



Nachhaltigkeit – Erfolgsfaktor im Mittelstand

Kongress der CDU/CSU-Bundestagsfraktion am 26. Januar 2011

Nachhaltigkeit verbindet wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, ökologische Verantwortung und soziale Gerechtigkeit eng miteinander. Diesem Gedanken folgend zielt die Nachhaltigkeitspolitik darauf ab, die drei Politikfelder Wirtschaft, Umwelt und Soziales in Einklang zu bringen, indem die Bedürfnisse der heutigen Generationen mit den Bedürfnissen künftiger Generationen fair austariert werden. Politische Entscheidungen müssen hierzu weit über die Grenzen von Legislaturperioden hinaus bewertet und optimiert werden.

Die vielen kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland leben uns einen solchermaßen längerfristigen Denkansatz schon längst vor. Nicht der kurzfristige Erfolg zählt, sondern die längere Perspektive, beispielsweise in Familienunternehmen. Besonders plastisch erkennbar wird das klare Bekenntnis zur Nachhaltigkeit auch an der Ausbildungsstärke, der regionalen Verwurzelung und dem sozialen Engagement mittelständischer Unternehmen.

Über die verschiedenen Aspekte von Nachhaltigkeit, über die notwendigen Erfolgsvoraussetzungen und Rahmenbedingungen im gelebten Alltag von mittelständischen Unternehmen haben Experten und Praktiker bei einem Kongress der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag im Januar 2011 vor über 300 interessierten Zuhörern diskutiert. Tagungsbeiträge und Hintergrundinformationen zum Thema sind in der vorliegenden Sonderausgabe des PKM-Journals zusammengestellt.

Inhalt

Grußwort	2
Volker Kauder	
Grußwort	3
Dr. Michael Fuchs	
Ökonomie, Ökologie und Soziales gehören zusammen	4
Marie-Luise Dött MdB	
Nachhaltigkeit - Erfolgsfaktor nicht nur im Mittelstand	5
Daniela Ludwig MdB	
Sozialethische und individualethische Gedanken zur Nachhaltigkeit	7
Prof. Dr. Ernst Hagenmeyer	
Der Rat für Nachhaltige Entwicklung	9
Praxisbeispiele zur Nachhaltigkeit - Die Sicht der Unternehmen ..	15





Von Volker Kauder MdB,
Vorsitzender der CDU/CSU-Fraktion
im Deutschen Bundestag

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

das hinter uns liegende Jahrzehnt war, trotz der Finanzkrise, ein Jahrzehnt, in dem weltweit ein bisher nicht gekanntes wirtschaftliches Wachstum geherrscht hat und es war ein Jahrzehnt, das das Gesicht der Erde nachhaltig verändert hat. Wir sind in einem neuen Zeitalter angekommen!

Für Deutschland war dieses Jahrzehnt eine schwierige Dekade. Die unter Rot-Grün herrschende hohe Arbeits- und Perspektivlosigkeit legte sich wie ein grauer Schleier über unser Land. Es gelang dann der Union in der nicht immer einfachen Großen Koalition unser Land wieder nach vorne zu bringen und es sicher durch die Finanz- und Wirtschaftskrise zu steuern. Jetzt, in der christlich-liberalen Koalition haben wir im Herbst der Entscheidung mit großen Reformen wie dem Energiekonzept, der Bundeswehrreform sowie der Gesundheitsreform und der leider noch immer von der SPD blockierten Hartz IV Reform dafür die Grundlagen gelegt, dass die neue Dekade ein Jahrzehnt der Zuversicht und des Wachstums werden kann.

In anderen Ländern der Europäischen Union sieht es leider weniger gut aus. Vor diesem Hintergrund erscheint es mir manchmal wie ein Wunder, vor welch guten Perspektiven die Menschen in Deutschland stehen.

Was sind die Ursachen dafür? Ich meine, unser spezifisch deutsches Verständnis von Nachhaltigkeit. Im Gegensatz zu anderen europäischen Ländern haben wir, als die Konkurrenz aus anderen Weltregionen immer stärker wurde, an unseren Industrien festgehalten. Wir haben unser bewährtes Wirtschaftsmodell nicht aufgegeben, um unser Heil in Wirtschaftsmodellen zu suchen, die damals schnellen Profit versprachen.

