

Das zukunftsfähige Unternehmen

Wie sieht ein Zielbild für ein zukunftsfähiges Wirtschaften aus? Was zeichnet das zukunftsfähige, nachhaltige Unternehmen aus? Wie wird Nachhaltigkeit verankert und realisiert? Wodurch stärkt ein zukunftsfähiges Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit, Leistungsfähigkeit und Reputation? Was macht es für (alle) Stakeholder besonders und nachhaltig erfolgreich in ambivalenten, unsicheren und komplexen Zeiten?

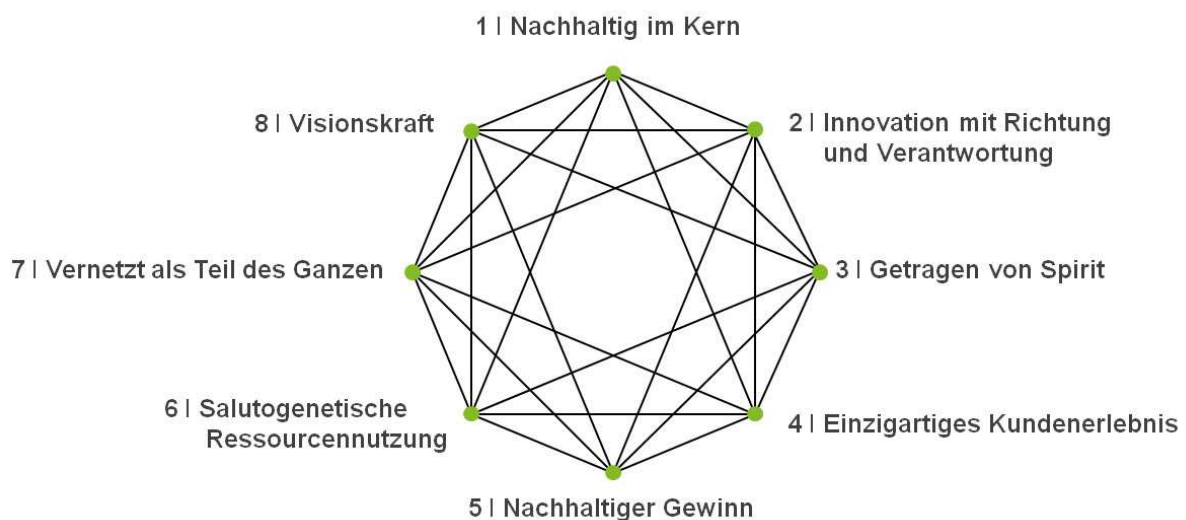


Abb.: Das zukunftsfähige Unternehmen – der Corporate Sustainability Diamant

Die acht Zielfelder des zukunftsfähigen Unternehmens

1 | Nachhaltig im Kern

Nachhaltigkeit ist als umfassend integrierte „Kernkraft“ des Unternehmens und in allen Geschäftstätigkeiten realisiert. Das Nachhaltigkeitsmanagement ist hochentwickelt und ausgerichtet auf das Management der ganzen Wertschöpfungskette in Richtung profunder Nachhaltigkeit und Systemtransformation. Transparenz und seriöse Berichterstattung über Geschäftspraktiken und Management von Nachhaltigkeit sind Teil dieses Selbstverständnisses. Es gibt keine Differenzierung

mehr zwischen Unternehmensstrategie und Nachhaltigkeitsstrategie. Nachhaltigkeit ist als pulsierendes Bewusstsein und Selbstverständnis voll und ganz in der Unternehmensidentität, der Unternehmensführung und -strategie eingebettet. Nachhaltiger Erfolg ist integrierter Bezugsrahmen und Zukunftsstrahl. Das Unternehmen verfolgt als Ganzes und transparent Nachhaltigkeit und misst Erfolg umfassend im Sinne der Nachhaltigkeit.

2 | Innovation mit Richtung und Verantwortung

Future Creation durch nachhaltigkeitsbasierte und -relevante Innovationen, die zur Lösung relevanter gesellschaftlicher, ökonomischer und ökologischer Herausforderungen im großen und kleinen Maßstab beitragen. Die Zukunft(-sfähigkeit) in die Gegenwart hereinholen, der nachhaltigen Zukunft bereits in der Gegenwart Worte, Konzepte, Systeme, Produkte, Lösungsansätze zu geben, sodass die Zukunft nicht schicksalhaft über das Unternehmen und die Gesellschaft hereinbricht. Nachhaltigkeitsinnovationen sind Treiber des Erfolgs und der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Nachhaltigkeit treibt Innovation und Innovation treibt die Nachhaltige Entwicklung voran. Innovationen aller Art in Unternehmen sind gekennzeichnet durch Richtung und Verantwortung in dem sie pro-aktiv zu einer nachhaltigen Wirtschaft und Gesellschaft beitragen.

