

„Heute noch nice-to-have – in einigen Jahren essenziell“

Prof. Dirk Morschett ist Inhaber des Lehrstuhls für Internationales Management der Universität Fribourg/Schweiz. Als Experte für Handelsmanagement forscht er unter anderem im Auftrag des MITTELSTANDSVERBUNDES zu relevanten Fragen des kooperierenden Mittelstands – derzeit auch mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit.

► **PVH Magazin: Wo steht der Mittelstand in Sachen Nachhaltigkeit?**

Prof. Dirk Morschett: Der Nachhaltigkeitsbegriff wird im Mittelstand heute wahrscheinlich zu sehr auf die ökologische Dimension eingegrenzt. Dabei weist er zudem eine soziale und eine ökonomische Dimension auf, und in diesen beiden Bereichen ist der Mittelstand stark. Bei der Ökologie stehen viele Mittelständler noch am Anfang, aber sie sind dran. Spätestens seitdem die Energiekosten zu einem echten Kostenfaktor geworden sind, hat das Thema deutlich an Bedeutung gewonnen.

Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen?

Bis heute ist es nice-to-have, in einigen Jahren wird es essenziell sein. Der Gesetzgeber zieht die Schrauben an. Wir beobachten, dass sich Kundenanforderungen in Richtung Nachhaltigkeit verändern, zuerst im Industriekunden- und im Objektbereich. Die Banken beginnen, Nachhaltigkeitskriterien bei der Kreditvergabe stärker zu gewichten. Zunehmend werden auch Mitarbeiter und Bewerber nachfragen, wie nachhaltig Unternehmen agieren. Der Druck auf Unternehmen ist da und steigt nach meinem Eindruck exponentiell. Ich sehe kein Szenario, in dem die Bedeutung von Nachhaltigkeit zurückgehen wird.

Aber wie sieht die betriebswirtschaftliche Perspektive aus? Es entstehen ja zunächst Kosten, Aufwände ...

Es gibt einige relativ einfach umzusetzende Maßnahmen, die Ressourcen und Kosten sparen. Andere Maßnahmen erfordern Investitionen. Aber: Das Thema kommt so oder so. Als Unternehmerin, als Unternehmer muss ich mich positionieren: Werde ich lediglich den Anforderungen gerecht, weil ich es muss – oder gehe ich weiter und differenziere mich. Ich bin überzeugt, dass durch die wachsenden Nachhaltigkeitsanforderungen der Kunden enorme Marktchancen entstehen. Man muss als Unternehmer daran glauben und investieren, um in den Lead zu gehen und sich zu positionieren.

Inwiefern ist für den Mittelstand Kooperation ein Schlüssel zum Erfolg?

Verbundgruppen spielen eine wichtige Rolle. Zum einen bauen sie zentral Expertise auf und wirken damit in den Kreis der Partner hinein. Der „Klimaprofi“ des MITTELSTANDSVERBUNDES ist dafür ein gutes Beispiel. Verbundgruppen müssen auch im Sinne ihrer Mitglieder vorausdenken. Ein Beispiel: Selbst wenn Berichtspflichten erst in einigen Jahren gelten, muss ich rechtzeitig agieren, um die notwendigen Informationen oder Zahlen zu ermitteln, zu prüfen, Verfahren zu testen. Außerdem ist der Erfahrungsaustausch im Netzwerk gerade bei einem so vielschichtigen Thema enorm wichtig. Bei der Sortimentszusammenstellung oder der Bereitstellung von Produktdaten sind Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen. Auch das kann ein einzelner Mittelständler gar nicht leisten. [daf]



Prof. Dirk Morschett (Foto: privat)