

tfy-consult

Unkomplizierte Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit

Pascal Jenny hat zwölf Jahre lang als Tourismusdirektor in Arosa gewirkt, heute steht er Arosa Tourismus als Präsident vor. Seine Zeit als operativer Kopf der Bündner Feriendestination war vom Themenbereich Nachhaltigkeit geprägt: Er konnte mit seinem Team das einzigartige Tierschutz- und Tourismusprojekt Arosa Bärenland umsetzen und die Nachhaltigkeitsstrategie Arosa 2030 anstossen. Heute testet er mit seinem Unternehmen tfy-consult KMU bezüglich ihrer eigenen Nachhaltigkeit.

Text: Yvonne Wüthrich, Leiterin Marketing & Kommunikation tfy-consult Bilder: zVg

Pascal Jenny ist bekannt dafür, dass er stets über den unternehmerischen Tellerrand hinausschaut. Diese Eigenschaft hat er sich nicht zuletzt in Projekten wie dem Arosa Bärenland oder der von ihm initiierten Crowd-donating-Plattform there-for-you.com angeeignet: «Für mich ist das Denken und Handeln in Ökosystemen zentral, nur mit einem gemeinsamen Wirken kann Grosses erreicht werden. Design-Thinking ist nur der erste Schritt, viel wichtiger ist Design-Making, die Umsetzung von innovativen Ideen.» Heute, als Unternehmer, fokussiert Pascal Jenny sein Nachhaltigkeits-Engagement mit

«An den Schlagworten Nachhaltigkeit, CSR, ESG und Zirkularität führt heute kein Weg mehr vorbei. Umso wichtiger ist es, dass sich Unternehmer:innen dieser Themen konsequent annehmen und sie im Betrieb ganzheitlich implementieren.»

Pascal Jenny, Gründer tfy-consult

dem Start-up tfy-consult bewusst in Richtung KMU-Welt: Mit dem digitalen KMU-Checkup Nachhaltigkeit lancierte er eine einfache, pragmatische Lösung, um Unternehmen in den vier Nachhaltigkeitsdimensionen Organisation (Governance), Ökologie, Ökonomie und Soziales zu analysieren und daraus individuelle und zielgerichtete Massnahmen abzuleiten.

Ganzheitlicher Blick aus jungen Augen

Seit diesem Winter ergänzt Joëlle Frank das



Setzt sich für Nachhaltigkeit ein: der langjährige Arosener Tourismusdirektor Pascal Jenny.

Team von tfy-consult. Mit einem Masterabschluss in Business Innovation an der HSG und einem fundierten ökonomischen Verständnis unterstützt sie das Unternehmen mit viel Herzblut bei der Integration der vierdimensionalen Nachhaltigkeit. Für sie ist klar: «Unternehmen, die sich ganzheitlich und mit einem Blick über die Firmen- und Industriegrenzen hinaus mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen, bleiben innovativ und damit auch längerfristig wettbewerbsfähig.» Mit schlanken, aber effektiven Strategiesessions definiert das Team von tfy-consult mit Unternehmer:innen die wichtigsten strategischen Prioritäten, die anschliessend in Prozessen und Strukturen umgesetzt werden können.

Als junge Frau kennt Joëlle Frank die Bedürfnisse der «next generation» und legt im Austausch mit den Unternehmer:innen darauf einen besonderen Fokus. Nicht nur suchen junge Menschen immer stärker einen Sinn in ihrer Arbeit, sondern sie wollen ihre Zukunft auch aktiv mitgestalten. Unternehmen können von dieser Innovationskraft junger Menschen, ihrem hohen Wissensstandard und ihrer Kreativität profitieren und sie aktiv für ihre nachhaltige Transformation nutzen.

«Mithilfe des KMU-Checkup Nachhaltigkeit und einer gezielten Auseinandersetzung mit diesem strategisch zentralen Thema sichern Unternehmen ihre Zukunftsfähigkeit.»

Joëlle Frank, Nachhaltigkeits- und Sales-Verantwortliche tfy-consult

Nachhaltigkeit ist mehr als «Grün»

tfy-consult-CEO Florian Hoffmann und Nachhaltigkeits- und Sales-Verantwortliche Joëlle Frank sind täglich im Austausch mit Unternehmer:innen hinsichtlich Nachhaltigkeitsaktivitäten. Immer wieder kommen ihnen dabei Aussagen zu Ohren, die Unwissen und Unsicherheiten in Sachen Nachhaltigkeit widerspiegeln. Auf drei solche Äusserungen gehen die tfy-consult-Vertreter:innen hier ein:

Was hat der Fachkräftemangel mit Nachhaltigkeit zu tun?

Wichtig: Nachhaltigkeit bedeutet nicht nur Ökologie. Der Begriff Nachhaltigkeit umfasst vier Dimensionen. Eine davon ist die soziale Dimension, die sich insbesondere an den Bedürfnissen und Interessen der Mitarbeitenden orientiert. Der Fachkräftemangel beziehungsweise die Herausforderung, passendes Personal zu finden, gehen oft auch darauf zurück, welche Bedingungen Arbeitnehmende an einem Arbeitsplatz antreffen. Wer sich um die soziale Nachhaltigkeit im Unternehmen bemüht, stellt sich regelmässig die Fragen: Entsprechen unsere Arbeitsbedingungen den heutigen Bedürfnissen? Was bieten wir den Mitarbeitenden? Warum sind wir attraktiv – oder eben nicht?

Nachhaltigkeit bedeutet sofort hohe Investitionen

Das ist so nicht korrekt. In unserem Verständnis bedeutet Nachhaltigkeit nicht, dass man in allen Dimensionen herausragend gut sein muss und umgehend mit der grossen Kelle Änderungen, etwa an Infrastrukturen, vornehmen muss. Wichtig ist, das eigene Unternehmen unter die Lupe zu nehmen und in die wirkungsvolle Richtung zu lenken. Dabei ist eine kurz-, mittel- und langfristige Planung unumgänglich. Die Transformation hin zu einem nachhaltigen Unternehmen beinhaltet sowohl kleine, sofort umsetzbare Massnahmen als auch umfangreiche Erneuerungen, die gestaffelt angegangen werden können. Ausserdem geht eine ökologische Transformation oftmals auch mit höherer ökonomischer Effizienz einher.

Mein Unternehmen ist zu klein für eine:n Nachhaltigkeitsbeauftragte:n

Es braucht auch nicht zwingend eine zuständige Person. Viel zentraler ist eine Nachhaltigkeitsstrategie, die festgeschrieben und im gesamten Unternehmen gelebt wird. Es können beispielsweise auch Projektteams geschaffen werden, die sich nachhaltiger Themen annehmen. Und wichtig ist: Nachhaltigkeit ist kein Thema der Führungsetage – oder einer einzigen Person –, sondern des ganzen Teams und der gesamten Unternehmung.



Joëlle Frank, Nachhaltigkeits- und Sales-Managerin.

Weitere Informationen

In der Gass 3
7050 Arosa
checkup@tfy-consult.ch
kmu-nachhaltigkeit.ch