

Teamwork und Nachhaltigkeit

Partnerschaften zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele – wie funktioniert das in der Praxis auf Unternehmensebene? Für unsere Gastautorin Yvonne Jamal, Vorstandsvorsitzende des JARO-Instituts, spielt Teamwork für die nachhaltige Entwicklung eine entscheidende Rolle.

Nicht nur intern in den Organisationen selbst gilt es, Silos aufzubrechen und vernetzter sowie proaktiver miteinander zu agieren. Auch extern gibt es zahlreiche Möglichkeiten, sinnvolle Allianzen zu bilden, um gemeinsam schneller ans Ziel zu kommen. Doch wie geht man dabei vor und wo fängt man an?

Der ehemalige UN-Generalsekretär Ban Ki-moon sagte „Um die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung erfolgreich umzusetzen, müssen wir rasch von den Verpflichtungen zum Handeln übergehen. Dazu brauchen wir starke, inklusive und integrierte Partnerschaften auf allen Ebenen“. Die 2020er Jahre wurden von den Vereinten Nationen als die Dekade des Handelns ausgerufen. In der Tat geht es um nicht weniger als einen Wettlauf mit der Zeit. Die planetaren Grenzen sind an vielen Stellen bereits massiv überschritten und wir nähern uns in immer größeren Schritten den unumkehrbaren Kipppunkten, an denen es kein Zurück mehr gibt. An denen wir nicht mehr agieren, sondern nur noch reagieren können. Die bisherigen klimatischen Entwicklungen geben uns bereits einen Vorgeschmack auf das, was in den nächsten Jahren und Jahrzehnten auf uns zukommen wird. Hinzu kommen die sozialen Herausforderungen, um global ein menschenwürdiges Leben für alle sicherzustellen und niemanden zurückzulassen. Doch die Hilferufe zahlreicher Inselstaaten und besonders gefährdeter Länder verklingen fast unerhört.

Zunehmendes Interesse an Nachhaltigkeit

Derzeit lässt sich erfreulicherweise ein zunehmendes Interesse der Unternehmen an Nachhaltigkeitsthemen beobachten. Klimaneutralität scheint derzeit das Ziel und die Lösung für alles zu sein. Außerdem herrscht hektisches Treiben bei der Umsetzung neuer Gesetzgebungen wie z.B. des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes. Wie

können Unternehmen wirkungsvoll und dennoch pragmatisch vorgehen, ohne sich zu verzetteln? Zunächst indem sie erkennen, was sich hinter dem Nachhaltigkeitsbegriff verbirgt und wie vernetzt und mehrdimensional eine nachhaltige Wirtschaftsweise gedacht werden sollte. Es geht nicht nur darum, die drei Dimensionen Ökologie, Soziales und Wirtschaft den eigenen Aktivitäten zuzuordnen und damit zu zeigen, dass man etwas tut. Es geht insbesondere darum, zu verstehen, wie sich diese drei Dimensionen gegenseitig bedingen, welche Wechselwirkungen und Zielkonflikte sie haben und welchen Einfluss das



Yvonne Jamal setzt auf intelligente Partnerschaften – unter anderem kooperiert das JARO-Institut auch mit C.ebra.



eigene Geschäftsmodell darauf hat. Es geht darum, die großen Herausforderungen unserer Zeit anzunehmen und intelligente und praktikable Lösungen zu entwickeln, um selbst zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Es geht darum, die planetaren Grenzen und die Auswirkungen auf das Kerngeschäft des Unternehmens zu verstehen und Strategien für eine regenerative und faire Kreislaufwirtschaft zu entwickeln und umzusetzen.

Blick in den Spiegel wagen

Das schaffen die Unternehmen nur dann, wenn sie den Blick in den Spiegel wagen und dabei verschiedene Perspektiven einnehmen: die der Mitarbeiter, der Kunden, der Geschäftspartner, der Zivilgesellschaft, der Wissenschaft. Wenn sie offen sind für Kritik, Innovationen und eine Kultur des wertschätzenden Miteinanders. Der Blick muss dahingehen, wo es weh tut, wo es vielleicht wirklich schwierig wird, um dann zu erkennen, wo wirksame Veränderungen stattfinden müssen. Dabei hat insbesondere der Einkauf und seine Lieferketten eine Schlüsselfunktion, um diese Erkenntnisse, Werte und Anforderungen als Multiplikator gezielt in die Wertschöpfungskette zu transportieren. Er formt mit seiner Nachfrage das Angebot. Wir sprechen hier von Veränderungen, die natürlich

im Kleinen beginnen können, aber nur im Großen am Ende eine ausreichende Wirkung entfalten und unsere Art des Wirtschaftens reformieren. Während große Konzerne oft ganze Abteilungen für das Thema Nachhaltigkeit etabliert haben, sind kleine und mittlere Betriebe oft personell sehr knapp ausgestattet.

