



ALLFOYE

dSPACE

Nachhaltig mit strategischer Kraft

Wie aus einer gesetzlichen Pflicht ein Projekt für Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit wird.

Eine Case Study mit der dSPACE SE & Co. KG

Case Study

Nachhaltig mit strategischer Kraft

dSPACE mit Sitz in Paderborn und Standorten in der ganzen Welt zählt zu den international führenden Technologieunternehmen für Simulation und Validierung bei neuartigen Produktentwicklungen.

Seit der Gründung im Jahr 1988 unterstützt das Familienunternehmen Hersteller und Zulieferer insbesondere im Automotive-Sektor darin, komplexe Steuerungssoftware effizienter, sicherer und schneller zu entwickeln. Damit ist dSPACE ein Schlüsselakteur für die Transformation der Mobilität – von der klassischen Antriebsentwicklung bis hin zu softwaredefinierten Fahrzeugen.

The logo for dSPACE, featuring a red lowercase 'd' followed by the word 'SPACE' in blue uppercase letters.

Unternehmen	dSPACE SE & Co. KG
Branche	Automotive, Software, Hardware, Engineering
Produkte (Auswahl)	Simulations- und Validierungslösungen für den Automotive-Markt, beispielsweise für softwaredefinierte Fahrzeuge, autonomes Fahren, E-Mobilität, für den Agrarsektor, für den Energiesektor, die Schifffahrt, den Bahnverkehr sowie für die Luft- und Raumfahrt. Digitale Zwillinge für Maschinen und Elektrowerkzeuge.
Umsatz	460 Millionen Euro (2024)
Mitarbeitende	> 2.900
Hauptsitz	Paderborn, Deutschland
Projekt	Wesentlichkeitsanalyse, Reporting, Nachhaltigkeitsstrategie
Projektlaufzeit	1 Jahr

Die Ausgangssituation

Auch wenn dSPACE zum Projektstart über keine dedizierte Nachhaltigkeitsstrategie verfügte, wurden bereits an vielerorts im Unternehmen Initiativen angestoßen, die auf das Konzept der Nachhaltigkeit einzahlten. Hierbei lag der Fokus auf Maßnahmen, die auf die Förderung entwicklungsfreundlicher und gesunder Arbeitsbedingungen einzahlten. CFO Jens Grösch betonte immer wieder, wie sehr er den unternehmerischen Erfolg mit einer positiven Unternehmenskultur verknüpft sieht.

Den Impuls, sich den **Nachhaltigkeitsthemen grundlegend, ganzheitlich und systematisch zuzuwenden**, gab die ursprüngliche Regelung der Corporate Reporting Sustainability Directive (CSRD). Gemeinsam mit der neu angestellten Nachhaltigkeitsmanagerin sollte eine Wesentlichkeitsanalyse erstellt werden – als Basis für eine konkrete Nachhaltigkeitsstrategie, die wiederum für den Bericht notwendige Akzentuierungen setzen sollte.



Der Auftrag

Die ohnehin vorhandenen Nachhaltigkeitsaktivitäten sollten in eine **strategische Richtung** gelenkt werden. Das Ziel: **Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit gehen Hand in Hand**. Dabei wollte das Unternehmen auch evaluieren, in welchen Bereichen es bereits gut aufgestellt ist und wo ggf. noch Verbesserungsbedarf besteht.

Warum Allfoye?

Es wurde ein Partner gesucht, der nicht nur regulatorische Nachhaltigkeitsanforderungen versteht und umsetzen kann, sondern auch die Brücke zwischen dem rechtlich erforderlichen Soll und dem für das Unternehmen hieraus resultierenden Nutzen schlagen konnte. Allfoye verfolgt in Beratungsaufträgen stets einen ganzheitlichen Ansatz, der die systemischen Zusammenhänge zwischen Compliance und unternehmerischen Chancen versteht und dabei die Menschen auf eine Art und Weise einbindet, die sie dazu motiviert und befähigt einen sinnvollen Beitrag in dieser Transformation zu leisten.





Das Projekt

Der in der CSRD vorgegebene Rahmen und Ablauf des Nachhaltigkeits-Reportings bestimmte auch den Ablauf und Rhythmus des Projekts. Was jedoch in keinem Gesetz und in keiner Direktive zu finden ist, ist die **Haltung**, mit der sich ein Unternehmen dieser Aufgabe widmet. Sie machte hier den Unterschied: Die **Suche nach neuen Wettbewerbsvorteilen und strategischen Optionen** – kurz gesagt: die **Business-Perspektiven von Nachhaltigkeit** interessierten die Verantwortlichen und Beteiligten von dSPACE weitaus mehr, als lediglich Häkchen hinter die Aufgaben zu setzen.

