



Nachhaltiges Business **DEVELOPMENT**

Von der Umweltwirtschaft zu einer umweltorientierten Wirtschaft

Prof. Dr. Lutz Becker

Hochschule Fresenius · Fachbereich Wirtschaft & Medien · Köln
Sustainable Marketing & Leadership

„Der Business Development Manager“

- Forschungsprogramm seit 2009
- Ursprünglich mit Kienbaum und Karlshochschule International University
- 2009/2010: Demographie, Institutionalisierungsprozesse und Schärfung des Berufsbildes (n=595)
- Seit 2009: Zahlreiche Workshops, Seminare, Experteninterviews, Studienarbeiten etc. mit verschiedenen Schwerpunkten
- 2015/2016 mit der Hochschule Fresenius, Standort Köln: Nachhaltiges Business Development 2015/2016 (Follow-Up Studie, n=110)
- Insgesamt ca. 1.000 Kontakte mit (ehemaligen) Verantwortlichen im Business Development Management

Wohin geht die Reise der Märkte?

*„Tesla Motors Inc
Secretly Adds Over 50
HP To Model S P90D“*

*„Mikroplastik
gefährdet das
Überleben von
Jungfischen“*

*„Half of All Cars Produced
in 7 or 8 Years Will Be
Fully Autonomous“*

*„New crop varieties
'can't keep up with
global warming“*

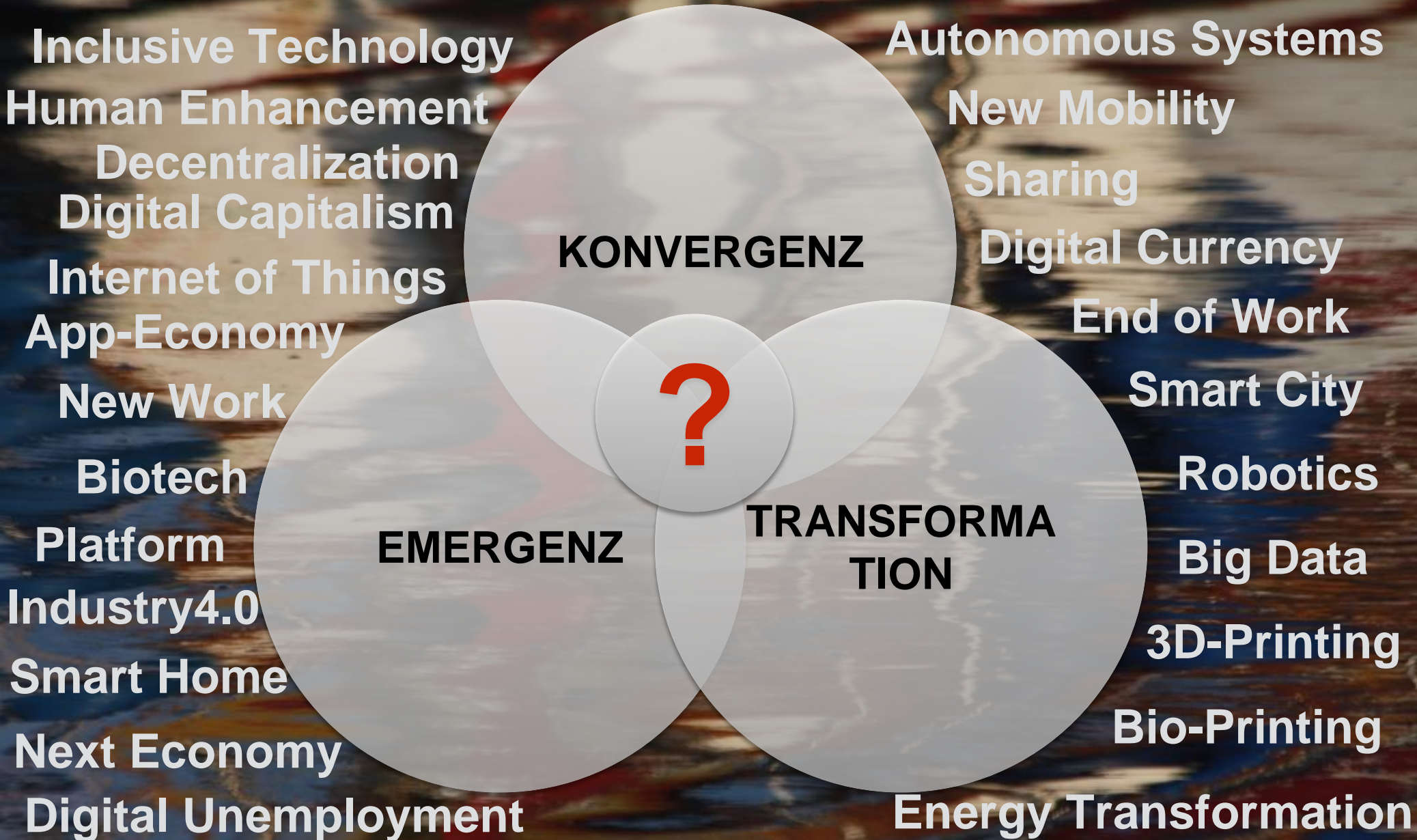
<https://www.inverse.com/article/15200-elon-musk-half-of-all-cars-produced-in-7-or-8-years-will-be-fully-autonomous>

https://www.theguardian.com/environment/2016/jun/02/microplastics-killing-fish-before-they-reach-reproductive-age-study-finds?CMP=tw_t_gu

<http://www.thecountrycaller.com/22266-tesla-motors-inc-tsla-secretly-adds-over-50-hp-to-model-s-p90d-ludicrous/>

