

Macht und Einfluss für die Nachhaltigkeit – so wirkt ein ökologisch orientierter Unternehmensverband

Martina Merz

Auch wenn das Kaugummi-Wort Nachhaltigkeit neuerdings Gesellschaft vom Begriff der Gemeinwohlorientierung bekommt, sind viele Herausforderungen weiterhin ungelöst und der Transformationsbedarf in der Wirtschaft weiterhin hoch. Wenn wir eine nahezu dekarbonisierte Wirtschaft erreichen möchten, müssen viele der liebgewonnenen Geschäftsmodelle modernisiert oder aufgegeben werden. Daher ist es begrüßenswert, dass sich der Runde Tisch Bayern schon seit mehr als zehn Jahren mit dem Thema „Sozial- und Umweltstandards bei Unternehmen“ auseinandersetzt. Denn letztendlich werden wir die großen Aufgaben nur im Zusammenspiel zwischen Kunden, Unternehmen und Politik meistern können. Motivierende Beispiele, dass nachhaltiges Wirtschaften schon heute funktioniert – und sich auch rechnet – liefert beispielsweise UnternehmensGrün.

Die Arbeitswelt verändert sich

Vorantreibende des Wandels sind oft engagierte Inhaber_innen oder Geschäftsführer_innen, die Themen wie Nachhaltigkeit oder Energieeffizienz auf die Agenda setzen. Aber immer mehr geben auch junge Angestellte Impulse, weil sie ihre Berufsumwelt von innen heraus verändern möchten. Eine UnternehmensGrün-Studie von 2017 zeigt, wie sich die Arbeitswelt mit Blick auf die Nachhaltigkeit wandelt. Grüne Berufe gehen heute längst weit über den Kreis von klassischen Bio-Anbietern und Umwelttechnik-Firmen hinaus. Die notwendigen Kenntnisse müssen künftig viel stärker in Berufsbildung und -orientierung verankert werden. Ein grünes Bewusstsein ist zentral für die Gestaltung von Prozessen und Produkten sowohl in der Umweltbranche als auch für Entscheider_innen in konventionellen Betrieben.

Zentrale Ergebnisse:

1. zunehmend mehr Unternehmen betreiben „Greening“ von innen heraus – auch in konventionellen Branchen
2. mathematisch-technische Qualifikationen sind auch rund um Nachhaltigkeit stark gefragt
3. das „Greening“ bietet neue Ansätze für die Berufsorientierung und Nachwuchsgewinnung
4. grünes Bewusstsein (green awareness) ist zentral für die Gestaltung von Prozessen und Produkten in den Unternehmen
5. grünes Know-how ist zu wenig in den (berufsbildenden) Lehrplänen vertreten

Greening-Strategien in der Wirtschaft

Die Studie zeigt auch, dass die befragten Unternehmen, die sich für „nachhaltigen“ Nachwuchs engagieren, ein ganzheitliches Herangehen betonen: Energieeffizienz, ein umgestaltetes Produktportfolio und Recyclingverfahren lassen sich nur durch ein Ineinandergreifen von Forschung, Management und Produktionsprozessen erreichen. Besonders in der Verbesserung interner Prozesse sowie der Energie- und Ressourceneffizienz liegt ein erhebliches Potential: Hier haben Unternehmen unmittelbaren Einfluss, ohne ihre Produkte oder Services verändern zu müssen, so die Studie. Zumindest mittelfristig sind hier auch kosteneffizientere Ergebnisse erreichbar.

Wandel durch Technik: Greening-Strategien in den befragten Unternehmen

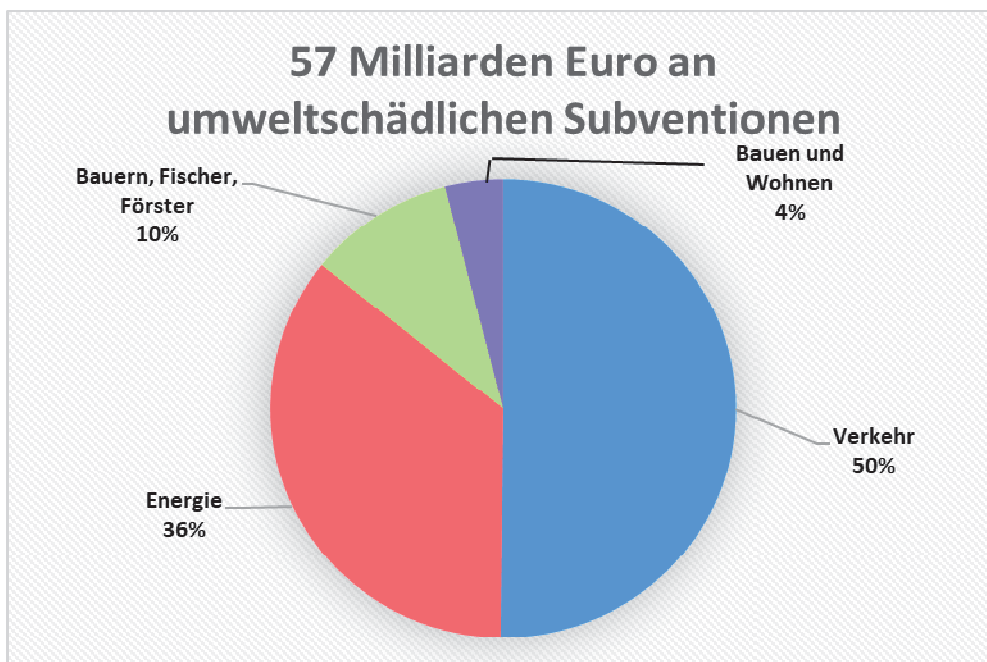
| | |
|----------------------------|---|
| Energieeffizienz | Erhöhung des Energieversorgungsanteils aus regenerativen Energien |
| | Wärmeübertragung |
| | Wärmerückgewinnung |
| Materialeffizienz | Produktionstechnologie und –logistic |
| | Werkstoffe |
| Ressourceneffizienz | Bearbeitungstechnologien |
| | Emissionsreduzierung |
| | Kreislaufwirtschaft / Abfallmanagement / Recycling |
| | Reduzierung des Verbrauchs von Umweltmedien wie Wasser |
| Prozesseffizienz | nachhaltige Mobilität |
| | Digitalisierung der Produktion / Industrie 4.0 |
| | automatisierte Produktion |
| | neue Werkstoffe und Fertigungsverfahren |
| | ressourcen- und energieeffiziente Prozesse |
| | Qualitätsmanagement |

Quelle: UnternehmensGrün 2017, Qualitative Studie: Greening der Berufe und nachhaltige Arbeitswelt: Auf dem Weg zu einer kohlenstoffarmen und ressourceneffizienten Wirtschaft, Berlin

Unfares Marktumfeld für Nachhaltigkeitspioniere

Genau betrachtet gibt es heute keinen funktionierenden Markt, wenn wir auf die Sozial- und Umweltbelange schauen. Produktpreise bilden nicht die wahren Kosten ab, denn Kosten für Ressourcennutzung, Umweltschäden oder mangelhafte soziale Bedingungen werden externalisiert. Das bedeutet, dass diese Kosten abgewälzt werden. Entweder auf die Allgemeinheit, andere Regionen oder die folgenden Generationen. Die Allgemeinheit zahlt, wenn die öffentliche Hand für Schäden aufkommen muss. Andere Regionen zahlen, wenn z.B. der Regenwald in Südamerika abgeholzt wird, um Futter für die europäische Tierproduktion anzubauen. Die folgenden Generationen zahlen, wenn erst viele Jahre später gravierende Schädigungen eintreten.

Der erste Schritt in Richtung wahrer Preise wäre der Abbau umweltschädlicher Subventionen. Viele Subventionen sind versteckte „Gratisleistungen“, die die Steuerzahlenden für die Infrastruktur einer Branche bereitstellen. Jeder Bürger, jede Bürgerin finanziert über seine/ ihre Steuern den städtischen Autoverkehr mit 150 Euro pro Jahr – egal, ob sie oder er selbst Auto fährt oder mit Rad, Bus und Bahn unterwegs ist. Das Umweltbundesamt berechnet die umweltschädlichen Subventionen in Deutschland auf insgesamt rund 57 Milliarden Euro.



