

Nachhaltigkeit in mittelständischen Unternehmen – Die Strategie

Dr. Rudi Eder, Nov 2024

Mit Plänen, zusätzliche Erdölquellen zu erschließen oder weiterhin auf fossile Kraftstoffe zu setzen, gewinnt die Politik zwar Wahlen, aber riskiert dabei die Zukunft, und das aus Unternehmenssicht in zweierlei Hinsicht. Zum einen verlieren die Mitarbeiter, von denen die meisten entweder direkt von den Folgen des Klimawandels betroffen sind oder als Steuerzahler die Folgekosten stemmen müssen. Zum anderen verschenken die Unternehmen ein technologisches Feld, auf dem sie eine Vorreiterrolle spielen oder zumindest an vorderster Front dabei sein können.

Eigeninitiative ist jetzt gefragt

Der Mittelstand ist trotz der zunehmenden Abhängigkeit von großen Konzernen noch immer die wichtigste wirtschaftliche Kraft in Deutschland und Österreich und sichert der Bevölkerung Wohlstand und Freiheit. Nach dem Prinzip ‚Hustet ein Konzern, hat der Mittelstand Grippe‘ gilt es jetzt für mittelständische Unternehmen möglichst schadlos durch die beginnende „Grippe-welle“ zu kommen und danach eine erfolgreiche Zukunftssicherung in die eigene Hand zu nehmen. Dabei geht es darum, sich aus dem Windschatten der Konzerne zu bewegen und innerhalb der gegebenen Rahmenbedingungen die eigene Erfolgsstrategie zu entwickeln und zu implementieren.

Dazu ist es einerseits erforderlich, dass überwiegend bürokratische Forderungen ohne Mehrwert rechtzeitig klar und deutlich abgelehnt werden. Ein Mehrwert muss aber nicht nur in finanzieller Hinsicht gegeben sein, sondern kann auch sozial oder gesellschaftsdienlich sein.



Abb 1.: Mit dem E-Citigo zum Kundentermin (Foto CONSENZUM)

Disruptive Veränderungen, die wie der Weg zur Klimaneutralität zukunftsgerichtet sind, können mittelständische Unternehmen für die Entwicklung attraktiver Geschäftsfelder nützen.

Genauso wichtig ist es, dass ein Unternehmen diese Entwicklung als Role Model selbst unterstützt, z.B. durch Investitionen in energieeffiziente Anlagen, die Installation von PV-Anlagen und die Elektrifizierung des eigenen Fuhrparks.

Heraus aus der Komfortzone

Vor der Pandemie war unsere Wirtschaft so erfolgreich wie noch nie in der Geschichte. Nach der Pandemie sehnen wir uns alle wieder dorthin zurück. Die Materialknappheit, gestörte Lieferketten und Lohn-Preis-Spiralen sind aber bedeutende Hindernisse auf dem Weg zurück zu alter Größe. Erschwert wird dies zusätzlich durch den Markteintritt neuer Wettbewerber, wie nicht europäischer Autobauer im Bereich der Elektromobilität. Ein Zurück wird es deswegen nicht mehr geben. Dies erzeugt Unsicherheit, weil es darum geht, bekanntes Terrain zu verlassen und auf einem neuen unbekanntem Spielfeld Fuß zu fassen.

Eine adäquate Strategie konzentriert sich auf die eigenen Stärken und identifiziert ein Spielfeld, auf dem diese gewinnbringend ausgespielt werden können. Die erfolgreiche Implementierung verlangt, die Mitarbeiter auf diese Reise mitzunehmen und den Weg der Veränderung konsequent zu gehen. Dabei gilt es die Rahmenbedingungen im Auge zu behalten und die eigene Navigation ständig anzupassen.

Die Nachhaltigkeit als Zukunftschance

Technologische Gebiete für die Zukunft sind vornehmlich die Technologien zur Vermeidung des Klimawandels und zur Begrenzung der Folgen des Klimawandels, Elektromobilität, erneuerbare Energie, energiesparende Technik, umweltschonende Technik und Umwelttechnik. Auf diesem Spielfeld müssen neue Technologien entwickelt werden. Der wichtigste Schritt ist der erste: Mittelständische Unternehmen sind gefordert, die Chance zu erkennen und bereits bestehende Lösungen einzusetzen und zu nutzen. Darauf aufbauend fällt es leichter, Neues zu entwickeln.

Die **CONSENZUM Managementberatung** begleitet mittelständische Unternehmen auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit. Die Strategie ist dabei ein wesentlicher erster Baustein.

Dr. Rudi Eder

CONSENZUM - Managementberatung
eder@consenzum.de | www.consenzum.de

Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge
