



# NGO- RADAR

Wie Sie Ihre Stakeholder  
auf dem Schirm behalten

imug

# NGO-Radar: Effizientes Stakeholder-Monitoring im Nachhaltigkeitskontext

Sehr geehrte  
Damen und Herren,

nachhaltig geführte Unternehmen brauchen einen proaktiven Umgang mit Stakeholder-Anliegen. Ein effizientes Stakeholder-Monitoring schafft hier die Voraussetzung, um Anforderungen im Unternehmensumfeld und gesellschaftliche Trends frühzeitig zu identifizieren. Stakeholder-Monitoring ist aber kein Selbstzweck. Vielmehr bietet die Berücksichtigung externer Perspektiven wichtige Impulse für das unternehmerische Risiko- und Reputationsmanagement.

Das imug versteht sich als ausgewiesener Experte im Bereich des Stakeholder-Monitorings. Als langjährige CSR-Berater und SRI-Analysten verfügen wir über weitreichende Erfahrung und fundiertes Know-how.

Mit unserem NGO-Radar wollen wir Ihnen helfen, Ihr Stakeholder-Monitoring möglichst effizient zu gestalten. Als Instrument der strategischen Früherkennung dient das imug NGO-Radar der regelmäßigen Beobachtung, Analyse und Interpretation dieser Prozesse zu Ihren relevanten Nachhaltigkeitsthemen.

- ▶ Sensibilisieren Sie Ihr Unternehmen für gesellschaftliche Anliegen.
- ▶ Identifizieren Sie konkrete Themen und Positionen innerhalb Ihres Stakeholder-Universums.
- ▶ Erkennen Sie frühzeitig Risiken und Chancenpotenziale.
- ▶ Optimieren Sie Ihre Stakeholder-Management-Prozesse.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Wir freuen uns über Ihren Anruf oder Ihre E-Mail und informieren Sie gerne auch über weitere imug Leistungen.



*Stefan Dahle*

Stefan Dahle  
Leiter Corporate Social Responsibility



*Ingo Schoenheit*

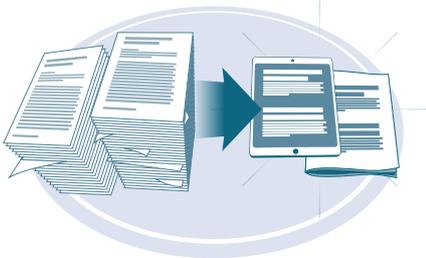
Dr. Ingo Schoenheit  
Geschäftsführender Gesellschafter



# Wie funktioniert das NGO-Radar?

## 4 Reporting im Newsletterformat Ihres Firmenlayouts

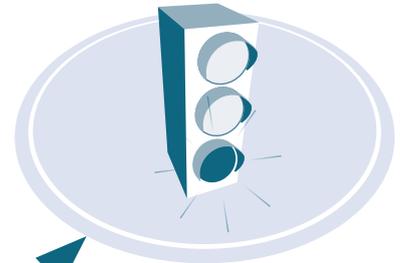
Inhaltliche Zusammenfassung der Meldungen



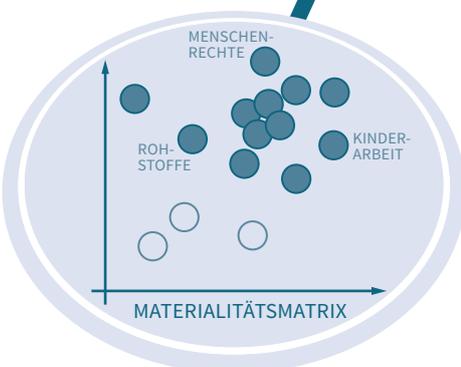
Optimierte Darstellung für unterschiedliche Medien



Systematische Relevanzeinschätzung anhand abgestimmter Kriterien



3 Kontinuierliche Beobachtung „Watching the Watchdog“



1 Definition relevanter Themenbereiche und Issues

2 Identifikation relevanter NGOs, Watchdogs und Newsdienste



## Kontinuierliche Beobachtung „Watching the Watchdog“



Neben der systematischen Beobachtung von NGOs, Newsdiensten und ausgewählten gewerkschaftlichen Organisationen bildet der „Watching the Watchdog“-Ansatz einen zentralen Bestandteil des NGO-Radars. Ziel ist,

die Vernetzung und Informationsmacht internationaler Unternehmens-Watchdogs zur frühzeitigen Identifizierung potenzieller Probleme im Bereich der sozial-ökologischen Unternehmensperformance zu nutzen.

## Reporting im Newsletterformat Ihres Firmenlayouts



### Inhaltliche Zusammenfassungen der Meldungen

Zur möglichst einfachen und schnellen Information verdichten wir für Sie die recherchierten Meldungen auf die wesentlichen Aussagen hin. Darüber hinaus werden zentrale Entwicklungen innerhalb ausgewählter Issues zu Trendaussagen aggregiert.

### Optimierte Darstellung für unterschiedliche Medien

Selbstverständlich sollten die Ergebnisse auch auf mobilen Endgeräten nutzerfreundlich gelesen werden können. Gerne passen wir die Darstellung den Anforderungen und Gewohnheiten der Leser in Ihrem Unternehmen an!