Quelle: Umweltschädliche Subventionen in Deutschland, UBA 2016, aus http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/uba_fachbroschuere_umweltschaedliche-subventionen_bf.pdf

Nachhaltige Unternehmensstrategien sind gefragt

Im Auftrag von UnternehmensGrün hat die Unternehmensberatung „Humanistic Management Practices“ (hmp/Berlin) einen Kreis von fortschrittlichen Firmen zu ihren Geschäftsmodellen und -praktiken befragt.¹ Von Banken über einen Versandhandel bis zum Logistikunternehmen waren unterschiedliche Branchen vertreten. Die befragten Unternehmen gehen über das konventionelle Geschäftsmodell hinaus, indem sie von der Gewinn-Maximierung und vom Wachstumszwang Abschied nehmen: „Die Gewinn- und Wachstumsfixierung wird in ihrer Ausschließlichkeit als Irrweg begriffen. Progressive Unternehmerinnen und Unternehmer sehen ihre Aufgaben im Rahmen der Wirkungen ihrer Tätigkeit in der Gesellschaft und auf die Umwelt. Sie arbeiten mit Ziel- und Entscheidungskriterien, die menschen- und umweltfreundliche Produkte und Produktionsweisen gewährleisten“, so Studienautor Gerd Hofielen. Das Markenzeichen dieses neuen Unternehmens-Typs ist die bereitwillige Kooperation mit der Gesellschaft. Die Unternehmen schotten sich nicht ab, um vorwiegend Kapitalrendite zu erreichen, sondern begreifen sich als Teil der Gesellschaft und tragen zum gesellschaftlichen Fortschritt bei.

Best-Practice Beispiele

Die Good-Bank: Als Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken finanziert die GLS Bank seit über 40 Jahren nachhaltige Entwicklung. Die Bank setzt Geld ausschließlich sinnstiftend und transparent ein, streng gemäß den Finanzierungs- und Anlagegrundsätzen. Besonders seit der Bankenkrise wächst in der Öffentlichkeit die Wahrnehmung des wertorientierten Bankgeschäfts, den Menschen ist das Thema zunehmend wichtig. Über 46.000 Mitglieder hat die GLS Bank. Sie bringt biologische Ernährung voran, die Energiewende, vielfältige Bildung, bezahlbaren Wohnraum und vieles mehr. Klimafreundliches Investieren gehört seit jeher zur DNA des Unternehmens. Die Bank hat bereits viele hundert Windräder und Solaranlagen finanziert und insgesamt bereits über 2,8 Milliarden Euro für erneuerbare Energien vergeben. Bei UnternehmensGrün ist die Bank seit 2008 Mitglied. Der Verband mache die Erfolge und Vorteile nachhaltigen Wirtschaftens sichtbar, immer mit der Botschaft: Wirtschaft und

¹ Vgl. Hofielen, Gerhard (2015) Progressive Unternehmensstrategien. Abrufbar unter http://unternehmensgruen.org/wp-content/uploads/2015/10/Studie_Progressive_Unternehmensstrategien102015.pdf.

Ökologie stehen nicht im Widerspruch, im Gegenteil, sie bedingen sich sogar.

Lebensmitteln ihren Wert geben: Als die BIO COMPANY 1999 den ersten Vollsortiment-Supermarkt mit Bio-Produkten eröffnete, waren weitere Filialen zunächst nicht geplant. Aber die Nachfrage der Kunden gab den entscheidenden Impuls. Mittlerweile ist die BIO COMPANY Marktführer in Berlin-Brandenburg und umfasst insgesamt 54 Märkte, davon auch einige in Dresden und Hamburg. Gut 1550 Mitarbeiter werden beschäftigt. Die Biosupermarktkette arbeitet mit vielen Zulieferern aus dem jeweiligen regionalen Umland zusammen. Wichtig ist die Balance zwischen guten Preisen für die Kunden und fairen Beziehungen zu den Produzenten. Das ist nicht immer leicht: Der konventionelle Markt drückt die Preise für viele Lebensmittel oft so tief, dass ein wirtschaftlicher Handel mit ökologischer und fairer Ware im Wettbewerb allzu schlecht dasteht. Das bildet oft nicht die wahren Preise für Lebensmittelerzeugung ab, da der konventionelle Anbau die Nachhaltigkeit außer Acht lässt. Dies betrifft beispielsweise auch die Gefahr für künftige Generationen durch Bodenbelastung mit Schadstoffen. Hingegen bedeutet der Verzicht auf Chemie automatisch mehr Aufwand und Pflege für die Bauern. Noch besser wäre es allerdings, wenn die Marktpreise generell mehr an den wahren Kosten orientiert sind, weil alle Akteure Verantwortung übernehmen. Das sind auch die Gründe, warum die BIO COMPANY 2016 UnternehmensGrün beigetreten ist: Immer wieder macht der Verband Gesellschaft und Politik auf die Missstände aufmerksam, die heute für langfristig denkende Unternehmen bestehen. Im Hinblick auf die Zukunft unserer Umwelt ist diese Stimme heute wichtiger denn je.