Während die Direktive mit der Wesentlichkeitsanalyse und den European Sustainability Reporting-Standards (ESRS) den regulatorischen Rahmen setzte, führten insbesondere das **Engagement der Geschäftsführung**, die weitsichtige Identifikation und Einbindung der wesentlichen Stakeholder durch die **interne Nachhaltigkeitsmanagerin** und ein leistungsstarkes Projektteam zu überzeugenden strategischen Ableitungen.

In einer **systematisch aufgebauten Workshopreihe** wurden die Grundlagen für das Reporting gelegt sowie **fünf strategische Handlungsfelder** im ESG-Kontext definiert, aus denen sich nachhaltige Geschäftschancen ergaben. Diese Basis diente dann als Ableitung für die **Nachhaltigkeitsstrategie**, die sich als integrierter Bestandteil der Gesamtstrategie begriff.

Projektbestandteile

- + Aktivierung der Organisation
- + Stakeholder Engagement
- + Wesentlichkeitsanalyse nach ESRS
- + Durchführung einer GAP-Analyse zur Identifikation von Datenlücken
- + Implementierung der Reportingstrukturen
- + Erstellung des Nachhaltigkeitsberichtes
- + Erarbeitung einer ESG-Strategie und Einbettung in die Gesamt-Unternehmenstrategie

5 strategische Handlungsfelder

Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit vereint

Ableitend aus den in der Wesentlichkeitsanalyse identifizierten Auswirkungen, Risiken und Chancen, entschied sich dSPACE für die Weiterverfolgung u.a. der Themen:



Als Familienunternehmen denken wir nicht nur an heute, sondern immer auch an morgen und übermorgen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist deshalb eine echte Selbstverpflichtung und orientiert sich an einer zentralen Frage: Welchen Beitrag leisten wir für die gesamte Wertschöpfungskette? Für uns war von Beginn an klar: Wenn wir uns mit ESG-Themen befassen, dann konsequent – strategisch wie operativ. Unser Ziel ist ein klar erkennbarer, messbarer Nutzen nach innen und außen.

Jens Grösch
Chief Financial Officer (CFO)
dSPACE SE & Co. KG





Die Ergebnisse

dSPACE verfügt erstmalig über einen **Nachhaltigkeitsbericht** in Anlehnung an die ESRS für das Jahr 2024. Die Mitarbeitenden kennen die aus der Nachhaltigkeit für ihren Arbeitgeber erwachsenden Chancen und Risiken und sind sich der Auswirkungen von dSPACE auf Umwelt und Gesellschaft bewusst. Die Berichtsstrukturen für künftige Reports stehen.

Aufbauend auf den Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse wurden 5 strategische Handlungsfelder abgeleitet und in eine **Nachhaltigkeitsstrategie** übersetzt. Diese ergänzt schlüssig und synchron die übergreifende Unternehmensstrategie.

Die Erkenntnisse für den Stammsitz Paderborn lieferten die Blaupause, um **auch internationale Standorte** in die Nachhaltigkeitsmaßnahmen einzubinden und die Standardisierung voranzutreiben.

Nicht zuletzt ist es durch den **partizipativen Ansatz** gelungen, die Aufmerksamkeit der Mitarbeitenden und Führungskräfte für die Nachhaltigkeitsaspekte ihrer Arbeit zu schärfen, dem Thema mehr Bedeutung beizumessen und eine Governance Struktur zu etablieren. Sie stellt sicher, dass die in den Handlungsfeldern der Nachhaltigkeitsstrategie fixierten Ziele und Maßnahmen konsequent und im **Schulterschluss mit der übergreifenden Unternehmensstrategie** nachverfolgt werden.

