



Institut luxembourgeois de la normalisation
de l'accréditation, de la sécurité et qualité
des produits et services

ILNAS-EN ISO 14063:2010

Umweltmanagement - Umweltkommunikation - Anleitungen und Beispiele (ISO 14063:2006)

Environmental management -
Environmental communication -
Guidelines and examples (ISO
14063:2006)

Management environnemental -
Communication environnementale -
Lignes directrices et exemples (ISO
14063:2006)

05/2010



Nationales Vorwort

Diese Europäische Norm EN ISO 14063:2010 wurde als luxemburgische Norm ILNAS-EN ISO 14063:2010 übernommen.

Alle interessierten Personen, welche Mitglied einer luxemburgischen Organisation sind, können sich kostenlos an der Entwicklung von luxemburgischen (ILNAS), europäischen (CEN, CENELEC) und internationalen (ISO, IEC) Normen beteiligen:

- Inhalt der Normen beeinflussen und mitgestalten
- Künftige Entwicklungen vorhersehen
- An Sitzungen der technischen Komitees teilnehmen

<https://portail-qualite.public.lu/fr/normes-normalisation/participer-normalisation.html>

DIESES WERK IST URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT

Kein Teil dieser Veröffentlichung darf ohne schriftliche Einwilligung weder vervielfältigt noch in sonstiger Weise genutzt werden - sei es elektronisch, mechanisch, durch Fotokopien oder auf andere Art!

ILNAS-EN ISO 14063:2010

EUROPÄISCHE NORM **EN ISO 14063**
EUROPEAN STANDARD
NORME EUROPÉENNE

Mai 2010

ICS 13.020.10

Deutsche Fassung

**Umweltmanagement - Umweltkommunikation - Anleitungen und
Beispiele (ISO 14063:2006)**

Environmental management - Environmental
communication - Guidelines and examples (ISO
14063:2006)

Management environnemental - Communication
environnementale - Lignes directrices et exemples (ISO
14063:2006)

Diese Europäische Norm wurde vom CEN am 30. April 2010 angenommen.

Die CEN-Mitglieder sind gehalten, die CEN/CENELEC-Geschäftsordnung zu erfüllen, in der die Bedingungen festgelegt sind, unter denen dieser Europäischen Norm ohne jede Änderung der Status einer nationalen Norm zu geben ist. Auf dem letzten Stand befindliche Listen dieser nationalen Normen mit ihren bibliographischen Angaben sind beim Management-Zentrum des CEN oder bei jedem CEN-Mitglied auf Anfrage erhältlich.

Diese Europäische Norm besteht in drei offiziellen Fassungen (Deutsch, Englisch, Französisch). Eine Fassung in einer anderen Sprache, die von einem CEN-Mitglied in eigener Verantwortung durch Übersetzung in seine Landessprache gemacht und dem Zentralsekretariat mitgeteilt worden ist, hat den gleichen Status wie die offiziellen Fassungen.

CEN-Mitglieder sind die nationalen Normungsinstitute von Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, der Schweiz, der Slowakei, Slowenien, Spanien, der Tschechischen Republik, Ungarn, dem Vereinigten Königreich und Zypern.



