Strategie-Impulse 10-2020

Dr. Heiko Heinrich Stutzke
stutzke@das-strategiebuero.de

April 2020

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

Nachhaltigkeitsgremien für eine nachhaltige Strategie?

Gewohnheiten sind toll: Sie sorgen für einen strukturierten Tagesablauf, machen das Leben leichter und ersparen uns eine Menge Stress. Sie sorgen aber genauso dafür, dass alles weitgehend so bleibt, wie es ist: Warum etwas ändern, wenn es sich gerade so gut anfühlt und so bequem ist?

Leider ist das trügerisch.

Geben wir es doch zu: Trotz „New Work“, agilem Arbeiten und Abbau von Hierarchieebenen versuchen wir doch alle, tägliche Routinen zu entwickeln. Der Becher Kaffee um 9:00, Jour-Fixe um 11:00 und freitags immer zum Italiener sind dabei ganz typische Beispiele. Daran ist auch grundsätzlich nichts Schlechtes, denn es macht den Betrieb verlässlich und vermeidet Unruhe.

Es führt aber auch dazu, dass eine Menge Energie nötig ist, wenn es um Veränderungen geht: Aufmerksamkeit erhält nur, was die „Gewohnheitshürde“ überwindet.

Dass das gelingen kann, zeigt die aktuelle Nachhaltigkeitsdebatte. Plastikflut, Feinstaub und Frühling im Winter sind Phänomene, die nicht mehr ignoriert werden können.

Unternehmen und Organisationen reagieren darauf im Grunde einheitlich: Die Aufbauorganisation wird ergänzt durch einen „Nachhaltigkeitsrat“, ein „Sustainability Board“ oder ein „Nachhaltigkeitsforum“. Hier treffen sich regelmäßig hochrangige Manager, um zu diskutieren, wie sich Umweltschutz oder das Erreichen von Klimaneutralität umsetzen lassen.

Die Ergebnisse führen allerdings nicht immer zu konkreten Projekten oder Maßnahmen. Ursächlich hierfür ist, dass diese Gremien häufig keine Entscheidungskompetenz haben. In vielen Fällen bleibt es daher bei Berichten oder Empfehlungen, die im besten Fall ins Tagesgeschäft oder andere Projekte einfließen. Insgesamt ist das unbefriedigend.

© Das Strategiebüro
Vilsener Straße 11
28325 Bremen - Deutschland

Fon 0421 - 69 20 99 68
www.das-strategiebuero.de
mail@das-strategiebuero.de

Wie kann man es besser machen?

Die Antwort ist einfach: Nachhaltigkeit gehört in die Strategie und ist Chefsache. Sie muss einer der zentralen Themenbereiche sein, die als Herausforderungen im Rahmen der Unternehmens- oder Organisationsstrategie bearbeitet werden. Alle Maßnahmen und Ziele müssen darauf abgeklopft werden, inwieweit Anforderungen an Nachhaltigkeit erfüllt werden.

Tipp:

Das kann sehr gut unterstützt werden durch die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, die *„Sustainable Development Goals“*. Die SDGs mit ihren 169 Unterzielen beinhalten eine Menge Anregungen, die an die eigenen Gegebenheiten angepasst und als Maßnahmen und Ziele in die Strategie übernommen werden können.

Das hat mehrere Vorteile:

- Die im Rahmen der Strategie entstehenden Maßnahmen, Ziele und Ressourcenfestlegungen sind „nachhaltigkeitsfest“ und mit allen weiteren strategischen Maßnahmen verzahnt.
- Sie werden im Rahmen der Gesamtstrategie von Vorstand oder Geschäftsführung verabschiedet und bei der Umsetzung als normaler Teil der Strategie behandelt. Es gibt also keine „abgesetzten“ Nachhaltigkeitsprojekte. Das betrifft auch die Finanzierung und die weiteren Ressourcen.
- Sie können im Rahmen der regelmäßigen Strategieüberprüfung (empfohlen: mindestens viermal im Jahr) auf ihre Wirksamkeit überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

Nachhaltigkeit dauerhaft und wirksam im Unternehmen oder in der Organisation zu etablieren, ist also kein Hexenwerk, sondern ganz einfach ein Teil der Strategiearbeit. Wenn ein Nachhaltigkeitsgremien dabei gut eingebunden wird, kann das ein zusätzlicher Pluspunkt sein.

Und die Strategie ist gleichzeitig auch die Nachhaltigkeitsstrategie.

Redaktionelle Hinweise

Über den Autor

Dr. Heiko H. Stutzke ist Diplom-Ökonom und Geschäftsführender Gesellschafter 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 hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.