<http://www.bbc.com/news/science-environment-36579125>

Paradigmen der Digitalen Innovation



Die große Transformation

Digitale
Transformation

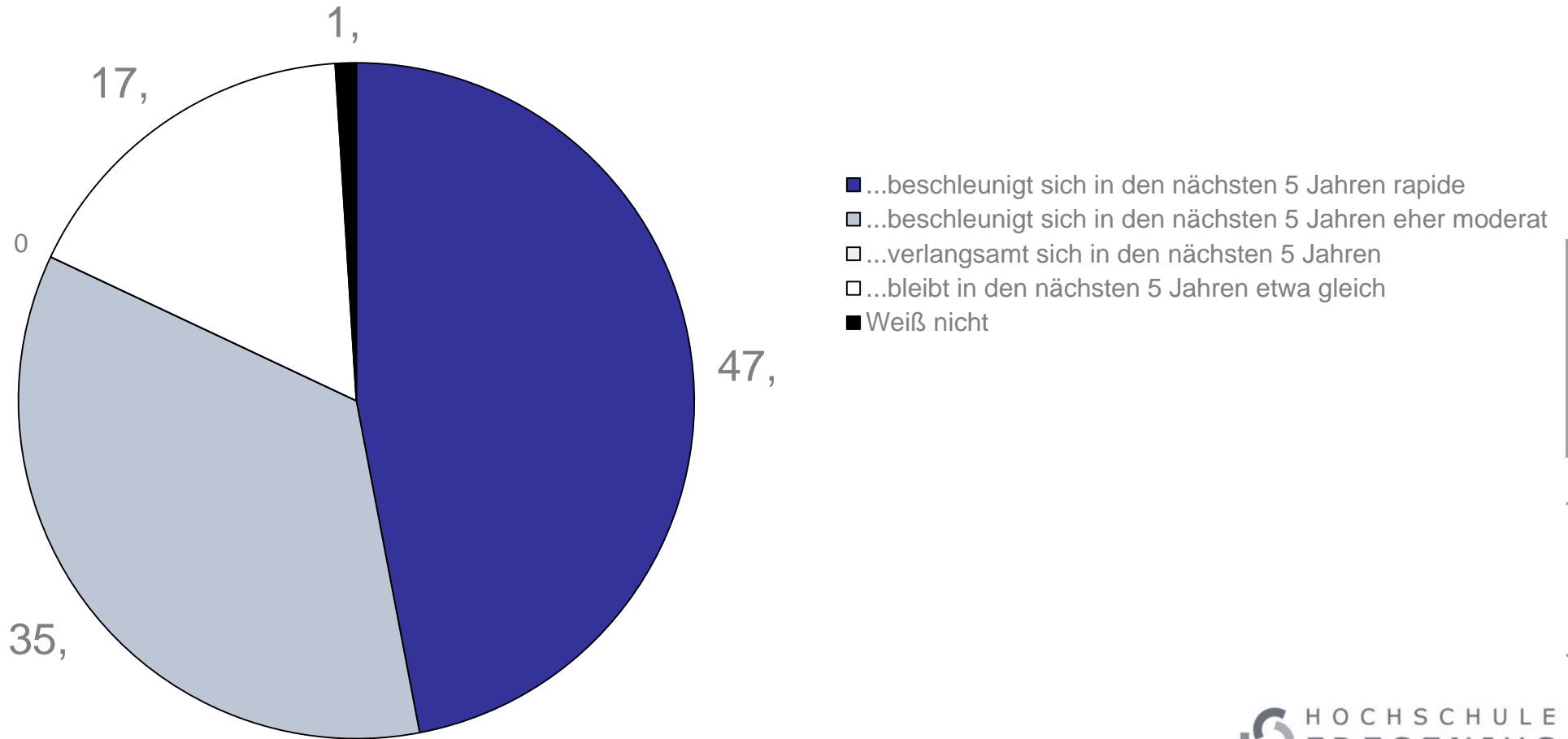
Gesellschaftliche Transformation

Ökologische
Transformation



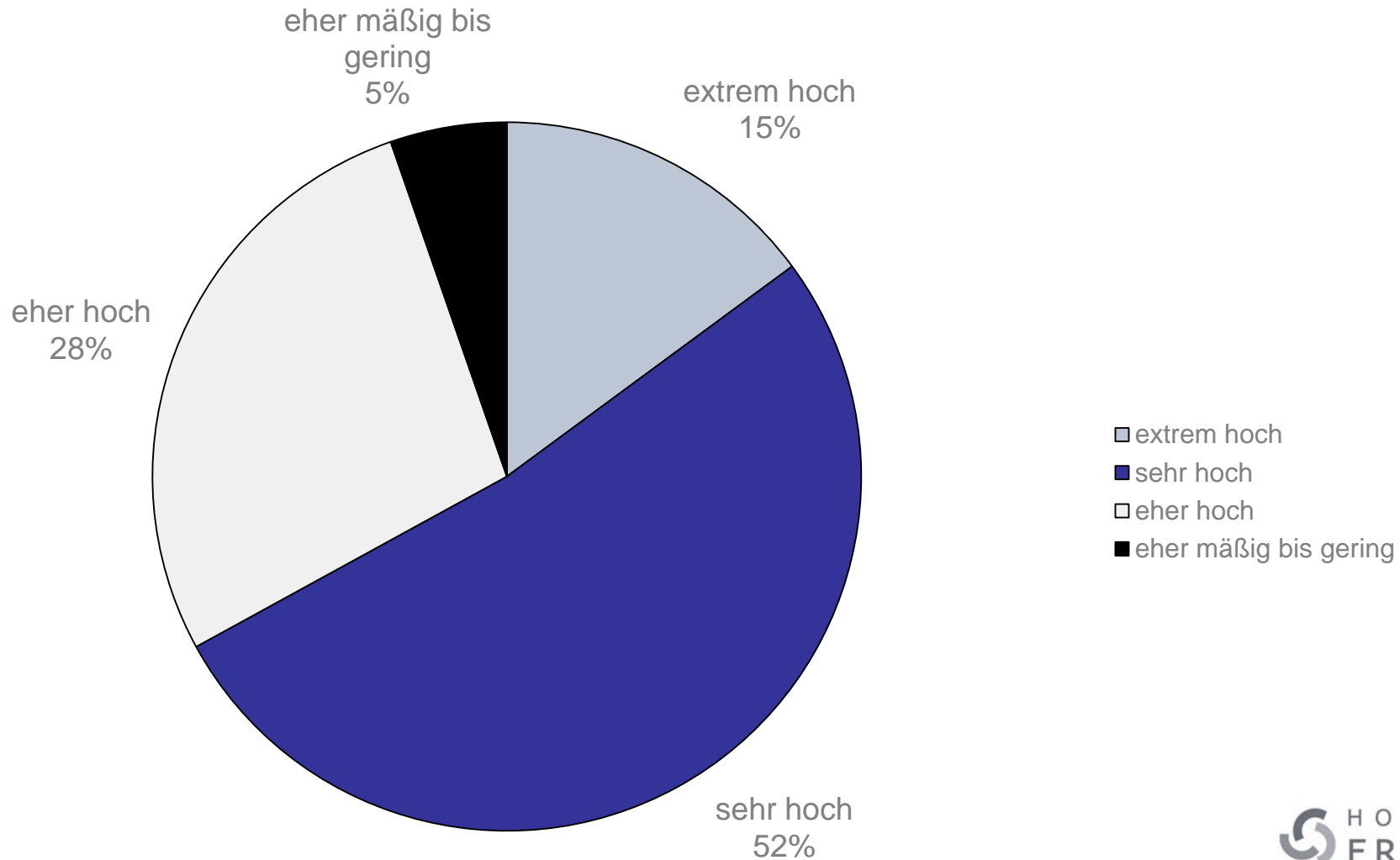
Technischer Fortschritt beschleunigt sich weiter

Insgesamt gehen mehr als 70 Prozent von beschleunigtem technischen Fortschritt aus, während niemand davon ausgeht, dass sich der technische Fortschritt verlangsamt.



