

Vom Umweltmanagement zum Nachhaltigkeitsmanagement

Gute Gründe für ein Nachhaltigkeitsmanagement in KMU

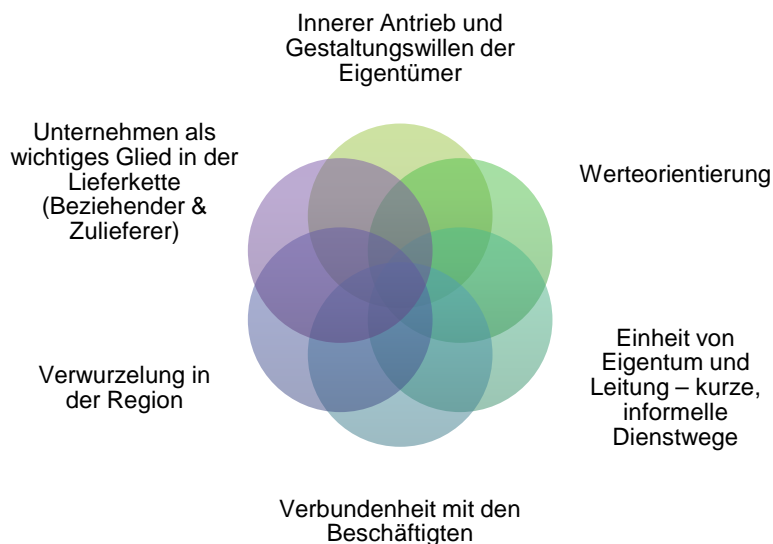


Abbildung 1: Gründe für ein Nachhaltigkeitsmanagement in KMU

1 Warum Nachhaltigkeitsmanagement in KMU?

Maßnahmen zur ökologischen, ökonomischen, und sozialen Nachhaltigkeit können in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) meist einfach und kosteneffizient ergriffen werden. Ein Nachhaltigkeitsmanagement, das diese Maßnahmen im Unternehmen in eine langfristige Unternehmensstrategie einbettet, muss weder komplex noch aufwendig sein. Aufgrund der **geringen Größe** und der Möglichkeit, **flexibel** und **innovativ** zu handeln, haben KMU sogar besonders gute Voraussetzungen, ihrer Verantwortung umfassend nachzukommen.

In der Regel besteht in KMU eine **enge Verbindung zwischen Eigentümerin oder Eigentümer und Geschäftsleitung**, wenn nicht gar eine Person beide Funktionen in sich vereint. Je nach **Gestaltungswillen** lassen sich Veränderungen schneller und meist **informeller** durchsetzen. Im ganzen Unternehmen ist der **direkte Einfluss der Eigentümerin oder des Eigentümers** durch kurze Entscheidungswege und einen engen Kontakt zu den Beschäftigten gut spürbar.

KMU sind oft auch **Familienunternehmen** und damit authentisch – für ihr Engagement spielen äußere Einflüsse wie beispielsweise die vorgegebene Strategie einer international operierenden Geschäftszentrale keine Rolle. Nachhaltiges und zukunftsorientiertes Handeln ist für KMU in der Regel keine lästige Pflicht, sondern wird als **selbstverständlich** verstanden. Dies steht im Zusammenhang mit einer starken **Werteorientierung** durch die Geschäftsführung.

Oft besteht aus persönlichem Interesse eine gute Beziehung zwischen KMU und der lokalen Gemeinschaft. Das Unternehmen ist **häufig in der Region fest verwurzelt**.

Die **Beschäftigten** in KMU wissen das familiäre Betriebsklima zu schätzen und haben meist eine enge und **langjährige Verbundenheit** zum Unternehmen. Im Zuge des demographischen Wandels und des Fachkräftemangels gilt es mehr denn je, diese „weichen Faktoren“ als Vorteile zu nutzen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dadurch zu binden.

Eine Besonderheit ist auch die Position des KMU in seinem wirtschaftlichen Umfeld: Einerseits sind mittelständische Unternehmen oft als **Zulieferer** für große Unternehmen tätig; gleichzeitig sind sie jedoch genauso oft **Einkäufer** von Ressourcen und Rohmaterial. Man kann sie daher als wichtiges **Bindeglied** bezeichnen, das im Rahmen seiner nachhaltigen Ausrichtung Prozesse innerhalb der Lieferkette beeinflussen kann.

