

„Nachhaltige Ausbildung“

AUSBILDUNG: *Verkehr*-Interview mit Arno Siegl, Geschäftsführer von schmid & diamant development gmbh, über die neue Ausbildung „Sustainable-Management“.

VON BERND WINTER

Verkehr: Sie bieten eine Ausbildung in Sachen „Sustainable-Management“ an. Was bedeutet dieser Begriff für Sie?

Arno Siegl: Bei „Sustainable Management“ geht es um unternehmerische Nachhaltigkeit, d. h. langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein mit gleichzeitiger Übernahme von sozialer und ökologischer Verantwortung. Unternehmerische Entscheidungen werden mit Einbezug ihrer kurz-, mittel- und langfristigen Wirkungen auf die drei Säulen – Umwelt, Soziales und Wirtschaftlichkeit – getroffen.

Welche Lerninhalte werden bei dieser Ausbildung vermittelt?

Siegl: In unserem Kompaktehrgang „ACADEMY Sustainable-Management – Unternehmerische Nachhaltigkeit mit Mehrwert“ geht es um die praxistaugliche Umsetzung von Nachhaltigkeit in Unternehmen. Die Kerninhalte sind Umwelt und ökologische Zusammenhänge, Energieeffizienz, Mobilität, Nachhaltigkeit, soziale und gesellschaftliche Aspekte für Unternehmen sowie Managementsysteme und Kennzahlen, rechtliche Grundlagen, Beispiele aus der Umsetzung in Unternehmen sowie deren Kommunikation nach außen.

An wen richtet sich diese Ausbildung?

Siegl: Angesprochen sind Mitarbeiter, Führungskräfte und Unternehmer aller Branchen, die Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmen auf professionelle Art fördern möchten und sich hierfür in komprimierter Weise ein umsetzungsorientiertes Rüstzeug aneignen wollen.

Welchen Nutzen können die Teilnehmer und vor allem deren Unternehmen daraus ziehen?

Siegl: Der potenzielle Nutzen einer umgesetzten Nachhaltigkeit für Unternehmen liegt in Einsparungsmöglichkeiten von Kosten durch Effizienzmaßnahmen und dem bewussteren Umgang mit Ressourcen sowie der Steigerung der Arbeitsqualität und einer Verringerung von Ausfällen. Zusätzlich kann das Unternehmensimage bei Kundengruppen und potenziellen neuen Mitarbeitern verbessert werden. Damit kann auch ein Vorsprung bei der Erschließung neuer Märkte bzw. bei der Reaktion auf sich verändernde Marktbedingungen (z. B. Zertifizierungsmöglichkeiten, neue

Gesetze) erarbeitet werden. Es können durch veränderte Blickwinkel neue Produkte, Designs und zukunftssträchtige Innovationen entstehen.

Inwieweit sind die Begriffe wie „Nachhaltigkeit“ oder „Social Responsibility“ nicht mehr als ein moralisches Feigenblatt für die Unternehmen?

Siegl: Es kommt wie bei allem darauf an, wie es tatsächlich umgesetzt wird. Diejenigen, die sich vielleicht sogar werbewirksam, aber rein oberflächlich damit schmücken haben im Endeffekt weder die Zusammenhänge noch die tatsächlichen Potenziale echter Nachhaltigkeit verstanden. Sie bleiben auf halbem Wege stehen, und es ist nur eine Frage der Zeit, bis von innen heraus oder von außen eine mehr oder weniger schmerzhaft Korrektur stattfindet.

Gibt es kommende gesetzliche Vorgaben, die die Unternehmen stärker dazu zwingen, ihre Mitarbeiter im Sinne der Nachhaltigkeit zu schulen?

Siegl: Die Bedeutung von Zertifizierungen und internationalen Managementsystemen, auch im Bereich Umwelt, Arbeitssicherheit und Nachhaltigkeit, steigt stetig an und ist vor allem im Kontext von größeren Unter-

nehmen nicht mehr wegzudenken. Aktuell steht nun die Umsetzung der von der EU 2014 verabschiedeten CSR-Richtlinie 2014/95/EU ab 2017 bevor. Diese weitet für große Kapitalgesellschaften, Kreditinstitute und Versicherungsunternehmen die Pflichten zur nicht-finanziellen Berichterstattung aus, wobei Umwelt-, Sozial-, und mitarbeiterbezogene Faktoren sowie Diversitätsstrategien veröffentlicht werden müssen.

ES
BRAUCHT
MUT UND
GEDULD, UM
NEUE WEGE ZU
GEHEN.

Über die Lieferketten und Partnerschaften werden hierdurch bestimmt auch indirekte Auswirkungen auf kleine und mittlere Unternehmen entstehen. Für den langfristigen Unternehmenserfolg, für Zertifizierungen und eine zeitnahe Anpassung an Veränderungen der Marktbedingungen ist es von großem Wert, im Unternehmen rechtzeitig Kompetenzen und Verständnis zum Thema unternehmerische Nachhaltigkeit zu entwickeln.

Unternehmen sind bereit, in nachhaltige Lösungen zu investieren, wenn sie daraus vor allem auch einen Kostenvorteil ziehen. Wie sehen Sie diese Entwicklung und inwieweit bildet diese Forderung Ihre Ausbildung ab?

Siegl: Kosteneinsparungen können Unternehmen sogar kurz- und mittelfristig durch Effizienz, Bewusstsein, kleine technische Veränderungen oder Umrüstungen erreichen. Der Energiebedarf für Heiz-, Kühlungs- und Lüftungsanlagen, Serverräume, Beleuchtung und Geräte ist hierfür z. B. ein wichtiger Ansatzpunkt. Neue Materialien und ein eigenes Wiederverwendungs- und Wiederverwertungssystem können sich ebenfalls positiv zu Buche schlagen, was z. B. insbesondere auch Verpackungsmaterial betrifft. Dort wo Mobilität und Transport Kernthema ist, kann u. a. mit treibstoffeffizientem Fahren, den richtigen Reifen, einer Routenoptimierung, angepassten Fahrzeugen und guter Wartung einiges an Sprit und Materialverschleiß eingespart werden. Bei aller Kostenfokussierung möchte ich jedoch daran erinnern, dass für langfristig erfolgreiche Un-

ternehmen Faktoren wie Innovationen, Kundenbindung, Neukundengewinnung, Qualität, Flexibilität und Mitarbeiterzufriedenheit in hohem Maße ausschlaggebend sind. Nimmt man also neben der reinen Kostenseite auch die Seite des Wachstums, der Nutzung von Chancen und die Weiterentwicklung in die Rechnung mit auf, so kann Nachhaltigkeit zusätzlich für diese Erfolgsfaktoren wirklich Enormes leisten. Sowohl Energie, Effizienz und Mobilität als auch Design, neue Ideen und Möglichkeiten sind Bestandteile des Lehrgangs.



Arno Siegl setzt auf Nachhaltigkeit

Danke für das Gespräch!

ANZEIGE

TIMOCOM WÜNSCHT
FROHE WEIHNACHTEN

TimoCom