

Durch Nachhaltigkeit eine neue Wettbewerbsfähigkeit erreichen

Markus Richter, Februar 2023

Je höher die Energiekosten steigen, umso mehr rückt die Nachhaltigkeit in den Fokus der Unternehmen. Der energetische Wandel ist aber nur der erste Schritt auf dem Weg zur Nachhaltigkeit, es bedarf auch eines tiefgreifenden Umbaus der Geschäftsprozesse. Je früher Unternehmen damit beginnen, umso eher können sie die Früchte der neuen Wettbewerbsfähigkeit ernten.

Der Druck steigt

Spätestens seit der Veröffentlichung der 17 UN-Nachhaltigkeitsziele im Jahr 2015 (siehe Abb. 1) steigern sich das Bewusstsein und die Forderung nach Nachhaltigkeit bei Verbrauchern und europäischer Wirtschaft stetig. Das setzt Unternehmen zunehmend unter Druck, das eigene Geschäftsmodell auf Nachhaltigkeit auszurichten.



Abb. 1: die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN (Quelle: Bundesregierung)

Auf die richtige Strategie kommt es an

Um die gesteckten Ziele zu erreichen, bedarf es mehr als nur halbherziger Lippenbekenntnisse. Klimaneutralität und Nachhaltigkeit müssen fest in der Unternehmensstrategie eingebunden sein. Der Deutsche Mittelstands-Bund spricht hier von 4 verschiedenen Nachhaltigkeitsstrategien:

- Ökologische Effizienz
- Ökologische Organisation

- Ökologische Kostenführerschaft
- Ökologisches Produktportfolio

Jede dieser Nachhaltigkeitsstrategien führt zu einem Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz, sofern sie fest im Unternehmen verankert ist.

Die „*Ökologischen Effizienz*“ meint eine möglichst verlustfreie Wertschöpfungskette, durch beispielsweise regionale und nachhaltige Rohstoffe, sowie regionale und energieeffiziente Produktion. Der Wettbewerbsvorteil wird hier durch die interne Effizienz und die niedrigeren Produktionskosten geschaffen.

Die „*Ökologische Organisation*“ meint Unternehmen, die beispielweise die Transformation zur Klimaneutralität bereits eingeleitet haben und sich durch den dadurch gewonnenen Imagegewinn einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz verschaffen.

Ziel der „*Ökologischen Kostenführerschaft*“ ist es, den Wettbewerbsvorteil durch möglichst günstige ökologische Produkte zu erreichen, was bei den derzeitigen Marktgegebenheiten schwierig umsetzbar ist. Hierzu müssen neue und innovative Technologien genutzt, bzw. eingeführt werden.

Das „*Ökologische Produktportfolio*“ zielt darauf ab, langfristig nur nachhaltige und ressourcenschonende Produkte anzubieten und dadurch bestehende Marktnischen zu besetzen.

Der Zukunft einen Schritt voraus

Diese 4 Strategien eröffnen eine Möglichkeit, sich bereits jetzt wichtige Wettbewerbsvorteile zu verschaffen und diese in den nächsten Jahren gezielt auszuspielen.

Mit einer Analyse und einem Re-Design der Geschäftsprozesse innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette begleitet Sie die **CONSENZUM Managementberatung** bei der Ausrichtung zum „nachhaltigen Unternehmen“ und bei der Entwicklung der richtigen Strategien auf dem Weg dorthin..

Ein Meilenstein ist beispielsweise unser Zero-Carbon-Transformationsprogramm („C0C“), durch das Unternehmen in 4 Schritten – über die Energieeffizienz als wichtigsten Baustein – zur Klimaneutralität gelangen. Dafür stehen zahlreichen Förderprogramme auf Landes-, Bundes- und Europaebene zur Verfügung, die solche Transformationsprojekte unterstützen.

Markus Richter

CONSENZUM - Managementberatung
 richter@consenzum.de | www.consenzum.de

Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge
