

M1

Was ist wesentlich? Die Wesentlichkeitsanalyse



Bezug zum Ausbildungsrahmenplan

- Kfm EH: Abschnitt A: 6b, 8a, 8c
Abschnitt B: 2f,g
Abschnitt C: 1b,c,d,e,g, 5a,b,
d, g, 6e, f, 7
- Kfm. GH: 1.2b, 3.1a,f, 3.3, 4.2a
Zusatz AH: 2.1a,c

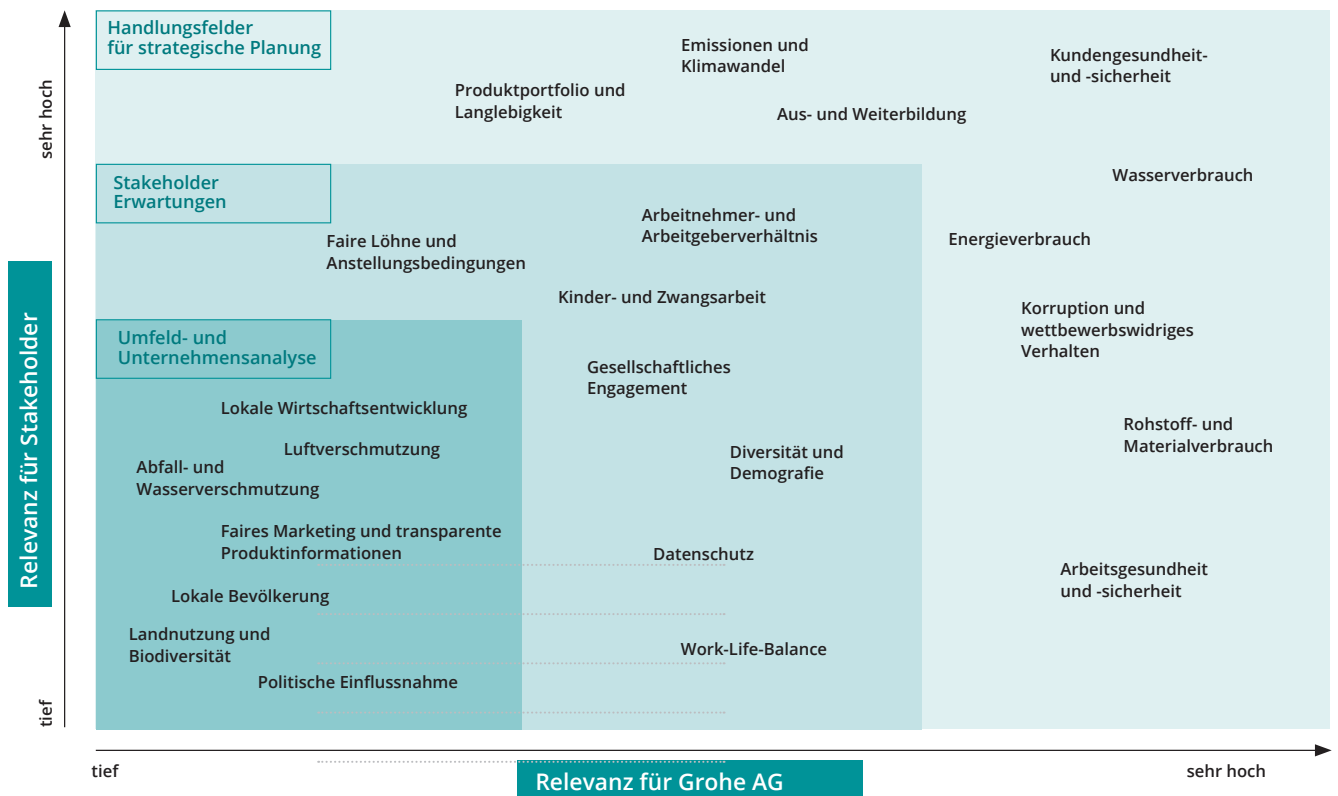
Folgende Kompetenzen sollen gefördert werden:

- Azubis kennen die Methode einer Wesentlichkeitsanalyse und können diese erklären.
- Azubis können eine Wesentlichkeitsanalyse für ihr Unternehmen erstellen.
- Azubis kennen Anspruchsgruppen/Stakeholder ihres Unternehmens und können sie benennen.

Mit einer **Wesentlichkeitsanalyse** ermitteln Unternehmen, welche Nachhaltigkeitsthemen für die Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens wesentlich sind und welche ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen ihre Geschäftstätigkeit hat. Wichtig ist, dabei auch die Perspektive der Stakeholder/Anspruchsgruppen (z. B. Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Kommunen) mit einzubeziehen. (Siehe Arbeitsblatt M2 Anspruchsgruppen).

Die Wesentlichkeitsmatrix umfasst die externe Umfeldanalyse, die interne Unternehmensanalyse, und die Analyse der Stakeholder-Erwartungen. Die Ergebnisse der Analysen werden in einer Matrix dargestellt. Das Ergebnis der Umfeld- und der Unternehmensanalyse bildet die erste Dimension der Matrix ab. Die zweite Dimension stellt das Ergebnis der Stakeholder-Erwartungen dar. Aus der Gegenüberstellung der für die Stakeholder und für das Unternehmen relevanten Themen werden so Handlungsfelder für die strategische Planung abgeleitet.

Wesentlichkeitsmatrix der Grohe AG (Anbieter von Sanitärarmaturen)



M1 Was ist wesentlich? Die Wesentlichkeitsanalyse

Jetzt sind Sie dran!

Aufgabe 1

Führen Sie zunächst drei Schritte zur Vorbereitung der Wesentlichkeitsanalyse durch:

- Analysieren Sie Ihr externes Umfeld:
Welche Chancen und Risiken des politischen, rechtlichen, wirtschaftlichen, technologischen und gesellschaftlichen Umfeld bestehen für Ihr Unternehmen?
- Führen Sie eine interne Unternehmensanalyse durch:
Wo sehen Sie z.B. Stärken und Schwächen in Ihrem Unternehmen bezüglich Ihrer Kompetenzen, Ressourcen, Geschäftsmodell, Produktportfolio, Wertschöpfungskette etc.?
- Notieren Sie wichtige Stakeholder-Erwartungen gegenüber ihrem Unternehmen.

Aufgabe 2

Übertragen Sie unten stehende Matrix auf ein großes Blatt Papier. Tragen Sie die Ergebnisse aus Aufgabe 1 auf Post-Its und ordnen Sie diese entsprechend ihrer Relevanz für Unternehmen und Stakeholder an.

Welche Handlungsfelder ergeben sich nun im Bereich Nachhaltigkeit?

