SCOPAR

S-PPPS: People - Planet - Profit - Sustainability

Ganzheitliche Nachhaltigkeit des Unternehmens analysieren und absichern

„Die ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie eines Unternehmens wird sich in den nächsten Jahren angesichts der begrenzten Ressourcen, des demografischen Wandels und der massiven Belastung unserer Umwelt als der entscheidende strategische Wettbewerbsfaktor herauskristallisieren. Entscheidend dabei ist der Blick fürs Ganze bei Menschen, Maschinen und Methoden..“

Jürgen T. Knauf
Geschäftsführer der SCOPAR GmbH

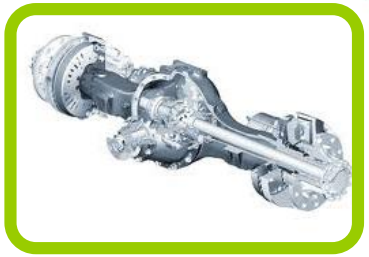
Mit Blick fürs Ganze ..

Was denken Sie, was passiert…

…mit einem Energiekonzern, der nur auf Atomkraft setzt?

…mit einer Druckerei, die das Internet verschläft?

…mit jedem Unternehmen, das nicht auf die längeren Lebensarbeitszeiten (69+) reagiert?



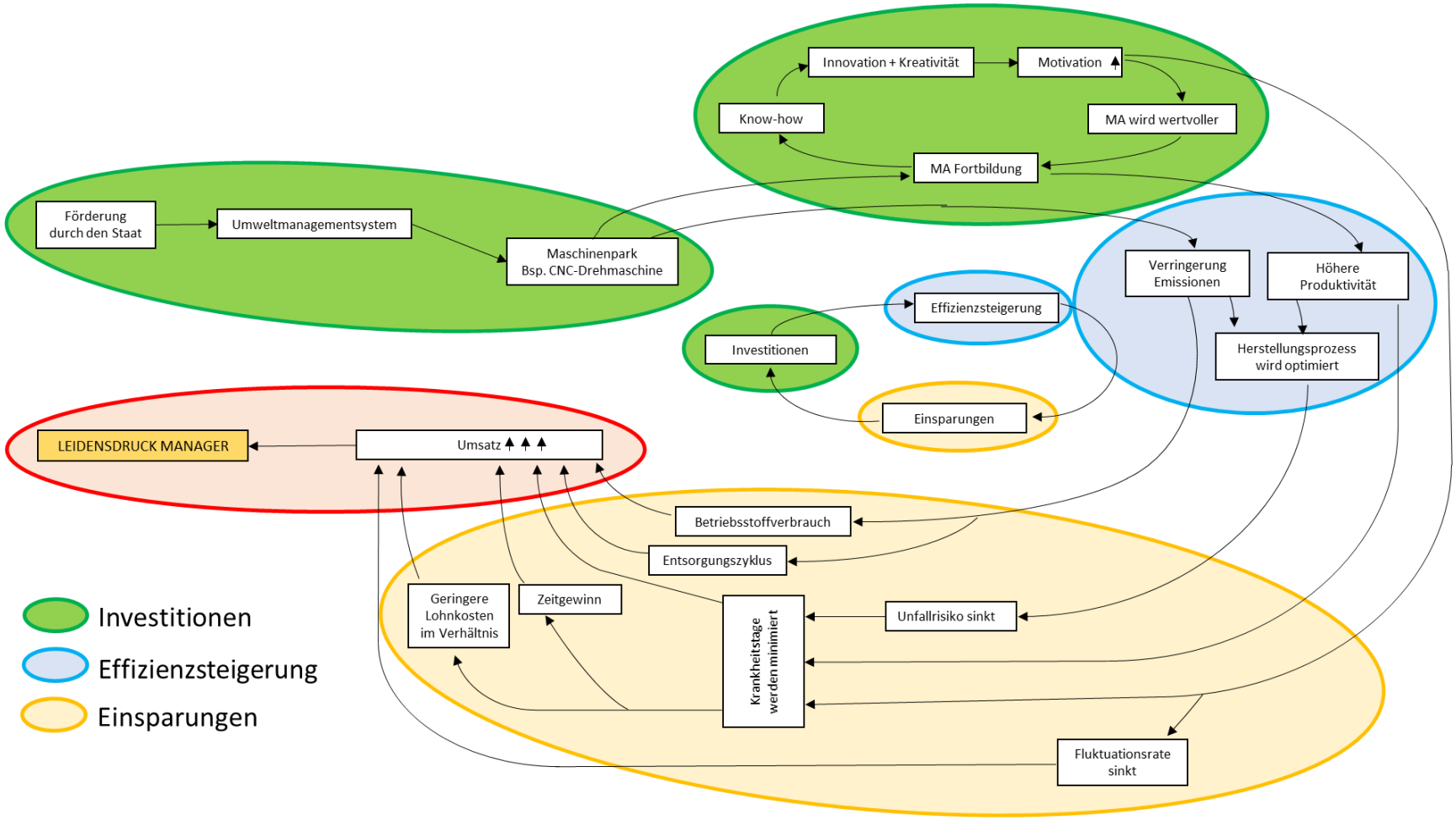
…mit einem Getriebehersteller, der E-Mobility ignoriert?

