

Tue Gutes und sei erfolgreich! Wirtschaftliche Vorteile von Nachhaltigkeit

Auf den ersten Blick gehen Nachhaltigkeit und Wettbewerbsvorteile für Unternehmen nicht zusammen: Meist entstehen durch nachhaltiges Wirtschaften, zum Beispiel durch umweltfreundliche Materialien oder Produktionstechniken höhere Kosten und die Gewinnspannen werden kleiner. Aber es gibt mehrere Gründe, warum nachhaltige Unternehmensstrategien dennoch wirtschaftliche Vorteile haben können.

Nachhaltigkeit kann Kosten und Risiken reduzieren

Ein wichtiger wirtschaftlicher Grund, warum Unternehmen sich für mehr Nachhaltigkeit entscheiden sind potenzielle mittel- und langfristige Kosteneinsparungen. Beispielsweise kann es sinnvoll sein, von außen auferlegten Regulationen zuvorkommen: Veränderungen gehen viel reibungsloser vonstatten und stoßen auf weniger internen Widerstand, wenn man die Prozesse und Qualitätskriterien im eigenen Tempo und nach eigenen Ansprüchen in Richtung Nachhaltigkeit verändert.

Außerdem kann bewusstes nachhaltiges Handeln vor langwierigen Rechtsstreits schützen, wenn man sehr genau auf die Bedingungen in den eigenen Produktionsstätten achtet statt nur darauf, die Kosten zu „drücken“.

Nachhaltigkeit kann Wettbewerbsvorteile schaffen

Weil sich das Umweltbewusstsein der Kunden und somit die Nachfrage ändert, kann eine Strategie, die auf Umweltverträglichkeit setzt auch ein Wettbewerbsvorteil sein. In diesem Zusammenhang haben Studien gezeigt, dass Nachhaltigkeitsinitiativen die Kundenbindung erhöhen – Kunden bleiben dann der Marke eher treu.

Außerdem kann eine Strategie, die auf Nachhaltigkeit ausgelegt ist, eine spezielle Gruppe von Investoren, sogenannte Impact Investors („Einfluss-Investoren“) anziehen, die nicht nur Renditen erzielen möchten, sondern auch einen Beitrag zu einer „besseren Welt“ leisten möchten. Dabei ist es natürlich wichtig, die Bedürfnisse der potenziellen Kunden zu kennen.

Nachhaltigkeit kann den Ruf verbessern

Zusätzlich ist es für ein Unternehmen entscheidend, welchen Ruf es bei seinen unterschiedlichen Stakeholdern hat. Nachhaltiges Wirtschaften kann diesen Ruf positiv beeinflussen und die Legitimität, also die Daseinsberechtigung, des Unternehmens erhöhen. Firmen werden als legitim wahrgenommen, wenn ihre Verhaltensweisen als wünschenswert, korrekt und angemessen betrachtet werden. Das ist insbesondere in Bezug auf Mitarbeitende relevant: Während viele Kunden zwar gerne Nachhaltigkeit unterstützen möchten, aber im Zweifelsfall trotzdem zum billigsten Angebot greifen (müssen), überlegen sich Mitarbeitende oft sehr genau, welchem Arbeitgeber sie ihre Arbeitskraft zur Verfügung stellen. Das gilt insbesondere für die heiß umkämpften „High Potentials“ und jungen Talente, die oft nicht nur Geld verdienen, sondern auch einen gesellschaftlichen Beitrag leisten wollen.

Fazit: Der wirtschaftliche Nutzen variiert

Es gibt keine allgemeingültige Antwort auf die Frage, ob Unternehmen davon profitieren, umweltverträglicher zu agieren. Der wirtschaftliche Nutzen variiert von Unternehmen zu Unternehmen. Ein relevanter Faktor ist, ob dadurch unmittelbar Kosten gespart und Risiken minimiert werden können. Der wichtigste Faktor, ob Unternehmen von Nachhaltigkeit profitieren können ist aber, inwieweit sie dadurch die Beziehungen zu den unterschiedlichen Stakeholdern (vor allem Kunden, Investoren, Mitarbeitende) verbessern können.

Die folgende Checkliste kann Ihnen helfen, die Frage zu beantworten, ob eine strategische Veränderung hin zu Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen wirtschaftlich sinnvoll ist.

Sie können Kosten minimieren, wenn...

- durch die Branche, in der Ihr Unternehmen ist, viele Umweltschäden verursacht werden
- strengere Auflagen und Regulationen zu erwarten sind.
- Lösungen für umweltverträglichere Prozesse etc. bereits vorhanden sind.

Sie können Wettbewerbsvorteile generieren/Nachteile vermeiden, wenn...

- Ihre Kundengruppe ein starkes Bewusstsein für Umweltschutz und Nachhaltigkeit hat.
- die Konkurrenz bereits entsprechende Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit gesetzt hat.

Sie können von einer positiveren Reputation profitieren, wenn...

- Ihr Unternehmen junge Talente als Mitarbeitende gewinnen und binden möchte (bzw. muss).

Quelle: Carroll, A. B. & Shabana, K. M. (2010). The business case for Corporate Social Responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), 85-105.



Dr. Barbara Kump

Schreibt auf [wissensdialoge.de](http://www.wissensdialoge.de) unter anderem zu den Themen organisationales Lernen, Organisationsentwicklung und Change Management und interessiert sich vor allem für nachhaltige Veränderungen.