



nordwest2050 eukas

Perspektiven für klimaangepasste Innovationsprozesse
in der Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten

Herausforderung Klimawandel: Unternehmen müssen sich neu erfinden

Prof. Dr. Reinhard Pfriem
ecco Unternehmensberatung GmbH,
An-Institut der Universität Oldenburg

Die Doppelstrategie zum Klimawandel



Klimaschutz



Klimaanpassung

Das Eine tun, ohne das andere zu lassen

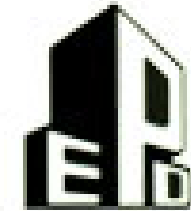


Ein ecco-Beratungsprojekt

Landwirtschaftsbetrieb Büsing



Entsorgungsdienstleistungen
Erdarbeiten
Sand- und Kiestransporte



Etappen des Vorhabens

1

Identifikation der Betroffenheit

Identifikation der Vulnerabilität (Verletzlichkeit) und der Chancen des Unternehmens in Bezug auf die Auswirkungen des Klimawandels. Szenarien und Pfade werden entwickelt.

2

Klimaanpassungsstrategie

Welche Möglichkeiten bestehen, Unternehmen an die sich verändernden Klimabedingungen anzupassen?
Formulierung der Anpassungsstrategien.

3

Verankerungsstrategie

Wie können die entwickelten Klimaanpassungsstrategien in den Unternehmen lang wirkend etabliert werden?

1

Identifikation der Betroffenheit

1. Identifikation der unternehmensbezogenen Betroffenheiten durch den Wandel des Klimas

Methodisches Vorgehen: Dialogisches Workshopdesign

Instrument: Szenario allgemein - das Klima wandelt sich

Instrument: Herausforderungen für Unternehmen durch den Klimawandel - bezogen auf die jeweiligen Branchen

2. Dokumentation der Ergebnisse und Weiterentwicklung

Methodisches Vorgehen: Dokumentation der Ergebnisse in einer „Excel-Tabelle“

Instrument: Das *eukaskop*

Methodisches Vorgehen: Digitale Rückkopplungsschleifen mit den Unternehmen

3. Erkennen der strategischen Lücken im Sinne eines Handlungsbedarfes aufgrund von Betroffenheiten

Methodisches Vorgehen: Dialogisches Workshopdesign

Dokumentationstabelle - das *eukaskop*

Betroffenheit	Handlungsbedarfe	Handlungsbedarfe konkretisiert	Risiken	Chancen	eingeleitete Maßnahmen	geplante Maßnahmen	Ideenspeicher	Beurteilung	Dringlichkeit
direkt	Unternehmen & Mitarbeiter	Arbeitsbedingungen	Erhöhte Sonneneinstrahlung (Ozonloch) könnte zu einem bei den Mitarbeitern zu Hautkrebs führen.				Einsatz von Sonnenmilch oder Schutzkleidung		
			Stabilität der Schiffe						
			Windlasten (ausformulieren)						
				Beschäftigung bei Schlechtwetter					
	Kompensationszeiten	Schiffsgefährdung, längere Dauer der Fahrten, wegen Schutzzeiten im Hafen			Wetterrouting				
sich verändernde Umweltbedingungen	Wetter/ Extremwetterlagen	wegfallende Wirtschaftsregionen	neue Wirtschaftsregion		befahren der Nordwestpassage				
	Temperaturen	Hafenstrukturen, Verfügbarkeiten von Betriebsstoffen (Versorgung)							
	Abhängigkeit von der Infrastruktur	Kosten steigen, Verfügbarkeit, gesetzliche Regelungen zum Verbrauch von Treibstoffen			Effizienzsteigernde Maßnahmen, wie Wetterrouting und weniger Treibstoffverbrauch durch Sky Sales				
indirekt	steigende Preise und Besteuerungen	Treibstoffkosten							
	Ressourcenknappheit	Emissionsbesteuerung							
	regulatorische Änderungen	global							
		national		langfristige Stabilität					
Energiewende	Offshore als neues Geschäftsfeld								

Anhand der Tabelle identifizieren wir in Konkretisierungsschleifen immer näher die Handlungsoptionen des jeweiligen Unternehmens.

Während der Bearbeitung erkennen wir die strategischen Lücken.

Kombiniert mit dem spezifischen Klimaszenarien aus dem Projekt entstehen dann Felder für konkrete Anpassungsstrategien.

