

Nachhaltigkeit – ein Strohfeuer oder eine strategische Anforderung der Zukunft?

Dr. Rudi Eder, Juli 2023

Das Wort ‚nachhaltig‘ erlebt gerade eine beinahe inflationäre Nutzung und die Zahl der Definitionen scheint sich analog zu verhalten. Nachhaltigkeit ist das Prinzip, der Umwelt (Natur, Erde, Flora und Fauna, Mensch) nicht mehr zu entnehmen als sie ausgleichen kann. Nachhaltigkeit verfolgt das Ziel, auch in Zukunft noch Ressourcen zur Verfügung zu haben.

Dieses Prinzip hilft, um entscheiden zu können, inwieweit ein Tun, ein Leben, Waren oder Leistungen nachhaltig sind.

Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sich auf diese Entwicklung einzustellen. Wir können davon ausgehen, dass es sich beim Thema Nachhaltigkeit nicht um ein Strohfeuer handelt, das wir aussitzen können.

Warum Nachhaltigkeit auch für den Mittelstand ein Thema ist

Immer stärker wird das Kundenbedürfnis nach Auskunft über Warenherkunft, Lieferketten, Nachhaltigkeit oder Klimaschutzaktivitäten. Mittelständische Unternehmen haben zwar gegenüber dem Gesetzgeber keine Auskunftspflicht, über kurz oder lang werden aber alle großen Unternehmen ihre Lieferanten bei der Nachhaltigkeit einbeziehen und in die Kundenbewertung integrieren. Spätestens dann trifft es alle Unternehmen, unabhängig von der Größe, in der Lieferkette.

Für die mittelständischen Unternehmen ergibt sich deshalb jetzt schon die Frage, wie sie sich nachhaltig entwickeln können.

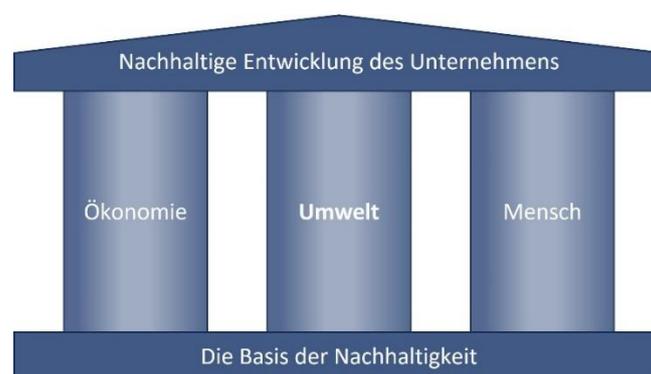


Abb. 1: Das Säulenmodell zur Nachhaltigkeit

Eine erste Antwort auf die Frage gibt das Säulenmodell aus den 1990er Jahren (siehe Abb. 1). Danach müssen bei einer Entwicklung, sei es ein Unternehmen oder ein Produkt, sowohl die ökologischen als auch die wirtschaftlichen und die sozialen Bedürfnisse gedeckt werden,

um das Attribut ‚nachhaltig‘ zu verdienen. In einfachere Sprache übersetzt bedeutet es, dass Unternehmen einerseits die vorhandenen Ressourcen nutzen dürfen, um ein Geschäft zu betreiben, dass sie aber andererseits die Natur, die Mitarbeiter und die Gesellschaft nicht ausnutzen sollen.

Was die Nachhaltigkeit von Unternehmen verlangt

Betrachtet man das Kreismodell der Nachhaltigkeit (siehe Abb. 2), oder auch die Nachhaltigkeits-Säulen aus der Vogelperspektive, sieht der Betrachter häufig gut gemeinte Initiativen: Soziales und ökologisches Wirken schafft eine lebenswertere Welt, die Verbindung von wirtschaftlichem und sozialem Wirken macht die Welt gerechter, während Ökologie und Ökonomie die Welt lebensfähiger machen.

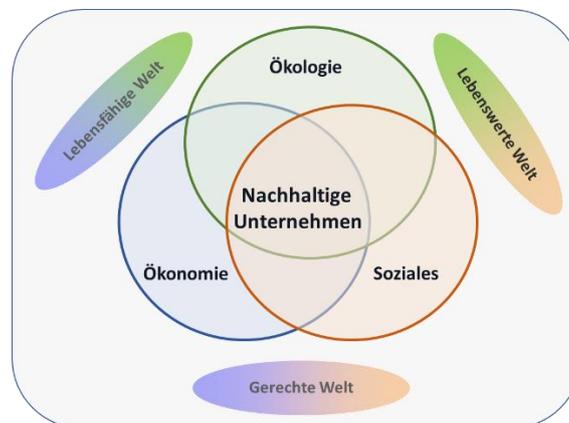


Abb. 2: Das Kreismodell der Nachhaltigkeit

Jede dieser drei Welten ist per se positiv und damit erstrebenswert. Nachhaltig und zukunftsfähig können Unternehmen allerdings nur werden, wenn sie alle drei Belange in ihrer Entwicklung berücksichtigen. Wie ausgewogen die Nachhaltigkeitsstrategie sein muss, oder wo die Schwerpunkte liegen, hängt von den Rahmenbedingungen eines jeden Unternehmens ab, von der Tätigkeit, der Branche, dem Ressourcenbedarf und dem Spielfeld, auf dem es tätig ist.

Die **CONSENZUM Managementberatung** begleitet mittelständische und große Unternehmen auf ihrem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung. Das Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit und die Bedeutung für die Zukunft eines Unternehmens stehen dabei am Anfang einer zukunftsfähigen Entwicklung.

Dr. Rudi Eder

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

Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge