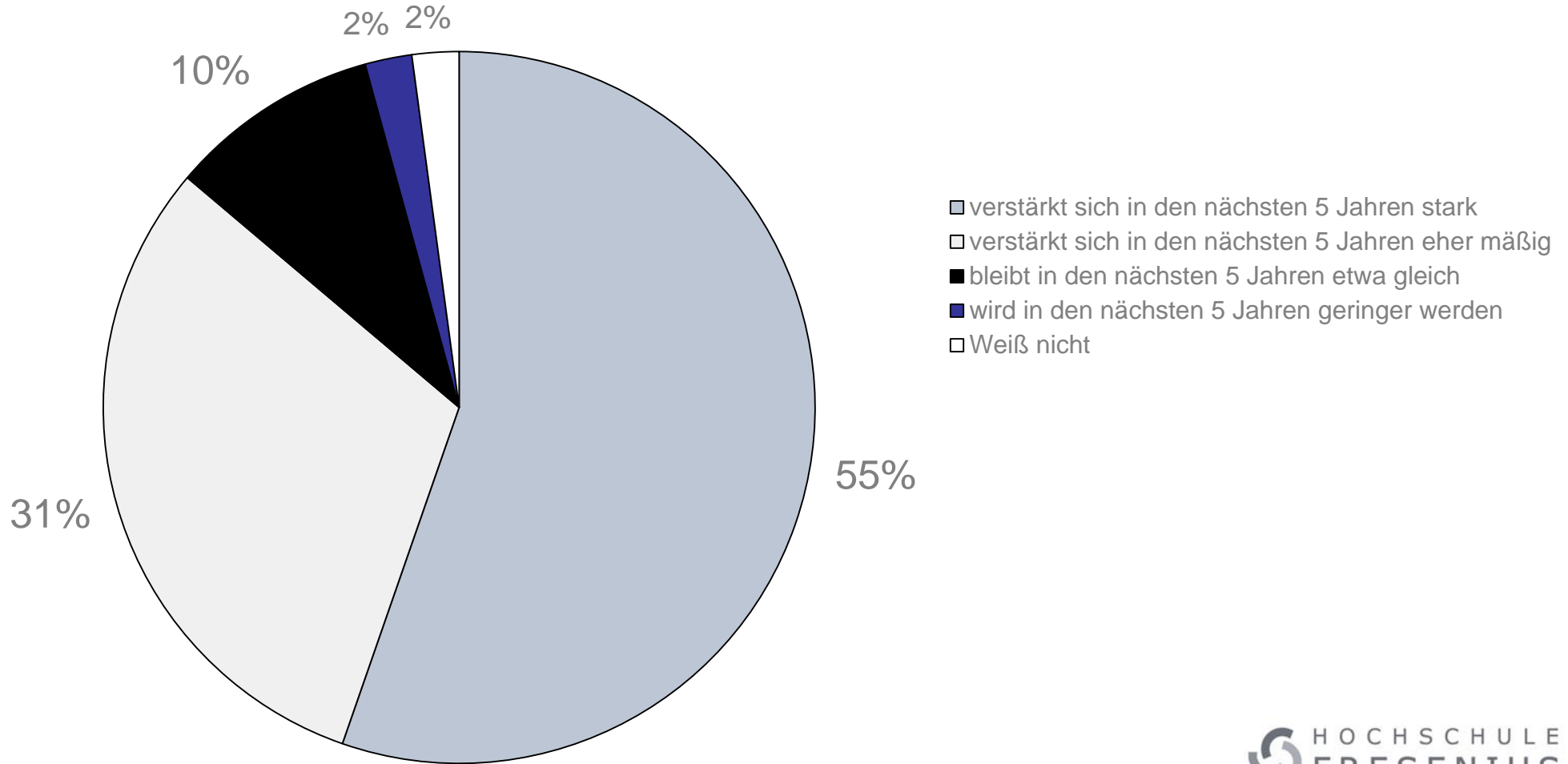
Sehr hoher Wettbewerbsdruck

Mehr als zwei Drittel der Befragten empfinden den Wettbewerbsdruck schon heute als sehr hoch oder extrem hoch.



....und der Wettbewerbsdruck nimmt noch zu

Darüber hinaus erwarten mehr als 80 % der Teilnehmer, dass sich der Wettbewerbsdruck in den nächsten 5 Jahren noch weiter verstärkt.



*„Wird derhalben die größte Kunst/Wissenschaft/Fleiß und Einrichtung hiesiger Lande darinnen beruhen / wie eine sothane Conservation und Anbau des Holtzes anzustellen / daß es eine **continuierliche beständige und nachhaltige Nutzung** gebe / weiln es eine unentberliche Sache ist / ohne welche das Land in seinem Esse nicht bleiben mag.“*

[von Carlowitz, J. H. K. (1713): Sylvicultura Oeconomica, Leipzig (Braun): 105 f]

Nachhaltiges Business Development

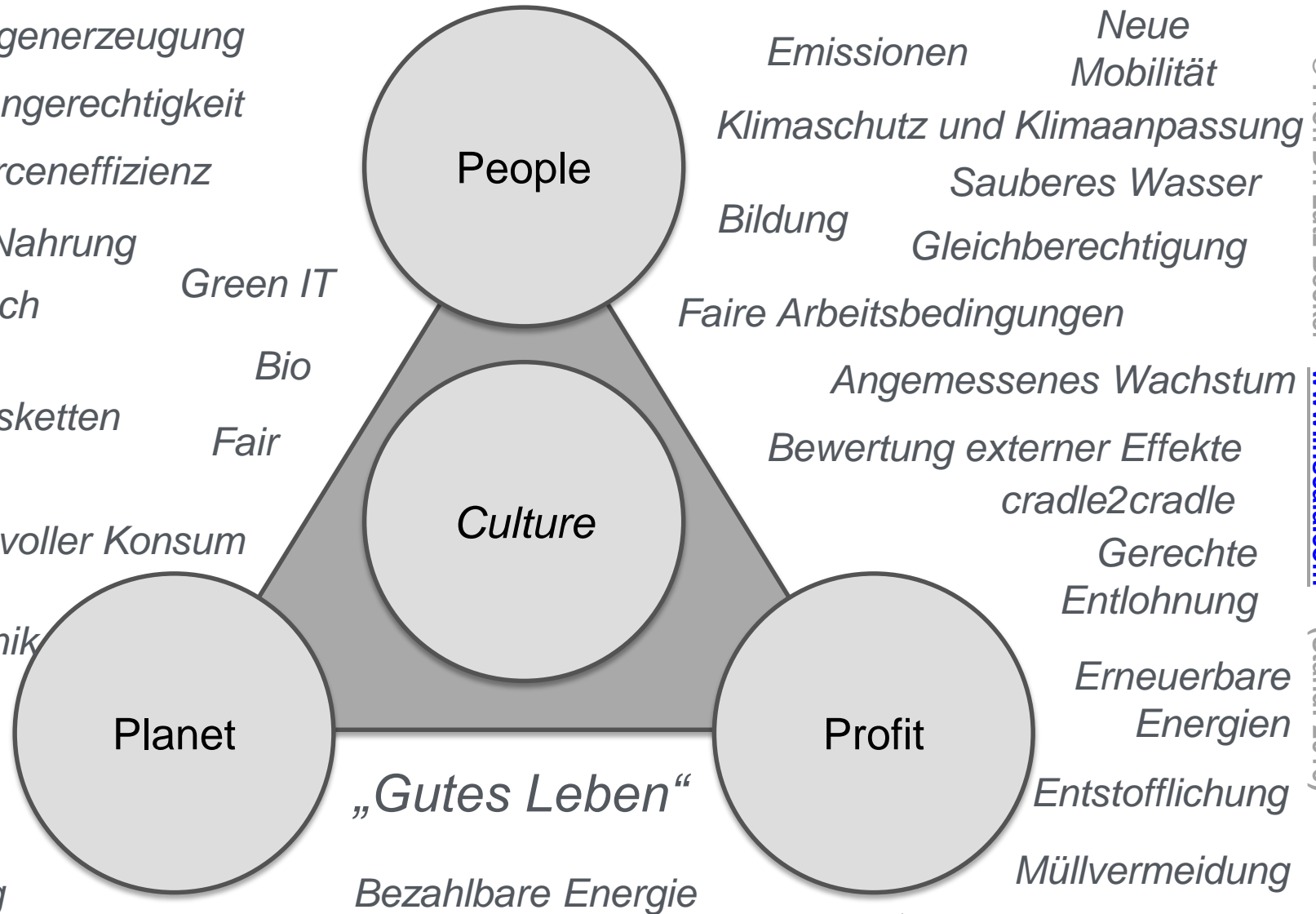
Strategien und betriebliche Praktiken der
**Erschließung und Ausweitung von Marktzugängen
unter den Bedingungen der Nachhaltigkeit.**

Bildquellen: http://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Hans_Carl_von_Carlowitz.jpg (23.03.15) http://digital.slub-dresden.de/fileadmin/data/380451980/380451980_tif/jpegs/00000127.tif.pdf (23.03.15)

Esse = hier im Sinne von: „Das ‚Sein‘ oder ‚Wesen‘“

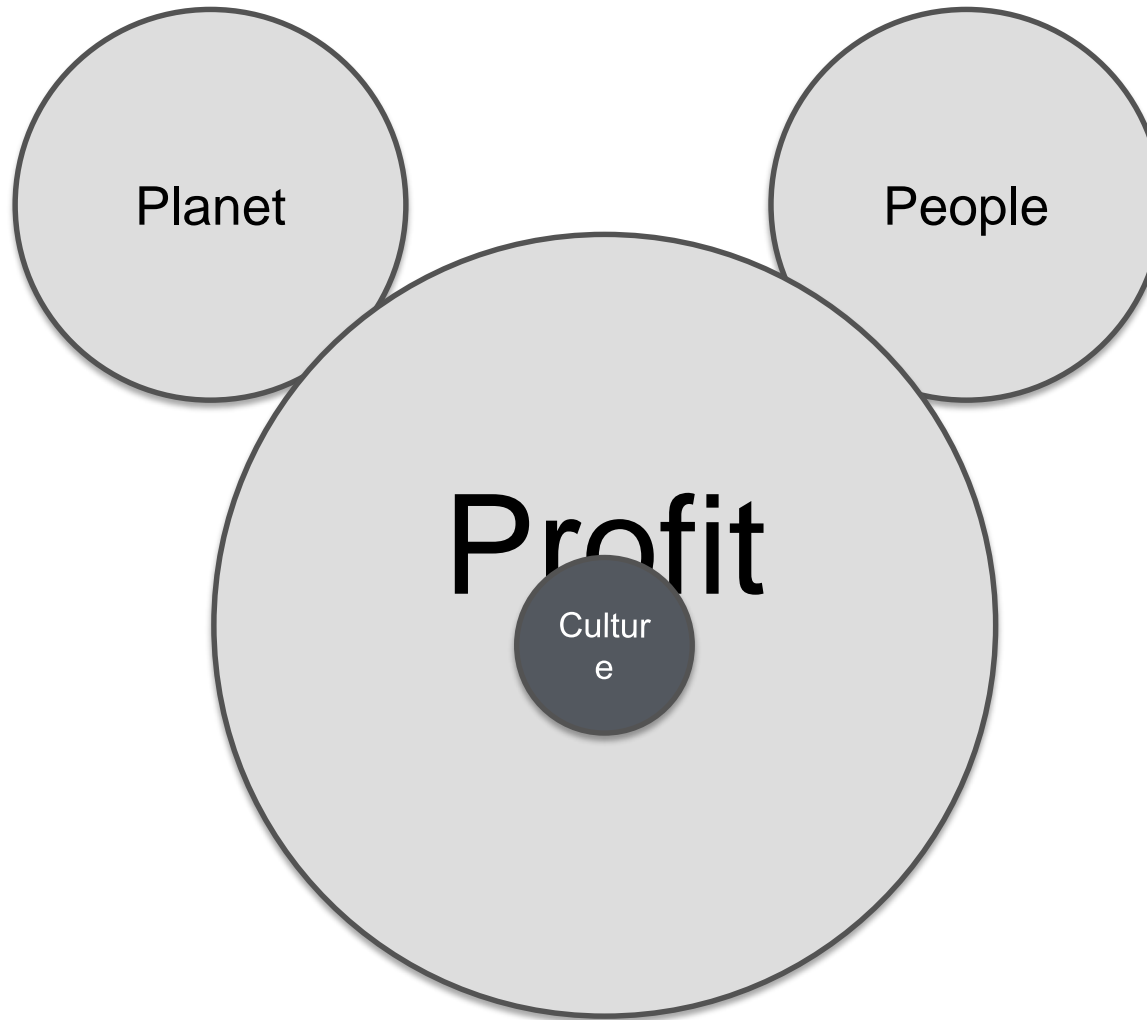
Triple Bottom Line

Nachhaltige Geschäftsmodelle



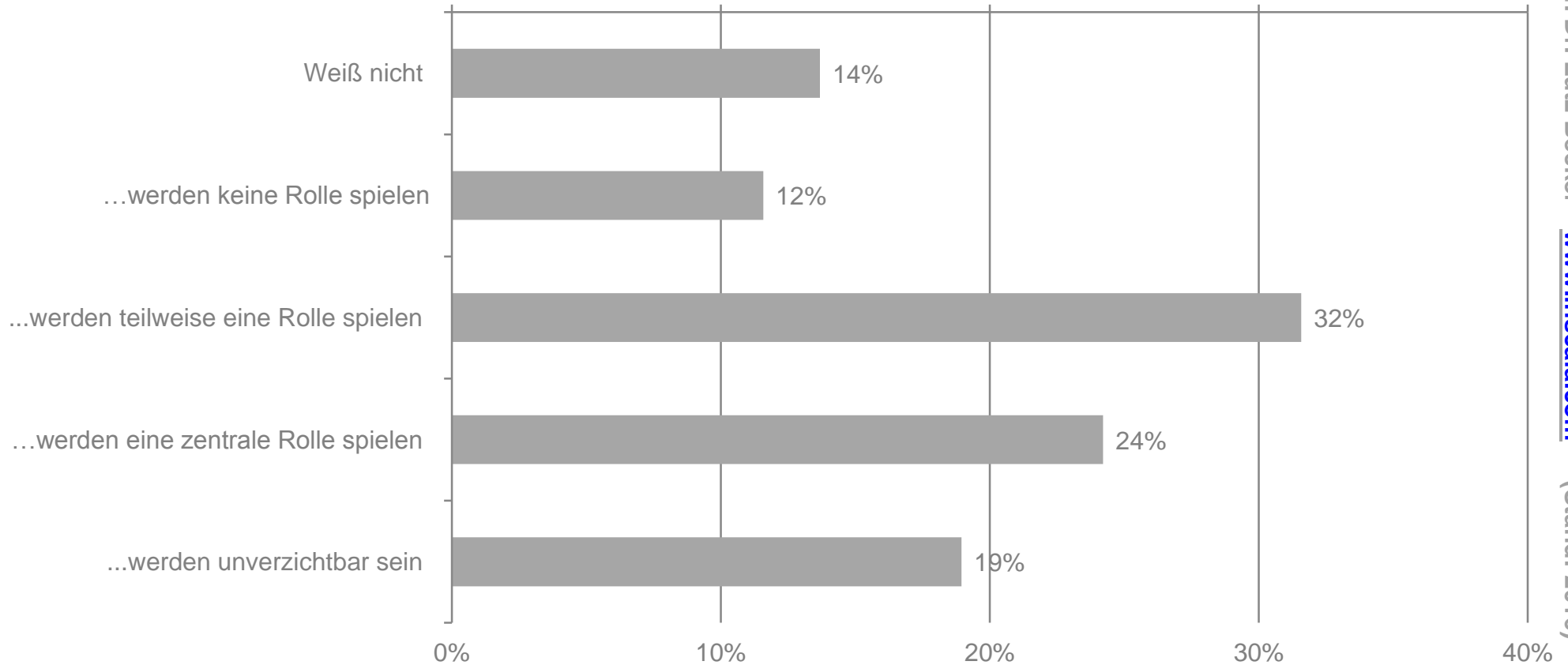
Adapted from: ERKINGTON, J. (1998) Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business. New Society Publishers.

