

Der Unternehmergeist und die Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist langfristig nur dann glaubwürdig, wenn auch alle dem Unternehmen verbundenen Lieferanten, Kunden und Mitarbeiter spüren, dass bei jeder Entscheidung auch an die Nachhaltigkeit gedacht wurde.

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die in den kommenden Ausgaben des WIRinfo auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb

ihm in seinem Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann (60), der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren.

Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebar der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
WIR-Annahmesatz: 10%

Aktuelle Studien und Umfragen zum Thema «Nachhaltige Unternehmensführung» zeigen die Bedeutung des Themas für die KMU auf: Die grosse Mehrheit der Befragten stimmten der Aussage zu, dass eine nachhaltige Unternehmensführung wichtig oder gar sehr wichtig sei. Auf Seiten der Konsumenten ist die Zahl noch höher. Zudem bestätigt bereits jeder Zweite, dass die Wahl bevorzugt auf nachhaltige, teurere Produkte und Dienstleistungen fällt. Der Wandel ist also deutlich spürbar. In den meisten Fällen dürften die Konsumenten die Wünsche an die Unternehmen herangebracht haben. Heute zeigen sich die Menschen nach den Klimadebatten sensibilisiert, fordern sofortige Lösungen. Manchmal fehlt jedoch die notwendige Selbstkritik. Was meint der Unternehmergeist dazu?

Nachhaltigkeit ist mittlerweile schon fast ein Unwort geworden. Ich habe oft Mühe, Unternehmen und Organisationen ihre Bekenntnisse zur Nachhaltigkeit abzunehmen. Hast du gewusst, dass es über 300 Labels gibt, die soziale, ökologische und nachhaltige Themen zertifizieren? In Zeiten, in denen jede Branche ihr eigenes Label kreiert, das deren Mitgliedern bescheinigt, zu den nachhaltigsten und klimafreundlichsten Firmen der Branche zu gehören, ist Aufklärung das Wichtigste.

Nachhaltige Unternehmen müssen ehrlich und transparent sein – denn Nachhaltigkeit ist langfristig nur dann glaubwürdig, wenn auch alle dem Unternehmen verbundenen Lieferanten, Kunden und Mitarbeiter spüren, dass bei jeder Entscheidung auch an die Nachhaltigkeit gedacht wurde. Hier ein paar Fragen, die ich als Unternehmergeist von deinem Unternehmen gerne beantwortet haben würde:

Was versteht dein Unternehmen unter dem bewussten Umgang mit Ressourcen? Erstreckt er sich auch auf die Nutzung von Strom, Papier, Verpackung – oder deinem Dienstwagen?

Sind ökologisch korrekte und sozial faire Arbeitsstrukturen bei dir und deinen Mitarbeitenden sowie deinen Lieferanten ein Thema?



Bild: Adobe Stock.

*«You may never know what results come of your action,
but if you do nothing there will be no result.»*

Mahatma Gandhi

Hilfst du, das Leben deiner Kollegen/-innen, deiner Lieferanten, deiner Kunden/-innen nachhaltiger zu gestalten?

Fehlt bei deinen Antworten die Authentizität, ist deine «Nachhaltigkeit» für mich nichts Weiteres als ein Marketinggag, ein Greenwashing. Das Gleiche gilt für Kompensationshandel wie z.B. das Pflanzen eines Baums für jeden verkauften Stadtgeländewagen.

Und musst du unbedingt das neueste Smartphone haben, obwohl es dein altes noch tut? Wie oft gibst du Geld aus

für etwas, das du eigentlich gar nicht brauchst? Kauf doch einfach öfter mal – nichts! «Nichts» kostet dich kein Geld, verschwendet keine Zeit, geht dir nicht auf die Nerven und verbraucht keinerlei Ressourcen. «Nichts» ist nachhaltig.

Was ich damit auch sagen will, ist einfach: Ehrlichkeit (auch zu dir selbst) währt am längsten, und nachhaltig ist nur der, der auch bei vermeintlich einfachen Fragen möglichst viele Aspekte der Nachhaltigkeit bedenkt und diese auch umsetzt.

● *Der Unternehmergeist*