2

Klimaanpassungsstrategie

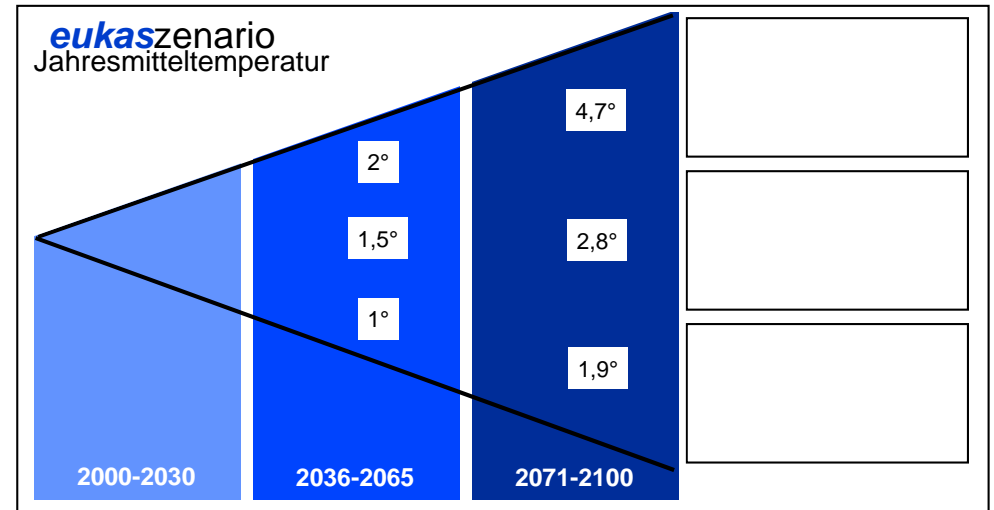
4. Verprobung der Lücken mit den dafür relevanten Szenarien

Methodisches Vorgehen: Dialogisches Workshopdesign

Instrument: **eukaszenario** und erweitertes fact sheet

5. Bearbeitung der **eukaszenarien**

Methodisches Vorgehen: Dialogisches Workshopdesign



6. Formulierung der Anpassungsstrategien, passend zu den Lücken

Instrument: **eukas**Anforderungskatalog zur Formulierung der Anpassungsstrategien

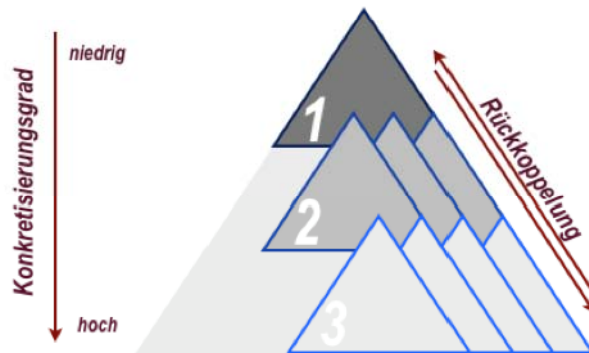
3

Verankerungsstrategie

7. Entwicklung eines Umsetzungskonzeptes zur Verankerung der Anpassungsstrategien

Methodisches Vorgehen: Dialogisches Workshopdesign

Instrument: *eukaskaden*





1. Von der Zweckerreichung zur Sinnstiftung

Unternehmen sind im 19. und 20. Jahrhundert gewachsen an der Aufgabe, die Gesellschaft mit den für das Leben nötigen Gütern und Dienstleistungen zu versorgen. Wachsender materieller Wohlstand macht die Menschen aber schon seit einiger Zeit nicht glücklicher. Unternehmen tragen mehr oder weniger dazu bei, dass Menschen dazu gelangen, den Sinn ihres Lebens zu finden. Dazu gehört die strategische Bewältigung von Herausforderungen. Unternehmen müssen deshalb ein aktives Engagement zur Bewältigung des Klimawandels entwickeln.





2. Sich als Unternehmen neu erfinden

Nach früheren Vorstellungen hatte ein Unternehmen sein Bestes getan, wenn der Verkauf von Gütern und Dienstleistungen zu befriedigenden Gewinnen führte. Heute reicht das nicht mehr. Angesichts der Fülle gesellschaftlicher Probleme und Herausforderungen muss sich das Unternehmen fragen, was es zu deren Bewältigung beiträgt bzw. beitragen kann. Unternehmen wirken aktiv auf die Gestaltung von Zukünften ein und führen durch neue Angebote an die Gesellschaft selber kulturelle Veränderungen herbei. Das gut und richtig zu tun, erfordert ein neues Selbstverständnis als gesellschaftlicher Akteur.





3. Zum Glück von Akteuren beitragen

Wenn Zufriedenheit und Glück der Menschen mehr denn je an anderen Dingen hängen als der Ausstattung mit materiellen Gütern und Dienstleistungen, dann muss das Folgen haben für das konkrete Handeln von Unternehmen. Burn-out-Syndrome und Depression sowie zunehmende Verschwendung im Umgang mit Lebensmitteln, Kleidungsstücken etc. sind Zeichen davon, wie viel Überdross am Überfluss heute besteht. Unternehmen haben hier eine doppelte Rolle: intern aktiv an der Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden arbeiten, extern an der Zufriedenheit ihrer Kunden und Lieferanten. Menschliches Glück ist nicht nur Glückssache. Unternehmen können dazu beitragen.





4. Mit Netzwerken zu Gemeinschaftsbildungen kommen

In der alten Wirtschaftswelt konkurrierte jeder gegen jeden: nur ja niemandem etwas erzählen. Heute bilden sich Netzwerke und strategische Allianzen zwischen Unternehmen, die im Wettbewerb zueinander stehen und trotzdem von den Erfahrungen anderer profitieren wollen. Auf lokaler und regionaler Ebene beginnt die Einsicht zu wachsen: Erfolg setzt Zusammenarbeit voraus. Netzwerkbildung für den Erfahrungsaustausch braucht es natürlich insbesondere für die Bewältigung der großen gesellschaftlichen Herausforderungen. Der Klimawandel steht hier ganz vorne.

