

Warum ein nachhaltiger Wandel notwendig ist

Wie Ihr Unternehmen vom nachhaltigen Wandel profitiert

Wie der Weg zur Nachhaltigkeitsstrategie aussieht

Kapitel 1

Jetzt wird's nachhaltig: Werden Sie Teil des Wandels

Theoretisch verfolgen wir alle – in Deutschland, in Europa und nahezu auf der ganzen Welt – ein gemeinsames Ziel: Wir wollen die unvermeidliche Erderwärmung auf maximal 1,5 Grad drosseln. Dazu haben sich die Länder der Vereinten Nationen im Rahmen des Pariser Klimaabkommens verpflichtet. Darüber hinaus hat sich die Weltgemeinschaft zu weiteren Zielen bekannt, die zum Beispiel den Hunger auf der Welt und die Ungleichheiten zwischen den Wohlstandsstaaten und den ärmeren Ländern bekämpfen sollen.

Praktisch bedeutet das, dass wir auch alle mit anpacken müssen, um diese Ziele wenigstens annähernd zu erreichen. Sie, ich, die Bundesrepublik Deutschland, die 17 Bundesländer, die Städte und Kommunen – wirklich alle Personen und Institutionen tragen ihren Teil zum Gelingen bei. Natürlich auch die Unternehmen. Ihnen kommt sogar eine ganz besondere Rolle zu.



Voraussetzung für die Erreichung der gesteckten Ziele ist ein Wandel der gesamten Wirtschaft. Wenn wir die Art und Weise, wie wir produzieren und konsumieren nicht grundlegend ändern, ist ein Scheitern vorprogrammiert. Der globale Einfluss der Wirtschaft ist so massiv, dass Unternehmen die Schlüsselrolle bei der sogenannten Transformation spielen.

Darum ist der Druck auf Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit auch nicht gerade gering: Unternehmen gelten als Hoffnungsträger für eine lebenswerte Zukunft auf unserem Planeten.

Eine richtig gute Gelegenheit: Greifen Sie zu

In jedem Wandel steckt aber auch eine Chance. Und anstatt sich trotzig gegen die Nachhaltigkeitsansprüche aufzulehnen, können Unternehmen diese Chance auch einfach beim Schopfe packen und sich neu ausrichten. Das wollen Sie oder Ihr Unternehmen nicht? Tja, Pech gehabt. Mittlerweile gibt es nicht nur ein gewandeltes Konsuminteresse, sondern auch etliche rechtliche Regularien, die Sie auf den Pfad der Nachhaltigkeit drängen werden. Insbesondere, was die Rechenschaftspflicht über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten betrifft, kommt auf Unternehmen ab 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einiges zu.

Da Sie gerade dieses Buch lesen, wissen Sie das alles bestimmt bereits. Und egal, ob Sie enthusiastisch ans Werk gehen und es gar nicht erwarten können, nachhaltige Strategien zu implementieren, oder ob ich Ihren Enthusiasmus erst noch wecken muss: Am Ende wird Ihr Unternehmen von einer unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategie profitieren. Versprochen.

Bis es so weit ist, liegt aber noch ein kleines Stück Arbeit vor Ihnen.

Schritt für Schritt zu Ihrem nachhaltigen Unternehmen

Steigen wir also direkt ein und klappern die Stationen ab, die zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie für Ihr Unternehmen nötig sind.

1. Machen Sie sich schlau

Was ist Nachhaltigkeit eigentlich, woher kommt der Begriff und was bedeutet Nachhaltigkeit für Unternehmen? Antworten darauf finden Sie in Kapitel 2.

2. Informieren Sie sich über rechtliche Rahmenbedingungen

Für Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitenden gelten neuerdings und in naher Zukunft strengere Anforderungen, unter anderem zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Prüfen Sie, ob Ihr Unternehmen unter die unterschiedlichen rechtlichen Pflichten fällt und überlegen Sie, welche Konsequenzen das für die Nachhaltigkeitsaktivitäten Ihres Unternehmens hat. Welche Pflichten das konkret sind, erfahren Sie in Kapitel 3.

