

Nachhaltigkeit zahlt sich aus

Nachhaltige Produkte wirken als Umsatztreiber in Chemieunternehmen

Eine Analyse des Portfolios verschiedener Unternehmen der chemischen Industrie zeigte, dass nachhaltige Produkte und Produktlösungen ein stärkeres prozentuales Umsatzwachstum aufweisen als konventionelle. Mit einer systematischen Herangehensweise können Unternehmen ihr Portfolio unter dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit optimieren und damit ihren langfristigen Geschäftserfolg untermauern.



Dr. Andreas Kicherer,
BASF



Dr. Martijn Gijmans,
Thinkstep

Verschiedene Untersuchungen in den vergangenen Jahren kamen zu dem Schluss, dass es für Unternehmen wirtschaftlich lohnenswert ist, sich nachhaltiger aufzustellen und zu produzieren. Bei diesen Studien wurde meist die gesamte Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens bewertet und mit ökonomischen Kennzahlen verglichen. Die Frage, ob auch besonders nachhaltige Produkte einen direkten Einfluss auf das Unternehmensergebnis haben, wurde bisher nicht detailliert betrachtet.

Umsatz nachhaltiger Produkte wächst stärker

Eine BASF-interne Untersuchung, in Zusammenarbeit mit den Hochschulen Worms und Ludwigsha-

darüber. Das Ergebnis: Bei den 13 Unternehmen zeigte sich ein höheres durchschnittliches Umsatzwachstum pro Jahr bei Produkten, die einen erheblichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, im Vergleich zu deren Gesamtumsatzwachstum (Grafik 1). Es wurde klar festgestellt, dass nachhaltigere Produkte überproportional zum Wachstum des Umsatzes beitragen. Einige Unternehmen berichten zusätzlich über eine „höhere Profitabilität“ der besonders nachhaltigen Produkte, jedoch wurden dazu keine detaillierteren Angaben gemacht.

Für diese Berechnungen konnten Daten von Unternehmen aus Asien, Europa und USA mit Umsätzen jeweils mehr als 10 Mrd. USD ausgewertet werden. Alle Unternehmen

an einer Vorlage, die empfehlenden Charakter haben wird. Die heute zugrundeliegenden unterschiedlichen Bewertungsmethoden erlauben es deshalb nicht, die Unternehmen direkt miteinander zu vergleichen. Dennoch kann aus den Daten zusammenfassend festgehalten werden: Unabhängig von der Entwicklung des Gesamtumsatzes weisen Produkte, die zur Nachhaltigkeit beitragen, bei allen Unternehmen ein besseres Umsatzwachstum auf als das übrige Portfolio. Nachhaltige Produkte generieren offensichtlich nicht nur zusätzlichen Umsatz, sondern minimieren auch Geschäftsrisiken aus schwankenden Umsätzen.

Um die Treiber für das höhere Wachstum der Produkte, die einen erheblichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, herauszufinden, wurden die Nachhaltigkeitsberichte der Hauptkundenindustrien detailliert analysiert. Dabei konnten vor allem drei wesentliche Treiber festgestellt werden:

- durch Nachhaltigkeitsthemen induzierte Gesetze und Regelungen etwa zur Luftreinhaltung oder Energieeinsparung,
- die mit einer ressourceneffizienten Produktion einhergehende Kostenersparnis und
- die Möglichkeit, sich gegenüber Wettbewerbern mit relevanten Nachhaltigkeitsthemen zu differenzieren.

BASF analysiert Nachhaltigkeitsbeitrag aller ihrer Produkte

„Es ist wichtig, die Weichen für eine systematische Portfolioentwicklung in Richtung Nachhaltigkeit zu stellen“, erläutert Dr. Dirk Voeste, Vice President Sustainability Strategy von BASF. Das Unternehmen wurde ebenfalls in die Analyse aufgenommen. Mit einer eigenen Methodik – dem Sustainable Solution Steering – steuert der Chemiekonzern bereits seit mehreren Jahren sein Produktportfolio, um seinen Kunden eine optimale Lösung für Nachhaltigkeits Herausforderungen anzubieten (Grafik 2). Jede Produktlösung wird entsprechend ihres Nachhaltigkeitsbeitrags einer von vier Kategorien zugeordnet: Accelerator, Performer, Transitioner, Challenged.

In den vergangenen fünf Jahren analysierte das Unternehmen jährlich sein gesamtes Portfolio (ca.