Triple Bottom Line



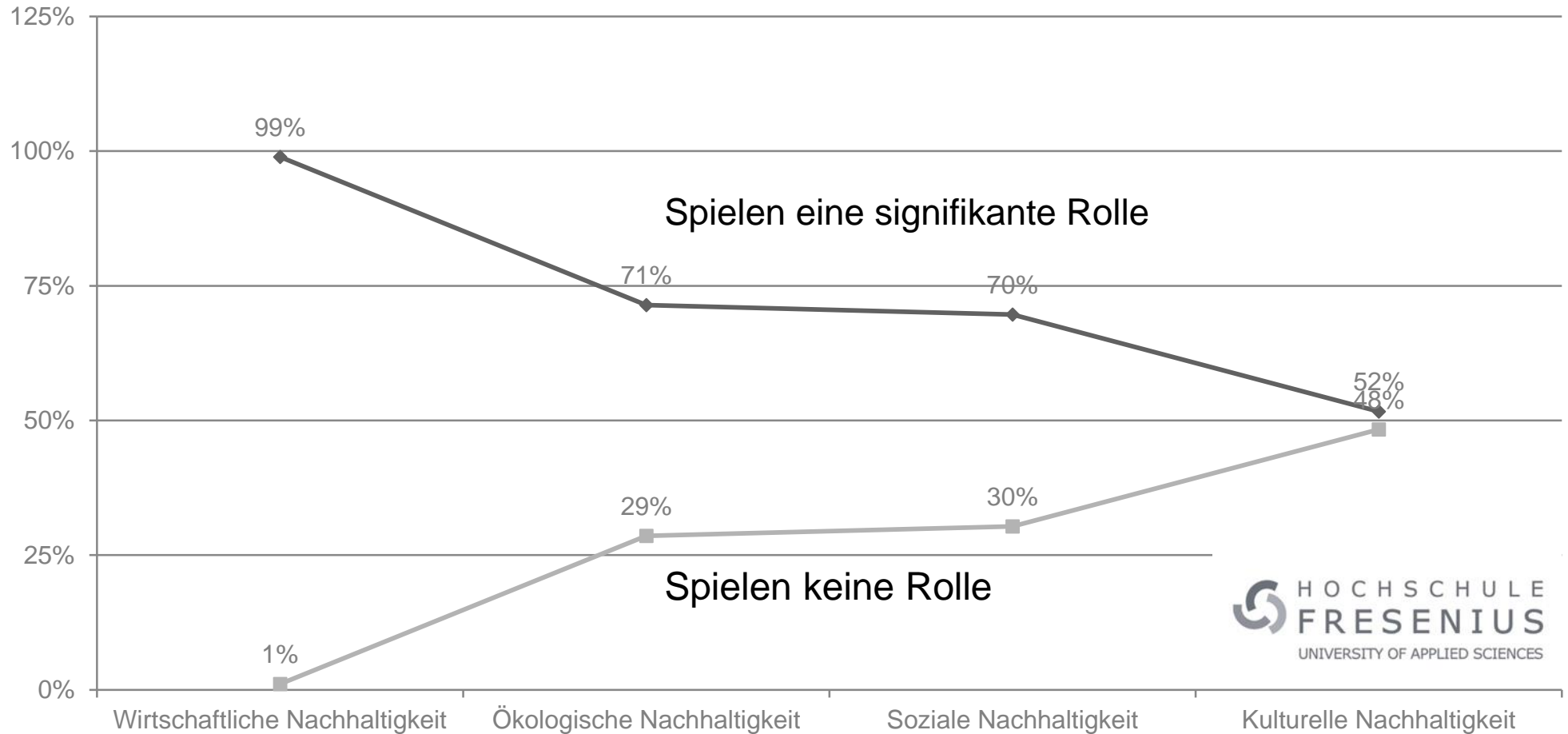
Nachhaltigkeit zählt, aber....

...gaben gab an, dass in den nächsten drei bis fünf Jahren unverzichtbar sein werden oder zumindest eine zentrale Rolle spielen.



...am Ende geht es ums Business

Während wirtschaftliche Nachhaltigkeit bei 99 Prozent der Befragten eine signifikante Rolle spielt, liegen soziale Nachhaltigkeit ökologische Nachhaltigkeit und kulturelle Nachhaltigkeit etwas abgeschlagen zurück.



Internationale Standards & Initiativen

(UN Global Compact, SDGs, GRI4, Laudatio Si, COP21 u.v.m.)



Konsumentenverhalten
Kundenanforderungen

„Die Wurst wird die Zigarette der Zukunft“

Christian Rauffus, Rügenwalder Mühle



Start Unser Anspruch Unsere Produkte Unsere Firma Unsere Pinnwand

Unsere Produkte

Produkte mit Fleisch

Vegetarische Produkte

- Vegetarischer Schinken Spicker
- Vegetarische Mühlen Fleischwurst
- Vegetarische Mühlen Salami

„Kaum zu glauben, dass da kein Fleisch drin ist!“



Gefällt mir 248.610

„Die Wurst wird die Zigarette der Zukunft“

Christian Rauffus, Rügenwalder Mühle

Handelsblatt

Digitalpass Finanzen Unternehmen Politik Technik Auto Sport Panor

Industrie Banken + Versicherungen Handel + Konsumgüter Dienstleister IT + Medien Mittelstand

Handelsblatt > Unternehmen > Handel + Konsumgüter > Forderung an Lieferanten: Aldi Süd fordert Verzicht auf t

FORDERUNG AN LIEFERANTEN

Aldi Süd fordert Verzicht auf bienengiftige Pestizide

Datum: 15.01.2016 18:05 Uhr

Greenpeace will den von Pestiziden in der Landwirtschaft senken. Nun wird Aldi Süd zum Vorreiter. Die Discounter-Kette hat seine Obst- und Gemüselieferanten aufgefordert, auf bestimmte Pestizide zu verzichten.

The Netherlands Will Ban New Gasoline-Powered Vehicles By 2025

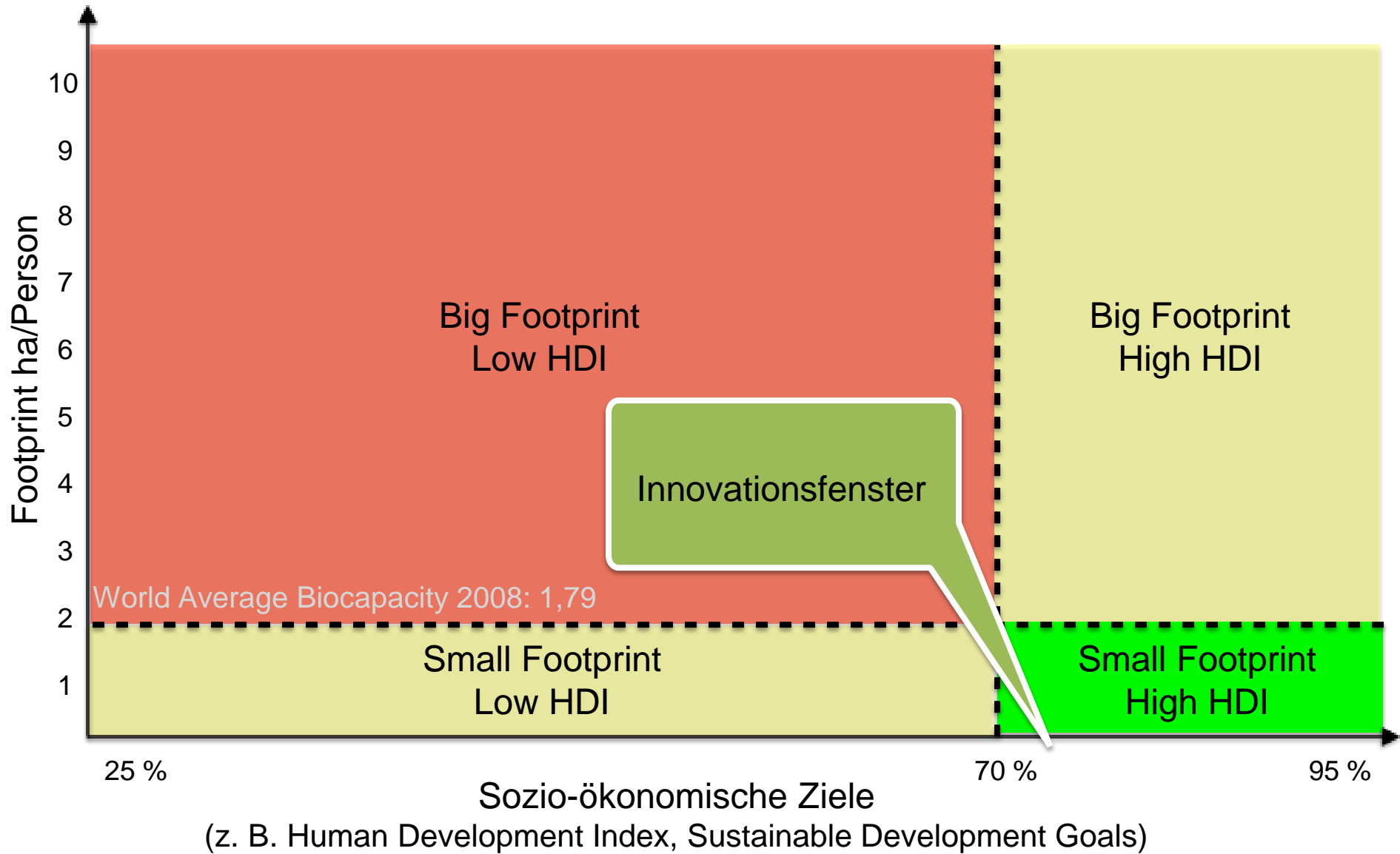
By law, only zero-emissions vehicles will be on sale.

