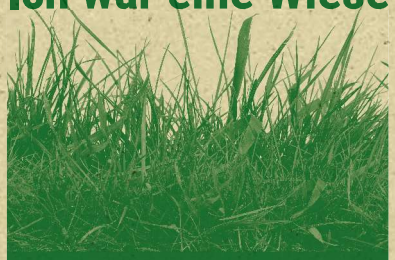
2/2021 | April / Mai 2021 | 4,90 Euro

DER Mittelstand.

Das Unternehmermagazin

Themenschwerpunkt: Innovation

Ich war eine Wiese



Das innovative Umschlagpapier dieses Magazins besteht zu 50 % aus Gras.

Fortschritt durch Innovation

Kreativ in Krisenzeiten
Seite 26

Startups: Der Mittelstand von morgen Seite 40

Der Mittelstand. BVMW
Bundesverband mittelständische Wirtschaft
Unternehmerverband Deutschlands e.V.

Unternehmenskompass neu ausrichten

Sie sind Inhaberin oder Inhaber eines kleinen oder mittleren Unternehmens, und das Tagesgeschäft bindet den Großteil Ihrer betrieblichen Ressourcen? Sie suchen neue Kunden und stellen sicher, dass Ihr Service hohen Standards entspricht? Sie wollen für Ihre Mitarbeiter da sein? Dies alles spricht nicht gegen eine Nachhaltigkeitsstrategie.

Kleine und mittlere Unternehmen haben eine ebenso große Verantwortung für die wirtschaftliche, soziale und natürliche Umwelt wie Konzerne und andere Stakeholder. Darum spielen sie bei der Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen eine zentrale Rolle. Auch Kundinnen und Kunden achten beim Einkauf vermehrt auf nachhaltigen Konsum. Sie integrieren ökologische und soziale Aspekte in ihre Kaufentscheidungen. Laut Gablers Wirtschaftslexikon zählt zu dieser wachsenden Zielgruppe bereits ein Drittel der westlichen Welt. Obwohl die Thematik der Nachhaltigkeit für ein kleines oder mittleres Unternehmen einschüchternd sein kann, ist es mit der richtigen Fragestellung möglich, sich dem Komplex der nachhaltigen Unternehmensausrichtung anzunähern.

1. Sprechen Sie mit Ihren Mitarbeitern

Finden Sie heraus, ob Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter daran interessiert sind, mit Ihnen am Übergang zur Nachhaltigkeit zusammenzuarbeiten. Was sind deren Prioritäten? Was könnte man nach Meinung der Mitarbeiter im Unternehmen verbessern? Ihr Team kennt Ihr Unternehmen sehr gut. Lassen Sie dessen Meinung nicht außer Acht.

2. Sprechen Sie mit Ihren Kunden

Kunden sind zunehmend daran interessiert, nachhaltige Produkte zu kaufen. Einige Ihrer langjährigen Kunden haben vielleicht ein Feedback zur Umstellung. Es ist wichtig, deren Meinung einzuholen, nicht nur, damit Sie verstehen, was Ihre Verbraucher wollen, sondern auch, damit Ihre langjährigen Kunden das Gefühl haben, dass sie aktiv in den Prozess eingebunden sind.

"Wenn jemand eine bahnbrech ist es selten eine Kleinigkeit. eine kleine Sache. Normaler ganzes Bündel von Dingen, große Innovation ergeben."

Elon Musk

Gut zu wissen

Seit kurzem bietet das Kompetenzzentrum für die IT-Wirtschaft eine Matching-Plattform an, um die Entwicklung kooperativer Geschäftsmodelle für die mittelständisch geprägte Softwarebranche zu digitalisieren und weiter zu skalieren. Weitere Informationen finden Sie unter

www.it2match.de

3. Sprechen Sie mit Ihren Lieferanten

Die Chancen stehen gut, dass einige Ihrer Lieferanten ebenfalls an der Umstellung auf ein nachhaltiges Unternehmen interessiert sind. Indem Sie Ihr Interesse bekunden, werden Ihre Lieferanten möglicherweise motiviert. Das kann auch einen Dialog zwischen Ihnen und Ihren Lieferanten eröffnen.

