

Kolumne

Nachhaltig erfolgreich mit Strategie

8-2020

Wiebke Brüssel
 bruessel@das-strategiebuero.de

März 2020

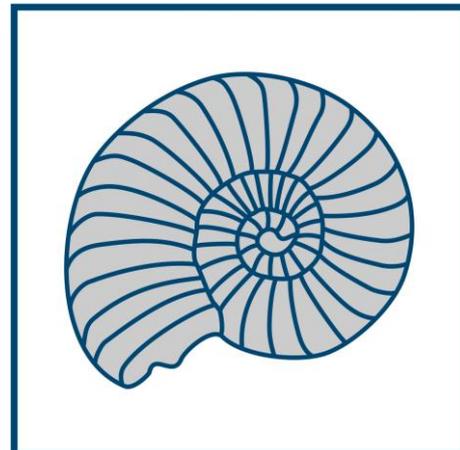
Download:
 Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Der Beitrag erschien im März 2020 auf den Exxtra Seiten Bremen (www.exxtraseiten.de).

Vor Fossil(i)en wird gewarnt

Nachhaltigkeit ist längst kein Nischenthema mehr. Seit kurzem hat auch die Fondsgesellschaft BlackRock das Geschäftsmodell „Nachhaltig Anlegen“ für sich entdeckt. Entscheidungen für Beteiligungen hängen künftig zum Beispiel davon ab, ob Unternehmen fossile Brennstoffe verwenden oder – noch problematischer – Geschäftsmodelle haben, die ohne diese nicht auskommen. Hinzu kommen noch viele weitere Faktoren zur Beurteilung der Nachhaltigkeit.

Im Februar durften wir an der Jahresauftaktveranstaltung des HWWI¹ in Bremen teilnehmen. Auf dem Podium hatte sich eine Runde von Diskutierenden aus Forschung und Lehre versammelt, um über Impulse aus der Politik zu reden, mit denen unsere Wirtschaft in Schwung kommen soll. Namentlich erwähnen möchte ich die einzige Frau in diesem Kreis, Claudia Kemfert, Expertin für Energie, Verkehr und Umwelt am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung.



Frau Kemfert stellte fest, dass in den Bilanzen zahlreicher Unternehmen „fossiles Kapital“ steckt – also Technik, die fossile Brennstoffe braucht oder einen großen Energiebedarf damit deckt. Vor allem betrifft das die Automobilindustrie, doch auch kleinere Unternehmen setzen noch darauf. Auf solche Geschäftsmodelle kommen in den nächsten Jahren Probleme zu. Das kann eine steigende CO₂-Abgabe sein, die Profite stark begrenzt. Das kann aber auch die Kauf-Verweigerung der Kunden sein, die nachhaltiger leben wollen und keine Produkte mehr erwerben, die umweltschädlich produziert werden. Diese Warnung lässt sich übrigens auch auf andere Branchen übertragen, die die Umwelt beschädigen.

Doch in jedem Risiko stecken auch Chancen. Wir erleben das in unseren Projekten immer wieder, wenn wir gemeinsam mit unseren Kunden Möglichkeiten erarbeiten, um Risiken in Chancen zu verwandeln. Die meisten Unternehmen haben spezielle Fähigkeiten, die sich auch für neue,

¹ Hamburgisches WeltWirtschafts Institut.

zeitgemäße und nachhaltige Geschäftsmodelle einsetzen lassen. Im Rahmen eines Strategieprojektes lassen sich diese aufspüren und nutzen.

Auch Start-Ups können schon bei der Gründung darauf achten, nicht in die CO₂-Falle zu tappen. Viele starten direkt mit digitalen Produkten und Projekten. Das verursacht vielleicht keinen sichtbaren „Schmutz“, kostet aber eine ganze Menge Energie, zum Beispiel für Software, Server und Recherche. Auch hier könnten umweltbewusste Kunden also die Frage stellen, aus welchen Quellen die Energie kommt.

Für Unternehmen, die viel mit Fahrzeugen arbeiten, ist es sinnvoll, sich rechtzeitig mit dem Thema „Wasserstoff“ zu beschäftigen. Mehr als Elektromobilität (mit Batterietechnik, die ebenfalls auf fossilen Elementen basiert) könnte das die Antriebstechnik der Zukunft werden. In Bremerhaven entwickelt sich gerade ein Cluster, in dem Expertise auf diesem Gebiet aufgebaut wird.

In den nächsten Jahren werden Unternehmen und Organisationen aller Branchen und Größenklassen gezwungenermaßen vor der Aufgabe stehen, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und zu präsentieren. Gut informierte Konsumentinnen, Konsumenten und Investoren werden zunehmend darauf achten, wo sie kaufen und ihr Geld investieren.

Auch wenn es immer mehr Möglichkeiten und Regelungen für eine finanzielle CO₂-Kompensation oder eben auch politischen Zwang zu Abgaben gibt, ist es doch besser, neue oder vorhandene Geschäftsmodelle so schnell wie möglich nachhaltig zu machen.

Wer auch weiterhin die Nase vorn haben und nicht zum Fossil werden will, fängt jetzt damit an.

Redaktionelle Hinweise

Über die Autorin

Wiebke Brüssel ist Diplom-Betriebswirtin und Geschäftsführende Gesellschafterin des Strategiebüros.

Wir moderieren Planungsprozesse - einschließlich Vorbereitung und Dokumentation. Von einer einzelnen Fragestellung bis zur Strategischen Unternehmensplanung. Unsere Kunden sind Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, Firmen am Anfang ihrer Entwicklung und Gründer.

Hinweis zur verwendeten Sprache

Sprachliche Grundlage für unsere Beiträge ist das amtliche Regelwerk des Rates für deutsche Rechtschreibung. Wir sprechen alle Menschen an.

Lobbyregister

Das Strategiebüro ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Das Strategiebüro GbR.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche (ausschließlich private) Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge, Bilder oder andere Inhalte jedoch außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ganz oder teilweise für gewerbliche oder öffentliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