<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/forderung-an-lieferanten-handel-sued-fordert-verzicht-auf-bienengiftige-pestizide-13444920.htmlhttp://www.fastcoexist.com/3058649/the-netherlands-will-ban-n-gasoline-powered-vehicles-by-2025>, 5.04.2016)

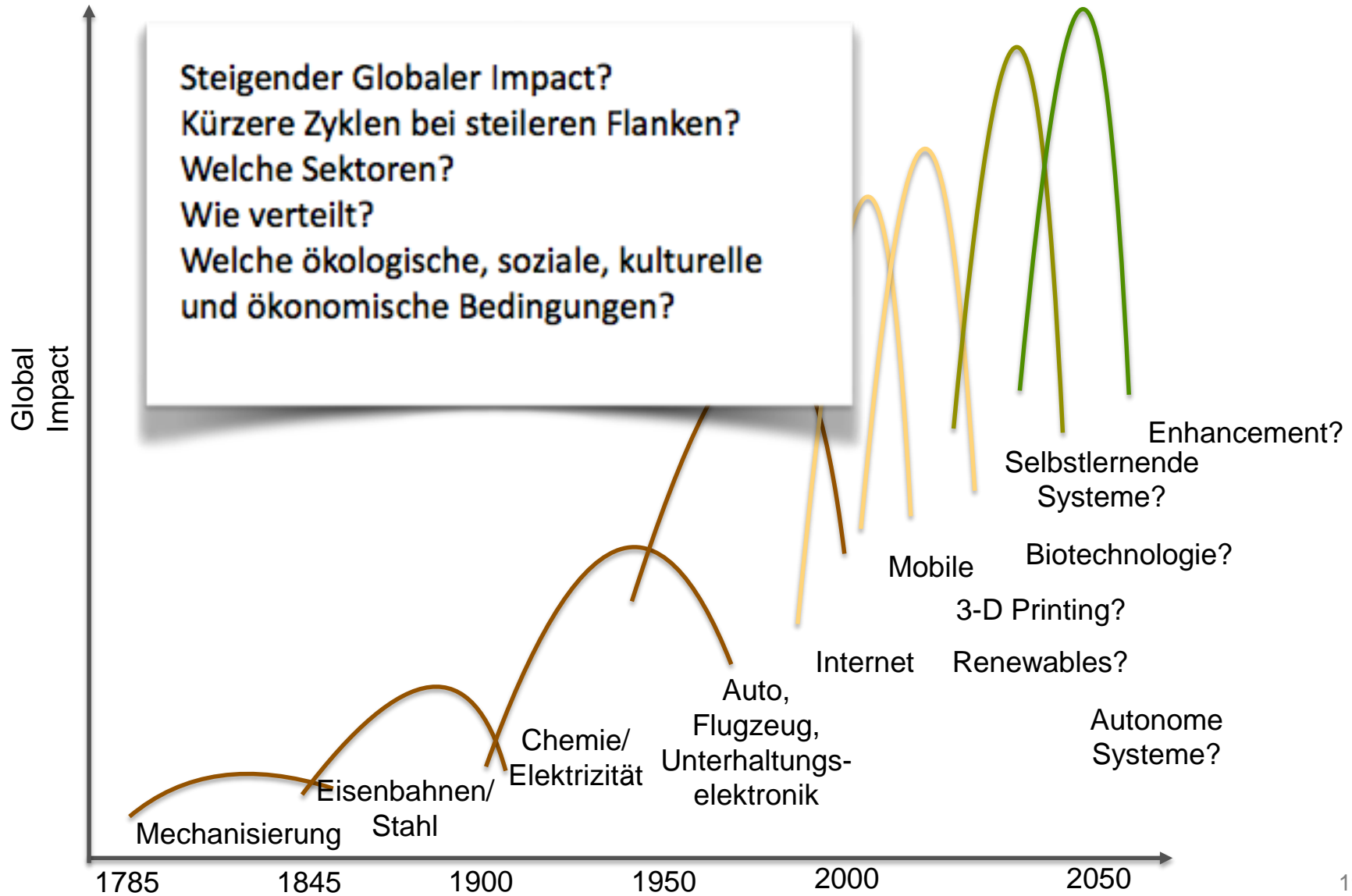
„(...) es sind ja viel komplexere Fragestellungen, die heute auftauchen (...) das sind **Kontextfragen**, die heute gelöst werden müssen. (...) **Wertewandel** bedeutet, dass andere Dinge eine **Wertschätzung** erfahren, und das muss ja vorgedacht werden.

Thomas Richter, Business Development Manager

Human Development and Ecological Footprint



Von den braunen zu den grünen Zyklen?



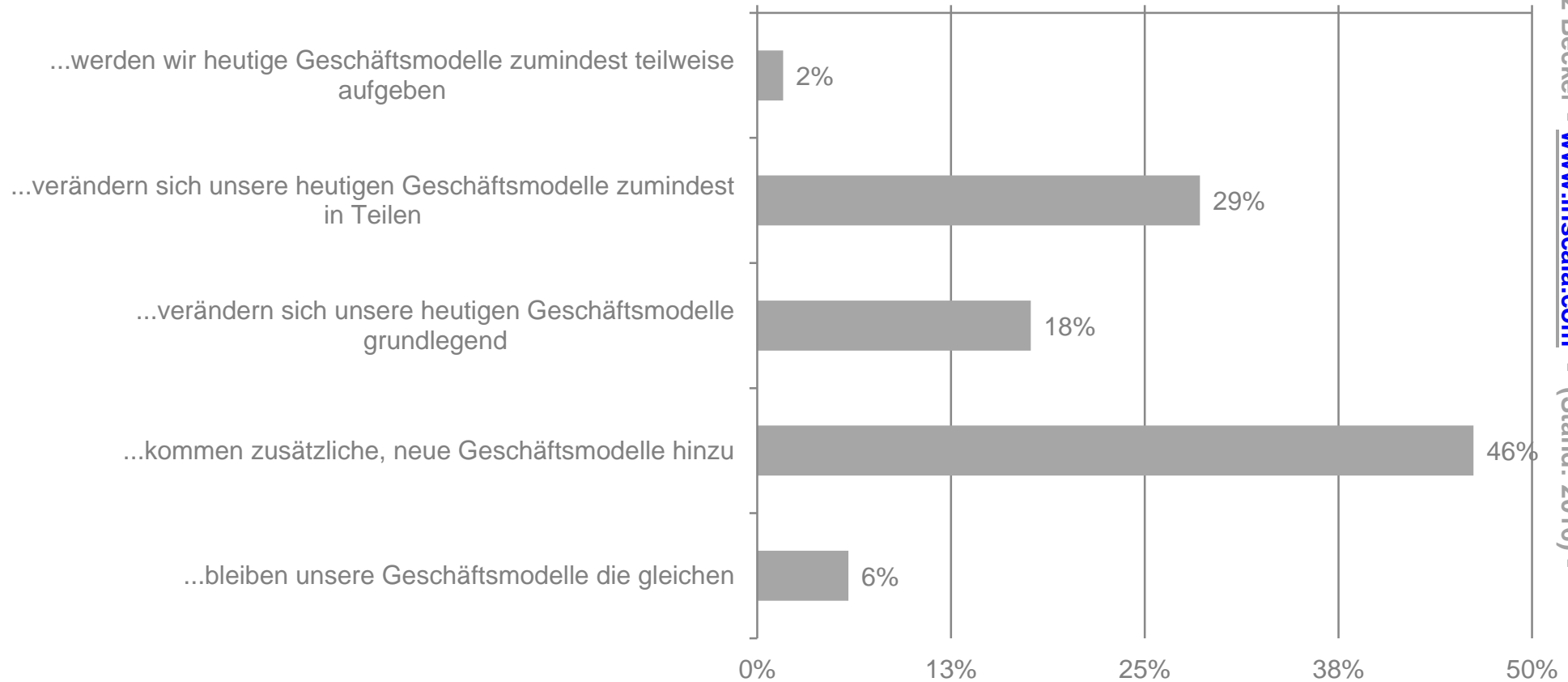
*Darstellung: Lutz Becker (2014), in Anlehnung an Ernst-Ulrich von Weizsäcker
http://prmechapterdach.eu/wp-content/uploads/2014/11/EUWWeizsäcker_PRME_DACH_keynote_141030.pdf (12.11.14)

