
Pressemitteilung 38.2010

Kienbaum veröffentlicht Studie zum Thema Nachhaltigkeits-Management Management: Unternehmen arbeiten wenig nachhaltig

Gummersbach, 14. September 2010 Deutsche Unternehmen haben die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit erkannt. Allerdings steckt die Umsetzung noch in den Kinderschuhen: Zwar haben knapp drei Viertel der Unternehmen bereits eine Organisationseinheit Nachhaltigkeits-Management, jedoch ist diese bei knapp der Hälfte dieser Firmen erst im Aufbau beziehungsweise in der Etablierung begriffen. Das ergab eine Studie der Managementberatung Kienbaum zu den Chancen und Herausforderungen nachhaltiger Unternehmensführung, an der rund die Hälfte der deutschen Top-50-Unternehmen teilgenommen hat. „Das Nachhaltigkeits-Management ist bei einem Großteil der Unternehmen noch in der Findungsphase. In mehr als der Hälfte der Firmen klafft eine beträchtliche Lücke zwischen selbstdefiniertem Anspruch und den aktuellen organisatorischen Strukturen. Mittelfristig ist das insbesondere nach außen eine erhebliche Gefahr für die Glaubwürdigkeit des Unternehmens und damit auch ein wirtschaftliches Risiko“, sagt Alexander v. Preen, Geschäftsführer bei Kienbaum.

Nachhaltigkeits-Management ist Chefsache

Nachhaltigkeits-Management ist in der Regel Chefsache: Nahezu alle (94 Prozent) Organisationseinheiten, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeits-Management beschäftigen, berichten an einen Vorstand. 82 Prozent der Gremien, die mit der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie sowie der

Koordination des Nachhaltigkeits-Managements im Gesamtunternehmen beauftragt sind, werden zudem von einem Vorstand geleitet und in mehr als 60 Prozent der Unternehmen vertritt der Vorstandsvorsitzende das Nachhaltigkeits-Management nach außen. Jedoch ist die Organisationseinheit Nachhaltigkeit nur in 41 Prozent der befragten Firmen dem Vorstand direkt disziplinarisch zugeordnet.

„Die disziplinarische Einbettung in bestehende Organisationseinheiten kann den Vorstand zwar entlasten, wird der Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit aber nicht gerecht. Die Verankerung der Thematik in der Konzernkommunikation – das ist in gut einem Drittel der Unternehmen der Fall – birgt zudem die Gefahr des so genannten *Greenwashing*, dabei dient Nachhaltigkeit überwiegend als Kommunikationsstrategie nach außen und schlägt sich nicht im Handeln nieder. Die Organisationseinheit Nachhaltigkeits-Management dem Umweltressort zuzuordnen, was derzeit knapp ein Viertel der Unternehmen tut, verhindert Chancen bezüglich der Öffnung der Nachhaltigkeitsorganisation hin zu den Themenfeldern Soziales und Ökonomie“, sagt v. Preen.

Nachhaltigkeitsziele sind nur mangelhaft in Unternehmen verankert

Die Nachhaltigkeitsziele sind in der Organisation häufig nur mangelhaft verankert: Zwar sind sie in mehr als der Hälfte der Unternehmen expliziter Bestandteil der Konzernstrategie, jedoch nur in elf Prozent Bestandteil des Steuerungs- und Anreizsystems, obwohl z.B. in das neue Gesetz zur Angemessenheit der Vorstandsvergütung (VorstAG) das Thema Nachhaltigkeit als wesentliches Vergütungselement aufgenommen wurde. Bei acht Prozent der befragten Unternehmen wird Nachhaltigkeit lediglich im Leitbild, in 27 Prozent gar nicht explizit in den Unternehmenszielen genannt.

Fast alle Unternehmen bemühen sich, Transparenz bezüglich der Nachhaltigkeitsziele zu schaffen, jedoch kommunizieren nur 46 Prozent auch operative Ziele für das Nachhaltigkeits-Management nach außen. Rund 15 Prozent informieren die Öffentlichkeit überhaupt nicht über ihre Ziele. „Dabei würde es die Glaubwürdigkeit erheblich steigern, wenn die Unternehmen ihre operativen Ziele beim Thema Nachhaltigkeit im gebotenen Umfang nach außen kommunizieren würden. So können sie der Öffentlichkeit glaubhaft machen, dass ihre Nachhaltigkeitsstrategie mehr ist als ein Mode-Thema“, sagt Kienbaum-Geschäftsführer v. Preen.

Stärkere operative Ausrichtung der Nachhaltigkeits-Gremien ist erforderlich

In 54 Prozent der befragten Unternehmen sind ein zentrales Gremium und eine spezialisierte Organisationseinheit Träger des Nachhaltigkeits-Managements. Bei jeweils knapp einem Fünftel der Befragten existiert entweder ein Nachhaltigkeits-Gremium oder eine Nachhaltigkeits-Organisationseinheit. In acht Prozent der Unternehmen gibt es gar keine organisatorische Einheit, die für das Nachhaltigkeits-Management verantwortlich ist.

Das Nachhaltigkeits-Gremium rekrutiert sich, neben Vertretern der operativen Geschäftsfelder, in der Regel aus zentralen Organisationseinheiten bzw. Corporate Center Funktionen, wobei neben der Einheit Nachhaltigkeit/Umwelt (75 Prozent) Mitglieder des HR-Bereichs (69 Prozent) und der Unternehmenskommunikation (63 Prozent) dominieren. Alle Nachhaltigkeits-Gremien bearbeiten strategische Nachhaltigkeits-Fragen. Jedoch legen nur 47 Prozent der Gremien neben dieser strategischen Ausrichtung auch einen Schwerpunkt auf deren operative Umsetzung. „Um die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, bedarf es in Zukunft deshalb vermehrter Anstrengungen, um den Transfer in operative Prozesse und Projekte sicherzustellen“, sagt v. Preen.

Kommunikation ist Schwerpunkt beim Nachhaltigkeits-Management

Mit 41 Prozent liegt der Schwerpunkt des Nachhaltigkeits-Managements, wie schon seit vielen Jahren üblich, auf der Kommunikation dieser Thematik nach Innen und Außen. Erst bei gut einem Drittel der Unternehmen geht es darüber hinaus um Koordinierung und Steuerung, wozu es allerdings wesentlich mehr Personal bedarf. Jedoch bedeutet eine stärkere Gewichtung der Steuerungsrolle zugleich eine Entlastung für andere Abteilungen. Derzeit setzen Unternehmen, deren zentrale Organisationseinheit Nachhaltigkeit sich auf das Thema Kommunikation konzentriert, dort im Durchschnitt drei Mitarbeiter ein. Hingegen sind zentrale Organisationseinheiten Nachhaltigkeit mit zusätzlich steuernder Funktion mit durchschnittlich zwölf Mitarbeitern ausgestattet.

Nachhaltigkeit ist als wichtiges Zukunftsthema erkannt. Die Studienergebnisse zeigen jedoch die Notwendigkeit, das Thema auch nachhaltig in Unternehmen zu verankern. Die prioritären Handlungsfelder in diesem Sinne sind Anpassungen in der Organisation, ebenso wie die Konkretisierung von Zielen im Führungs- und Steuerungsprozess.

Die Kienbaum-Studie „Chancen und Herausforderungen der nachhaltigen Unternehmensführung“ erhalten Sie kostenfrei von Tobias Weisel. Für Rückfragen steht er Ihnen ebenfalls gerne zur Verfügung (tobias.weisel@kienbaum.de, +49 89 45 87 78-75). Mehr Informationen zu unserer Leistungen, aktuellen Themen und unseren Onlinetools finden Sie auch unter www.kienbaum-verguetungsportal.de.

Kienbaum ist in Deutschland Marktführer im Executive Search und im HR-Management und gehört zu den führenden Managementberatungen. Mit seinem integrierten Beratungsansatz begleitet Kienbaum Unternehmen aus den wesentlichen Wirtschaftssektoren bei ihren Veränderungsprozessen von der Konzeption bis zur Umsetzung. Kienbaum verbindet ausgewiesene Personalkompetenz mit tiefem Wissen in Strategie, Organisation und Kommunikation.

Weitere Informationen:

Erik Bethkenhagen

Ahlefelder Straße 47, 51645 Gummersbach

Fon: +49 2261 703-579

Erik.bethkenhagen@kienbaum.de

www.kienbaum.de

Redaktion/Verantwortlich für den Inhalt: Erik Bethkenhagen