…mit jedem Unternehmen, das die Ressourcenknappheit nicht ernst nimmt?

- **Das passiert: Wer das Unternehmen nicht nachhaltig an den 3 relevanten Ps (People, Planet, Profit) ausrichtet, kann über Nacht seinen Marktvorsprung verlieren…**

© SCOPAR GmbH

Wirkungskreislauf der Nachhaltigkeit



➢ **Nachhaltigkeit mit Blick fürs Ganze wird sich als der entscheidende Erfolgsfaktor der Wirtschaft herauskristallisieren..**

Der Blick fürs Ganze entscheidet - bei allem!

People

- Gesundheit (KGS)
- Gesellschaftlich
- Sozial, Kultur
- …

Planet

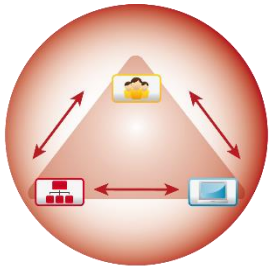
- Emissionen / Umwelt
- Immissionen / Ressourcen
- Cradle2Cradle
- …

Profit

- Wertentwicklung
- Nutzen
- Fairness
- …

Menschen

Maschinen



Methoden

- **Ernstgemeinte Nachhaltigkeit erfolgt mit dem Blick fürs Ganze und über Generationen hinweg.**
- **Suffizienz ist angesagt, um den Kollaps zu verhindern..**