Warum *nachhaltiges* BDM?



Bewegung in den Geschäftsmodellen

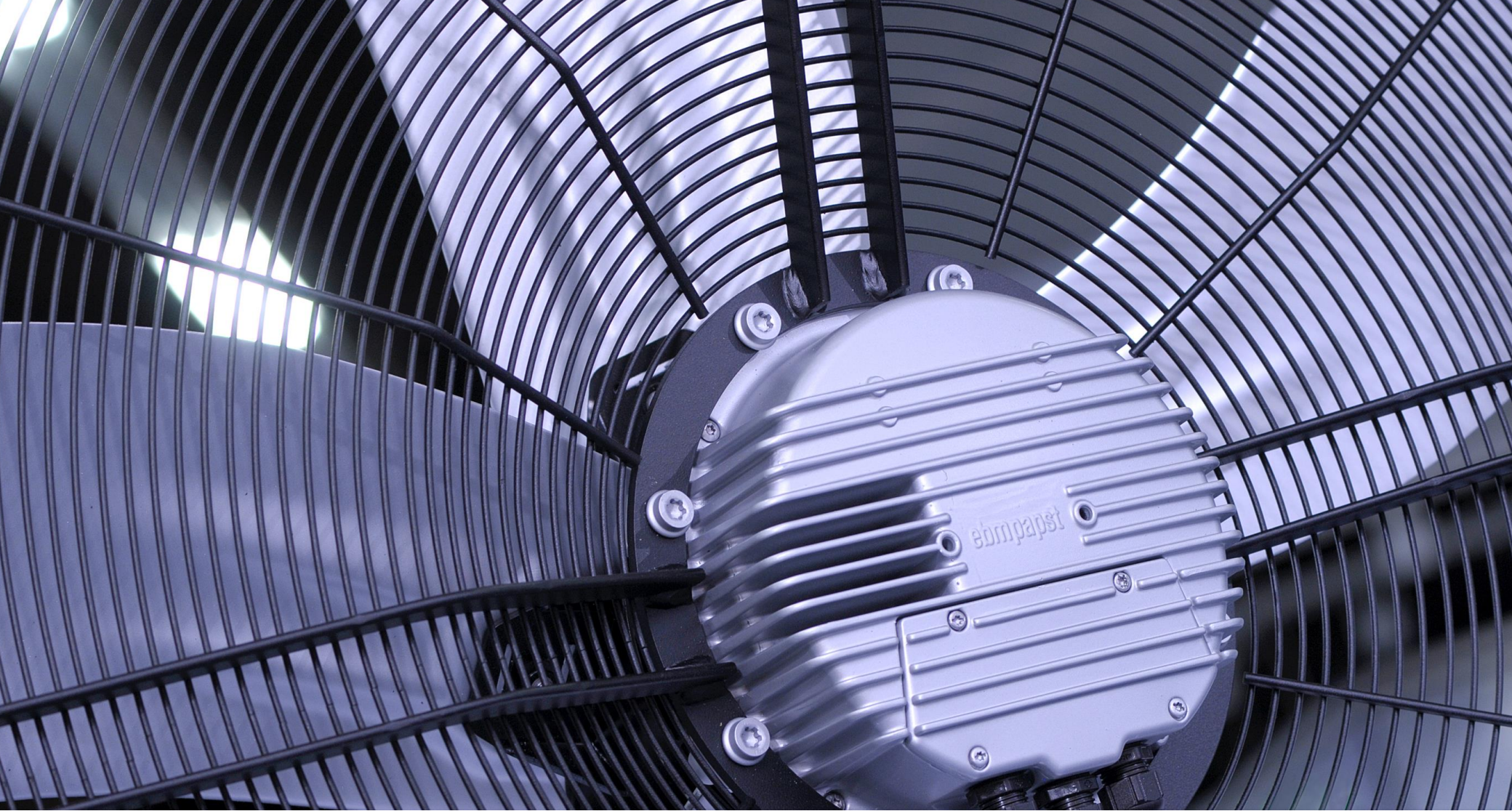
erfragten sehen Bewegungen in den Geschäftsmodellen. Fast ein
drittel davon aus, dass die Geschäftsmodelle in den nächsten fünf
Jahren angepasst werden.





Fallbeispiel:
Haltung





Fallbeispiel:
Positionierung & Wettbewerb

ebmpapst

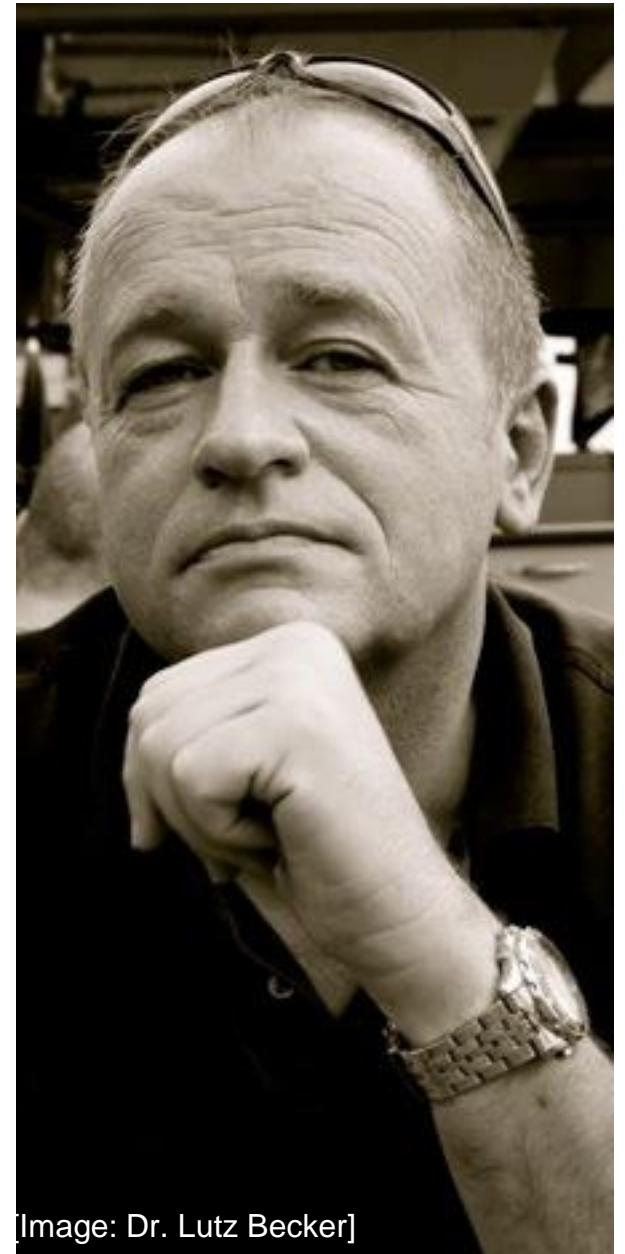
Fallbeispiel: Technologiekompetenz



*„Unternehmen sind Werte
auf Zeit, sie müssen
rechtzeitig zerstört und
umgebaut werden.“*

