



NACHHALTIGKEIT IN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

WAS SIE 2024 WISSEN MÜSSEN

INHALTE



03

NACHHALTIGKEIT IN DER
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

05

ENTWICKLUNGEN 2024

07

FINDEN SIE IHREN
HANDLUNGSSPIELRAUM

08

IHRE PARTNER

NACHHALTIGKEIT IN DER UNTERNEHMENS- FÜHRUNG

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema des 21. Jahrhunderts und kein vorübergehender Trend.

Um die Zukunftsfähigkeit des eigenen Unternehmens zu sichern, gilt es die drei Säulen der Nachhaltigkeit in das operative Handeln, strategische Ausrichten und sogar ins Geschäftsmodell mitzudenken.

Nachhaltigkeit ist für mittelständische Unternehmen von zentraler Bedeutung. Durch die Berücksichtigung der drei Säulen der Nachhaltigkeit - Ökonomie, Ökologie und Soziales - können sie langfristig wettbewerbsfähig sein, gesetzliche Anforderungen erfüllen und auf das gestiegene Kundenbewusstsein reagieren.



Ökonomie

Nachhaltige Unternehmen streben langfristigen wirtschaftlichen Erfolg an. Sie investieren in nachhaltige Technologien und Verfahren, die nicht nur die Umwelt schonen, sondern auch die Effizienz steigern und Kosten senken können.

Ökologie

Nachhaltige Unternehmen berücksichtigen die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt. Sie setzen sich für den Schutz natürlicher Ressourcen ein und minimieren ihren ökologischen Fußabdruck.

Soziales

Nachhaltige Unternehmen tragen zu sozialer Gerechtigkeit bei. Sie sorgen für faire Arbeitsbedingungen, fördern die Chancengleichheit und beteiligen sich an sozialen Projekten in ihrem Umfeld.



Darüber hinaus verschärfen sich in vielen Ländern die gesetzlichen Rahmenbedingungen, so dass sich auch mittelständische Unternehmen mit Nachhaltigkeitsthemen auseinandersetzen müssen.

Dabei kann es sich bspw. um Vorschriften zur Emissionsminderung, zum Abfallmanagement oder zur ethischen Beschaffung handeln.

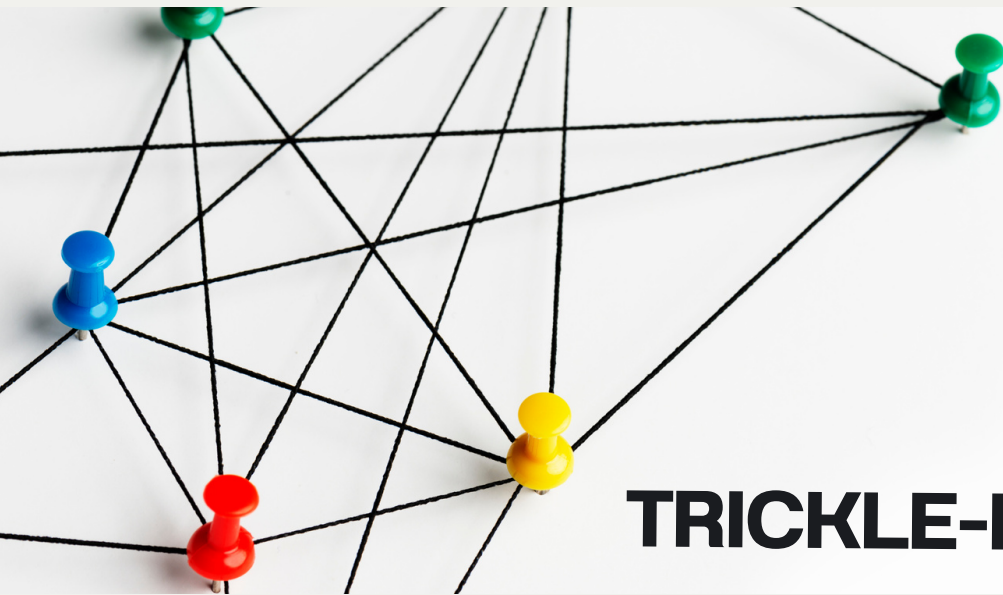
Die Nichteinhaltung solcher Vorschriften kann rechtliche Konsequenzen und finanzielle Risiken nach sich ziehen, was Unternehmen dazu veranlasst, nachhaltige Praktiken einzuführen.

Ein weiterer Faktor ist das veränderte Kundenbewusstsein. Dies gilt insbesondere für Kunden aus dem B2C-Bereich. Neuerdings bekommen auch Unternehmen in der Zuliefererkette dieses veränderte Verhalten zu spüren.

Insgesamt wird Nachhaltigkeit für mittelständische Unternehmen zu einem Schlüsselfaktor, um wirtschaftlich erfolgreich zu sein und ihre Existenz langfristig zu sichern.

Es empfiehlt sich daher, frühzeitig nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln und eine klare Nachhaltigkeitsstrategie zu verfolgen, um den zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden.

