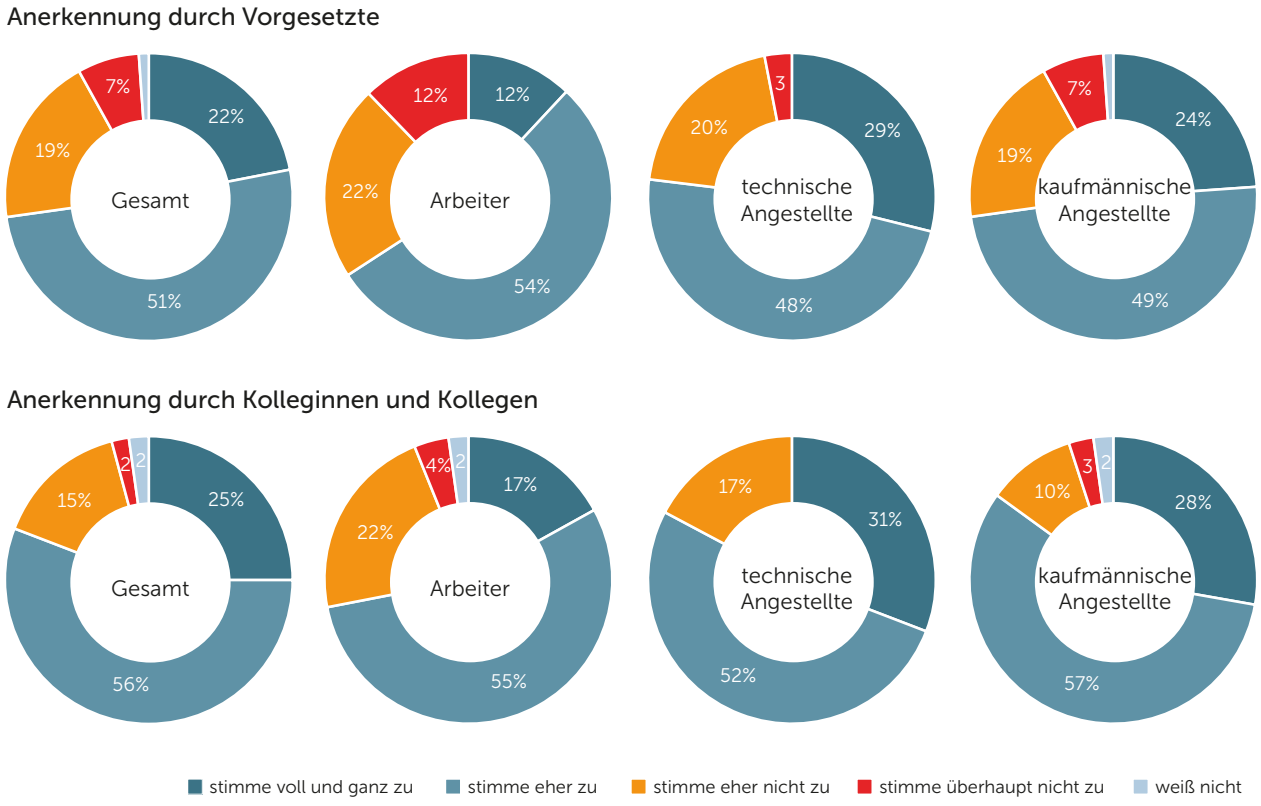
Anerkennung durch Vorgesetzte sowie Kolleginnen und Kollegen

Anerkennung und Wertschätzung im beruflichen Umfeld heben das Selbstwertgefühl, steigern die Produktivität und verbessern das Arbeitsklima. Mangelnde Anerkennung kann zu höherem Krankenstand, geringerer Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber und sinkender Produktivität führen.

Tendenziell wird die Anerkennung des persönlichen beruflichen Einsatzes durch die jeweiligen Kolleginnen und Kollegen etwas höher eingeschätzt als die Anerkennung durch den/die Vorgesetzten.