Neben dem positiven Beitrag zum Gemeinwohl und zur Stärkung der Region hat eine nachhaltige Unternehmensausrichtung auch **Vorteile** für das **Image** und die **Reputation** des Unternehmens. Im **Wettbewerb**, in der **Kundenbindung** und in der gesteigerten **Motivation** und **Zufriedenheit** der **Beschäftigten** erkennt ein Unternehmen die positiven Folgen seines Nachhaltigkeitsengagements. Insgesamt kann ein **langfristiger Mehrwert** für das Unternehmen geschaffen werden.

2 Wie vorgehen?

Die Vielfalt mittelständischer Unternehmen ist groß. Daher ist es besonders wichtig, bei der Entscheidung für ein Nachhaltigkeitsmanagement die individuellen Gegebenheiten zu beachten. Ein professionelles Nachhaltigkeitsmanagementkonzept, wie es viele große und international agierende Unternehmen haben, gibt es bei mittelständischen Unternehmen oft nicht. Zwar zeigen viele KMU bereits vielfältiges Engagement, dies geschieht allerdings oftmals eher intuitiv und nicht strategisch. Es ist mit der Zeit gewachsen und hat viele unterschiedliche Formen angenommen, welche jedoch nicht wie ein professionelles Nachhaltigkeitsmanagement, sondern schlichtweg nach gelebter Fürsorge um Beschäftigte, Umwelt, Umfeld und Wirtschaft aussehen.

Bei der Entwicklung eines Nachhaltigkeitsmanagements gilt es, bereits bestehende Aktivitäten zu erfassen und zu identifizieren, wo das eigene Unternehmen steht und wie es sich weiterentwickeln kann. Denn Nachhaltigkeitsmanagement bedeutet nicht nur, dass sich ein Unternehmen grundsätzlich mit den Auswirkungen seiner Entscheidungen und Aktivitäten auseinandersetzt und diese fortlaufend überwacht. Es bedeutet auch, das eigene Engagement für die Nachhaltigkeit strategisch und kontinuierlich auszubauen und langfristig „noch besser zu werden“.

Kein Unternehmen ist dabei auf sich allein gestellt. Unterstützung finden Sie in diesen Arbeitsmaterialien, aber auch bei Branchenorganisationen oder regionalen Wirtschaftsverbänden. Diese bieten Unterstützung in Form von Leitfäden, Best-Practice-Sammlungen, Informationsveranstaltungen uvm.

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

[BMAS: CSR in Deutschland – Themenseite zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlicher Verantwortung](#)

[BMUB: Innovation durch CSR – die Zukunft nachhaltig gestalten – PDF](#)

[BMUB: Megatrends der Nachhaltigkeit – Unternehmensstrategien neu denken – PDF](#)

[Bundesregierung: Nationale Nachhaltigkeitsstrategie](#)

[IHK für München und Oberbayern: Der Ehrbare Kaufmann, eine gelebte Tradition der IHK](#)

[IHK Nürnberg für Mittelfranken: Broschüre „Der ehrbare Kaufmann“](#)

[IZU: Praxisbeispiele aus dem IZU – eine Übersicht – PDF](#)

[IZU: Aktuelles zum Thema Nachhaltigkeit](#)

[StMUV: Die Bayerische Nachhaltigkeitsstrategie](#)



Dieses Dokument ist Teil des Leitfadens aus dem [„Online-Tool Nachhaltigkeitsmanagement für KMU“](#) – ein Projekt im Rahmen des [Umweltpakts Bayern](#).

Impressum:

Herausgeber:

Bayerisches Landesamt für Umwelt (LfU)
Bürgermeister-Ulrich-Straße 160
86179 Augsburg

Telefon: 0821 9071-0

Telefax: 0821 9071-5556

E-Mail: poststelle@lfu.bayern.de

Internet: <http://www.lfu.bayern.de>

Postanschrift:

Bayerisches Landesamt für Umwelt
86177 Augsburg

Bearbeitung:

ARQUM Gesellschaft für Arbeitssicherheits-,
Qualitäts- und Umweltmanagement mbH
Aldringenstr. 9
80639 München

LfU/Ref. 15

Infozentrum UmweltWirtschaft (IZU)

Internet: <http://www.izu.bayern.de>

Bildnachweis:

LfU

Stand:

September 2014

Aktualisiert Februar 2016

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird um Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars gebeten.

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Broschüre wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Diese Broschüre wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden. Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.