



Nachhaltigkeit nur im Dreiklang —
DIE ADVYCE STRATEGIEIMPULSE 2021

E. Bethkenhagen & O. Staudenmayer

November 2021

Nachhaltigkeit nur im Dreiklang - ein Rückblick auf die ADVYCE StrategieImpulse 2021

#EuropaAufwachen

Die International Chamber of Commerce ist überzeugt davon, dass sich seit Joe Bidens Wahl im September 2020 der Ton zwischen den transatlantischen Partnern verändert hat. Allerdings: Während die USA uns allen wieder vertrauenswürdiger erscheinen, hat sich de facto an ihrem diplomatischen Alleingang wenig verändert. Die USA haben sich auch nach Trump ohne Einberufung der NATO aus Afghanistan verabschiedet und liefern sich jüngst einen Konkurrenzkampf mit Frankreich um den U-Boot Deal mit Australien. Es

scheint klar, die EU muss sich den geopolitischen Veränderungen des 21. Jahrhunderts nachhaltig stellen, ihre Positionen deutlicher artikulieren und vertreten, will sie die Gemeinschaft erhalten und den Wohlstand in Europa sichern. Zusätzlich ist es für die EU wichtig, den Multilateralismus der WTO zu fördern, den Unilateralismus hintenanzustellen und keine politische Agenda in Handelsabkommen zu verfolgen, die die europäische Wirtschaft dauerhaft schwächen würde.

#RessourcenBalance

Für das Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt steht Nachhaltigkeit qua definitionem in einem permanenten Spannungsfeld zwischen Ressourcenhaltung und deren Nutzung im Sinne der Gesellschaft. Es gibt 5 Parameter für eine intelligente Balance. Der Wirkungsgrad/ die Effizienz ist ein Indikator für den richtigen Mittelweg zwischen verschiedenen nachhaltigen Ansätzen. Die Wirtschaftlichkeit hat ihre Relevanz, da nachhaltige Alternativen wirtschaftlich rentabel sein müssen, um global wettbewerbsfähig zu sein. Die Gesamtbetrachtung umfasst viele verschiedene Aspekte,

die im Blick behalten werden müssen, will man eine gesamthafte nachhaltige Bewertung ermöglichen - von der Infrastruktur bis zum Energieverbrauch beim Transport. Eine wichtige Rolle spielt die gesellschaftliche Akzeptanz, denn: losgelöst von wissenschaftlichen Fakten, muss das „Bauchgefühl“ der Menschen erreicht werden. Schließlich ist die globale Dimension von Nachhaltigkeit von großer Bedeutung – kein Land, keine Gesellschaft, kein Kontinent wird die aktuellen Probleme allein lösen (können).

#GanzeKette!

Das Auto steht nachgerade für viele der aktuellen Probleme, gleichzeitig kann seine Weiterentwicklung zum Symbol von deren Lösung werden. Die BMW Group hat sich zu Science Based Targets verpflichtet. Die Nachhaltigkeitslinie von BMW ist konform mit den Fit-For-55 Zielen der EU. Um

ihre Ziele zu erreichen, will BMW in den nächsten Jahren 10 Millionen mehr E-Autos verkaufen. Am Beispiel Automobil wird aber auch deutlich, wie komplex die Materie ist. Bei der Bewertung des ökologischen Footprints, muss die gesamte Kette aus Produktion, Lieferant, Logistik, Recycling und

Nutzung betrachtet werden. Über 10.000 Zulieferer müssen in die Betrachtung einbezogen werden. Produktion und Nutzung auf Net-Zero umzustellen ist vergleichsweise einfach – greift aber eben zu kurz. In Zukunft sollen 50 Prozent eines Autos von BMW aus Sekundärrohstoffen bestehen – ein weiterer wichtiger Schritt zu BMW net-zero. Das Auto steht nachgerade für viele der aktuellen Probleme, gleichzeitig kann seine Weiterentwicklung zum Symbol von deren Lösung werden. Die BMW Group hat sich zu Science Based Targets verpflichtet. Die Nachhaltigkeitslinie von BMW ist konform mit den Fit-For-55 Zielen der EU. Um ihre Ziele zu erreichen, will BMW in

den nächsten Jahren 10 Millionen mehr E-Autos verkaufen. Am Beispiel Automobil wird aber auch deutlich, wie komplex die Materie ist. Bei der Bewertung des ökologischen Footprints, muss die gesamte Kette aus Produktion, Lieferant, Logistik, Recycling und Nutzung betrachtet werden. Über 10.000 Zulieferer müssen in die Betrachtung einbezogen werden. Produktion und Nutzung auf Net-Zero umzustellen ist vergleichsweise einfach – greift aber eben zu kurz. In Zukunft sollen 50 Prozent eines Autos von BMW aus Sekundärrohstoffen bestehen – ein weiterer wichtiger Schritt zu BMW net-zero.

