

Link: <https://www.computerwoche.de/a/am-thema-nachhaltigkeit-kommen-chefs-nicht-vorbei,3553858>

Politik erhöht den Druck

## Am Thema Nachhaltigkeit kommen Chefs nicht vorbei

Datum: 16.08.2022  
Autor(en): Hans Königes

Wenn es um Nachhaltigkeit in Unternehmen geht, heißt die pragmatische Devise: einfach durchstarten und machen. Allerdings sind auf dem Weg dahin einige Hürden zu überwinden.



Wie erreichen Unternehmen die Nachhaltigkeitsziele? Eine Online-Konferenz lieferte zu dieser Frage wichtige Impulse.

Foto: MintBlac - shutterstock.com

Jahrelang flog Antonius Willms als Strategieberater einer der Big-Four-Wirtschaftsprüfungsgesellschaften durch die Weltgeschichte, um Konzerne in Sachen **Nachhaltigkeit**<sup>1</sup> zu beraten. In der Regel mit dem Ergebnis, dass die schlaun Analysen in der Schublade der Firmenchefs landeten, an die Umsetzung dieser "Papiere" dachten die Wenigsten. Das berichtete Willms in einer **Online-Konferenz** zum Thema Arbeit 4.0, die er gemeinsam mit seinem Partner **Stephan Grabmeier**<sup>2</sup> bestritt. Dieser arbeitet als Future Designer mit Think Tanks für Trend- und Zukunftsforschung in Europa zusammen - mit dem Ziel, aus Trends Strategien zu entwickeln.

**Wie kann Nachhaltigkeit praktisch umgesetzt werden?**

Willms zog aus seiner Vielfliegerei die Konsequenzen und startete noch vor **Corona**<sup>3</sup> mit Partnern die Online-Plattform **eevie**, die sich genau dieser praktischen Umsetzung von **Nachhaltigkeitsinitiativen**<sup>4</sup> in Unternehmen widmet. Es ist eine Plattform für Arbeitgeber, die Mitarbeiter in ihrem Bemühen, klimabewußt zu leben und zu arbeiten, motivieren und unterstützen soll. Firmen können über die Plattform Klimaprogramme planen und diese steuern. Umgekehrt erhalten **Mitarbeiter**<sup>5</sup> Tipps, sogenannte Nudges, wie sie den Alltag nachhaltiger gestalten. Die Grundlage für den Erfolg von **eevie** liefert die Verhaltensökonomie. Die gute Nachricht sei, so Willms, dass er sehr wohl einen Bewußtseinswandel in den Chefetagen der Firmen beobachte, seit er vor einigen Jahren die Seiten gewechselt habe. Firmen zeigten nun zunehmendes Interesse an der Umsetzung von Nachhaltigkeitsinitiativen.

Zukunftsforscher Grabmeier bestätigt die Entwicklung aus seinen **Projekten**<sup>6</sup>, verweist aber auf eine Studie von Russel Reynolds. In einer weltweiten Umfrage von 9500 Geschäftsführern und Vorständen gaben 46 Prozent der deutschen Führungskräfte zu, Nachhaltigkeitsthemen aus Marketing-Aspekten zu betreiben und nur 15 Prozent outeten sich als überzeugte Umsetzer entsprechender Projekte. Der Reifegrad in den Führungsetagen ist noch niedrig – hier müssten die Verantwortlichen zügig ihre Hausaufgaben erledigen, fordert der Zukunftsforscher. Die Haftungsfragen bei fehlendem Risikomanagement und fehlender Nachhaltigkeitsstrategie kommt mit den nächsten regulatorischen Schritten aus der EU: Er fühlt sich bestätigt in seiner Haltung, als er unlängst einen Auftritt beim Gesamtverband der großen Werbeagenturen (GWA) hatte und zum Schluss kam, dass diese Branche "noch eine Menge Hausaufgaben zu erledigen hat", was das Thema Nachhaltigkeit angeht.

### "Jetzt auf den Weg machen"

Als positiv wertet Grabmeier, dass langsam regulatorische Maßnahmen greifen. So müssen Unternehmen mit über 250 Mitarbeitern und 40 Millionen Umsatz – und das betreffe laut Grabmeier immerhin 50.000 bis 60.000 Unternehmen in der DACH-Region – mit dem Berichtsjahr ab 2024 ihre **ESG**<sup>7</sup>-Aktivitäten dokumentieren und transparent nachweisen. "Wer sich heute damit noch nicht auf den Weg gemacht hat, der sollte sich jetzt auf den Weg machen", so Grabmeier.

