

Von Nachhaltigkeit 0.0 zur Nachhaltigkeit 3.0

Wie Unternehmen die Transformation zum nachhaltigen Wirtschaften schaffen und warum Volksbanken-Verbund und ÖGV sich auf diesen Weg gemacht haben.

Wie geht echte unternehmerische Nachhaltigkeit? Ein Video aus der Serie „Little Green Bags“ beantwortet genau diese Frage, die immer mehr Unternehmen beschäftigt, anhand eines von Thomas Dyllick und Katrin Muff entwickelten Konzepts. Die beiden Wissenschaftler der Business School Lausanne unterscheiden vier Phasen nachhaltigen Wirtschaftens.

Nachhaltigkeit ist eigentlich sehr alt

Die erste Phase wird als Nachhaltigkeit 0.0 bezeichnet. Eine Form des unternehmerischen Handelns, in der Nachhaltigkeit keine relevante Dimension ist. Noch oder nicht mehr. Denn historisch betrachtet, hat Nachhaltigkeit eine sehr lange Tradition. Bereits 1713 hatte Carl von Carlowitz den Begriff eingeführt, um damit eine Form der Waldbewirtschaftung zu beschreiben, bei der nur so viel Holz entnommen wird, wie auch wieder nachwächst. Und viele der heutigen Konzerne wurden ursprünglich gegründet, um ein soziales Problem zu lösen oder ein gesellschaftliches Bedürfnis zu befriedigen.

Ob gestern oder heute – Unternehmen, für die ausschließlich monetäre Interessen ihrer Eigentümer zählen, spricht die

Maximierung des Shareholder-Values, befinden sich in der Phase der Nachhaltigkeit 0.0. In dieser Phase sind Umsatz, Gewinn oder Marktanteil die Kriterien, nach denen Managemententscheidungen getroffen werden. Soziale Themen oder Umweltfragen werden an den Staat ausgelagert.

Über das Muss zum Wollen

Dennoch kommt es irgendwann zur Konfrontation auch mit diesen Themen: Anrainer beschwerten sich über Lärm, Mitarbeiter wollen Rechte, und Behörden verlangen Maßnahmen gegen Umweltverschmutzung. Nolens volens müssen die Unternehmen reagieren. Oder wollen es. Und sie sehen, dass Nachhaltigkeit auch Vorteile bringt und helfen kann, Kosten zu sparen. Schlaue Unternehmen erkennen zudem, dass sie sich damit vom Wettbewerb abheben können und dass das Punkte bringt – bei Kunden, aber auch bei potenziellen Mitarbeitern.

In dieser Phase, so die Einschätzung der Experten, befinden sich heute die meisten Unternehmen. Eine Phase, die sie als Nachhaltigkeit 1.0 oder „als ein verfeinertes Shareholder Value Management“ bezeichnen. Nachhaltigkeit ist Mittel zum Zweck, der wird aber nach wie

vor über den ökonomischen Erfolg definiert.

Erst in der dritten Phase, der Nachhaltigkeit 2.0, erweitern Unternehmen das Ziel der Gewinnoptimierung um soziale und ökologische Ziele hin zu einer dreidimensionalen Wertschöpfung, die danach strebt, diese Ziele in ein Gleichgewicht zu bringen.

Diese Form unternehmerischer Nachhaltigkeit bedingt bereits eine organisatorische Infrastruktur mit Verantwortlichkeiten, definierten Zielen und Maßnahmen, um deren Umsetzung überprüfen zu können.

Es geht aber noch mehr! In der vierten Phase trachten Unternehmen nicht nur danach, negative Folgen ihres Tuns zu vermeiden, sondern sie wollen zur Lösung von Nachhaltigkeitsproblemen beitragen.

Vertreter dieser Nachhaltigkeit 3.0 sind insbesondere Social Businesses und grüne Start-ups, die mit ihrer Innovation ein soziales oder ökologisches Problem lösen wollen. Immer öfter nutzen aber auch etablierte Unternehmen ihr Know-how, ihre Marktposition oder ihre ökonomische Kraft, um für echte Nachhaltigkeit zu sorgen.

170 Jahre Nachhaltigkeit

Mit dem genossenschaftlichen Prinzip und seinen Kernwerten „Vertrauen, Regionalität und Kundennähe“ bekennt sich die Volksbank seit ihrer Gründung vor mehr als 170 Jahren zur Nachhaltigkeit. Für die heutige „nachhaltige und regionale Hausbank Österreichs“ ist die

Transformation der Gesellschaft und insbesondere der Wirtschaft daher eine strategische Chance mit einem attraktiven Geschäftspotenzial. Um dieses zu nutzen, wurden 2020 die Kernwerte der Volksbank um die „Mission Nachhaltigkeit“ erweitert.

Deren Umsetzung wurde für den Volksbanken-Verbund im „Projekt Nachhaltigkeit“ ausformuliert. Dieses sieht vor, dass Nachhaltigkeit in allen Unter-



Little Green Bags

Die Animationsvideoserie „Little Green Bags“ wird von der Universität St. Gallen herausgegeben und behandelt unterschiedliche Aspekte rund um das Thema Nachhaltigkeit. Das konkrete Video: „Was ist echte unternehmerische Nachhaltigkeit“ ist abrufbar unter:

youtube.com/watch?v=8rwjMc-Ziug