Differenziert betrachtet nach den jeweiligen beruflichen Tätigkeiten weisen die technischen Angestellten die höchste Zufriedenheit auf, gefolgt von kaufmännischen Angestellten. Am wenigsten zufrieden ist die Gruppe der Arbeiter. Das gilt sowohl für die Anerkennung des beruflichen Einsatzes durch die Vorgesetzten als auch durch Kolleginnen und Kollegen, wenngleich in unterschiedlicher Graduierung.

Abbildung 17: Anerkennung durch Vorgesetzte bzw. durch Kolleginnen und Kollegen (nach Tätigkeit)
Frage: Denken Sie jetzt einmal an Ihren beruflichen Alltag. Bitte geben Sie für die Aussage „Mein beruflicher Einsatz wird von meinen Vorgesetzten bzw. meinen Kolleginnen und Kollegen angemessen anerkannt" jeweils an, ob Sie voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen:



Vereinbarkeit von beruflichen Anforderungen und Privatleben

Berufliche und private Interessen in Einklang zu bringen, auch als sog. Work-Life-Balance bekannt, gelingt nicht jedem und schon gar nicht in jeder Lebenslage. Zunehmend bieten Unternehmen je nach Möglichkeit eine Reihe von Unterstützungs- bzw. Flexibilisierungsmöglichkeiten (bspw. flexible Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten etc.) an. Auch tarifliche Regelungen, die bspw. an Lebensphasen orientierte Arbeitszeiten betreffen, sind ein neues Instrumentarium.

Generell gelingt es vier Fünfteln der Beschäftigten, ihre beruflichen Anforderungen und ihr Privatleben gut in Einklang zu bringen. Diese Einschätzung teilen 30 Prozent voll und ganz, weitere 52 Prozent stimmen eher zu. 15 Prozent der Beschäftigten teilen diese Einschätzung eher nicht und zwei Prozent können überhaupt nicht zustimmen (ein Prozent weiß es nicht).

Die signifikanteste Differenzierung zwischen den Befragtengruppen lässt sich anhand der Altersstufen ausmachen.

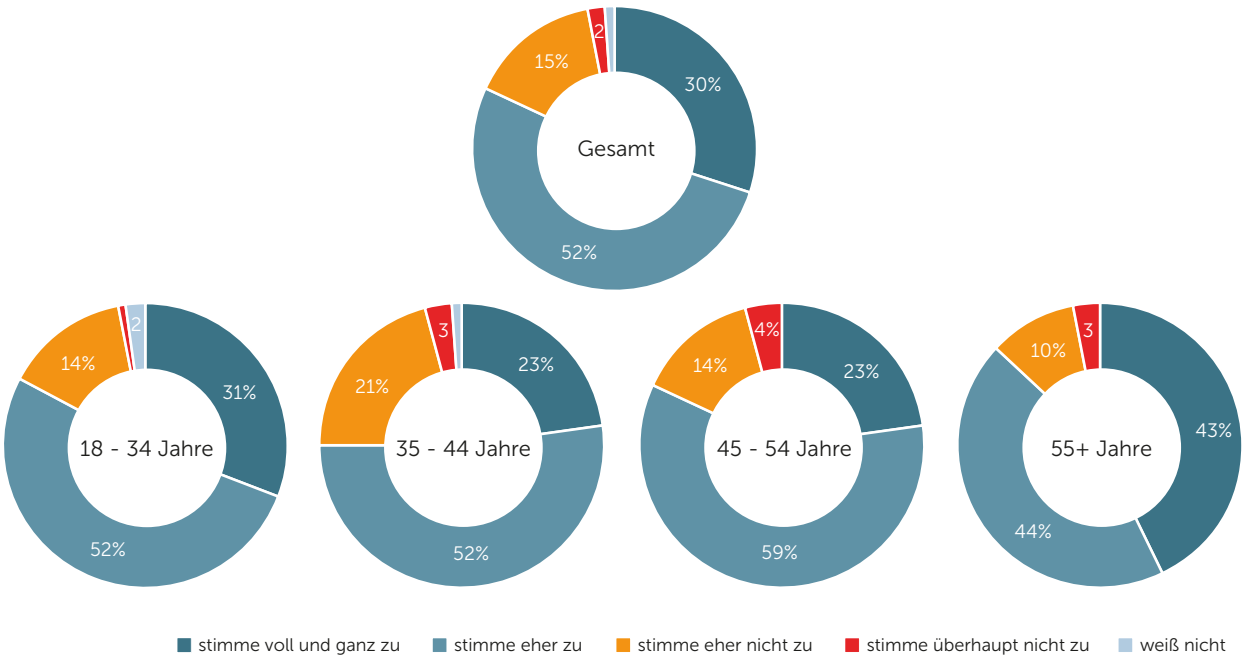
In der Personengruppe der 35–54-Jährigen zeichnen sich tendenziell die größten Schwierigkeiten ab, berufliche und private Anforderungen gut in Einklang zu bringen – mit leicht besserer Einschätzung in der Gruppe der 45–54-Jährigen. Diese Einschätzung überrascht nicht, da diese Lebensphasen häufig durch Kinderbetreuung und/oder Pflegeanforderungen große Mehrfachbelastungen mit sich bringen können. Weniger als ein Viertel der Beschäftigten dieser Altersgruppen stimmt einer ausgewogenen Work-Life-Balance voll und ganz zu.

