

FrauenVernetzungswerkstatt an der Universität St. Gallen

Nachhaltigkeit zahlt sich aus

Im Zentrum der FrauenVernetzungswerkstatt vom 15. März 2008 an der Universität St. Gallen steht das weibliche Denken – aus philosophischer, juristischer, praktischer und wirtschaftlicher Sicht. Eines der Hauptreferate, das in einem offenen Forum vertieft wird, widmet sich der Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit in der Wirtschaft.

Paola Ghillani

Nachhaltige Entwicklung in Unternehmen, mitunter neudeutsch Corporate Responsibility genannt, umfasst konkret drei Ziele: wirtschaftliche Leistung, soziale Entwicklung und Umweltverantwortung – das Ganze eingebettet in eine Struktur, die wir gerne Good Governance oder sorgfältige Geschäftsführung nennen.

Vom Ego- zum Öko-System

Doch kann sich ein Unternehmen, das Nachhaltigkeit in seine Strategie integriert, wirklich positiv von anderen differenzieren? Man mag in weiten Kreisen nicht wirklich daran glauben, weil nach wie vor die kurzfristige Profitmaximierung das gängige wirtschaftliche Modell darstellt. Auch wenn der Preis dafür manchmal die Verhöhnung des internationalen Arbeitsrechts oder sogar der Menschenrechte bedeutet. Es geht darum, von einem Ego-System, das nur wenigen Nutzen bringt, zu einem Öko-System zu kommen, von dem alle auf unserem Planeten profitieren können.

Dennoch: Die Nachfrage nach Produkten oder Dienstleistungen von «verantwortlichen» Unternehmen, die positiv, oder sagen wir mal, weniger negativ an unserem Öko-System teilnehmen, nimmt zu. Nahrungsmittelskandale, Naturkatastrophen, Kriege und schwindende Ölvorräte führen nämlich dazu, dass wir uns alle, Unternehmer, Investoren, Konsumentinnen und Konsumenten, bewusster geworden sind, welche Auswirkungen unser tägliches wirtschaftliches Tun hat. Wir müssen es schaffen, wie Schriftsteller Antoine de Saint Exupéry sagte, den kommenden Generationen die Erde zurückzugeben, die sie uns geliehen haben.

Wie tun wir das?

90 Prozent der nationalen Wirtschaft entfallen auf kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Die wichtigste Herausforderung für KMU besteht darin, die Kosten auf einem akzeptablen, den Einnahmen entsprechenden Niveau zu halten sowie ein fortwährendes, aber noch verwaltbares Wachstum zu erzielen. Hier ist Innovation ein ent-

scheidender Faktor. Bisher stand vielleicht am Anfang eine Pionieridee, die zu einem ganz bestimmten Zeitpunkt aus einem Konsumentenbedürfnis entstand. Darauf folgte oft eine Stagnation oder sogar ein Rückschritt, weil die Pionieridee nicht mehr den inzwischen veränderten Kundenbedürfnissen entsprach. Niemand wird bestreiten, dass sich heute alles sehr schnell verändert und der Lebenszyklus von Produkten drastisch kürzer ist als noch vor wenigen Jahren. Unternehmen, die in ihrer Pipeline Produkte oder Dienstleistungen für kommende Generationen parat haben, waren in jüngster Zeit die Gewinner-Unternehmen. Nur genügt das heute nicht mehr. Wer weiter wachsen will, wird das Bedürfnis nach Nachhaltigkeit in seiner Innovation einfließen lassen müssen.

Viele der KMU, die in diesem Bereich etwas tun, halten dies für so selbstverständlich, dass sie den entsprechenden Mehrwert bei ihren Verhandlungen oder in der Kommunikation schlicht vergessen. Zum Glück gehen einige mit dem Beispiel voran. Und Unternehmen, die noch nicht überzeugt sind, dass Nachhaltigkeit in der Schweiz und im

Ausland konkurrenzfähiger macht, wird die Realität einholen. Ihre Fixkosten werden angesichts der weltweiten Entwicklungen in Sachen Energie und Klimaschutz unweigerlich steigen.

Gewinner von morgen

Die Gewinner von morgen sind die Unternehmen, denen es gelingt, verantwortungsvoll mit ihrer wirtschaftlichen Leistung umzugehen, der sozialen Entwicklung ihrer Stakeholder Rechnung zu tragen sowie ihren negativen Einfluss auf die Umwelt zu vermindern. Gewinner sind vor allem die Unternehmen, die ihre Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen reduzieren, zumal die Reserven schwinden und damit die Nach-

frage und die Preise steigen. Eine nachhaltigere Bewirtschaftung von Verpackung und Abfällen wird automatisch bessere Wirtschaftlichkeit bedeuten – punkto Wirtschaftlichkeit und punkto Umsatz, weil die Konsumentinnen und Konsumenten keine überflüssigen Verpackungen mehr wollen. Nicht zu vergessen: Ein besseres Ressourcen-Management, zum Beispiel was das Wasser anbelangt, wird auch die Unternehmenskosten optimieren.

Gewinner von morgen werden also Unternehmen sein, die in ihrer Innovation den Bedürfnissen einer nachhaltigen Entwicklung entsprechen. Wir haben in der Schweiz kraft unserer Ausbildungsstätten und unseres technologischen Vorsprungs auf andere Länder alle Voraussetzungen, um in Analo-

gie zum kalifornischen «Silicon Valley» von gestern das nachhaltige «Öko-Valley» von morgen zu werden. ■



Forum

Am Samstag, 15. März 2008, spricht Paola Ghillani anlässlich der FrauenVernetzungswerkstatt an der Universität St. Gallen zum Thema Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit in der Wirtschaft. Detaillierte Informationen zur Veranstaltung unter: www.frauenvernetzungswerkstatt.ch



Porträt

Nach ihrem Pharmaziestudium startete Paola Ghillani ihre berufliche Karriere in der Pharmaindustrie. 1999 wurde sie Geschäftsführerin der Max Havelaar-Stiftung. Sie war Verwaltungsratspräsidentin der Fair Trade Labeling Organizations FLO International und ist Mitglied des Internationalen Komitees des Roten Kreuz (IKRK). Paola Ghillani hat Weiterbildungen in International General Management und in International Board Management abgeschlossen. Sie sitzt in verschiedenen Verwaltungsräten. Nebst vielen Auszeichnungen wurde sie im Jahr 2000 durch das World Economic Forum in Davos als Global Leader for Tomorrow gewählt. Seit der Gründung ihrer eigenen Firma Paola Ghillani & Friends AG im Jahr 2005 konzentriert sich Paola Ghillani auf die Beratung im Bereich Unternehmensstrategie und Unternehmensführung sowie auf die Förderung von Nachhaltigkeit und Ethik in der Wirtschaft.



Fragen

Paola Ghillani

Inhaberin und Präsidentin
Paola Ghillani & Friends AG
Hornbachstrasse 50, 8034 Zürich
Tel. 044 389 84 46
contact@paolaghillanifriends.com
www.paolaghillanifriends.com