3. Sorgen Sie für Commitment und stellen Sie die Weichen

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmensstrategie und wirkt sich unter anderem auf den Jahresabschluss und die Risikobewertung eines Unternehmens aus. Entsprechend muss die Geschäftsführung vollumfänglich hinter dem Thema stehen und die Grundlage für Strategie und Umsetzung schaffen. Dafür müssen Sie sorgen.

Überlegen Sie außerdem, wie und mit wem Sie das Thema Nachhaltigkeit angehen wollen. Haben Sie Ressourcen und Know-how innerhalb des Unternehmens? Falls nicht, erkundigen Sie sich nach Beratungsunternehmen, die Ihnen das notwendige

Know-how vermitteln und Starthilfe geben. Stellen Sie ein Team zusammen, das den kompletten Strategieprozess begleitet. In Kapitel 4 erhalten Sie die Informationen, die Sie für eine gute Vorbereitung benötigen.

4. Wählen Sie Ihren Weg

Überlegen Sie, was Ihr Ausgangspunkt für eine Nachhaltigkeitsstrategie ist: die SDGs (Sustainable Development Goals)? Oder zäumen Sie das Pferd von hinten auf und steigen mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung ein? Das geht auch. Sie haben dann einen vorgegebenen Rahmen, innerhalb dessen Sie agieren. Sie können auch eine Effizienzberatung als Ausgangspunkt nehmen – Ihrer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Aber einen Fahrplan sollten Sie haben, andernfalls verzetteln Sie sich. Wie Sie diesen aufstellen, lesen Sie in Kapitel 5.

5. Setzen Sie sich konkrete Ziele

Ebenfalls in Kapitel 5 werden Sie erfahren, dass Ihr Strategieprozess konkrete Ziele als Ergebnis nach sich ziehen sollte. Fokussieren Sie sich auf die wichtigen Themen. Auch Ihr Unternehmen kann nicht alle Probleme lösen. Es kann aber vermutlich einige wenige Herausforderungen erfolgreich meistern.

6. Erarbeiten Sie Maßnahmen

Definieren Sie Methoden und Schritte, um die analysierten Ziele zu erreichen. In Kapitel 6 gebe ich Ihnen einige Ideen mit auf den Weg. Sicherlich werden Sie einige davon schon kennen oder sogar umsetzen, manches wird Sie hoffentlich auf neue Gedanken bringen.

7. Verschriftlichen Sie

Erarbeiten Sie eine formale Nachhaltigkeitsstrategie, die allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Verfügung steht. Sie soll als Grundlage für das nachhaltige Handeln in Ihrem Unternehmen dienen.

8. Dokumentieren Sie

Vergessen Sie nicht, den Weg von Beginn an zu dokumentieren: Wie kommen Sie zu den Nachhaltigkeitszielen, warum haben Sie sich für spezielle entschieden und wie kam das Maßnahmenpaket zustande? Warum das so wichtig ist, erläutere ich an mehreren Stellen im Buch. Vor allem aber spielt der Dokumentationsprozess im Rahmen der Nachhaltigkeitsberichterstattung, auf die ich in Kapitel 7 eingehe, eine wichtige Rolle.

9. Berichten Sie

Erstellen Sie einen Nachhaltigkeitsbericht, um Ihre Fortschritte zu dokumentieren. Sie können sich dabei an einem der Berichtsstandards, etwa dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex oder der Global Reporting Initiative orientieren. Mehr dazu erfahren Sie ebenfalls in Kapitel 7. Darüber hinaus können und sollten Sie Nachhaltigkeitsthemen aber auch in der Unternehmenskommunikation und/oder im Marketing nutzen. Welche Regeln es dabei zu beachten gibt und was eine gute Nachhaltigkeitsstory ausmacht, erfahren Sie in Kapitel 8.

10. Überprüfen Sie

Überprüfen Sie regelmäßig, ob die Strategie noch trägt, ob die Methoden zum Erfolg führen und ob die gesetzten Ziele noch ambitioniert genug sind, erreicht wurden oder neu formuliert werden müssen. Und überprüfen Sie auch regelmäßig, ob Ihr Wissen noch auf dem neuesten Stand ist. Blättern Sie gern immer mal wieder durch das Buch oder konsultieren Sie die über das Buch verteilten Informationskanäle, um sich über neue Entwicklungen zu informieren.

Bereit für den Einstieg in das Thema Nachhaltigkeit? Dann geht's jetzt los.