Als weiteren Treiber neben der Regulatorik hat Willms auch das Thema Talent Acquisition and Retention wie neudeutsch mittlerweile die **Personalarbeit**<sup>8</sup> heißt, ausgemacht. Vor allem die junge Generation frage gezielt nach, was der künftige Arbeitgeber zum Beispiel bei der CO2-Reduktion tue, wie er Mobilitätswünsche der Mitarbeiter unterstütze oder wie weit Diversity-Konzepte schon umgesetzt sind.



Stephan Grabmeier, Zukunftsforscher, sagt zum Thema Nachhaltigkeit in Unternehmen: "Wer sich heute noch nicht auf den Weg gemacht hat, der sollte das jetzt machen."

Foto: privat

Grabmeier ergänzt mit dem Ergebnis einer IBM-Studie, in der es heißt, dass 67 Prozent der Bewerber, die sich in den letzten zwölf Monaten auf **Jobsuche**<sup>9</sup> aktiv befanden, sich nur bei Arbeitgeber meldeten, die **Nachhaltigkeitsaspekte**<sup>10</sup> bereits umsetzen. Und 33 Prozent nahmen Gehaltseinbußen in Kauf, wenn sie das Gefühl haben, die Firma bietet **sinnhafte Jobs**<sup>11</sup> an und arbeitet nachhaltig. "Dieser Trend ist eindeutig und er wird weiter zunehmen", zeigt sich der Zukunftsforscher überzeugt. Unternehmen der Zukunft seien umweltneutral, oder sie würden vom Markt verschwinden.

Grabmeier und Willms empfehlen Unternehmen sobald wie möglich mit Nachhaltigkeitsprojekten zu starten – sei es im Kleinen, wie so oft mit einem **Pilotprojekt**<sup>12</sup>, oder mit einem ganzheitlichen Strategieprozess und voller Unterstützung der Geschäftsführung beziehungsweise des Vorstandes. Willms hat die Erfahrung gemacht, das sich zum Beispiel anhand eines kleinen Projekts sehr bald feststellen lasse, wie ernst es ein Unternehmen mit diesen Themen meine. "Es geht um eine kulturelle **Transformation**<sup>13</sup>", gibt Willms zu bedenken.

Ein guter Start könne auch ein "Impact Assessment" sein, so Grabmeier, das als Ergebnis aufzeigt, wo das Unternehmen steht, wo die Lücken sind und dann daraus erste Maßnahmen entwickelt. Dieses Vorgehen wählen Kunden von Grabmeier oft als ersten Schritt. Dann wüßten sie, wo sie stünden. Und wenn das Thema Nachhaltigkeit dann im Bereich Compensation and **Benefits**<sup>14</sup> angekommen sei, also fest verankert mit allen strategischen Zielen, habe man schon einen guten Reifegrad erreicht, ist der Zukunftsforscher überzeugt. (mp)

### Links im Artikel:

<sup>1</sup> <https://www.computerwoche.de/a/was-ist-sustainability,3551082>

<sup>2</sup> <https://www.computerwoche.de/a/wir-brauchen-ein-besseres-wirtschaften,3650064>

<sup>3</sup> <https://www.computerwoche.de/a/welche-chefs-brauchen-wir-nach-corona,3553115>

<sup>4</sup> <https://www.computerwoche.de/a/gruene-daten,3552673>

<sup>5</sup> <https://www.computerwoche.de/a/was-sich-mitarbeiter-wuenschen,3552253>

<sup>6</sup> <https://www.computerwoche.de/a/darum-scheitern-iot-projekte,3550859>

<sup>7</sup> <https://www.computerwoche.de/a/esg-als-werttreiber,3673685>

<sup>8</sup> <https://www.computerwoche.de/a/erste-big-player-bauen-personal-ab,3553745>

<sup>9</sup> <https://computerwoche.de/3553856>

<sup>10</sup> <https://www.computerwoche.de/a/so-viel-co2-ausstoss-verursacht-ein-iphone,3549202>

<sup>11</sup> <https://www.computerwoche.de/a/warum-sinnstiftende-fuehrung-so-wichtig-ist,3549173>

<sup>12</sup> <https://www.computerwoche.de/a/vom-prototyp-zum-praktischen-projekt,3550867>

<sup>13</sup> <https://www.computerwoche.de/a/daran-scheitern-unternehmen-bei-der-digitalen-transformation,3553761>

<sup>14</sup> <https://www.computerwoche.de/a/welche-benefits-bewerbern-wichtig-sind,3553193>

---

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.