Fokusstrategien für Sozial- und Umweltstandards

Cradle to Cradle: Von der Wiege zur Wiege.² Um ein Produkt erfolgreich nach dem „Cradle to Cradle“-Prinzip zertifizieren zu lassen, müssen fünf Kriterien erfüllt werden:

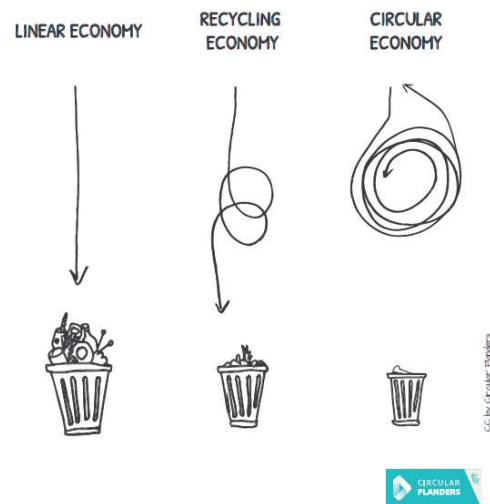
- Unschädlichkeit der verwendeten Materialien

² Vgl. Lexikon der Nachhaltigkeit (2016): Cradle to Cradle Vision. Abrufbar unter: https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/1_3_f_cradle_to_cradle_vision_1544.htm

- Wiederverwendung der Materialien
- Nutzung erneuerbarer Energien bei der Herstellung
- Verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Wasser
- Soziale Verantwortung

Immer mehr Unternehmen entwickeln ihre Produkte nach dem Cradle to Cradle-Ansatz weiter, lassen sie zertifizieren und sind damit Pioniere des Kreislaufgedankens.³

Circular Economy: Die Europäische Union arbeitet an einem Kreislaufwirtschaftspaket. Ziel dessen ist es, unser derzeitig lineares Weltwirtschaftssystem (herstellen – kaufen – wegwerfen) in ein kreislaufbasiertes Wirtschaftssystem umzuwandeln, das den Maximen einer maximalen Ressourceneffizienz und einem nachhaltigen Produktdesign (ECO Design) verschrieben ist. Neben den positiven Umweltwirkungen hat die Kreislaufwirtschaft auch ein weltweites wirtschaftliches Potenzial (516 Mrd. EUR⁴). Prognosen gehen darüber hinaus von einem Potenzial von bis zu drei Millionen neuen Jobs in der Europäischen Union aus⁵



Quelle der Abbildung: Vlaanderen Circulair,
<http://www.vlaanderen-circulair.be/nl/kennis/infografieken>

Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette: Mit Blick auf soziale Missstände ist die Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette eine zentrale Fokusstrategie. Mit der Rückverfolgbarkeit geht aber auch einher, dass die Sozial- und Um-

³ Vgl. Cradle2Cradel e.V.: <http://c2c-ev.de/>

⁴ Vgl. Ellen-MacArthur-Stiftung (2013): *Toward the Circular Economy*. Abrufbar unter: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/towards-the-circular-economy-vol-2-opportunities-for-the-consumer-goods-sector>

⁵ Vgl. Peter Mitchell and Keith James(2015): *Economic Growth Potential of more Circular Economies*. Abrufbar unter: <http://www.ciwm-journal.co.uk/wordpress/wp-content/uploads/2015/09/ECONOMIC-GROWTH-POTENTIAL-OF-MORE-CIRCULAR-ECONOMIES-FINAL-v04.09.20151.pdf>

weltstandards, die ein Unternehmen in der eigenen Produktion hat, auch in vorgelagerten Bereichen umgesetzt und eingehalten werden.