3 | Getragen von Spirit

Der Spirit – das Ergebnis aus im ganzen Unternehmen gelebter Philosophie, Vision, Werte und Kultur – ist als gemeinsame Sinnkraft und Unternehmenskultur auf den Punkt gebracht und vital(isierend). Der Spirit ermöglicht das Besondere, das Außergewöhnliche. Das Unternehmen wächst über sich hinaus und folgt seinem gesellschaftlichen Auftrag. What's the world calling for? Gipfelerfahrungen, sogenannte Peak Performances, sind getragen vom spürbaren und ansteckenden Unternehmensspirit. Auch in widrigen und sehr volatilen Markt- und Wirtschaftsumständen gedeiht das Unternehmen durch seine vitale Wertschöpfungskultur. Was es dazu braucht? Mehr Leader und weniger Manager: Menschen, deren Bewusstsein die Zukunft schon vorwegnimmt, integrative Persönlichkeiten, nicht nur Teilaspekten sondern auch dem großen Ganzen gegenüber in der Verantwortung, fähig, aus den Mustern des bestehenden Systems herauszutreten, das Neue entstehen zu lassen und andere in das Neuland mitzunehmen.

4 | Einzigartiges Kundenerlebnis

Das Unternehmen erfüllt mit seinen Angeboten die speziellen und echten Bedürfnisse des Kunden. Es agiert immer mit einem tiefen und verantwortungsvollen Einblick in wer seine Kunden sind und was sie wirklich vom Unternehmen brauchen. Die Kunden lieben die einzigartigen und zukunftsweisenden Produkte. Nachhaltigkeit ist etwa als öko-intelligente und sozial-verantwortungsvolle Produktion voll integrierter und selbstverständlicher Wert der kompletten Angebotspalette des Unternehmens. Mit den Angeboten des Unternehmens werden nachhaltige Lebensstile ermöglicht und aktiv gefördert. Klare und geprüfte Informationen über die Angebote sind selbstverständlich. Konsumenten werden nicht mit grünen Claims und Slogans verführt und irreführt sondern als mündige Bürger angesprochen transparent und glaubwürdig angesprochen.

5 | Nachhaltiger Gewinn

Wirkung und Profit für das Ganze: für sich selbst, das Unternehmen, sein Umfeld und die Gesellschaft. Statt Monokapitalismus und reiner Shareholder Value, wird Stakeholder- bzw. Shared Value, also ein nachhaltigkeitsgeleitetes Wirtschaften gelebt. Getragen vom Bewusstsein, dass alles ein Teil eines größeren Ganzen ist und von seiner Natur her im Dienste des größeren Ganzen steht. Das Unternehmen ist nachweislich und messbar stärkend für alle Kapitalformen - Human-, Natur-, Sozial-, Finanz-, Produktions-, Technologiekapital: belegt etwa durch klare Ziele, Resultate, Nachhaltigkeitsprogramme, KPI's und Monitoring, Partnerschaften, etc.

6 | Salutogenetische Ressourcennutzung und Materialverwendung

Ein kompromissloser und so weit wie möglich ökointelligenter und kreislaufgeführter Einsatz von Ressourcen sowie nachwachsenden und erneuerbaren Rohstoffen, so dass Mensch und Umwelt gesund erhalten bleiben. Was erhält Mensch und Umwelt gesund? Das ist die Frage an der sich der gesamte Wertschöpfungs-, Lebenszyklus- und Produktionsprozess ausrichtet. Salutogenetische Nutzung von Ressourcen und Energien entlang der gesamten Wertschöpfungskette und in möglichst geschlossenen Kreisläufen unter Nutzung höchstmöglicher nachwachsender Rohstoffe. Wissen über relevante „Fußabdrücke“ und klare Programme zur Minimierung sind eine Selbstverständlichkeit.

7 | Vernetzt als Teil des Ganzen

Das Unternehmen agiert als Teil des ganzen Systems in dem es tätig ist, in offenen, generativen Partnerschaften mit (allen) relevanten Stakeholdern mit dem verbindlichen Ziel systemrelevante Veränderung und Innovationen in Richtung nachhaltige Wirtschaft und Gesellschaft zu bewirken.

8 | Visionskraft

Das Unternehmen wirtschaftet mit Weitblick, Bekenntnis und Ausrichtung an einem lebendigen, geteilten Zukunftsbild und Vision. Es ist eine Zukunft, die im Unternehmen und darüber hinaus begeistert, die realisiert werden will und die das heutige Handeln leitet. Sachlich betrachtet bedeutet das: Vision und Commitment zur intergenerationellen Nachhaltigkeit durch strategisch formulierte und offengelegte Planungs- und Entwicklungshorizonte (kurz-, mittel-, langfristig), nach langfristigen und natürlichen Prinzipien innerhalb der ökologischen und sozialen Grenzen und Potenziale ausgerichtet. Es wird deutlich, was das Unternehmen im besten nachhaltigen Sinne sein könnte und welchen deklarierten Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft es leistet. Es wird nach innen und außen klar: Was braucht die Welt von uns? Was wollen und können wir der Welt geben? Wo wollen wir neue Maßstäbe setzen? Wie beabsichtigen wir zu einer zukunftsfähigen Welt 2050 beizutragen? Wovon sind wir begeistert? Wovon wird eine Strahlkraft ausgehen?