

GASTBEITRAG: NACHHALTIGKEIT? - ZWISCHEN TREND, CHANCEN UND VERANTWORTUNG

25. August 2021



Nachhaltigkeit ist fast so ein Begriff, wie „Herausforderung“ oder „alternativlos“. Zu oft gebraucht und dadurch schon etwas abgenutzt. Genau das Gegenteil ist der Fall und Nachhaltigkeit hält insbesondere für soziale Unternehmen viele Potenziale bereit, zeigt unser Autor Toni Kiel von plant values.

Nachhaltigkeit scheint in aller Munde und war sicher auch bei Ihnen schon in der einen oder anderen Form Thema im Unternehmen oder in der Organisation. Doch was genau ein nachhaltiges Unternehmen sein soll und warum man sich damit beschäftigen sollte, ist nicht immer ganz klar. Neben vielen Fragezeichen bringt das Thema aber auch immer größere Potentiale mit sich.

Eine einfache Erklärung für Nachhaltigkeit ist, dass eine Ressource nur so stark genutzt wird, dass sie in gleichem Maße regeneriert werden kann. Und gemeint sind alle Ressourcen - sowohl ökologische (z.B. Holz, Artenvielfalt, die Atmosphäre) als auch wirtschaftliche (z.B. Kapital) und soziale (z.B. Bildung, Motivation, Vertrauen). Angesichts der Vielzahl globaler Krisen (Klimakrise, Artensterben, Altersarmut, soziale Ungleichheit) zeigt sich, dass wir oft nicht nachhaltig agieren.

Und wo stehen soziale Träger und Einrichtungen? Sind sie nicht bereits nachhaltige Unternehmen? Zum Teil. Ein nachhaltiges Unternehmen wäre eines, das keine der Ressourcen übernutzt. Das ist in unserer arbeitsteiligen Welt aber wohl für 99% der Unternehmen nicht erreichbar. Deswegen ist Nachhaltigkeit sozusagen auch ein arbeitsteiliges Unterfangen. Dort, wo die einen Unternehmen ökologische Ressourcen übernutzen, aber soziale Ressourcen aktiv stärken, soll es sich für andere Unternehmen genau andersherum verhalten. In der momentanen Situation bedeutet das jedoch trotzdem für jedes Unternehmen die Verantwortung, das Möglichste zu tun, um alle Ressourcen zu schonen.

Mit dieser Verantwortung gehen aber auch enorme Potenziale einher. Denn je bewusster Menschen sich dieser Verantwortung werden, desto größer die Suche nach nachhaltigen Unternehmen. Das können Sie nutzen und Kund*innen, Nutzer*innen und Mitarbeiter*innen Identifikation bieten. Sie können die Arbeitgeberattraktivität steigern, sich von Marktteilnehmenden abheben, vielleicht ganz neue Dienstleistungen entwickeln. Immer mehr Studien zeigen zahlreiche positive Effekte für Unternehmen.

Wie geht man nun vor? Der oft wichtigste Schritt ist die Auswahl der relevanten Nachhaltigkeitsthemen. Ob Sie sich verstärkt um Klimawandel, Geschlechtergerechtigkeit, Biodiversität oder etwas anderes kümmern wollen, sollte unter anderem davon abhängig sein, wo Sie starke Einwirkungsmöglichkeiten haben, unternehmerische Chancen sehen und welche Themen Ihren Stakeholdern wie Mitarbeiter*innen, Kund*innen, Geschäftspartner*innen besonders wichtig sind. Darauf aufbauend können Sie Verbesserungen und Innovationen in diesen Themenbereichen anstoßen.

Zwei praktische Hinweise noch. Erstens: Binden Sie Ihre wichtigen Stakeholder bei vielen Schritten ein. So finden Sie Lösungen, die wirklich ankommen und nutzen das Wissen aller - bei diesem komplexen Thema ist das umso wichtiger. Zweitens: Suchen Sie Austausch und Netzwerke. Es gibt unzählige Best Practices zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit und gemeinsam steigt die Motivation.

Fazit: Nachhaltigkeit scheint zunächst schwer greifbar, aber lohnt sich für die allermeisten Unternehmen. Mit der richtigen Herangehensweise finden sich die Potenziale und im Austausch mit Stakeholdern und anderen Unternehmen wird das Thema zur motivierenden Aufgabe.

Der Autor: Toni Kiel ist studierter Biotechnologe und Teammitglied von plant values. Bei plant values begleitet er Unternehmen verschiedenster Größe und Branche auf dem Weg zu Nachhaltigkeit und entwickelt dafür mit ihnen Strategien, Maßnahmen und Unternehmenskultur.

Sie wollen sich nachhaltiger aufstellen? Der Paritätische Gesamtverband unterstützt Sie dabei mit dem [Projekt "Klimaschutz in der Sozialen Arbeit stärken"](#).