EUROPÄISCHES KOMITEE FÜR NORMUNG
EUROPEAN COMMITTEE FOR STANDARDIZATION
COMITÉ EUROPÉEN DE NORMALISATION

Management-Zentrum: Avenue Marnix 17, B-1000 Brüssel

Inhalt

Seite

Vorwort	3
Einleitung.....	4
1 Anwendungsbereich	7
2 Begriffe	7
3 Grundsätze der Umweltkommunikation	8
3.1 Allgemeines	8
3.2 Grundsätze	8
3.2.1 Transparenz.....	8
3.2.2 Angemessenheit	8
3.2.3 Glaubwürdigkeit.....	8
3.2.4 Offenheit	8
3.2.5 Klarheit.....	8
4 Politik der Umweltkommunikation	9
4.1 Verpflichtung der Leitung	9
4.2 Entwicklung der Politik	9
5 Strategie der Umweltkommunikation	10
5.1 Grundlegende Überlegungen	10
5.2 Festlegen der Zielsetzungen der Umweltkommunikation	10
5.3 Identifizieren interessierter Kreise.....	11
5.4 Bereitstellen von Ressourcen	12
6 Tätigkeiten der Umweltkommunikation.....	12
6.1 Planung von Tätigkeiten der Umweltkommunikation	12
6.1.1 Allgemeines	12
6.1.2 Situationsanalyse	13
6.1.3 Festlegen der Kommunikationsziele Umwelt	14
6.1.4 Identifizieren von Zielgruppen.....	15
6.1.5 Definieren des geographischen Geltungsbereiches.....	16
6.1.6 Identifizieren von umweltrelevanten Informationen.....	16
6.2 Auswahl von Inhalt, Methoden und Instrumenten der Umweltkommunikation	18
6.2.1 Allgemeines	18
6.2.2 Festlegen von Verantwortlichkeiten und Einbeziehung (intern und extern)	24
6.2.3 Verfolgen der Inputs von interessierten Kreisen	25
6.2.4 Planung von Tätigkeiten der Umweltkommunikation im Fall von Umweltkrisen und Notfällen.....	25
6.3 Durchführung einer Tätigkeit der Umweltkommunikation	27
6.3.1 Erfassung und Bewertung von Daten.....	27
6.3.2 Umsetzung von Tätigkeiten der Umweltkommunikation.....	27
6.3.3 Aufzeichnen von und Reagieren auf Rückmeldungen	28
6.4 Bewertung der Umweltkommunikation	29
6.5 Durchführung einer Managementbewertung und Planen von Überarbeitungen	30
Anhang A (informativ) Referenztable innerhalb der Normenreihe ISO 14000.....	31
Literaturhinweise	35

Vorwort

Der Text von ISO 14063:2006 wurde vom Technischen Komitee ISO/TC 207 „Environmental management“ der Internationalen Organisation für Normung (ISO) erarbeitet und als EN ISO 14063:2010 übernommen.

Diese Europäische Norm muss den Status einer nationalen Norm erhalten, entweder durch Veröffentlichung eines identischen Textes oder durch Anerkennung bis November 2010, und etwaige entgegenstehende nationale Normen müssen bis November 2010 zurückgezogen werden.

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Texte dieses Dokuments Patentrechte berühren können. CEN [und/oder CENELEC] sind nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren.

Entsprechend der CEN/CENELEC-Geschäftsordnung sind die nationalen Normungsinstitute der folgenden Länder gehalten, diese Europäische Norm zu übernehmen: Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Irland, Island, Italien, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Schweiz, Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechische Republik, Ungarn, Vereinigtes Königreich und Zypern.

Anerkennungsnotiz

Der Text von ISO 14063:2006 wurde vom CEN als EN ISO 14063:2010 ohne irgendeine Abänderung genehmigt.

Einleitung

0.1 Über die letzten zwei Jahrzehnte wurde die Kommunikation über umweltbezogene Werte und Maßnahmen sowie die Umweltleistung zu einer wichtigen Aufgabe von Organisationen. Gründe hierfür sind wachsende öffentliche Belange sowie öffentliches Interesse und staatliches Engagement im Umweltbereich. Weltweit sind Organisationen immer stärker mit der Anforderung konfrontiert, ihre Ansichten darzustellen und die ökologischen Auswirkungen ihrer Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen offenzulegen und zu erläutern. Darüber hinaus wird es zunehmend erforderlich, die Ansichten und Anforderungen interessierter Kreise anzuhören und als Teil der Umweltkommunikation aufzunehmen.

Organisationen sind aufgefordert, Informationen über Umweltthemen, -belange und -programme zu beschaffen, bereitzustellen und auf diese entsprechend zu reagieren. Beeinflusst wird dies durch Faktoren wie den geographischen Standort und die Struktur der Organisation, den Umfang und die Arten der Tätigkeiten der Organisation. Beweggründe für eine Kommunikation können sein:

- das Interesse einer Organisation am Informationsaustausch über ihre Umweltpraktiken;
- Informationsbedarf von Angestellten oder Investoren, einer staatlichen Behörde, einer gesellschaftlichen Gruppe, von Kunden oder Lieferanten oder von anderen interessierten Kreisen;
- Diskussionsbedarf mit interessierten Kreisen, insbesondere mit Zielgruppen, eine bevorstehende Maßnahme der Organisation, wie z. B. die Erweiterung einer existierenden Anlage oder die Gründung eines neuen Standortes oder die Einführung eines neuen Produktes oder einer neuen Dienstleistung;
- umweltbezogenes Risikomanagement;
- behördliche Anforderungen;
- die Reaktion auf Beschwerden von interessierten Kreisen;
- die steigende Bedeutung, Umweltthemen anzusprechen.