In der Gruppe der 18–34-Jährigen kann immerhin knapp ein Drittel der Beschäftigten (31 Prozent) berufliches und privates Leben gut in Einklang bringen, 52 Prozent stimmen dem eher zu. In dieser Altersgruppe, insbesondere in den jüngeren Jahren, ist Familienplanung oder Pflege von Angehörigen häufig noch nicht akut.

Die höchste Zustimmung weist die Gruppe der 55+Jährigen auf. 43 Prozent stimmen einer ausgewogenen Work-Life-Balance voll und ganz zu, weitere 44 Prozent stimmen eher zu. Lediglich zehn Prozent stimmen eher nicht zu und drei Prozent können überhaupt nicht zustimmen. In dieser Altersgruppe ist die Kindererziehung zumeist abgeschlossen. Pflegeanforderungen können zwar noch bestehen, werden aber mit zunehmenden Alter weniger.

Abbildung 18: Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance (nach Alter)

Frage: Denken Sie jetzt einmal an Ihren beruflichen Alltag. Bitte geben Sie für die Aussage „Meine beruflichen Anforderungen und mein privates Leben bringe ich gut in Einklang." jeweils an, ob Sie voll und ganz zustimmen, eher zustimmen, eher nicht zustimmen oder überhaupt nicht zustimmen



5. Gesellschaftliche Herausforderungen

Wachsende Weltbevölkerung, zunehmende Extremwetterereignisse, begrenzte Ressourcen, aber auch technologische Entwicklungen, Digitalisierung und Transformation – global und national stehen wir vor einer Reihe von Herausforderungen, die nachhaltiges Handeln auf allen gesellschaftlichen Ebenen erfordern.

Gefragt nach den drei wichtigsten Herausforderungen unserer Zeit hat für zwei Drittel der Beschäftigten die Bekämpfung des Klimawandels die oberste Priorität, gefolgt vom Umgang mit dem zunehmenden Energie- und Ressourcenbedarf (59 Prozent). 43 Prozent halten das weltweite Einhalten von Umweltstandards für eine wichtige Aufgabe. Damit nehmen insbesondere die ökologischen Herausforderungen einen hohen Stellenwert ein.

Mehr als die Hälfte der Beschäftigten (56 Prozent) sehen in der Beseitigung der wachsenden sozialen Ungleichheit Handlungsbedarf. Andererseits ist das weltweite Einhalten von Sozialstandards, wodurch – global betrachtet – große soziale Unterschiede und Menschenrechtsverletzungen beseitigt oder zumindest gelindert werden können, nur für ein Fünftel der Befragten ein drängendes Problem.