### Systematische Relevanzeinschätzung anhand abgestimmter Kriterien

Wir bewerten die Relevanz der Meldungen anhand der folgenden Kriterien:

- ▶ Adressierung des Unternehmens
- ▶ Brisanz und Einfluss auf das Kerngeschäft
- ▶ Reichweite der Meldung
- ▶ Glaubwürdigkeit und Reputation der Organisation
- ▶ Durchsetzungsfähigkeit der Organisation

# Deutsche Telekom

Umsetzungsbeispiel



- ▶ **Ziel:**  
kontinuierliches Screening relevanter NGOs  
und frühzeitige Identifizierung (neuer) Themen  
und Themenzuspitzungen
- ▶ **Beobachtungsset:**  
regionale und globale NGOs, Newsdienste und  
Watchdogs in den für die Deutsche Telekom  
relevanten Themenfeldern, unterteilt in 18  
definierte Issues
- ▶ **Ergebnispräsentation:**  
Inhaltliche Zusammenfassung mit  
Relevanzeinschätzung im Newsletter-Format  
alle zwei Monate

# Volkswagen AG

Umsetzungsbeispiel

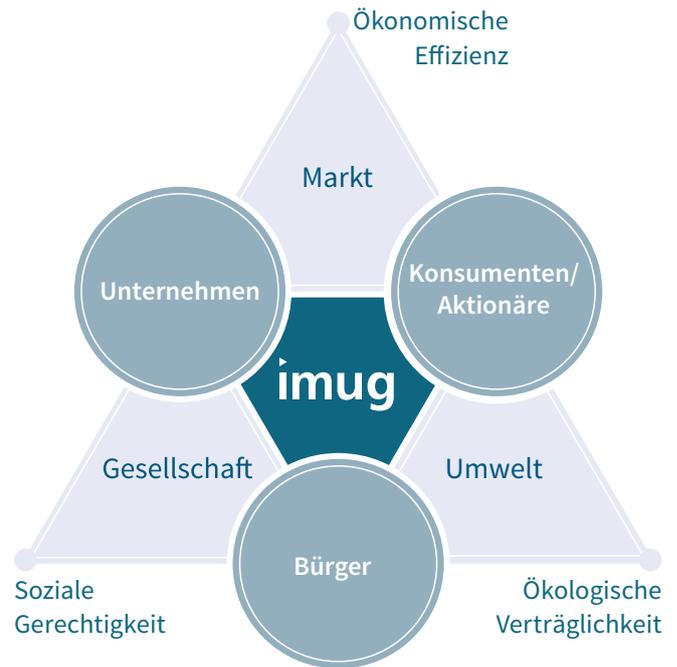


- ▶ **Ziel:**  
Aufzeigen von Issue-Trends und ausgewogene Information der interessierten Entscheidungsträger über wichtige Meldungen aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft
- ▶ **Beobachtungsset:**  
Massenmedien, nationale und internationale Newsletter, Umwelt- und Nachhaltigkeitspublikationen, Verkehrs- und Technikzeitschriften sowie Pressemitteilungen diverser regional und global tätiger NGOs
- ▶ **Ergebnispräsentation:**  
Dokumentation im Newsletter-Format in monatlicher Erscheinungsweise

# Wer wir sind

## Forschung – Beratung – Service

Kunden, Mitarbeiter und die kritische Öffentlichkeit stellen immer komplexere Anforderungen an Unternehmen und Organisationen. Wir forschen und beraten zur Frage, wie die Austauschbeziehungen zwischen Organisationen und ihren Stakeholdern effizient und verantwortlich gestaltet werden können. Wir arbeiten für Institutionen, die ihren ökonomischen Erfolg mit ökologischer Verträglichkeit und sozialer Fairness verbinden wollen. Als Marketingexperten sehen wir unsere Aufgabe darin, Win - win Situationen mit den „Mitteln des Marktes“ herbeizuführen. Qualität, Leistung, Fairness sollen überzeugen.



## GRÜNDUNG 1992

1992 als Institut an der Universität Hannover

## NAME IST PROGRAMM

Markt – Umwelt – Gesellschaft

## ERWEITERUNG

1995 Gründung imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen mbH

## UMSETZUNG

- ▶ 36 festangestellte Mitarbeiter/innen
- ▶ 10 Hilfskräfte und Praktikanten
- ▶ 120 freie Mitarbeiter/innen (Marktforschung)

## SYNERGIEN

Forschung und Beratung unter einem Dach

## KOMPETENZEN

- ▶ CSR- und Nachhaltigkeitsmanagement
- ▶ Nachhaltiges Investment
- ▶ Marketing- und Kommunikationsberatung
- ▶ Marktforschung

## POSITION

Zwischen den Stühlen

# Haben wir Ihr Interesse geweckt?



## Ansprechpartner:

Stefan Dahle  
Leiter Corporate Social Responsibility

fon: 0511 12196 16  
mail: [dahle@imug.de](mailto:dahle@imug.de)



**imug** Beratungsgesellschaft  
für sozial-ökologische Innovationen mbH

Postkamp 14a  
30159 Hannover

fon: 0511 12196 0  
fax: 0511 12196 95

mail: [contact@imug.de](mailto:contact@imug.de)  
web: [www.imug.de](http://www.imug.de)