60.000 Produktanwendungen) weltweit und konnte von 2013 bis 2015 den Anteil seiner Accelerator-Lösungen von 21,6% auf 26,6% überproportional steigern. Die detaillierten und strukturierten Informationen werden neben der Portfoliosteuerung auch zur Beratung von Kunden eingesetzt, um deren Nachhaltigkeitsziele zu unterstützen.

Unter anderem werden bei der Bewertung, ob eine Produktlösung einen erheblichen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet auch Life Cycle Assessment (LCA) Programme von

der Automobilindustrie. Untersucht werden auch Initiativen relevanter Nicht-Regierungsorganisationen, da diese oftmals auf die Substitution von einzelnen Produktbestandteilen drängen. Dazu kommt eine präzise Marktanalyse in puncto Differenzierungspotenzial durch Nachhaltigkeit.

Analyse über die gesamte Wertschöpfungskette

„Wichtig für das Messen von Nachhaltigkeit ist ein pragmatischer und vor allem skalierbarer Ansatz“, betont Martin Blumberg, Vice President Sustainability Strategy von Thinkstep. „Nur so kann man die enorme Viel-

zahl von Produktanwendungen analysieren und Produktstrategien sinnvoll ableiten.“ Bei der Methodik werden im ersten Schritt der Bedarf und die Trends in Sachen Nachhaltigkeit in der kompletten Wertschöpfungskette eines Unternehmens systematisch analysiert. Der zweite Schritt fokussiert auf das Evaluieren und Kategorisieren der Nachhaltigkeitsleistung der konkreten Produktanwendungen in ihren jeweiligen Märkten. Auf dieser Grundlage entstehen schließlich Strategien und präzise Maßnahmenpläne, bspw. für die Produktentwicklung oder Vermarktung.

Die im ersten Schritt gewonnene, systematische Übersicht über konkrete Entwicklungen in den Anwendungsmärkten zeigt meist schon große Potenziale für nachhaltige Produkte auf. Das können z.B. gesetzliche Vorgaben zur Verwendung von Substanzen mit Gefährdungspotenzial sein oder auch CO₂-Emissionen in

der Automobilindustrie. Untersucht werden auch Initiativen relevanter Nicht-Regierungsorganisationen, da diese oftmals auf die Substitution von einzelnen Produktbestandteilen drängen. Dazu kommt eine präzise Marktanalyse in puncto Differenzierungspotenzial durch Nachhaltigkeit. Im nächsten Schritt der Methodik wird die Analyse eng mit der Geschäftsstrategie verknüpft. Alle Produktanwendungen werden entsprechend ihres Nachhaltigkeitsbeitrags klassifiziert. Der entscheidende Punkt ist hier die monetäre Bewertung. Sie ermöglicht es, die Weichen im Sinne der übergeordneten Geschäftsstrategie zu stellen und bildet die Basis sowohl für konkrete Maßnahmen sowie ein kontinuierliches Monitoring der Ergebnisse.

Der große Vorteil dieser Vorgehensweise ist, den Überblick auch über ausgesprochen große Portfolios zu behalten und diese aktiv in Richtung Nachhaltigkeit steuern zu können. Im Kern zielt sie darauf ab, die Geschäftsstrategie systematisch mit den sich ändernden Zukunftsanforderungen der Gesellschaft zu verknüpfen und so die ökonomische Leistungsfähigkeit eines Unternehmens zu stärken.

Dr. Andreas Kicherer,
Director Sustainability Strategy,
BASF SE, Ludwigshafen

Dr. Martijn Gijmans,
Principal Consultant Chemicals &
Life Science, Thinkstep AG,
Leinfelden-Echterdingen

