

Bedarf von Nachhaltigkeitswissen und -forschung in der Wirtschaft

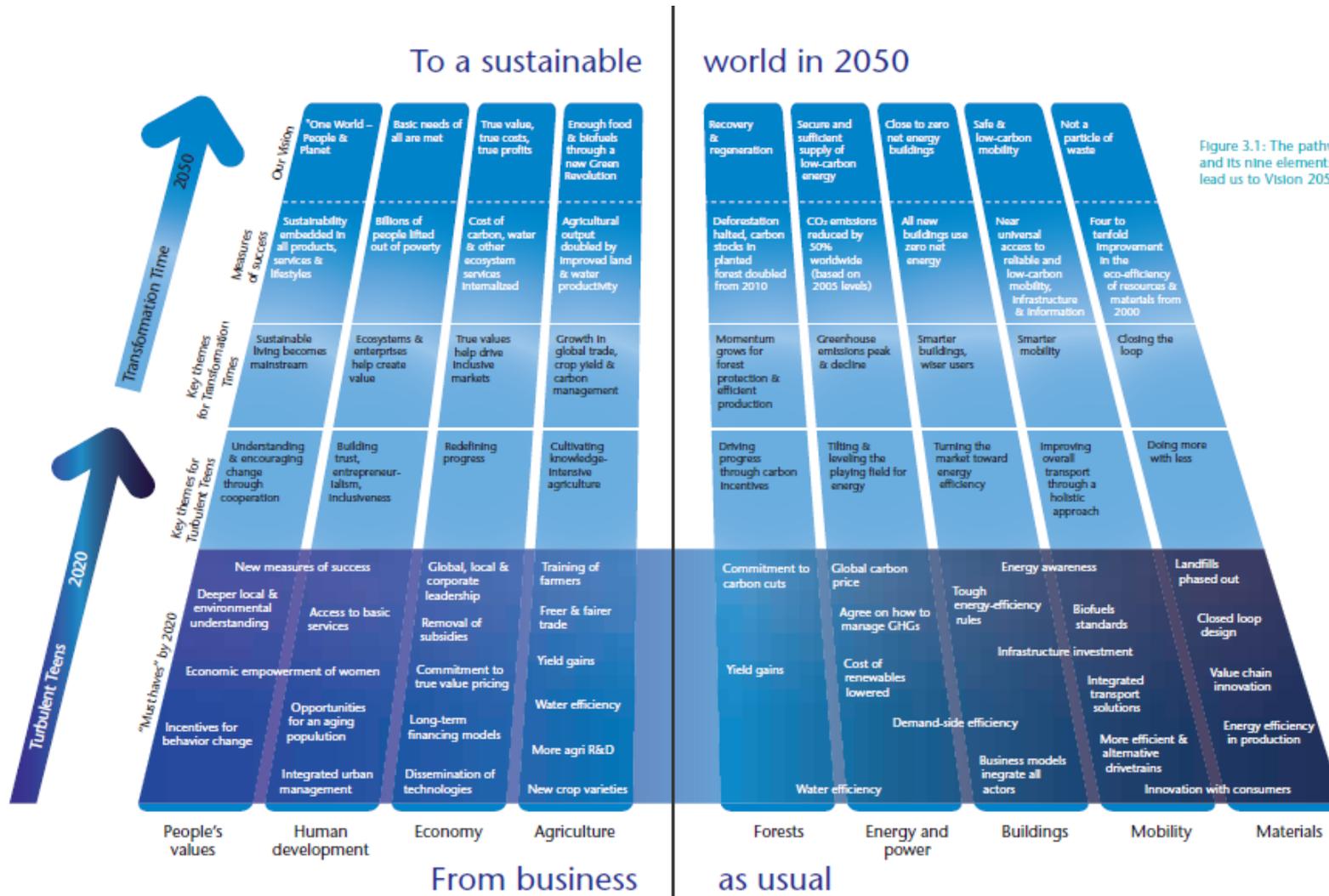
Dr. Hannah Büttner, Senior-Beraterin, IFOK



Übersicht

1. Herausforderungen für Unternehmen
2. Wissensbedarf auf dem Weg zur nachhaltigen Wertschöpfung
3. Praxis Beispiel: Nachhaltigkeitswissen in der Wirtschaft – Die Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit
4. Ausblick und Diskussion

Herausforderung 2050 – „Eine radikal neue Umgebung für Unternehmen“



Kritische Pfade bis 2050 (WBCSD Vision 2050)

