

10 Gründe, warum sich Nachhaltigkeit für Unternehmen lohnt

Nachhaltigkeit wird heute immer häufiger als Schlagwort gebraucht - und doch nicht immer korrekt verwendet. Unter Nachhaltigkeit wird eine Ressourcen-Nutzung verstanden, die nicht über das Maß der natürlichen Regenerationsfähigkeit hinausgeht. Ein derart verantwortungsvolles Handeln entwickelt sich zum Trend, den kein Unternehmen mehr verpassen darf.

1. Nachhaltigkeit wird immer wichtiger

Eine [aktuelle Studie von Ernst & Young](#) zum Thema "Nachhaltige Unternehmensführung" zeigt die Bedeutung des Themas für Mittelständler auf: 79 Prozent der Befragten stimmten der Aussage zu, dass eine nachhaltige Unternehmensführung wichtig oder gar sehr wichtig sei. Auf Seiten der Konsumenten ist die Zahl vergleichbar hoch. Vor gerade einmal fünf Jahren bestätigte auf Nachfrage noch nicht einmal jeder Zweite, dass die Wahl bevorzugt auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen fällt. Der Wandel ist also sehr deutlich spürbar. In den meisten Fällen dürften die Konsumenten die Wünsche an die Unternehmen herangetragen haben. Heute zeigt sich eine Mehrheit der Verbraucher sensibilisiert - aber keinesfalls unkritisch.

2. Nachhaltige Produktion rechtfertigt höhere Preise

Nachhaltigkeit im Unternehmen ist nicht nur als Herausforderung, sondern auch als Chance zu begreifen. Denn die Endkunden sind durchaus bereit, für eine nachhaltige Produktion mehr Geld auszugeben. Faire Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und ein schonender Umgang mit Ressourcen wird von den Verbrauchern also entlohnt. Voraussetzung dafür ist allerdings ein hohes Maß an Transparenz. Im [Slow Fashion Monitor 2016 des Dr. Grieger & Cie. Marktforschungsinstituts](#) zum Thema nachhaltige Kleidung etwa gaben sechs von zehn Befragten an, dass ein nachprüfbares Qualitätskriterium die Voraussetzung für die Mehrausgabe sei.

3. Sie ist ein nachprüfbares Qualitätskriterium

Im Gegensatz zu vielen Marketingversprechen, die sich nur schwer nachweisen lassen und für die Kunden häufig nicht greifbar sind, lässt sich die [Nachhaltigkeit konkret nachweisen](#). Ein Pluspunkt für die Glaubwürdigkeit als Unternehmen. Es sollten daher an allen geeigneten Stellen Prüfsiegel und Zertifikate verwendet werden, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen.

4. Nachhaltigkeit stärkt ein positives Image

Nachhaltiges Engagement sollte nicht das Geheimnis des Unternehmens bleiben. Natürlich spricht nichts dagegen, aus eigenem Antrieb zu Ökostrom oder Naturgas zu wechseln, um die natürlichen Ressourcen nicht über Gebühr zu belasten. Doch auch als Marketinginstrument ist die Nutzung regenerativer Energiequellen interessant. Vor allem das Image von Branchen, die sehr energieintensiv arbeiten, hat in den letzten Jahren deutliche Dämpfer erlitten. Mit der Nutzung nachhaltiger Energiequellen lässt sich das Unternehmensbild positiv beeinflussen.

5. Sparsamer Ressourcenumgang senkt Kosten

Doch nicht nur aus Marketing-Sicht ist Nachhaltigkeit in Unternehmen zunehmend von Bedeutung. Bei diesem Thema handelt es sich um eine Philosophie, die ganzheitlich gelebt werden muss. Nachhaltig zu agieren bedeutet nicht nur, den Gasanbieter zu wechseln, auch wenn damit ein wichtiger Schritt getan wird. Der bewusste Umgang mit Ressourcen erstreckt sich auch auf die Nutzung von Strom, Papier, Verpackung - oder dem Dienstwagen.