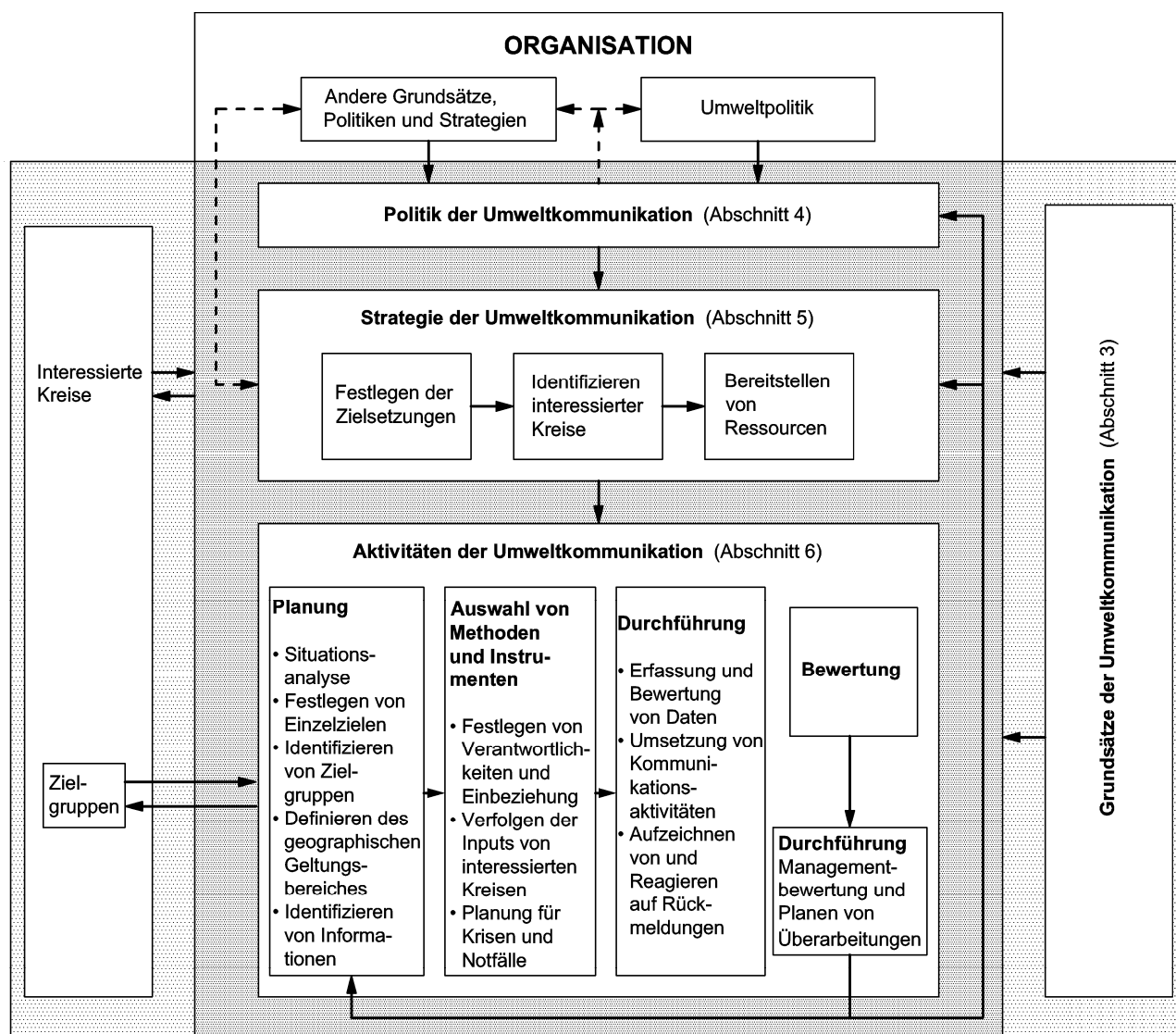
Umweltkommunikation ist der Prozess des Teilens von Informationen, um Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Partnerschaften aufzubauen, um das Bewusstsein zu steigern und um diese Informationen für Entscheidungen zu nutzen. Die verwendeten Prozesse und Inhalte der Umweltkommunikation werden sich je nach Zielsetzungen und Rahmenbedingungen der Organisation unterscheiden und sollten auf substantiellen Informationen aufbauen.

0.2 Umweltkommunikation ist weiter gefasst als Umweltberichterstattung. Sie erfüllt viele Zwecke und kann viele Formen annehmen. Umweltkommunikation kann *ad hoc* stattfinden oder geplant sein. Ein Beispiel für eine Ad-hoc-Kommunikation ist, wenn ein Standortleiter an einer Gemeindeveranstaltung teilnimmt und Fragen beantwortet. Wie nachfolgend dargestellt kann geplante Kommunikation begrenzte bis vollständige Beteiligung der interessierten Kreise umfassen.

