



Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex bietet Unternehmen einen Fahrplan zur Integration von Nachhaltigkeit in den Betrieb.

MITTELSTAND

# UNTERNEHMERISCHE NACHHALTIGKEIT

Eine Integration von Nachhaltigkeit ins Kerngeschäft ermöglicht eine kompakte Gesamtschau auf die Leistung der Unternehmensführung, auf die Wirkungen und Nebenwirkungen des unternehmerischen Handelns.

**E**ntgegen landläufiger Auffassung muss dem Mittelstand Nachhaltigkeit nicht beigebracht werden. Tatsächlich sind Mittelständler das Rückgrat der unternehmerischen Nachhaltigkeit in Deutschland. Was jedoch, gerade in kleineren Unternehmen, oft fehlt, ist eine systematische Befassung mit dem Konzept der Nachhaltigkeit. Unternehmerische Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit erreicht nur, wer sich mit den für das eigene Geschäft wesentlichen Themen befasst (Prinzip der Wesentlichkeit).

## Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex

Der Nachhaltigkeitsrat der Bundesregierung hat ein praktisches Werkzeug veröffentlicht, das mit Praktikern, Wissenschaftlern und anderen Experten entwickelt wurde: den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK).

Der Kodex ist nicht nur geeignet, die EU-Berichtspflicht ab 1. Januar 2017 zu erfüllen. Mit der richtigen Vorgehensweise hilft er vielmehr, Nachhaltigkeit systematisch in die Kernbereiche des Unternehmens zu integrieren. Und das ist im Zweifel wesentlich interessanter für einen Unternehmer. Der Kodex fragt in 20 Kriterien nach den wichtigsten Eckpunkten für eine nachhaltige Unternehmensführung und schlägt dazu Indikatoren vor. 80 Prozent dieser Indikatoren sind ohnehin für die

[LINK ZUM THEMA](#)

Weitere Informationen online unter [www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de](http://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de)



Unternehmensführung größerer Unternehmen wichtige Kennzahlen, zum Beispiel wirtschaftliche Kennzahlen, Energieverbräuche, Anti-Korruption oder demografischer Wandel. Aktuell haben etwa 120 Unternehmen eine Entsprechenserklärung abgegeben.

Es gibt viele Möglichkeiten, das Thema aufzusetzen, aber mit den folgenden drei Hebeln bringen Unternehmen den Stein garantiert ins Rollen:

### Hebel 1: Wesentlichkeit als archimedischer Punkt

Nachhaltigkeit ist ein sehr umfassendes gesellschaftspolitisches Konzept. Keine Organisation kann zu allen Anforderungen nachhaltigen Wirtschaftens gleichermaßen einen Beitrag leisten. Für Unternehmen ist es daher entscheidend, die wesentlichen Handlungsfelder zu identifizieren, in denen sie Verantwortung übernehmen wollen und können. Diese Handlungsfelder liegen im Kernbereich der unternehmerischen Tätigkeit. Wesentlich können übergreifende Themen sein wie Klimawandel, Menschenrechte, Anti-Korruption, Branchenthemen und spezifische Unternehmensthemen, zum Beispiel Wirtschaftlichkeit, attraktiver Arbeitgeber, Standortfragen oder lokales Engagement.

### Hebel 2: Stakeholder – von der Zielgruppe zum Partner

Auch wenn mancher Experte gerne den Anschein erweckt: Nachhaltigkeit ist kein naturwissenschaftliches Modell, in dem es ein einfaches Richtig und Falsch gibt. Nachhaltigkeit ist eher eine Leitidee wie Freiheit oder Demokratie, die Unternehmen im Dialog mit ihren wichtigen Anspruchsgruppen (Stakeholder) kontinuierlich fortentwickeln. In diesem Prozess wird klar, was Nachhaltigkeit konkret bedeutet. Daher ist die Einbindung von Stakeholdern Kernbestandteil von unternehmerischer Nachhaltigkeit.

### Hebel 3: Die gesamte Wertschöpfungskette nutzen

Neu für die meisten Anwender des DNK sind Fragen nach der Lieferkette: Bestehen dort ökologische oder soziale Risiken? Hier gilt es, Augenmaß zu haben. Ein durchschnittliches Unternehmen

kann nicht für jeden Lieferanten über alle Stationen Verantwortung übernehmen. Aber es kann zunehmend Transparenz erlangen und mit wichtigen Lieferanten zusammenarbeiten. Das hilft beim Risiko- und Qualitätsmanagement und bietet zudem einen willkommenen Anlass, mit Kunden in den Dialog zu treten. Und wie eine wissenschaftliche Studie kürzlich zeigte, erhöht dies die Kundenloyalität.

### Vorteile für den Mittelstand

Nur durch die Integration ins Kerngeschäft kann ein Unternehmen Nachhaltigkeit wirksam umsetzen. Ein Rahmenwerk wie der DNK ermöglicht dazu eine kompakte Gesamtschau auf die Leistung der Unternehmensführung sowie auf die Wirkungen und Nebenwirkungen des Unternehmens. Wer diese Inhalte ansprechend kommuniziert, kann damit Kunden, Bewerbern, regionalen Akteuren und Mitarbeitern die Strategie und das Geschäft besser erklären. Und er zeigt, was gerade dieses Unternehmen für die Gesellschaft leistet: durch seine Produkte, als Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber, als engagiertes Kammermitglied und durch Engagement für die Region. Dies ist ein starkes Plus in puncto Arbeitgeberattraktivität. Vor allem aber bringt es die Organisation in Bewegung. Wichtige Themen werden angepackt, die im Tagesgeschäft liegen geblieben sind, wie es sich schon in vielen Unternehmen gezeigt hat. Man kann sich dabei durchaus überraschen lassen, welche kundenfreundlichen Ideen sich mit Nachhaltigkeit realisieren lassen. Nachhaltigkeit muss eben nicht wehtun.



**AUTOR**  
ARVED LÜTH  
Geschäftsführender Inhaber,  
:response,  
Frankfurt  
arved.lueth@  
good-res-  
ponse.de