- ⌘ Bedarf von Milliarden Menschen decken und radikal ökoeffizientere Lösungen und Lebensstile entwickeln
- ⌘ Externe Kosten internalisieren
- ⌘ Die landwirtschaftliche Produktion verdoppeln ohne Land- und Wasserverbrauch zu steigern
- ⌘ Entwaldung stoppen und den Ertrag angepflanzter Wäldern steigern
- ⌘ Bis 2050 weltweit die Co2 Emissionen halbieren (ggü. 2005)
- ⌘ Zugang zu CO2 neutraler Mobilität
- ⌘ Vier- bis zehnfache Steigerung der Ressourcen- und Materialeffizienz erreichen



CEO Umfrage: Nachhaltigkeit als strategisches Thema erkannt

UN Global Compact-Accenture Study 2010:

- ❖ **93% der CEOs erwarten, dass Nachhaltigkeitsthemen entscheidend den zukünftigen Erfolg ihres Unternehmens bestimmen.**
- ❖ **96% der CEOs meinen, dass Nachhaltigkeitsthemen vollständig in die Strategie und das operative Geschäft integriert sein sollten.**
- ❖ **86% der CEOs erkennen die Notwendigkeit, ihre Führungskräfte zu trainieren, um diese Integration zu erreichen.**
- ❖ **Allerdings: Bei kleinen und mittelständischen Firmen überprüft nur jeder siebte Betrieb die eigenen Prozesse auf Umweltverträglichkeit (Studie FH Ludwigshafen 2010).**



Unternehmensperspektive: Landkarte für nachhaltige Wertschöpfung



Nach: Peter Senge (2008), *The Necessary Revolution*, London: Nicholas Brealey Publishing, S.120.

Wissensbedarf auf dem Weg zur nachhaltigen Wertschöpfung (Heute)

Kosten- und Risikoreduzierung (Intern)

- ❑ **Produktionsprozess:** Energieeffizienz; Umweltmanagementsysteme, Supply-Chain-Management, Weiterbildung, Material- und Ressourceneffizienz
- ❑ **Nachhaltige Wertschöpfung:** Wie lässt sich Einfluss von Unternehmen in verschiedenen Feldern messen (Biodiversität, Ökologischer Fußabdruck etc.)?
- ❑ ...



Reputation und Legitimität (Extern)

- ❑ **Stakeholdermanagement:** Wie können transparente, glaubwürdige und gewinnbringende Stakeholderprozesse durchgeführt werden?
- ❑ **Neue Kommunikationsformen:** Welche Rolle spielen Transparenz, Konnektivität etc.?
- ❑ **Gesellschaftliche Dynamik:** Wie verändern sich gesellschaftliche Präferenzen? Was ist für Stakeholder relevant bezüglich Nachhaltigkeit?



Wissensbedarf auf dem Weg zur nachhaltigen Wertschöpfung (Zukunft)

Innovation und Neupositionierung (Intern)

- ❑ **Produktforschung** : Elektroautos, Energietechnologien, Produktlebenszyklen, etc.pp.
- ❑ **Interne Prozesse**: Wie können Kompetenzen für die Entwicklung nachhaltiger Technologien und Arbeitsprozesse aufgebaut werden?
- ❑ **Change Management**: Wie können Nachhaltigkeitsstrategien in das operative Geschäft integriert werden?
- ❑ ...



Nachhaltiges Wachstum (Extern)

- ❑ **Neuen Märkte**: Absatz erneuerbarer Energietechnologien im Entwicklungs- und Schwellenländern, Wie entwickeln sich die Präferenzen der Konsumenten?
- ❑ **Rahmenbedingungen**: Welche Auswirkungen haben langfristige Veränderungen der globalen Ordnungsstruktur?
- ❑ **Postwachstumsgesellschaft**: Wie werden Unternehmensstrategien gestaltet, die nicht auf dauerhaftes Wachstum ausgerichtet sind?



Die Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit Baden-Württemberg

Initiativkreis

- Repräsentanten der Mitgliedsunternehmen und -verbände entscheiden über Themen und Handlungsschwerpunkte (Vorsitz: Ministerin Gönner).

Zukunftsdebatte

- WIN-Mitglieder diskutieren die wichtigsten Trends und Herausforderungen für Unternehmen in Baden-Württemberg.
- Das Ergebnis: ein Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen, die kooperativ umgesetzt werden.

Arbeitsgruppen

- „Energie und Klimaschutz“;
„Wertschöpfungspartnerschaft“
- Dialog von Politik und Wirtschaft und das gemeinsame Lernen stehen im Mittelpunkt.