Die katastrophalen Zustände beispielsweise in der Textilproduktion haben dazu geführt, dass Politik und Wirtschaft zunehmend das Thema adressieren. Das Bündnis für nachhaltige Textilien (kurz: Textilbündnis) ist ein Zusammenschluss von Unternehmen und Organisationen mit dem Ziel, ökologische Standards sowie die Arbeits- und Lebensbedingungen in der globalen Bekleidungsindustrie in Niedriglohnländern zu verbessern. Die Initiative wurde unter Federführung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gegründet.⁶ Die Fair Wear Foundation (FWF) geht noch einen Schritt weiter – sie ist die Vereinigung verschiedener Akteure, die die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Kleidungs- und Textilindustrie zum Ziel hat. Die Stiftung überprüft, ob die beigetretenen Firmen die Richtlinien der FWF in ihrer Produktion umsetzen. Der Kodex der Organisation für Arbeitspraktiken und die Rechte von Arbeitnehmern basiert auf den Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation und der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte. In den letzten Jahren ist die Verantwortung innerhalb der Lieferkette verstärkt berücksichtigt worden, und zwar sowohl von einzelnen Unternehmen als auch von der Modewelt im Gesamten.⁷ Dazu sagt Antje von Dewitz, Geschäftsführerin von Vaude und Mitglied bei FWF: „Unser Anliegen als Unternehmen ist es, in echter Partnerschaft mit Mensch und Natur zu agieren. Seit 2008 haben wir uns auf den Weg gemacht, Europas nachhaltigster Outdoor-Ausrüster zu werden. Dies bedeutet für uns, dass wir bei allen Unternehmensentscheidungen nicht nur ökonomische, sondern auch ökologische und soziale Aspekte miteinbeziehen.“⁸

Ausblick

Ein nachhaltiges Wirtschaftssystem braucht auch einen ordnungspolitischen Rahmen, der umwelt- und zugleich sozialverträgliches Wirtschaften belohnt und Ressourcenverschwendung sanktioniert. UnternehmensGrün arbeitet daher zu Steuer- und Mittelstandspolitik, Energie- und Klimapoliti-

⁶ Vgl. BMZ (2014): Das Bündnis für nachhaltige Textilien. Abrufbar unter: <https://www.textilbuendnis.com/images/pdf/textilbuendnis.pdf>

⁷ Vgl. FWF (2016): Fair Wear Foundation unter <http://www.fairwear.org/about/>

⁸ Antje von Dewitz (2015): in: der Freitag - Eine Verlagsbeilage in Zusammenarbeit mit UnternehmensGrün e.V. Abrufbar unter: http://www.unternehmensgruen.org/wp-content/uploads/2015/03/FREXTRA_UNTERNEHMENSGRUEN_2015final.pdf

tik, Arbeit, Sozialem, Finanzpolitik, aber auch zu Freihandel und Investitionsschutz sowie zu Agro-Gentechnik.⁹ Im Rahmen der Umsetzung einer grünen Transformation bringen sich künftig auch die Mitarbeitenden der Unternehmen aktiver in den Transformationsprozess ein und gestalten ihn mit. Dazu brauchen sie konkretes Wissen um ökologische Prozesse, naturwissenschaftliche Kenntnisse und nachhaltige Schlüsselkompetenzen.

Nicht nachhaltige Produkte und Dienstleistungen haben in Unternehmen langfristig einfach keine Chance mehr. Umweltthemen und Gerechtigkeitsfragen müssen hier von Anfang an bedacht werden. Dabei spielt die Größe des Unternehmens keine Rolle.

UnternehmensGrün. Nachhaltigkeit weiterdenken

Im Bundesverband der grünen Wirtschaft engagieren sich seit 1992 Unternehmer*innen, die Verantwortung für Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft verbinden. Der Gründungsimpuls vor mehr als 25 Jahren war die Überzeugung, dass Ökologie und Wirtschaftlichkeit kein Widerspruch sind. Heute tragen diese Ideen mehr als 250 Mitgliedsunternehmen.

UnternehmensGrün setzt sich als ökologisch ausgerichteter Unternehmensverband vor allem ideell und branchenübergreifend für eine ambitionierte Umwelt- und nachhaltige Wirtschaftspolitik ein. Der Verband nimmt mit den Experten aus den Reihen seiner Mitglieder und des Vorstands Einfluss auf Gesetzgebungsprozesse, wird bei Fachanhörungen im Bundestag gehört und entwickelt Konzepte für nachhaltiges Wirtschaften. Daneben organisiert der Verband für seine Mitglieder regionale Vernetzungstreffen, Seminare, Vorträge und Tagungen (z.B. Veranstaltungsreihe Umwelt-Wirtschaftsethik). UnternehmensGrün ist Gründungsmitglied von Ecopreneur.eu, der Europäischen Vereinigung der nachhaltigen Wirtschaftsverbände. Der Verein ist parteipolitisch und finanziell unabhängig und als gemeinnützig anerkannt.

www.unternehmensgruen.de

facebook.com/unternehmensgruen // twitter.com/UnternehmensGRU

⁹ Forderungskatalog UnternehmensGrün: <http://www.unternehmensgruen.org/blog/2014/09/09/zentrale-forderungen-von-unternehmensgruen/>