4. Definieren Sie Nachhaltigkeit

Nach diesen Gesprächen ist es wichtig zu definieren, was Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen bedeutet. Denken Sie daran: Nachhaltigkeit muss auf wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Ebene betrachtet werden.

ende Innovation hat.
Sehr selten ist es
weise ist es ein
die zusammen eine

5. Beginnen Sie mit Ihren Mitarbeitern

Wenn Sie sicherstellen, dass Ihre Mitarbeiter das Gefühl haben, dass der Arbeitsplatz faire und gleiche Chancen für alle bietet und für alle Mitarbeitenden sicher ist, ist das ein guter Weg, um Ihr Engagement für Nachhaltigkeit zu beginnen. Soziale Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Aspekt Ihres Engagements und kann zuerst von innen heraus angegangen werden.

6. Prüfen Sie Ihre Lieferkette

Eine einfache Möglichkeit, Ihre Nachhaltigkeitsbewertung zu erhöhen, ist die Verwendung nachhaltiger Produkte. Nehmen Sie sich Zeit, um sich nach anderen Lieferanten umzusehen. Denken Sie daran: Nachhaltige Produkte bedeuten nicht unbedingt einen höheren Preis. Versuchen Sie, Produkte zu finden, die Ihre neue Ausrichtung unterstützen, aber keine Kompromisse beim Preis darstellen.

7. Analysieren Sie Ihr Budget

Geld an Projekte zu spenden, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen, ist nur dann sinnvoll, wenn es sich Ihr Unternehmen leisten kann. Wenn Sie finanzielle Mittel erübrigen können, gehen Sie klug damit um. Wenn nicht, schauen Sie sich an, wie Sie bei Ihren Verpflichtungen kreativ sein können. Können Sie Mittel aus Ihrem Marketingbudget in Ihr Philanthropie-Budget umschichten, indem Sie ein Nachhaltigkeitsprojekt sponsern und dadurch Werbung erhalten? Oder können Sie vierteljährlich einen halben Tag von einem Teil Ihres Teams für eine ehrenamtliche Tätigkeit erübrigen?

8. Wenden Sie sich an die lokale Gemeinschaft

Spenden an Wohltätigkeitsorganisationen im Ausland können auf große Zustimmung Ihrer Kunden treffen. Es kann jedoch schwierig werden, diese Spenden zu verfolgen und im Nachgang darüber zu berichten. Ein Blick auf die lokale Gemeinschaft ist der beste Weg, um sicherzustellen, dass Ihr Unternehmen echte Ergebnisse aus Ihrem Nachhaltigkeitsengagement zieht. Es gibt hervorragende Wege, um Engagement in der Gemeinschaft zu zeigen, die möglicherweise zu einem Anstieg von Umsatz und Gewinn führen. Daraus ergeben sich nicht nur neue Möglichkeiten für Ihr Unternehmen, sondern auch für Ihr zukünftiges Nachhaltigkeitsengagement.

9. Digitalisieren Sie nachhaltig

Informieren Sie sich über den Einsatz digitaler Technologien, um Ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Ihr ohnehin anstehendes Digitalprojekt sollte auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit konzipiert werden. Der Einsatz von Anwendungen Künstlicher Intelligenz, mittelständischer Software auf Basis offener Standards und die Digitalisierung von Prozessen können wertvolle ökonomische, ökologische und soziale Ressourcen freisetzen und Ihre digitale Souveränität wahren.

Es gibt viele Möglichkeiten für ein Unternehmen, sich mit einer Nachhaltigkeitsstrategie zu engagieren. Die oben genannten neun Vorschläge sind Orientierungspunkte. Sprechen Sie eines der bundesweit 26 Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren an, wenn Sie Ihr Unternehmen nachhaltig digital ausrichten wollen. Diese unterstützen praxisnah und decken alle Themen der Digitalisierung entlang Ihrer Wertschöpfungskette ab.

Tarek Annan
stellv. Geschäftsführer des
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums
IT-Wirtschaft

www.it2match.de