Lebenslanges Lernen, um mit den beruflichen und technologischen Anforderungen Schritt zu halten, ist für 19 Prozent der Beschäftigten eine große gesellschaftliche Aufgabe.

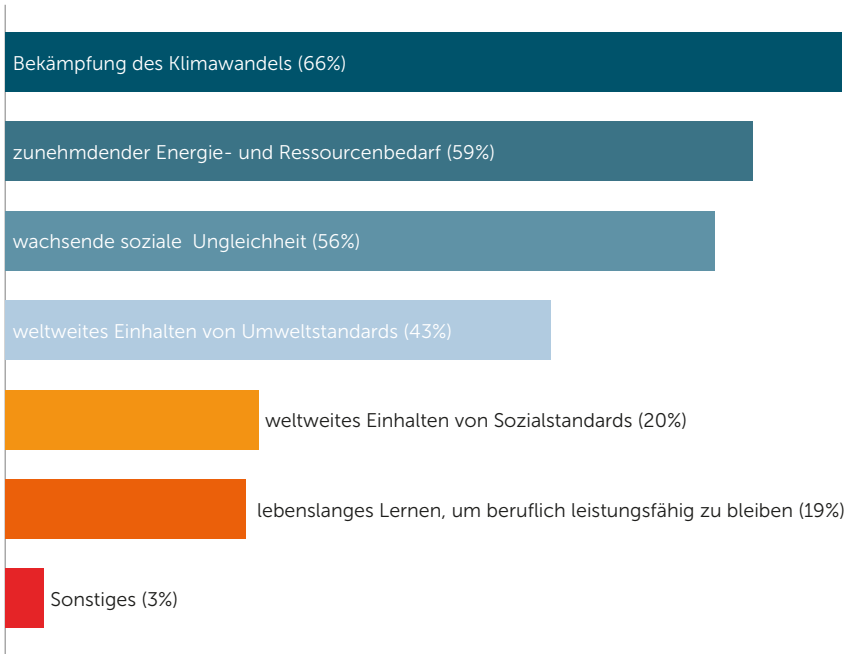
An dieser Stelle muss angemerkt werden, dass die Priorisierung möglicherweise durch die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten beeinflusst wurde. Es gab zwar auch die Möglichkeit, die Liste um weitere, in der persönlichen Einschätzung große Herausforderungen zu ergänzen. Das wurde aber nur von drei Prozent der Befragten genutzt.

Es wurden dann soziale und gesellschaftliche Aspekte genannt: die Digitalisierung der Arbeitswelt, zunehmende Ungleichverteilung von Vermögen, Migration und Flüchtlinge, bezahlbarer Wohnraum, Frieden schaffen und eine geringere Belastbarkeit vieler Menschen bei zunehmenden Anforderungen. Im ökologischen Bereich wird insbesondere Plastikmüll als problematisch wahrgenommen.

Abbildung 19: Gesellschaftliche Herausforderungen

Frage: Im Moment stehen wir vor einer Reihe von gesellschaftlichen Herausforderungen. Bitte geben Sie an, welche der folgenden Herausforderungen Ihrer Meinung nach die größten sind. Sie können bis zu drei Aspekte angeben.

(Antwortvorgaben, Mehrfachangaben möglich)



6. Persönliches Nachhaltigkeitsengagement

Eine nachhaltige Transformation der Gesellschaft und die globalen Herausforderungen erfordern Anstrengungen von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Damit ist auch jede/r Einzelne angehalten, einen persönlichen Beitrag zu leisten.

Von den Befragten werden am häufigsten Aspekte umgesetzt, die sich ökonomisch auswirken. Spitzenreiter sind hier unnötiger Stromverbrauch und Lebensmittelverschwendung. Nur vier Prozent der Beschäftigten geben jeweils an, diese Aspekte selten bzw. nie zu beachten.