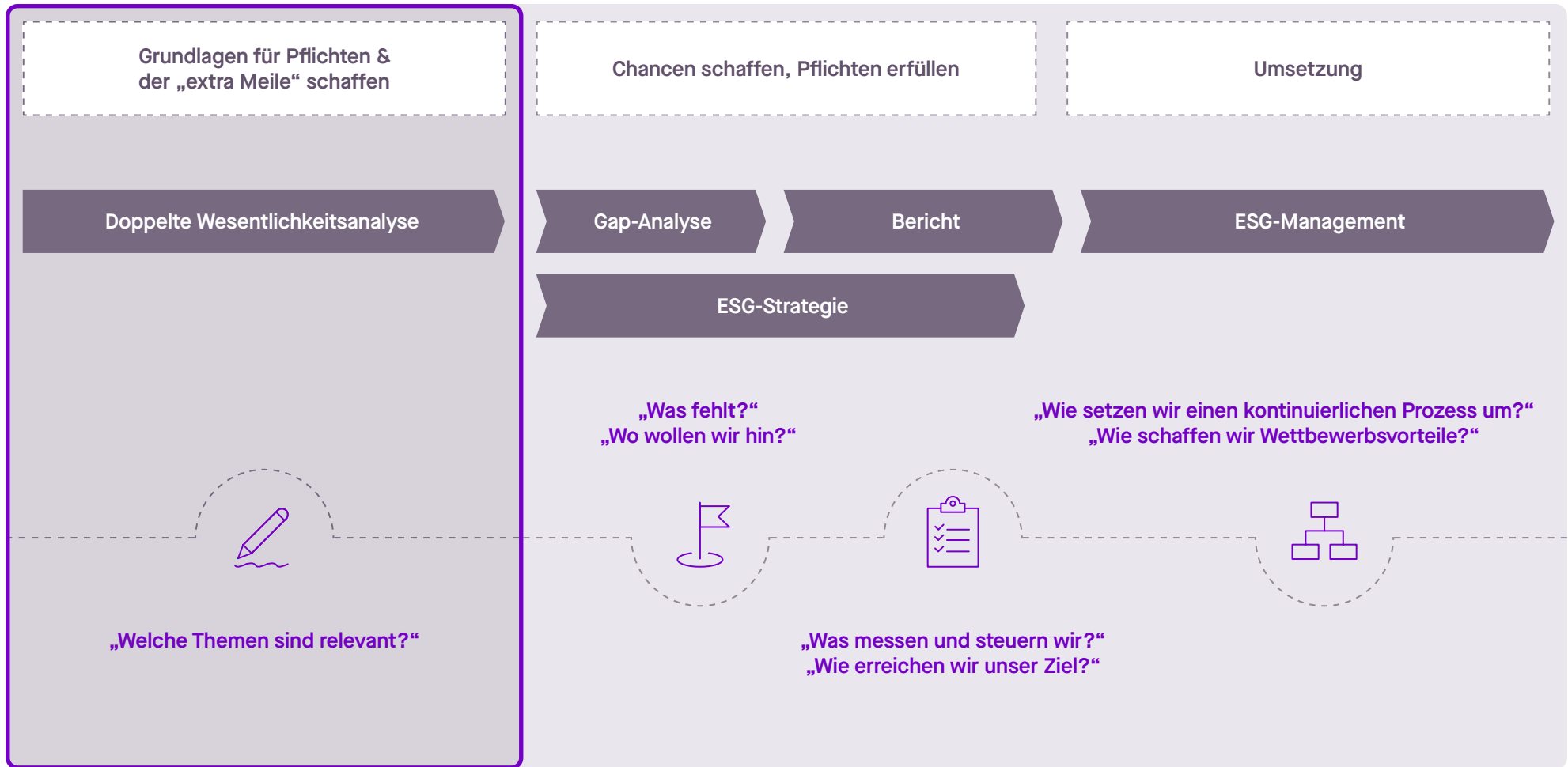
03

Im Unternehmen ist eine Dynamik in Gang gesetzt worden, die Nachhaltigkeitsaktivitäten noch stärker als bisher als zentralen Faktor für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit zu intensivieren.

- + 50+ Projektbeteiligte
- + 1 Nachhaltigkeitsmanagerin
- + 8 Workshops
- + 15 wesentliche Nachhaltigkeits-Unterthemen
- + 5 strategische Handlungsfelder
- + 1 Nachhaltigkeitsstrategie



Konkret



Fortlaufend: Change Management & Kommunikation

Tipps

Die größten Herausforderungen

1

Messbarkeit herstellen

Nur Messbares lässt sich managen. Eine belastbare Struktur mit den notwendigen Datenpunkten, Messgrößen und Informationswegen zu etablieren, war eine primäre Aufgabe. Entstanden ist nicht nur die Grundlage für ein Reporting, sondern auch für das künftige **Nachhaltigkeitscontrolling**. Letzteres umfasst die Planung, Steuerung und Kontrolle von ökologischen, sozialen und ökonomischen Zielen eines Unternehmens anhand messbarer Kennzahlen. Es ist wichtig, weil es Transparenz schafft, Fortschritte in der Nachhaltigkeit sichtbar macht und Managemententscheidungen darauf ausrichtet, langfristig verantwortungsvoll und wettbewerbsfähig zu handeln.