© SCOPAR GmbH

Der Blick fürs Ganze: Externe und interne Treiber und Effekte

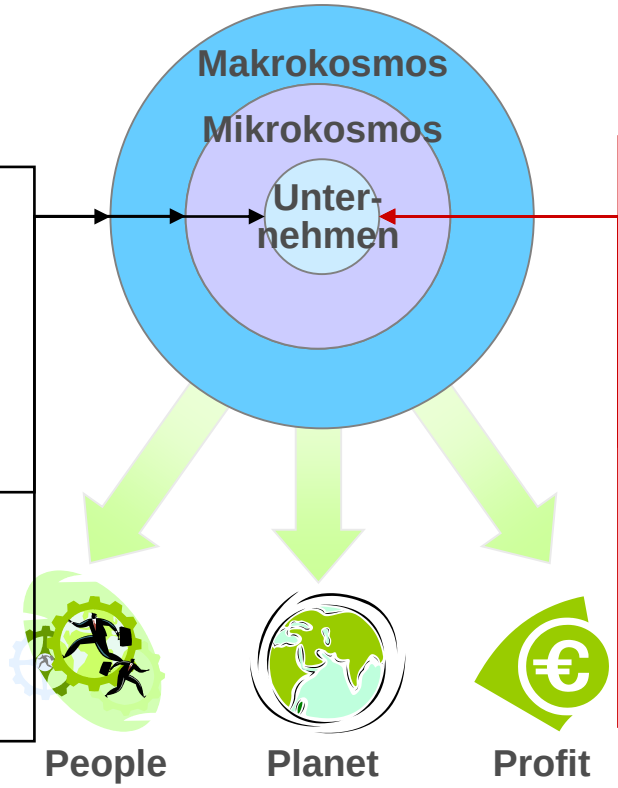
externe Treiber und Effekte

Mega-Trends, z.B.:
wissenschaftliche Erkenntnisse, wirtschaftliche, politische, rechtlich Vorschriften und Rahmen-bedingungen, soziales und kulturelles Umfeld, sowohl national als auch interkulturell, ideologische bzw. religiöse Hintergründe, technologische Entwicklungen..

Stakeholder, z.B.: Shareholders, Kunden, Mitarbeiter & Familien, Banken, Gewerkschaften, Regierung / Staat, Verbände, Lieferanten, Wettbewerber..

Ressourcen & Performance, z.B.:
Lieferleistung, Kundenzufriedenheit, Image, finanzielle Stabilität, Mitarbeiterengagement, Produkte und Services, Qualität, Innovationsgeschwindigkeit..

Strategische Betrachtungsebenen



interne und externe Effekte

Menschen, z.B.:
Gesundheit von Körper, Geist und Seele (Health2Business), Fluktuation, Kunden- u. Mitarbeiter-zufriedenheit, Absentismus und Präsentismus, Employer Branding, Fort- u. Weiterbildung, Innovation, Unternehmensimage, Werte..

Maschinen z.B.:
Emissionen, Immissionen, Energieverbrauch, Ressourcen, CO2-Footprint, Entsorgung, Bio- / Fairtrade, Recycling..

Methoden, z.B.:
Organisation, Prozesse, IT, Effizienzgrad, request / deliver, Anteil nachhaltiger Lieferanten, Korruptionsindex, Wertsteigerung, EBIT-Entwicklung..

interne Treiber und Effekte

➢ **Die Effekte auf Nachhaltigkeit müssen auf allen drei strategischen Betrachtungsebenen bezüglich aller Treiber (intern wie extern) regelmäßig überprüft und ggf. korrigiert werden.**

© SCOPAR GmbH

Nachhaltigkeitstreiber: Maschinen

Ressourcen

- Energie
- Rohstoffe
- Mineralien
- Erden
- Fauna
- Flora
- Wasser
- Luft
- ..