Fair gehandelte Produkte erfreuen sich in jüngster Zeit steigenden Zuspruchs. Nicht nur Bioläden, sondern auch Supermärkte, Discounter u. ä. bieten eine fair gehandelte Produktpalette an. Mehr als ein Viertel gibt an, solche Produkte immer (drei Prozent) bzw. häufig (24 Prozent) zu kaufen. Weitere 46 Prozent entscheiden sich gelegentlich für Fair Trade.

Etwa ein Viertel der Befragten nutzt immer (zwölf Prozent), häufig (vier Prozent) oder zumindest gelegentlich (acht Prozent) öffentliche Verkehrsmittel für den Arbeitsweg.

Für knapp zwei Drittel ist das keine Option. Ähnlich sieht das Antwortportfolio für die Bildung von Fahrgemeinschaften für den Arbeitsweg aus. Sechs Prozent der Beschäftigten bilden immer, fünf Prozent häufig und elf Prozent gelegentlich Fahrgemeinschaften. Allerdings ist die Branche vielfach von Schichtarbeit geprägt, die sowohl die Möglichkeiten der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel als auch der Bildung von Fahrgemeinschaften einschränkt. Andere Einflussgrößen, die dagegen sprechen könnten, sind die Verfügbarkeit eines ÖPNV, große Einzugsgebiete (der Beschäftigten) und die Lage der Unternehmen.

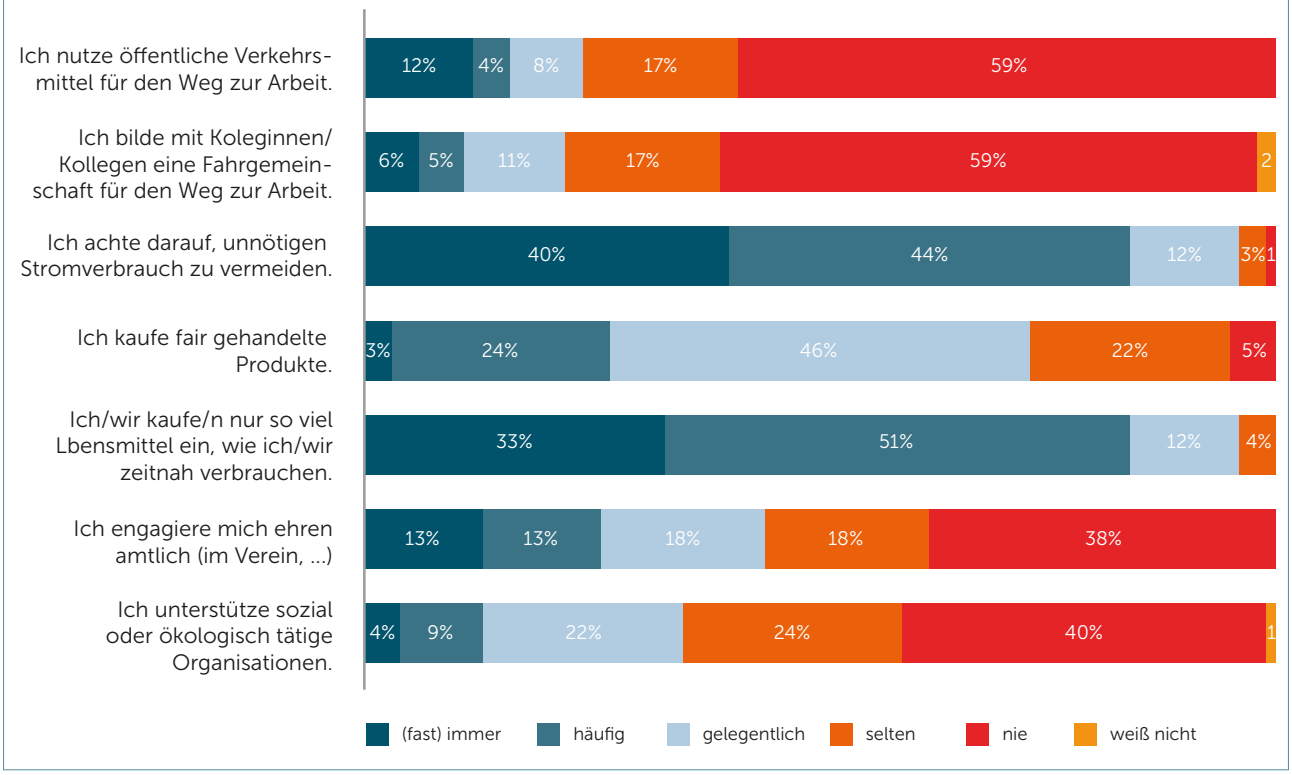
Knapp die Hälfte der Beschäftigten engagiert sich ehrenamtlich in Vereinen, Organisationen oder in den Städten und Gemeinden (13 Prozent immer, 13 Prozent häufig und 18 Prozent gelegentlich). Sie leistet damit einen wichtigen Beitrag für das soziale und gesellschaftliche Gemeinwohl.

