

Themenbereich „Digitalisierung und Business Cases for CSR“

von Martin Wenke und Julia Wurm

Zum Auftakt stellten Frau Schlütter (Bianca-Moden Ochtrup) und der Kollege Prof. Ernst (FB Textil- und Bekleidungstechnik HN) ihre in einer projektbasierten Kooperation entwickelte „Virtuelle Schnittmustertechnologie“ vor. Dieses Digitalisierungsprojekt wurde mit hohem Personalaufwand insbesondere mit Blick auf die Programmieraufgaben umgesetzt, führte aber in der Folge zu erheblichen Einsparungen insbesondere bei den Musterstoffen und den Färbemitteln, und als mittelbare Auswirkungen zu einer Reduktion im Energieverbrauch und beim Transportaufwand. Darüber hinaus konnten durch Effizienzsteigerungen in den Prozessen auch Manpower und somit Arbeitskosten eingespart werden. Konkrete Zahlen über die Nutzen-Kosten-Verhältnisse wurden nicht genannt. In der dann folgenden Diskussion wurden folgende Aspekte diskutiert:

- Die erstmalige intensive Beschäftigung mit und Umsetzung von Digitalisierungsstrategien kann einerseits zu positiven „Spillover-Effekten“ in Richtung anderer Unternehmensbereiche führen.
- Andererseits kann die (isolierte) Digitalisierung von Teilbereichen an systemischen Grenzen stoßen und damit positive Business Cases erschweren (Beispiel in der Diskussion: Warenwirtschaftssystem müsste bei anderen Unternehmen aufgrund der Digitalisierung der Konfektionierung komplett umgestellt werden).
- Darüber kann die Sensibilität und Affinität der Belegschaft hinsichtlich dieses Themas geschärft werden, auch mit Blick auf weitere Einsatzmöglichkeiten digitalisierter Lösungen.
- Allerdings führt dieses Thema häufig auch zu Ängsten bei der Belegschaft hinsichtlich der Veränderungen ihrer Arbeitsabläufe und des Arbeitsumfeldes bis hin zur Arbeitsplatzsicherheit. Daher sind die für Changemanagement bekannten Anforderungen auch bei diesem Thema relevant, dies gilt vor allem für die frühzeitige Beteiligung des Personals.
- „Block-Chain“-Technologien können aufgrund sicherer Informationen erhebliche Transparenz in die Wertschöpfungskette bringen, ein Automatismus mit Blick auf intensivere Informationswahrnehmung durch die Endkunden und dadurch eine Stärkung nachhaltiger Konsummuster wird aber von der Mehrheit der Diskussionsteilnehmenden in absehbarer Zeit nicht gesehen. Wichtiger wird die Informationsverwendung für verändertes Sourcing-Verhalten im B2B-Bereich angesehen.



Schließlich wurde in der Diskussion auch darauf hingewiesen, dass internationale und interkulturelle Unterschiede des Verständnisses gesellschaftlicher Verantwortung entlang der Lieferkette (unabhängig vom Themenbereich Digitalisierung) zu Missverständnissen führen können, die potenzielle Business Cases ebenfalls erschweren. Daher muss im Umgang mit dem Management und den Mitarbeitenden eine entsprechend angepasste Kommunikation der entsprechenden Erfordernisse erfolgen. Weiterhin wurde von allen Unternehmensvertreterinnen/-vertretern bestätigt, dass ohne die Initiierung und vollständige Unterstützung solcher Prozesse durch die Unternehmensleitung keinen Chance auf nachhaltige Änderungen der Unternehmensstrukturen hin zu CSR inclusive Business Cases zu erreichen sind. Verlieren CSR-Initiativen im Verlaufe des Implementierungsprozesses die Aufmerksamkeit und die Unterstützung des Managements, entsteht hieraus, wenn überhaupt, nur „zufällig“ ein Erfolg und ein Business Case.