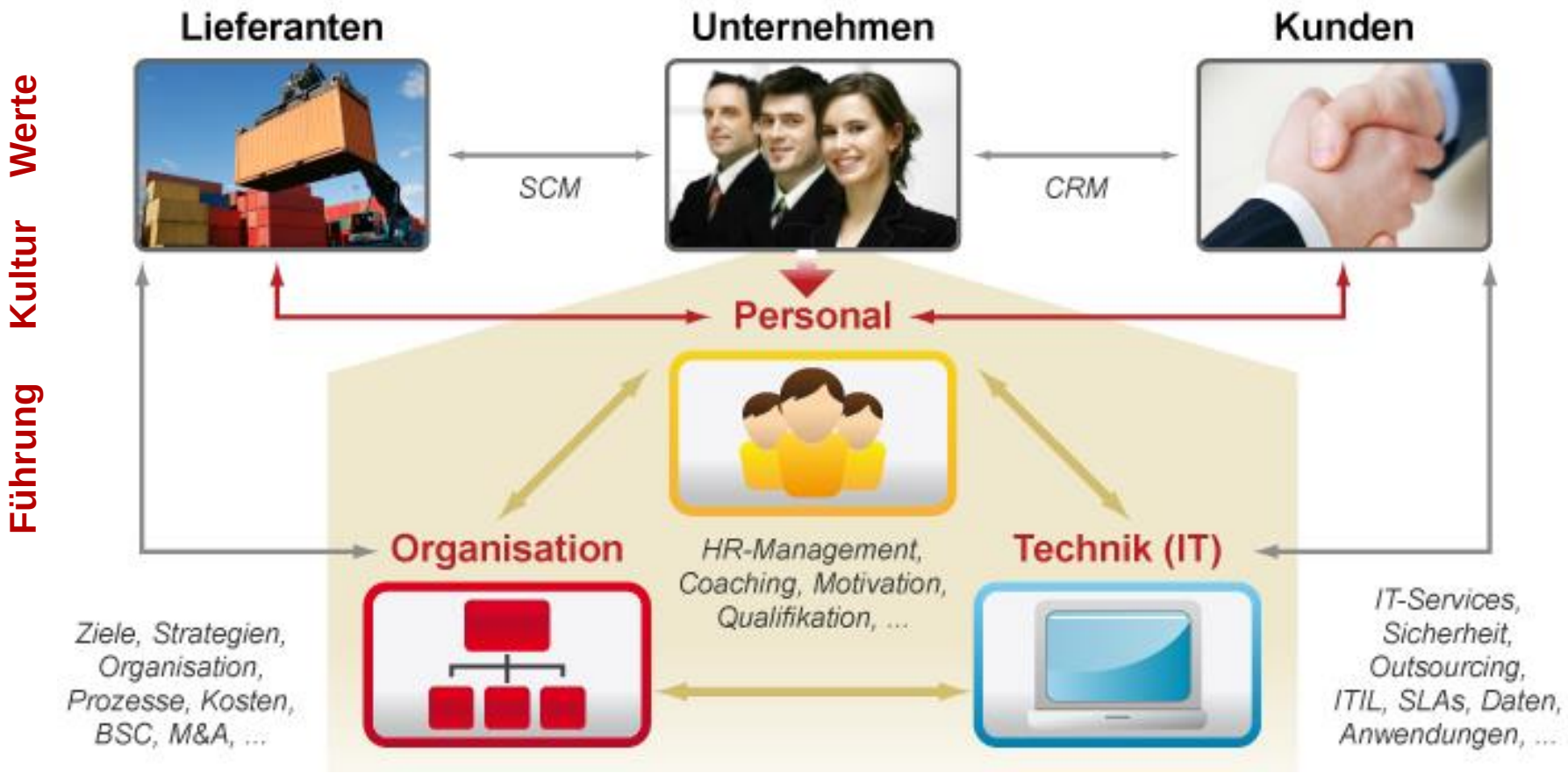
Emissionen

- Lärm
- Luft
- Licht
- Schadstoffe
- Wärme
- Strahlen
- Entsorgung
- ..

➢ **Es gibt unzählige Ansatzpunkte, nachhaltig ist nur, wer das gesamte Orchester beherrscht..**

© SCOPAR GmbH

Nachhaltigkeitstreiber: Methoden

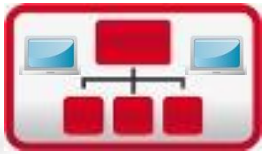


- **Isolierte Sichtweisen führen meist zur „Verschlimmbesserung“. Methoden sind nur dann nachhaltig, wenn die Zusammenhänge berücksichtigt werden.**

© SCOPAR GmbH

Nachhaltigkeitstreiber: Menschen

Gesundheit, Power der Mitarbeiter…



Organisation, Strukturen, Prozesse, IT...

Qualifikation, Know-how, der Mitarbeiter…

Know-how / Wissen im Unternehmen…

Psyche, Motivation der Mitarbeiter…

Betriebsklima, Unternehmens-kultur…

➢ **Erfolg basiert auf vielen Einflussfaktoren…**
Erfolgreich ist, wer alle Einflussfaktoren beherrscht!