Einen finanziellen Beitrag für sozial oder ökologisch tätige Organisationen leisten vier Prozent immer, neun Prozent häufig und weitere 22 Prozent gelegentlich.

Abbildung 20: Aspekte des persönlichen Nachhaltigkeitsengagements

Frage: Wenn Sie an Ihren Alltag denken: Wie häufig treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?

(Antwortvorgaben)



7. Chemie³ – Nachhaltigkeitsinitiative der Chemiebranche

Ein letzter Befragungsteil widmete sich der Nachhaltigkeitsinitiative Chemie³ der deutschen Chemiebranche.

Seit dem Start der Initiative im Jahr 2013 wurde eine Reihe von Angeboten für Unternehmen entwickelt, um Nachhaltigkeit als Leitmotiv und mit konkreten Instrumenten in der Branche zu verankern. Die im letzten Jahr verabschiedete Strategie für die nächsten vier Jahre nimmt nun erstmals die Beschäftigten als besondere Zielgruppe in den Fokus, sie möchte deren Nachhaltigkeitsbewusstsein schärfen und das betriebliche Engagement durch konkrete Angebote unterstützen.

Bekanntheit von Chemie³

Bei den Beschäftigten der Chemiebranche ist die Initiative bisher nicht sonderlich bekannt. Lediglich zehn Prozent kennen Chemie³, acht Prozent wissen es nicht genau, und der Mehrheit (82 Prozent) ist sie nicht bekannt.

Signifikante Unterschiede zwischen den einzelnen soziodemografischen Gruppen lassen sich kaum feststellen. Tendenziell ist die Initiative bei den Beschäftigten in den westlichen Landesteilen (elf Prozent) bekannter als in den östlichen (zwei Prozent). Am ehesten haben die technischen Angestellten (14 Prozent) und die Arbeiter (zehn Prozent) Kenntnis von der Initiative. Bei den kaufmännischen Angestellten bejahen das sieben Prozent.

Diejenigen, denen die Initiative geläufig ist, kennen Chemie³ am ehesten durch unternehmens- oder betriebsinterne Informationen (81 Prozent). Ein Viertel kennt sie durch den Chemie³-Newsletter. Deutlich weniger Verbreitung erfährt die Initiative durch das Erklär-Video (elf Prozent) oder durch die Präsenz auf Veranstaltungen.

Um Chemie³ und insbesondere die Aktivitäten und Unterstützungsangebote für Unternehmen und Beschäftigte flächendeckender bekannt zu machen, wünschen sich vier Fünftel der Beschäftigten mehr Information und Präsenz.