ENTWICKLUNGEN 2024



TRICKLE-DOWN-EFFEKT

Der Trickle-Down-Effekt bezeichnet das Phänomen, dass nachhaltige Praktiken von großen Unternehmen häufig auf kleinere Unternehmen “überschwappen”. Große Unternehmen können ihre Marktmacht nutzen, um nachhaltige Praktiken in ihrer Lieferkette durchzusetzen.

Mittelständische Unternehmen, die als Zulieferer für große Unternehmen tätig sind, müssen daher oft ihre eigenen Praktiken anpassen, um den Anforderungen ihrer Kunden gerecht zu werden.

GESETZGEBUNG

Die Gesetzgebung spielt eine entscheidende Rolle bei der Förderung von Nachhaltigkeit in Unternehmen. Die nationale Gesetzgebung agiert dabei in einem Konstrukt internationaler Abkommen, die von jeder gewählten Regierung zu beachten sind.

Gesetze und Verordnungen verpflichten Unternehmen, bestimmte Standards in Bezug auf Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Verantwortung einzuhalten. Mittelständische Unternehmen müssen diese gesetzlichen Anforderungen erfüllen, um rechtliche Konsequenzen zu vermeiden und ihren guten Ruf zu wahren.



KUNDEN- BEWUSSTSEIN

Auch das Bewusstsein der Kunden für Nachhaltigkeitsthemen ist gestiegen. Viele Verbraucher bevorzugen Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen.

Mittelständische Unternehmen können dieses gestiegene Kundenbewusstsein nutzen, um sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen zu differenzieren und Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

MITARBEITER- BEWUSSTSEIN

Gleichzeitig steigt auch das Mitarbeiter-Bewusstsein für nachhaltige Unternehmenspraktiken. Besonders die Generation Z stellt dazu hohe Anforderungen an ihre Arbeitgeber. Ein ehrliches, ambitioniertes Bestreben führt dazu zu langfristigen Bindungseffekten dieser wichtigen Mitarbeitergruppe.

Parallel gilt es, in den anderen Mitarbeiterzielgruppen Bewusstsein und Verständnis für nachhaltige Praktiken herzustellen.

Beim Finden geeigneter Optimierungspotentiale ist es entscheidend, alle Mitarbeiter, von der Unternehmensleitung bis hin zu den Mitarbeitern auf der operativen Ebene einzubeziehen.



FINDEN SIE IHREN HANDLUNGSSPIELRAUM

GRUNDLAGEN-WORKSHOP

Dieser Workshop vermittelt Ihnen ein Bild, wie Nachhaltigkeit als feste Management-Praxis in Ihrem Unternehmen aussehen könnte.

Dazu erhalten Sie den Überblick über die wichtigsten Hebel:

- welche Strategien gesetzlich vorgeschrieben sind
- welche Praktiken den Unterschied machen in der Betriebsführung
- wie Sie Ihre Mitarbeiter in die Entwicklung einbinden
- wie Sie Ihre Mitarbeiter überzeugen und hinter sich versammeln
- welcher Aufwand auf Sie zukommt
- welchen Nutzen Sie davon haben

Ort:

Schäfers Herzstück
Kalkstraße 48, 09116 Chemnitz

Termine:

27. November 2023, 14:00 - 16:00 Uhr

15. Januar 2024, 14:00 - 16:00 Uhr

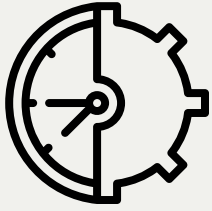
20. März 2024, 14:00 - 16:00 Uhr

Kosten: kostenfrei

Anmeldung und weitere Information:

Franziska Lehmann
franziska.lehmann@texulting.com





Projektmanagement

Ideen werden gemeinsam in spannende Projekte umgesetzt und zum Erfolg begleitet.



Innovationsmanagement

Unterstützung bei der Entwicklung von Ideen bis zur Marktreife.



Nachhaltigkeitsmanagement

Unterstützung bei ökologischer und sozialer Verantwortung für langfristiges Wirtschaften.

TEXULTING

Nachhaltigkeitsmanagement
für den Mittelstand

www.texulting.com

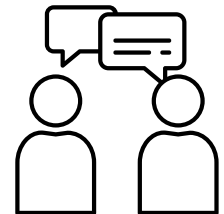
QONZEPT®

Wettbewerbsvorsprung und geschlossene Mannschaft durch funktionierende Kommunikation

www.personal-qonzept.de

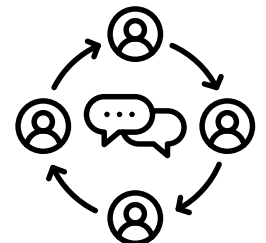
Moderation und Workshop-Gestaltung

Wir begleiten Sie durch die verschiedenen Kommunikations- und Arbeitsrunden mit Ihren internen und externen Stakeholdern. .



Kommunikationsleitfaden für die Interne Kommunikation

Die Akzeptanz für Veränderungen und das aktive Mitwirken sind für Ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen erfolgskritisch. Wir stellen diese Akzeptanz kommunikativ her. .



Beteiligungsprozess implementieren

Externe Stakeholder werden in die Projektumsetzung integriert, um Partnerschaften, Kundenbeziehungen und die Markenidentität zu stärken.