- a) Einseitige Kommunikation findet statt, wenn die Organisation Informationen ohne eine Möglichkeit für Fragen oder Diskussionen verteilt, z. B. bei der Herausgabe des Umweltberichts der Organisation.
- b) Wechselseitige Kommunikation findet bei einem Austausch von Informationen und Ideen zwischen der Organisation und den interessierten Kreisen statt.
- c) Entscheidungen mit Beteiligung, einschließlich wirksamer Rückmeldung, liegen vor, wenn die Organisation mit interessierten Kreisen zusammenarbeitet, um eine Entscheidung zu treffen, die die Organisation und/oder die lokale Gemeinde betrifft.

0.3 Durch den Dialog mit den interessierten Kreisen ergibt sich für die Organisation die Möglichkeit, deren Fragen und Belange kennen zu lernen, dadurch das Wissen auf beiden Seiten zu erweitern und Meinungen und Wahrnehmungen zu beeinflussen. Richtig angewendet, kann jeder Ansatz zum Erfolg führen und die Bedürfnisse der Organisation und der interessierten Kreise erfüllen. In manchen Fällen ist das Verstehen des Kommunikationsmusters/-verhaltens jedes interessierten Kreises (oder jeder Zielgruppe) ebenso wichtig in der Umweltkommunikation. Das wirksamste Verfahren zur Umweltkommunikation umfasst den fortlaufenden Kontakt der Organisation zu internen und externen interessierten Kreisen als Teil der übergreifenden Kommunikationsstrategie der Organisation.

Bild 1 stellt die Zusammenhänge und den Verlauf der Umweltkommunikation dar.



ANMERKUNG 1 Fettgedruckte und nummerierte Überschriften beziehen sich auf die Abschnitte dieser Internationalen Norm.

ANMERKUNG 2 Die gestrichelten Pfeile kennzeichnen die Beziehung des Umweltkommunikationssystems mit anderen Elementen der Organisation; die durchgezogenen Pfeile kennzeichnen die Zusammenhänge im Umweltkommunikationssystem selbst.

ANMERKUNG 3 Schattierungen kennzeichnen den Anwendungsbereich des Umweltkommunikationssystems; eine dunklere Schattierung kennzeichnet die Überschneidung des Umweltkommunikationssystems mit der Organisation.

Bild 1 — Umweltkommunikation

0.4 Umweltkommunikation führt oft zu vielen Vorteilen, wie z. B.:

- Unterstützung von interessierten Kreisen, die Umweltverpflichtungen, die Umweltpolitik und die Umweltleistung einer Organisation zu verstehen;
- Bereitstellung von Vorgaben/Vorschlägen zur Verbesserung der Umweltleistung der Tätigkeiten, Produkte und Dienstleistungen einer Organisation und um Fortschritte hinsichtlich der Nachhaltigkeit zu machen;
- Verbesserung des Verständnisses für die Ansprüche und Belange von interessierten Kreisen, um Vertrauen und einen Dialog aufzubauen;
- Darstellung von Umweltreferenzen, Umwelterfolgen und Umweltleistung einer Organisation;
- Erhöhung der Wichtigkeit und des Niveaus des Umweltbewusstseins, um eine umweltverantwortliche Kultur und entsprechende Werte in der Organisation zu fördern;
- Ansprechen der Belange und Bedenken interessierter Kreise bezüglich der Umweltgefahren sowohl aus dem laufenden Betrieb als auch in Folge von Notfällen;
- Verbesserung der Wahrnehmung der Organisation durch interessierte Kreise und
- Erhöhung des geschäftlichen Rückhalts und des Vertrauens der Anteilseigner.

Umweltkommunikation ist eines der Schlüsselthemen, mit dem sich jede Organisation, mit oder ohne etabliertes Umweltmanagementsystem (UMS), beschäftigen muss. Dabei ist Umweltkommunikation aber nicht nur eine Frage der Organisation und des Managements, sondern auch der Werte einer Organisation. Für die Sicherstellung eines erfolgreichen Kommunikationsprozesses ist es für die Organisation wichtig, sich selbst als verantwortlichen Partner in der Gesellschaft zu betrachten und die umweltbezogenen Erwartungen der interessierten Kreise ernst zu nehmen.