Zukunftsdebatte – Was ist relevant für die Unternehmen? Thema: Nachhaltige Energie



- Ziele: Übergang zu einer kohlenstoffarmen Gesellschaft, Sicherheit und Preis der Energieerzeugung und -nutzung
- Politik: Bedeutung des Themas steigt, umweltpolitische Zielvorgaben sind bestimmend, strukturelle Änderungen zu erwarten
- Gesellschaft: Information über Energieeffizienz von Produkten ...
- Wirtschaft: Marktchancen in der Technologieführerschaft für KMU, Wertschöpfung durch höhere Energieproduktivität, Clusterförderung und Green Investments werden wichtiger
- Technologie: Zunehmende Bedeutung von Dezentralisierung und Speicherung, Energieeffizienz und intelligente Netze

Zukunftsdebatte – Was ist relevant für die Unternehmen? Thema: Nachhaltige Mobilität



- Ziele: Mobilitätschancen verbessern und Auswirkungen von Mobilität verringern
- Politik: Strategien zur Vermeidung von Verkehr nehmen zu (Kosten, Siedlungsstrukturen etc.)
- Gesellschaft: Geringere Budgets für Mobilität in 2030, Verhaltensanpassung, Verkehrsbonus, Demografischer Wandel,
- Technologie: Antriebe und Kraftstoffe, IKT, Mobilitätsketten
- Wirtschaft: Automobilhersteller und Zulieferer in Baden-Württemberg müssen sich auf veränderte Märkte einstellen, Förderung von Innovationen, globale Lieferketten

Zukunftsdebatte – Was ist relevant für die Unternehmen? Thema: Demographischer Wandel



- Baden-Württemberg: derzeit noch Zuwanderung, aber 2050 werden hier etwa 1 Mio. Menschen weniger leben als heute
- 2030 sind 22% der Erwerbstätigen in Unternehmen älter als 55 Jahre – sinkende Innovationsbereitschaft
- Höhere Gesundheitskosten, sinkende Einnahmen für Kommunen, Alterssicherungssysteme, verändertes Wohnen ...
- Wichtige Stichworte für KMU:
 - Familienfreundlicher Arbeitsplatz
 - Qualifizierung älterer Arbeitnehmer und Wissenstransfer
 - Abbau des Fachkräftemangels → Bildung, Integration, Einwanderung
 - Produkte und Dienstleistungen für ältere Menschen

Kooperativer Ansatz der WIN zur Integration von Nachhaltigkeitswissen

❖ **Kooperationen/Netzwerke**

- Innerhalb der Wirtschaft
- Mit dem Land Baden-Württemberg (u.a. Finanzierung); Dialog Wirtschaft und Politik

❖ **Zielgruppengerechte Wissensvermittlung**

- Orientierung – Unternehmen haben eine Plattform, um eigenen Bedarf und Handlungsmöglichkeiten zu klären
- Peer-Group-Learning
- Enge Verknüpfung von Diskussionen und Maßnahmen
- Einbindung von Expertise



Ausblick und Diskussion

- Wie muss sich Wissenschaft/NeNa nach innen organisieren, um Bedarfe der Wirtschaft im Bereich Nachhaltigkeit zu adressieren?
- Wie kann sich NeNa positionieren, um für die Wirtschaft als attraktiver Partner wahrgenommen zu werden?
- Wie müssen Kooperationen zwischen Forschung und Wirtschaft aufgesetzt werden, um in Richtung Nachhaltige Entwicklung zu wirken?
- ...



Kontakt

Dr. Hannah Büttner

IFOK GmbH

Tal 21

80331 München

hannah.buettner@ifok.de

IFOK. Trendsetter im gesellschaftlichen Wandel

1995

Energetische werden zur „Bundesweiten Kampagne zur CO2-Reduktion bei Kommunen und Verbrauchern“.

1997

Mit den „Bausteinen für ein zukunftsfähiges Deutschland“ werden Grundlagen für nachhaltiges Wirtschaften im Dialog erarbeitet.

1998

Die „Initiative für Beschäftigung!“ startet als bis heute größte konzentrierte Aktion der deutschen Wirtschaft zum Thema Arbeit.

2000

Das Mediationsverfahren Flughafen Frankfurt bringt rund 2 Millionen Betroffene in den Dialog über einen möglichen Ausbau.

2001

Der Forschungsdialog „FUTUR“ bringt über 2.400 verschiedene Akteure zusammen und legt die Forschungsthemen der Zukunft fest.

2004

Geburtsstunde von *Jugend denkt Zukunft*. Rund 15.000 Schüler haben bis heute Ideen für die Zukunft von Unternehmen entwickelt.

2007

Zum ersten Mal in der EU beraten in „Europäischen Bürgerkonferenzen“ Menschen aus allen Mitgliedstaaten über die Zukunft Europas.

2007

In der „Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg“ gestalten 470 Organisationen und Unternehmen mit der Landesregierung jetzt das Morgen.

2008

Über drei Bundesländer hinweg wird die „Metropolregion Rhein-Neckar“ zum Vorreiter innovativer Regionalentwicklung.

2010

Über 300 Aktionen mit 700 Akteuren und 500.000 Besuchern zeigen am „Tag der Nachhaltigkeit“ wie Hessen die Zukunft gestaltet.

2011

.....