Gezielte Partnerschaften eingehen

Daher ist es umso entscheidender, gezielt intelligente Partnerschaften einzugehen:

- mit Hochschulen, um gezielt Studenten und Absolventen im eigenen Unternehmen zu beschäftigen oder gemeinsam ein Förderprojekt zu starten
- mit Kunden und Lieferanten, um gemeinsam an neuen Materialien, Produkten und Prozessen entlang der Wertschöpfungskette zu arbeiten und somit Innovationen voranzutreiben
- mit Umweltschutz- und Menschenrechtsorganisationen, um sich zu den Herausforderungen in der Lieferkette auszutauschen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln und Transparenz zu schaffen
- mit Start-Ups, um insbesondere neue digitale Lösungen zu kennen, die bei der Umsetzung von Maßnahmen unterstützen und Prozesse optimieren können
- mit Kammern, Vereinen und Verbänden, um bestehende Hilfsangebote zu nutzen und sich mit anderen Unter-

nehmen auszutauschen und voneinander, sowie miteinander zu lernen

- mit Marktbegleitern, um in nachhaltigen Brancheninitiativen (idealerweise in Multi-Akteur-Partnerschaften mit weiteren o.g. Partnern) die Kräfte und Ressourcen zu bündeln, Synergien zu nutzen, Standards zu entwickeln und gemeinsam mehr Wirkung zu entfalten.

Investition in die Zukunftsfähigkeit

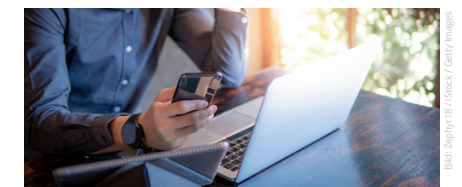
Es gibt bereits diverse Lösungen und Unterstützungsangebote, die es zu identifizieren und einzusetzen gilt. Ja natürlich, all das wird auch Geld kosten, allen voran für eine gezielte Weiterbildung des Personals, doch es ist eine Investition in die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen. Eine gute Analyse und ein klar priorisiertes und strukturiertes Vorgehen helfen dabei, dass nicht nur Pflichten abgearbeitet, sondern insbesondere die zahlreichen Chancen der Nachhaltigkeit genutzt werden und sich damit diese Investitionen lohnen. Eine faire, respektvolle und konstruktive Zusammenarbeit schafft jenseits des finanziellen Aspekts darüber hinaus Freude an der gemeinsamen Umsetzung bei allen Beteiligten, steigert die Glaubwürdigkeit des Engagements und stärkt die Mitarbeiterbindung.

www.jaro-institut.de
www.jaro-academy.com

TCO Certified

Generation 9 ermöglicht nachhaltigeren IT-Einkauf

TCO Certified hat die Zertifizierungskriterien für die Generation 9 angepasst. Die aktualisierten Nachhaltigkeitskriterien helfen Beschaffungsorganisationen bei der Entscheidung für die am verantwortungsvollsten entwickelten und hergestellten Produktmodelle, die von unabhängigen Experten geprüft wurden, teilt TCO mit. Generation 9 umfasst zudem neue Indikatoren, um den Nachhaltigkeitseffekt besser zu bestimmen (Sustainability Performance Indicators, SPIs). Diese Daten werden von unabhängigen Experten zusammengestellt und überprüft, wodurch das Risiko von Greenwashing verringert wird, heißt es bei der Organisation. Die SPIs sollen Unternehmen dabei helfen, fundiertere Kaufentscheidungen zu treffen und die tatsächlichen Auswirkungen ihrer IT-Produkte auf die Nachhaltigkeit zu messen. Die aktualisierten Kriterien für soziale Verantwortung erfordern Transparenz hinsichtlich der Zulieferer, die von Herstellern beauftragt werden, sodass Einkaufsorganisationen ihren Einfluss in der Lieferkette geltend machen können. Die Kriterien für sicherere Chemikalien werden darüber



IT-Einkauf: Neue Indikatoren unterstützen fundierte Kaufentscheidungen.

hinaus auf Prozesschemikalien ausgeweitet. Das Ziel von Generation 9 ist es, sich der Einführung einer Kreislaufwirtschaft für IT-Produkte weiter anzunähern. So zielen die nun noch ehrgeizigeren Kriterien darauf ab, die Lebensdauer von IT-Produkten weiter zu verlängern und somit Elektroschrott zu reduzieren. Die ersten zertifizierten Produkte sind bereits im Product-Finder von TCO Development gelistet.

www.tcocertified.com