© SCOPAR GmbH

S-PPPS: Inhalte des Nachhaltigkeitsberichts

A. Quick-Scan auf allen drei Betrachtungsebenen:

Grobe SWOT-Analyse zur Identifizierung der wesentlichen

- ✓ Stärken vs. Schwächen
- ✓ Chancen vs. Risiken
- ✓ Nachhaltigkeitskennzahlen (KPIs)
- ✓ …

bzgl.

(1) Konsistenz der Kennzahlensysteme [Unternehmen]
(2) Konsistenz des Risikomanagements [Mikrokosmos]
(3) Robustheit bzgl. Zukunftsszenarien [Makrokosmos]

B. Handlungsfelder + Maßnahmen in den Bereichen

- ✓ Ziele & Strategie bzgl. Produkte und Services, Menschen, Methoden und Maschinen
- ✓ Organisation (Strukturen / Prozesse / Standorte)
- ✓ Mitarbeiter (Leistungsbereitschaft, Leistungsfähigkeit)
- ✓ eingesetzte IT
- ✓ Produkte und Services
- ✓ Lieferanten (Ressourcen)
- ✓ …

Die identifizierten Handlungsfelder werden unternehmensspezifisch priorisiert und münden in einem konkreten Maßnahmenplan des Nachhaltigkeitsberichts.

➢ **Ein Quick-Scan zeigt die Ist-Situation und Ansatzpunkte zu Verbesserung der Nachhaltigkeit. Ergebnis ist ein ganzheitlicher „Nachhaltigkeitsbericht“ inkl. Maßnahmen.**

© SCOPAR GmbH

Vorgehen und Ergebnis

VORGEHEN:

- ✓ Vorabanalyse
- ✓ Führungskräfte-Workshop (zweitägig)
- ✓ Nachhaltigkeits-Check
- ✓ Feedback-Gespräch

ERGEBNIS:

Nachhaltigkeitsbericht

- ✓ Fokus: People, Planet, Profit
- ✓ Umfang: je nach Unternehmen 20-80 Seiten
- ✓ Inhalt:
  - Stärken
  - Schwächen
  - Nachhaltigkeits-KPIs
  - priorisierte Handlungsempfehlungen
  - Roadmap
  - …

➢ **Ein ausgeklügeltes Workshopkonzept ermöglicht maximale Projekteffizienz und einen hohen Nutzen im Nachgang.**

© SCOPAR GmbH

SCOPAR-S-PPP-Experten

Jürgen T. Knauf
Geschäftsführer der SCOPAR GmbH

Schwerpunkte:
Marketing und Vertrieb, Strategien und Unternehmensentwicklung, Kunden- und Mitarbeiterbefragung, Benchmarking, Organisations- und Prozessentwicklung, ganzheitliches Gesundheitsmanagement, Nachhaltigkeit

Henning Gattwinkel
Diplom Kaufmann, MBA
Mitglied des SCOPAR-Beratergremiums

Schwerpunkte:
externer Berater und Projektleiter bei verschiedenen Banken und Versicherungen, im öffentlichen Bereich, im Automobil-, Energie- & Pharmasektor und Aufsichtsrat in einem Automotive-Unternehmen mit den Schwerpunkten Organisationsentwicklung, Wissensmanagement und Nachhaltigkeit

➢ **Unsere langjährige Erfahrung in Praxis und Wissenschaft garantieren den maximalen Nutzen für Sie!**

© SCOPAR GmbH

Gerne helfen wir auch Ihnen, erfolgreicher zu sein ..

Beratung

Coaching

Lösungen

Strategie

Konzeption

Reviews

Gutachten

Trainings

Seminare

Umsetzung

SCOPAR GmbH
Klara-Löwe-Straße 3 * D - 97082 Würzburg
Fon: +49 - 931 - 45320500 * Fax: +49 - 931 - 45320505
E-Mail: knauf@scopar.de * Web: www.SCOPAR.de

© SCOPAR GmbH