Frank H. Witt

Thomas Lützenrath/Frank H. Witt (2008): Strategischen Wandel erfolgreich
managen - Philips;
in: Lutz Becker/Johannes Ehrhardt/Walter Gora (Hrsg.); Führung,
Innovation und Wandel - Wie Sie Potenziale entdecken und erfolgreich
umsetzen; Düsseldorf (Symposion Publishing)



[Image: Dr. Lutz Becker]

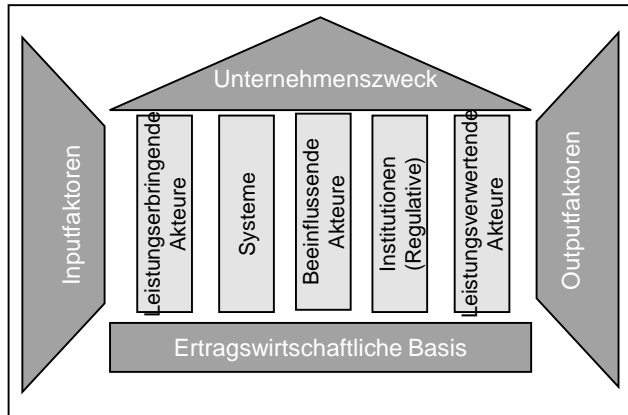
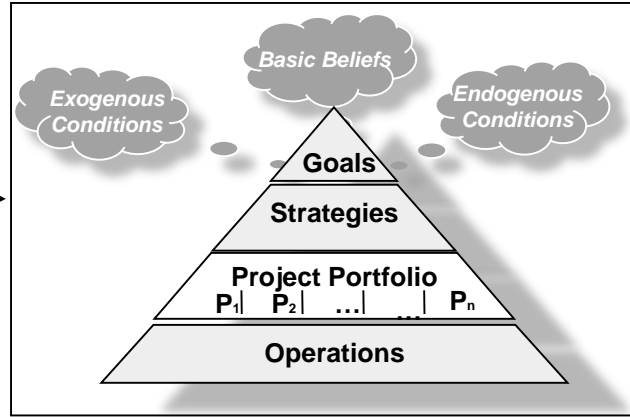
PTAP Vorgehensmodell



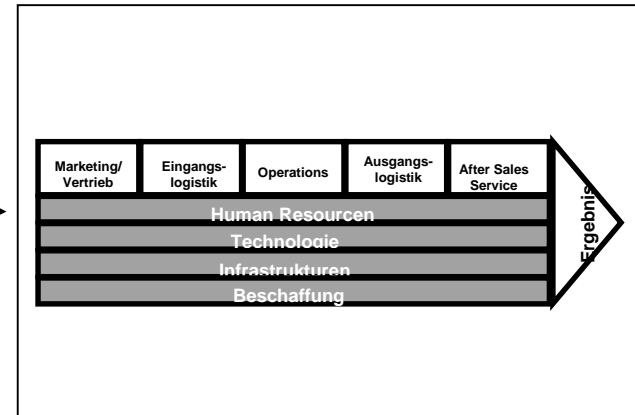
3D-Perspektive

in Anlehnung an: Becker, L. (2008); Führung, Innovation und Wandel; in: Becker, L./Gora, W./Ehrhardt, J.; Führung, Innovation und Wandel; Düsseldorf (Symposion Publishing)

Konzeptionelle Perspektive „Governance View“



Perspektive Geschäftsmodell „Architectural View“



Perspektive Wertschöpfung „Process View“

Nachhaltige Wertschöpfung



Müller, J. (2010); Corporate Social Responsibility – Durch gesellschaftliche Verantwortung unternehmerisch zukunftstauglich werden? (Bachelorthesis); Karlsruhe (Karlsruhochschule International University: Lutz Becker): 70 (in Anlehnung an Porter/Kramer 2007)

Wo wir gerade stehen...

Problembewusstsein: „*Es muss etwas geschehen!*“



Ideen: „*Was kann man machen?*“



Ressourcen: „*Wer soll's machen?*“



Methode: „*Wie machen wir's?*“



Wir brauchen auf jeden Fall unkonventionelle Zugänge

*Co-Working Spaces im
Handwerk?*

*Gewerkeübergreifende
Unternehmensverbände?*

*3D-
Druckergenossenschaften?*



Herzlichen Dank!

Weitere Literaturempfehlungen

- Becker, L. (2008); Führung, Innovation und Wandel; in: Becker, L./Gora, W./Ehrhardt, J.; Führung, Innovation und Wandel; Düsseldorf (Symposion Publishing)
- Becker, L. (2010): Der Business Development Manager - Eine Standortbestimmung: Working Paper: Karlsruhe (Karlsruhochschule International University)
- Becker, L. (2010): Wir stellen ein: Geschäftsentwickler: in: Harvard Business Manager 09/10
- Becker, L. (2012): Neue Geschäftsmodelle durch Informationsmanagement: in: Becker, L./Gora, W./Uhrig, M. (Hg.): Informationsmanagement 2.0 - Neue Geschäftsmodelle und Strategien für die Herausforderungen der Digitalen Zukunft, Düsseldorf (Symposion Publishing)
- Becker, L./Schmitz, F. (2012): Wie Apps Geschäftsmodelle revolutionieren: Becker, L./Gora, W./Uhrig, M. (Hg.): Informationsmanagement 2.0 - Neue Geschäftsmodelle und Strategien für die Herausforderungen der Digitalen Zukunft, Düsseldorf (Symposion Publishing)
- Becker, L. (2012): Neue Geschäftsmodelle aufbauen; in: F.A.Z Institut (Hg.): "Managementkompass Neue Geschäftsmodelle" Frankfurt (F.A.Z Institut)
- Becker, L. (2014): Der Business Development Manager – Eine Standortbestimmung, in: Becker, L./Gora, W./Michalski, T. (Hg.): Business Development Management. Von der Geschäftsidee bis zur Umsetzung, Düsseldorf (Symposion Publishing)
- Becker, L. (2016): Toolbox „Nachhaltiges Business Development“; in: Becker, L./Gora, W./Michalski, T.: Nachhaltiges Business Development (Arbeitstitel), Düsseldorf (Symposion Publishing - in press)
- <http://www.klaus-janowitz.de/wordpress/die-grosse-transformation-polanyi-und-die-digitalisierung/> (23.06.16)

Prof. Dr. Lutz Becker

Studiendekan Master Sustainable Marketing & Leadership
Studiendekan Betriebswirtschaftslehre/Business Administration
Campus Köln · Gebäude 4b OG04 Büro 09

Hochschule Fresenius · Fachbereich Wirtschaft & Medien
Business School · Media School · Psychology School
Im MediaPark 4c · 50670 Köln

Tel. +49 (0)221 97 31 99 - 89 · Fax: +49 (0)221 97 31 99 - 91
lutz.becker@hs-fresenius.de · <http://www.hs-fresenius.de>