#Dekarbonisierung

Blauwhoff International Consulting setzt auf „Dekarbonisierung statt De-Industrialisierung“. In den Niederlanden haben verschiedene gesellschaftliche Akteure in Umweltstrafverfahren gegen Shell und Tata Steel geklagt - und gewonnen. Auch in Deutschland nimmt dieser Trend zu, was dazu führen wird, dass die Gesellschaft höhere Anforderungen an den Staat und wirtschaftliche Akteure stellt. Teile der Gesellschaft sehen bereits jetzt einen Vertrauensbruch von Seiten der

Regierung, weil sie wirtschaftliche Akteure (vermeintlich) nicht deutlich genug in die ökologische Pflicht nimmt. Eine Folge: die Gesellschaft nimmt die Belange ihrer kollektiven Gesundheit und die Zukunft des Planeten selbst in die Hand - über Proteste oder Kaufboykotte. Wir müssen insgesamt zusehen, dass die industrielle Produktion in Europa gesellschaftlich weiterhin Akzeptanz findet, nur so lässt sich dauerhaft eine Abwanderung von (Schwer-)Industrie verhindern.

#AmsterdamOH!

Das Unternehmen Qwello sieht die Ladeinfrastruktur der e-Mobilität als Grundlage für saubere Städte. Die WHO Leitlinien haben neue Richtwerte für Schadstoffe herausgebracht, welche von den meisten Deutschen Städten überschritten werden - zumeist wegen des Straßenverkehrs. Um diese Schadstoffe zu minimieren sind Elektroautos eine gute Lösung, da sie lokal weitestgehend emissionsfrei sind und zusätzlich den Geräuschpegel reduzieren. Jedoch ist für die weitere Anschaffung von E-Autos die Ladeinfrastruktur

in Städten mehr als mangelhaft. Zurzeit laden E-Autos zu 50 Prozent an Laternen, zu 25 Prozent in Tiefgaragen und zu 25 Prozent in einer privaten Garage. Da die Nachfrage von E-Autos steigt, muss die Kapazität der Ladeinfrastruktur schnell und effektiv erweitert werden – politische Akteure sind hier die wichtigsten Entscheidungsträger. Wie es ohne Amtsschimmel gehen kann, zeigt Amsterdam: Hier wurden innerhalb kürzester Zeit 18.000 Ladesäulen in der Stadt eingerichtet.

#ComputerStrom

Wie der Wettbewerber aus München, hat auch die Mercedes-Benz AG ehrgeizige Ziele in Sachen Nachhaltigkeit. Bis zum Ende der Dekade will man mit dem Stern 100 Prozent elektrisch unterwegs und auch intern klimaneutral sein. Einen wichtigen Beitrag zum Erreichen dieser Ziele leisten IT und Digitalisierung. Zurzeit verursachen die Computernutzung und das Internet 1,8-2,8 Prozent der weltweiten Emissionen, sodass die Frage gestellt werden muss, wie man diesen Sektor nachhaltig

gestalten kann. Eine Lösung ist die deutliche Reduktion des Energieverbrauchs der IT, etwa durch reformierte Rechenzentren und neue Cloudlösungen. Zusätzlich entwickelt Daimler zurzeit die EQ Ready App, die einem potenziellen Kunden zeigt, wann dieser tatsächlich individuell bereit ist, elektrisch zu fahren und auf ein E-Auto umzusteigen. nur so lässt sich dauerhaft eine Abwanderung von (Schwer-)Industrie verhindern.

#SchulKreidezeit

Apropos Digitalisierung: Ein Sektor, in dem der Nachholbedarf in Zeiten der Pandemie besonders augenscheinlich wurde, sind unsere Schulen. Das will Edu-Sense ändern und bietet eine Plattform

für Schulen mit best practices sowie einen individuellen Leitfaden zur zeitgemäßen digitalen Entwicklung. Zusätzlich wird die Plattform in Zukunft Schulen individuell betreuen und coachen.

#AmazonAfrika

Es ist schon eigenartig. Weniger als zwei Prozent unserer Importe kommen vom afrikanischen Kontinent. Stattdessen werden Milliarden für Entwicklungshilfen ausgegeben. Hier setzt Manuyoo als deutsche Verkaufsplattform an, die das Wirt-

schaften mit Afrika neu denkt und es dortigen Produzenten viel leichter macht, ihre hochwertigen Waren, abseits von Klischee-Folklore zu deutschen Verbrauchern zu bringen. Dies schafft Kapital und Arbeitsplätze vor Ort.

#VOTE!

Milton Friedmann ist Vergangenheit, findet Philipp Morris. Nachhaltigkeit ist die neue Handlungsmaxime der Wirtschaft. Philip Morris interpretiert dieses Ziel auch als soziale Verantwortung für Unternehmen, die nicht nur in Verhalten, sondern auch Haltung übergehen muss. Dafür müssen LeiterInnen sich neue Managementskills aneignen, um sicherzustellen, dass die Grundannahmen des Unternehmens regelmäßig überprüft werden. Zusätzlich muss der Mitarbeiterführung mehr Raum,

mehr Respekt und mehr Empathie gegeben werden, um somit das Wachstum des Unternehmens zu sichern. Letztendlich ist es von Bedeutung die Diversität eines Teams zu gewährleisten, damit stets auf Basis eines ganzheitlichen Bildes diskutiert und entschieden werden kann. Ein externes Beispiel für soziale Verantwortung in der Gesellschaft ist die Demokratiekampagne von Philipp Morris, die aufgerufen hat, wählen zu gehen.

#FlugSchamAdé?

Fliegst Du noch und schämst Du Dich schon? MTU jedenfalls beschäftigt sich intensiv mit emissionsarmen oder -freien Alternativen im Luftverkehr. Die Nachhaltigkeitswende in der Flugindustrie ist ein wesentlicher Bestandteil der ökonomischen und ökologischen Transformation. Sein net-zero Ziel will MTU durch eine fliegende Brennstoffzelle erreichen, die voraussichtlich 50-100 Passagiere pro Flug mittragen und bis zu 1.000 Meilen fliegen kann. Bis zur fertigen Entwicklung dieser Brennstoffzelle soll bis zum Ende der Dekade, eine 10

Prozent effizientere Kerosinverbrennung angestrebt werden, um sowohl den Fluglärm als auch eine Reduktion der Klimawirkung zu erreichen. Nach 2030 soll zusätzlich der Spritverbrauch durch eine innovative Wiederverwendung der Abgaswärme sowie des Wasserdampfs um bis zu 20 Prozent reduziert werden. Insgesamt liegt zurzeit die elementare Herausforderung bei der industriellen Produktion von SAF und H2, die zurzeit noch sehr selten sind.

#NoGreenWashing

ESG (Environment, Social, Government) darf kein Vehikel zum Greenwashing sein – findet ESG 2.0. Studien zeigen, dass Unternehmen, die für mehr Nachhaltigkeit stehen, sofort einen Imageschub erfahren, ob sie ihre Ziele nun bereits umsetzen oder nicht. Statt großer Ankündigungen sollten kleinere, verwirklichtbare und nachvollziehbare Ziele gesetzt werden. So schafft man, Schritt für Schritt, ein internes Bewusstsein für Nachhaltig-

keit, bezieht alle Stakeholder mit ein und sichert die Basis eines verlässlichen Nachhaltigkeits-Accountings. Als digitale Lösung für „ESG 2.0“ kann das automatisierte Nachhaltigkeits-Tools *Rimm*³ dienen, die die Offenlegung der Zahlen und deren Wirkung sicherstellt, negative Externalitäten zeigt und auch die gesetzten Ziele mit der tatsächlichen Performance in Relation setzt.

#GrüneNische

Sustainable Finance: Politik oder Politikum? Der Sustainable Finance Beirat der Bundesregierung hat einen Bericht veröffentlicht, der zeigt, welche Nachhaltigkeitsziele sich die Bundesregierung setzt und wie sie diese erreichen möchte. Dort ist beispielsweise festgehalten, die Greenbond-Nische zu fördern. Des Weiteren ist es notwendig, dass Unternehmen ihre Externaleffekte internalisieren und ihre THG-Emissionen durch eine transparente Offenlegung nachweisen. Zusätzlich

ist ein wichtiger Bestandteil ein Klimabenchmark zu den Finanzindizes. Ein Beispiel ist der Paris Aligned Benchmark, wonach sich schon einige Pensionsfonds richten. Da der Druck von regulatorischer Seite weiter erhöht wird- insbesondere, weil NGOs mehr Mitspracherecht in den Rahmenbedingungen erhalten - müssen sich Unternehmen jetzt stärker nachhaltig umstellen, damit sie in Deutschland in der Zukunft handlungsfähig bleiben.

ADVYCE StrategiImpulse 2021

Mit herausragenden Referenten aus Wissenschaft, Forschung und Praxis haben wir uns diesen Jahr im Rahmen der fünften ADVYCE StrategiImpulse dem Thema „Mission Nachhaltigkeit- die Herausforderung der 21. Jahrhunderts“ angenommen. Entlang der Dimensionen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft haben wir einen Überblick über aktuelle Entwicklungen, die Bedeutung für Unternehmen sowie nicht zuletzt die täglich Arbeit herausgestellt.

Alle Informationen rund um die Veranstaltung, unsere diesjährigen Speaker und Themen finden Sie auf unserer Website:



ÜBER DIE AUTOREN

ERIK BETHKENHAGEN

Königsallee 60 F
40212 Düsseldorf
+49 (0) 211 86 93 69 80
e.bethkenhagen@advyce.com

OLIVIA STAUDENMAYER

Brunnstraße 7
80331 München
+49 (0) 89 46 22 11 55
marketing@advyce.com