■ andreas.kicherer@basf.com
■ www.basf.com/nachhaltigkeit

■ martijn.gijmans@thinkstep.com
■ www.thinkstep.com

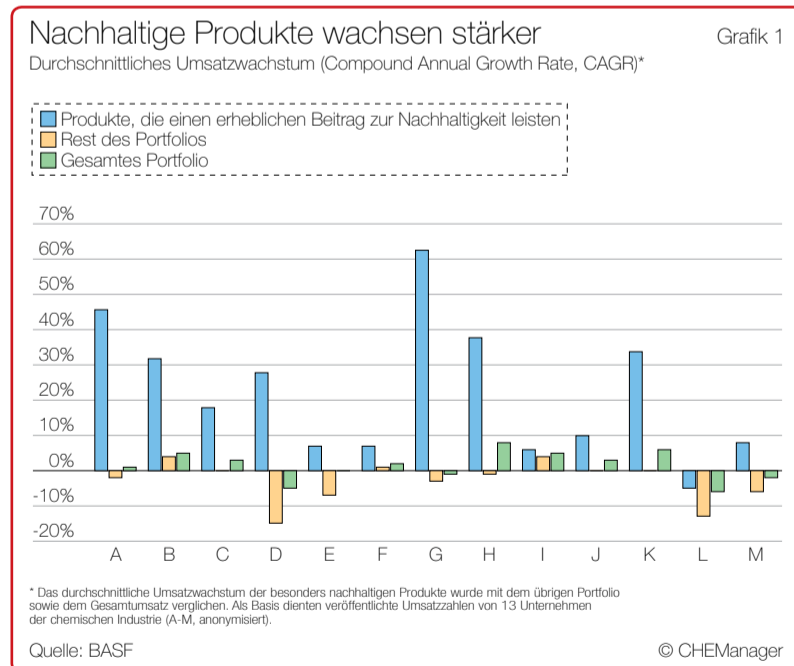
Es ist wichtig, die Weichen für eine systematische Portfolioentwicklung in Richtung Nachhaltigkeit zu stellen.

Dr. Dirk Voeste, Vice President Sustainability Strategy, BASF

fen, nahm die fünfzig international größten Chemieunternehmen und deren Produktportfolio unter dem Aspekt Nachhaltigkeit unter die Lupe. Dreizehn Unternehmen segmentieren ihr Portfolio seit mindestens zwei Jahren nach Nachhaltigkeitskriterien und berichten über den Umsatzanteil ihrer besonders nachhaltigen Produkte. Die verbleibenden haben entweder keine nachhaltigkeitspezifische Portfoliosegmentierung oder berichten nicht

verfügen über umfangreiche Produktportfolios mit Anwendungen in unterschiedlichen Kundenbranchen.

Aktuell nutzen die Unternehmen unterschiedliche Bewertungsmethoden für die jeweilige Portfoliosegmentierung. Grund dafür ist, dass es bislang noch keine einheitliche Vorgehensweise zur Bestimmung des nachhaltigen Anteils eines Produktportfolios gibt. Jedoch arbeitet der World Business Council for Sustainable Development derzeit



Provdadis gründet Zentrum für Industrie und Nachhaltigkeit

Die Provdadis Hochschule bündelt ihre Projektgruppen auf den Themenfeldern Klima, Nachhaltigkeit, Energie und Industrie 4.0 im neuen „Zentrum für Industrie und Nachhaltigkeit“ (ZIN). Die Mitarbeiter der Hochschule mit Sitz im Industriepark Höchst widmen sich dort in Zukunft zentralen Fragen aus der Chemie- und Pharmabranche mit wissenschaftlichen Methoden.

Die entwickelten praxistauglichen Konzepte können an Chemie- und Pharmastandorten in Deutschland umgesetzt werden.

„Unsere zentrale Forschungsfrage lautet: Wie begegnet die Industrie den Herausforderungen Nachhaltigkeit und Digitalisierung“, sagt Prof. Hannes Utikal, der das ZIN an der Provdadis Hochschule leitet. „Wir untersuchen konkrete Umsetzungsbeispiele

aus der Chemie- und Pharmabranche und kooperieren mit nationalen und internationalen Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und öffentlicher Hand“, erläutert Utikal.

Gegenwärtig arbeiten zehn wissenschaftliche Mitarbeiter in den Projektgruppen, die sich mit dem Verhältnis von Chemie zu Umwelt, Mensch und Gesellschaft befassen. (ag)

Neue deutsche Nachhaltigkeitsstrategie veröffentlicht

Wie nachhaltig ist Deutschland? Welche Ziele streben wir an für mehr Nachhaltigkeit in unserem Land? Antworten darauf gibt die Neuauflage der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie. Sie konkretisiert alle 17 globalen Ziele der Vereinten Nationen für Deutschland und benennt die Maßnahmen der Bundesregierung, mit denen sie die deutschen Ziele bis zum Jahr 2030

in allen Bereichen nachhaltiger Entwicklung erreichen will: Armut bekämpfen, Ernährung sichern und Gesundheit zu fördern sind dabei ebenso wichtig wie Bildung, Geschlechtergleichheit und Rechtsstaatlichkeit oder Klima-, Artenschutz, nachhaltiger Konsum und wirtschaftliche Entwicklung.

13 zusätzliche Themenbereiche und 30 Indikatoren wurden neu

aufgenommen. Neu ist z.B. das Ziel für nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion, das anhand von drei Messgrößen überprüft werden soll: Mit dem Marktanteil von Produkten mit staatlichem Umweltzeichen, dem CO₂-Verbrauch und der Anzahl von Unternehmen am Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme). (ag)