

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil des Managements

„Nachhaltiges Wirtschaften“ als Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte im unternehmerischen Handeln ist weit mehr als ein verbreitetes Modewort: Nachhaltigkeit als integraler Bestandteil unternehmerischen Wirtschaftens ist der Schlüssel zu langfristigem Erfolg.

Häufig werden einzelne Aspekte in separaten Initiativen abgebildet. Sie finden aber keine Berücksichtigung in den Unternehmenszielen und der Strategie. Nachhaltigkeit und Kerngeschäft bleiben getrennte Säulen. Isolierten Maßnahmen haben als operative Aktionen durchaus Berechtigung, das Potential nachhaltigen Wirtschaftens können sie jedoch nicht ausschöpfen. Erst die Umwandlung nachhaltigen Wirtschaftens von der notwendigen Nebenbedingung zum Wertschöpfungs- und Innovationstreiber im Kerngeschäft macht das Engagement wirkungsvoll und zukunftsfähig. Sowohl für die Strategieentwicklung als auch in der operativen Umsetzung ist die Verknüpfung von Nachhaltigkeitsaspekten mit langfristigen Zielen und Unternehmenskultur entscheidend für die Akzeptanz und die Glaubwürdigkeit des unternehmerischen Engagements und damit für den Erfolg des Unternehmens.

Der Ausgangspunkt für Nachhaltigkeit als Teil der Gesamtstrategie ist das vorausschauende Erkennen von Veränderungen im Unternehmensumfeld und das Verstehen der resultierenden Herausforderungen für das Kerngeschäft. Die Auseinandersetzung mit ökologischen und sozialen Aspekten und deren vollständige Einbeziehung führen zu direkten positiven Veränderungen der operativen Entscheidungen. Die Chance auf die Entwicklung zukunftsweisender und marktadäquater Produkte erhöht sich genauso wie die Reputation des Unternehmens in der Öffentlichkeit. Bei der Suche nach zukunftsfähigen Antworten erhalten aktive Elemente wie Produkt- und Technologieentwicklung, Kreativität, Innovation und neue nachhaltige Geschäftsmodelle eine bestimmende Bedeutung.

Damit geht die Wirkung des nachhaltigen Managements weit über die Reduzierung der Kosten z.B. aufgrund von niedrigerem Energieverbrauch, Abfallkostenvermeidung, niedrigerer Fluktuation hinaus, die als sekundäre positive Aspekte durchaus zu würdigen sind. Die Vorreiterunternehmen haben Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil des Unternehmenszwecks implementiert. Sie setzen die wesentlichen Erfolgsfaktoren nachhaltigen Wirtschaftens konsequent um. An Hand der charakteristischen Eigenschaften dieser Unternehmen kann gezielt gezeigt werden, wie Unternehmen mit der Nachhaltigkeit als integralem Bestandteil ihres Wirtschaftens ihre Potentiale zur Steigerung der langfristigen Wertschöpfung nutzen.