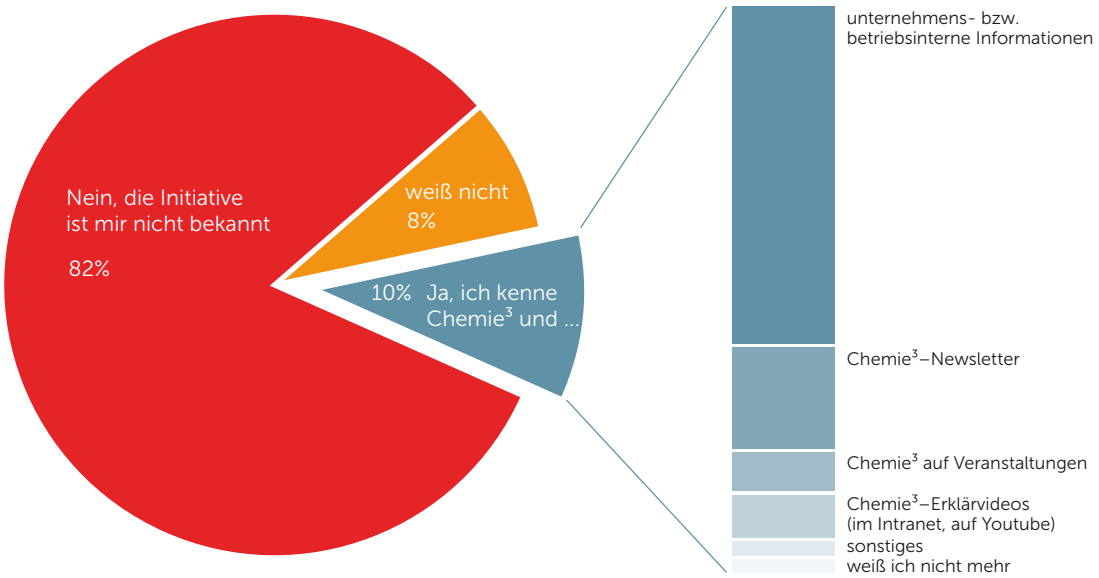
Dazu wurde eine breite Palette an Vorschlägen gemacht, von Anzeigenkampagnen und TV-Spots/Talkrunden über Social-Media-Aktivitäten hin zur Verteilung von Flyer/Infomaterial an alle Beschäftigten der Branche.

Häufig genannte Möglichkeiten sind die Vorstellung in den jeweiligen Unternehmen bzw. auf regionalen Veranstaltungen.

Abbildung 21: Bekanntheit der Nachhaltigkeitsinitiative Chemie³

Fragen: Ist Ihnen die Initiative „Chemie³" bekannt? Woher kennen Sie die Initiative „Chemie³"?

(Antwortvorgaben, Mehrfachangaben möglich)



Chemie³-Angebote für die Beschäftigten

Um zielgruppenspezifische Unterstützung anbieten zu können, wurden die Beschäftigten gefragt, welche Angebote sie am ehesten nutzen würden.

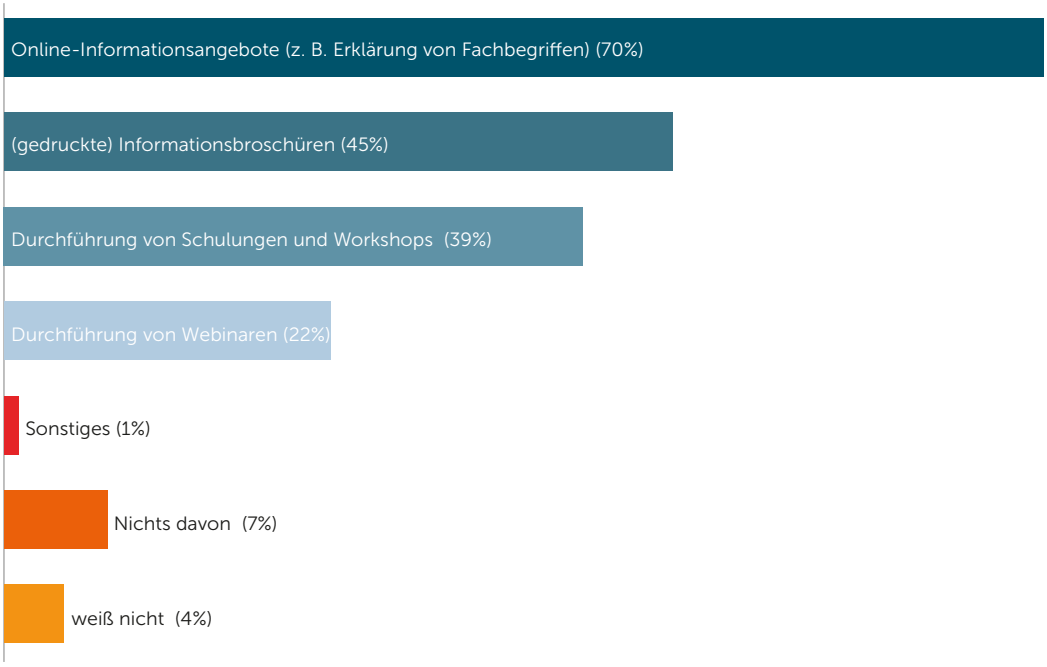
Am häufigsten wurden Online-Informationsangebote genannt, bspw. für Begriffsklärungen. Informationsbroschüren oder Flyer würde knapp die Hälfte der Befragten nutzen.