2

Stakeholder einbinden

Nachhaltigkeit braucht Ressourcen und Engagement. Deshalb ist es wichtig, Stakeholder aktiv einzubeziehen und damit weitere Blickwinkel zu integrieren. Bei dSPACE lag der Fokus darauf, Mitarbeitende aus allen relevanten Unternehmensbereichen im Rahmen von Workshops einzubinden und als Expert:innen das Projektergebnis zu beeinflussen. Externe Perspektiven wurden zunächst über Desk Research und die Einbeziehung interner Funktionsträger als „Proxys“ sichergestellt. So wurden Mitarbeiter aus dem Einkauf z. B. gezielt zur Sichtweise der dSPACE-Lieferanten auf das Thema Nachhaltigkeit befragt.



Tipps

Die größten Erkenntnisse

1

Neutrale Perspektive als Wert

Externe Beratungen bringen neben fachlichem Know-how und Überblick über den Prozess auch eine neutrale, unabhängige Perspektive in Nachhaltigkeitsprojekte ein. Das erwies sich bei Gesprächen mit Stakeholdern und in Workshops als hilfreich, um eine gemeinsame Linie zu finden und alle Beteiligten mitzunehmen.

2

Transparente und präzise Kommunikation

Updates und News zum Projekt, Berichte aus den Workshops, Beiträge von Kolleginnen und Kollegen aus den Fachbereichen, Informationen zum Nachhaltigkeitsbericht – die Belegschaft wurde aktiv mitgenommen und in die Projektentwicklung informativ eingebunden.



Tipps

Die wichtigsten Erfolgsfaktoren

1

Unterstützung der Geschäftsführung

Das Engagement der Geschäftsführung unterstrich zu jeder Zeit die Tragweite des Projekts und verdeutlichte der gesamten Organisation: Das hier ist wichtig, hier geht es um mehr als eine gesetzliche Pflicht.

2

Nachhaltigkeitsmanager:in als Leitung

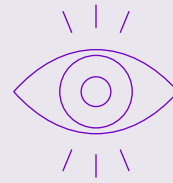
Die Position eines übergreifenden Orchestrators (wie sie hier im Projekt die Nachhaltigkeitsmanagerin wahrgenommen hat), war entscheidend, um den Aufbau der notwendigen Strukturen, die langfristige Koordination des Projekts, die Kommunikation mit der Geschäftsführung sowie die Aktivierung der Organisation zu gewährleisten.

3

Multiplikator:innen

Führungskräfte aus verschiedenen Fachbereichen wurden als Multiplikator:innen gewonnen, um die Akzeptanz und Unterstützung der Mitarbeitenden sicherzustellen.





Ausblick

Nachhaltigkeit ist zu einem **zentralen Zukunftsfaktor** für dSPACE avanciert. Immer besser werden und in einen Rhythmus kommen, lautet die Devise. So verfeinert das Unternehmen seine Nachhaltigkeitsstrategie weiter und hinterlegt die identifizierten Aktionsfelder mit konkreten Maßnahmen. Auch die Datenlage und -erfassung soll weiter optimiert werden. Geplant ist, jedes Jahr einen Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen, auch wenn derzeit keine Pflicht dazu besteht.

Nachhaltigkeit bedeutet für das Familienunternehmen, so authentisch wie möglich in seinen Handlungen zu bleiben sowie **langfristig zu denken und zu handeln**. Die erklärte Absicht ist: Nachhaltigkeit stärker in die täglichen Abläufe zu integrieren und über gezielte Kommunikation mehr Sichtbarkeit im Unternehmen zu gewinnen.



Projektpartner

Allfoye

Die Managementberatung für Transformation
im Mittelstand.

allfoye.com



Kontakt

Ansprechpartner

Allfoye Managementberatung GmbH

Graf-Adolf-Platz 1-2

40213 Düsseldorf

☎ +49 211 550 263 0

✉ post@allfoye.com