6. Nachhaltiger Strom ist zukunftsweisend

Optimal ist es natürlich, wenn der Strom nicht nur sparsam verbraucht wird, sondern wenn er darüber hinaus auch noch aus nachhaltigen Quellen wie Photovoltaik, Windkraft oder Biomasse stammt. Das ist nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern auch zukunftsweisend: 2016 überholt Windkraft erstmals die Atomkraft in Sachen Produktivität. Solarstrom ist schon heute zum Teil günstiger zu haben als Strom aus herkömmlichen Quellen. Spezialisierte Anbieter für Ökostrom wie www.boss.energy helfen gerade kleinen und mittleren Unternehmen dabei, dieses Potenzial zu nutzen, ihre Klimabilanz zu optimieren und die Kosten nachhaltig zu senken.

7. Nachhaltigkeit als Schutz vor Shitstorms

In Zeiten von Digitalisierung und Social Networks bleiben unfaire Produktionsbedingungen und Umweltsünden kaum mehr verborgen – und werden von den Nutzern schnell empfindlich abgestraft. Immer wieder geraten Unternehmen in die Schlagzeilen, weil sie in Schwellenländern kaum hinnehmbare Arbeitsbedingungen dulden. Besser also, wenn die Probleme direkt angegangen werden. Unternehmen wie Henkel machen die Nachhaltigkeit gar zur Chefsache - und sehen das Thema mittlerweile als Teil des Kerngeschäftes. Darunter wird aber nicht nur Umweltschutz im engeren und weiteren Sinne verstanden, sondern auch eine faire Behandlung aller Mitarbeiter – weltweit.

8. Kundenbindung durch nachhaltiges Handeln

Eine ethisch korrekte und ressourcenschonende Firmenphilosophie ist ein wichtiger Baustein in der Kundenbindung. Wenn die Kunden mit gutem Gewissen den Service eines Unternehmens nutzen und das Gefühl haben, damit etwas Positives zu leisten, werden sie von reinen Konsumenten zu echten Markenbotschaftern.

9. Mitarbeiter lassen sich gewinnen – und langfristig binden

Auch wer hochqualifizierte und motivierte Mitarbeiter sucht, profitiert von einem positiven Image und einer „grünen“ Unternehmensphilosophie. Gerade die Generation Y legt immer größeren Wert auf eine gute Work-Life-Balance und nachhaltiges Ressourcenmanagement. Protzige Firmenwagen und Boni locken diese jungen Professionals immer weniger in die Unternehmen – ökologisch korrekte und sozial faire Arbeitsstrukturen dagegen schon. Und: Je besser ein Unternehmen seine Maßnahmen in diesem Bereich kommuniziert, desto höher ist die Identifikation seiner Mitarbeiter mit der Firma.

Dies zeigte eine [Untersuchung der Society for Human Resources Management](#) bereits im Jahr 2012. Demnach waren Mitarbeiter von Unternehmen mit starken Programmen um 55 Prozent motivierter und 38 Prozent loyaler gegenüber ihrem Arbeitgeber als Mitarbeiter von Unternehmen mit schwachem Fokus auf Nachhaltigkeit. Ein unschlagbarer Vorteil im „War for Talents“.

10. Nachhaltige Unternehmen haben die Nase vorn

Ressourcenknappheit ist kein reines Image-Thema, sondern eine sehr reale Problematik für Wirtschaft und Gesellschaft. Daher zieht auch der Gesetzgeber nach und dreht an den Stellschrauben. Die Anforderungen steigen – beispielsweise durch gesetzliche Rahmenbedingungen für Emissionswerte. Wer schon frühzeitig auf Nachhaltigkeit setzt und aus Überzeugung Ressourcen schont, ist da im Vorteil. Denn Unternehmen, die die Voraussetzungen nicht erfüllen, müssen bei einer Gesetzesänderung kurzfristig nachrüsten und Maßnahmen schnell umsetzen – was meist mit höheren Kosten und größerem Aufwand verbunden ist.

Autor: [Business Netz Redaktion](#)

Stichworte: [Nachhaltigkeit](#), [Nachhaltigkeit Unternehmen](#), [nachhaltige Unternehmensführung](#), [nachhaltige Produkte](#), [nachhaltige Dienstleistungen](#), [nachhaltige Produktion](#), [Qualitätskriterium Nachhaltigkeit](#)