Die Durchführung von (regionalen) Informationsveranstaltungen, Schulungen und Workshops wurden von 39 Prozent der Beschäftigten gewünscht, an Webinaren sind 22 Prozent interessiert.

Abbildung 22: Unterstützungsangebote

Fragen: Welche der folgenden Informationsangebote von Chemie³ würden Sie nutzen?

(Antwortvorgaben, freie Nennungen möglich, Mehrfachangaben möglich)



Bedeutung von Chemie[3]

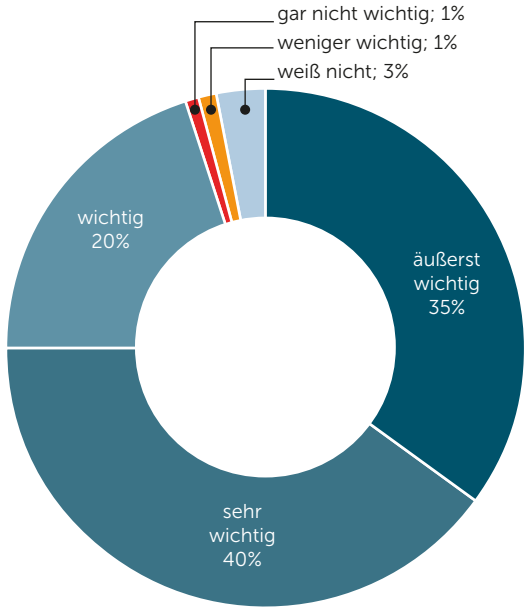
Auch wenn die Nachhaltigkeitsinitiative Chemie[3] in den Belegschaften der Branche nicht sehr bekannt ist, erfährt sie doch eine breite Unterstützung.

Die Frage nach der Bedeutung der gemeinsamen Anstrengung der Allianzpartner VCI, IG BCE und BAVC, sich für eine nachhaltige Entwicklung einzusetzen, die wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Verträglichkeit verbindet, wird weit überwiegend zustimmend beantwortet.

95 Prozent der Beschäftigten befürworten das gemeinsame Bestreben der Allianzpartner, eine nachhaltige Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Abbildung 23: Bedeutung von Chemie[3]

Fragen: Wie wichtig ist es Ihrer Meinung nach, dass diese Initiative von allen drei Verbänden gemeinsam getragen wird? Würden Sie sagen ...



Stiftung Arbeit und Umwelt
der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie

Inselstraße 6
10179 Berlin
Telefon +49 30 2787 1325

Königsworther Platz 6
30167 Hannover
Telefon +49 511 7631 472

E-Mail: arbeit-umwelt@igbce.de
Internet: www.arbeit-umwelt.de

arbeit
und
umwelt
STIFTUNG DER IG BCE

Ein Beitrag zu
CHEMIE 3
DIE NACHHALTIGKEITSINITIATIVE
DER DEUTSCHEN CHEMIE