

GREENWASHING NACHHALTIG VERMEIDEN

Noch nie hatten so viele Unternehmen Nachhaltigkeit in ihren Visionen und Zielen verankert und doch tappen viele bewusst oder unbewusst in die Greenwashing-Falle. Wie navigiert man erfolgreich zwischen dem Druck, kurzfristige Ergebnisse zu liefern und den Ansprüchen der Nachhaltigkeit?

von Thomas Siegrist

Nachhaltigkeit ist für die einen ein Reizwort, das sie nicht mehr hören können und für andere ein Imperativ der Gegenwart, ohne den wir unsere Zukunft verspielen. Egal welchem Lager Sie näherstehen, Sie werden wohl damit übereinstimmen, dass Nachhaltigkeit ein vielschichtiges Thema ist. Es reicht von den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen bis hin zu ESG (Environmental, Social, and Governance) Kriterien, die Unternehmen zunehmend implementieren müssen. Und was war das schon wieder mit „People-Profit-Planet“?

Wie kann man praktisch vorgehen, um echte Nachhaltigkeit in den Unternehmensalltag zu integrieren? Hier sind einige Navigationshilfen, die Ihnen dabei helfen können (und wenn Sie bis zum Schluss lesen, erfahren Sie sogar, warum Sie Ihre Großmutter als Nachhaltigkeits-Verantwortliche einstellen sollten):

1. **Klarheit schaffen:** Beginnen Sie damit, genau zu definieren, was Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen bedeutet. Dies umfasst nicht nur Umweltfragen, sondern auch soziale Gerechtigkeit und Unternehmensführung. Konzentrieren Sie sich auf die für Sie relevanten Stellhebel.
2. **Lernen zu diskutieren:** Achten Sie bei Diskussionen darauf, dass im Gespräch nicht konstant zwischen den verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit gewechselt wird und der eine gegen den anderen ausgespielt wird. Lassen Sie sich nicht von den vielen Fachworten abschrecken, die im Raum stehen. Wenn Sie etwas nicht verstehen, fragen Sie einfach nach!
3. **Vom Theoretiker zum Praktiker:** Seien Sie darauf vorbereitet, dass immer ein Neunmalklug im Raum ist, der besser weiß, was man tun sollte oder könnte, wenn man alles wüsste oder dürfte. Es ist einfach, in der Theorie über ideale Szenarien zu sprechen. Wichtiger ist es jedoch, praktische Schritte zu unternehmen. Nehmen Sie eine ‚Bias to Action‘ Haltung ein – machen Sie erste Schritte, um den ökologischen Fußabdruck Ihres Unternehmens zu verringern, selbst wenn das bedeutet, dass Sie unterwegs Fehler machen und diese korrigieren müssen.
4. **Nachhaltigkeit als Innovationschance:** Betrachten Sie Nachhaltigkeit als Innovationschance. Einfach ist es nicht, aber wann war Innovation schon einfach? (Wenn’s einfach wäre, wäre es schon lange gemacht.) Suchen Sie nach Möglichkeiten, Regularien pragmatisch umzusetzen und intelligent zu nutzen, um unternehmerischen Mehrwert zu schaffen.
5. **Bereiten Sie sich auf disruptive Gedanken vor:** Nachhaltigkeit erfordert oft ein Umdenken von einem linearen „mehr ist mehr“ Denken zu einem, das schonend mit Ressourcen umgeht und in Kreisläufen denkt. Wenn Sie mal wieder einen disruptiven Anstoß von außen brauchen, gehen Sie ins (innere Gespräch) mit ihrer Großmutter und überlegen Sie sich, was diese in Ihrer Situation tun würde. Hat Großmutter nicht immer gesagt: „Weniger ist mehr“, „Wirf nicht weg, was du noch brauchen kannst“, und „Repariere, was defekt ist, statt es fortzuwerfen“? Ziemlich einfach, aber ziemlich disruptiv, das in unserem linearen Wirtschaftssystem umzusetzen!

Innovate Vorarlberg

Bei der **INNOVATE VORARLBERG** am 12. März gibt Thomas Siegrist im Keynote-Vortrag praktische Navigationshilfen, wie Produkte und Dienstleistungen im Kern nachhaltig gestaltet werden können. Die Teilnahme ist kostenlos, um Registrierung wird gebeten. www.wisto.at/innovate-vorarlberg



Autor

THOMAS SIEGRIST ist Fachgruppenleiter im Bereich Ideation bei Helbling, einem der führenden Innovationsdienstleister der Schweiz. Der kreative Ingenieur führt Projekte in der sehr frühen Innovationsphase und sucht mit seinem Team Ideen, die Kunden begeistern, nachhaltig neues Business schaffen und technologisch umsetzbar sind. Ausserdem verantwortet er bei Helbling die Ausbildung und Weiterentwicklung der Innovationsmethoden.