Deshalb steht Deutschland heute weltweit für eine moderne industrielle Basis und einen entscheidenden Anteil hieran hat unsere hoch innovative und langfristig handelnde mittelständische Industrie.

Unser Mittelstand steht für Kundenorientierung, Innovation und Verantwortung gegenüber den Beschäftigten. Unternehmer, die ihren eigenen Betrieb erfolgreich führen, müssen langfristig denken und gleichzeitig zu den notwendigen Ver-

änderungen bereit sein.

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet nicht nur, nachfolgenden Generationen ein intaktes ökologisches, sondern auch ein intaktes soziales und ökonomisches Gefüge mit einer modernen Infrastruktur zu hinterlassen.

Das ist der Anspruch, den wir erheben: Wir wollen eine wer-tegebundene, moderne Politik, die zukunftsorientiert ist und keine Zukunftsverweigerung zulässt, weil Themen wie zum Beispiel die notwendige Laufzeitverlängerung der sichersten Kernkraftwerke weltweit und die Lösung der Endlagerfrage angegangen werden, auch wenn das politisch unangenehm ist.

Nachhaltig haben wir auch gehandelt, als wir die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise bekämpfen mussten. Ich erinnere daran, wie mancher darüber den Kopf schüttelte, als Bundeskanzlerin Angela Merkel sagte, wir wollen gestärkt aus der Krise kommen. Aber es ist jetzt erreicht!

Nachhaltige Politik ist ein Markenzeichen der Union. Dies bedeutet aber auch, klaren Kurs zu halten, auch dann, wenn ein politisches Sturmtief durchfahren werden muss und das ist leider manchmal notwendig, um unser Land nach vorn zu bringen.

Sowohl in Politik als auch im Mittelstand müssen die richtigen Dinge mit langem Atem verfolgt werden, um nachhaltig zu handeln. Eine für beide Seiten nicht immer leichte, aber immer lohnende Aufgabe. Dass wir alle diese Aufgabe bisher gemeinsam gut erfüllt haben, werden die kommenden Jahre zeigen. Es wird für unser Land ein Jahrzehnt des nachhaltigen Wachstums werden.

Ihr

Volker Kauder



Von Dr. Michael Fuchs MdB,
Stellvertretender Vorsitzender der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag
Vorsitzender des Parlamentskreis Mittelstand

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

um unsere leistungsstarke Wirtschaft werden wir weltweit beneidet. Zu einem erheblichen Teil haben wir die wirtschaftliche Kraft Deutschlands und unseren Wohlstand mittelständischen Unternehmerpersönlichkeiten zu verdanken, die sich unter großem persönlichen Einsatz und mit intelligenten, tragfähigen Konzepten erfolgreich im Wettbewerb durchsetzen – immer eine Spur besser, kreativer und innovativer als die Konkurrenz.

Unsere höchste Anerkennung und Respekt verdient auch die Besonnenheit, mit der mittelständische Unternehmen auf die zurückliegende Wirtschafts- und Finanzkrise reagiert haben. Viele Unternehmen haben die erzwungene Atempause bzw. Durststrecke dazu genutzt, ihre Geschäftsprozesse und Produkte zu verbessern – wohlweislich, ohne in größerem Umfang Arbeitsplätze abzubauen.

Charakteristisch für mittelständische Unternehmer ist jedoch nicht nur ihre hohe Agilität auf dem Markt. Der Wille zum unternehmerischen Erfolg ist vielfach gepaart mit hohem Verantwortungsbewusstsein für die eigene Stadt oder Region, für die Mitarbeiter und – weiter gefasst – mit dem klaren Bekenntnis zum Standort Deutschland. Daher engagieren sich Mittelständler häufig vor Ort im sozialen Bereich oder übernehmen ehrenamtliche Aufgaben in Vereinen und Verbänden.

Im eigenen Betrieb praktizieren sie Umwelt- und Ressourcenschutz mit einem Pragmatismus und mit einer Selbstverständlichkeit, die ihresgleichen sucht. Besonders vorbildlich sind mittelständische Unternehmen darin, jungen Leuten die Chance auf eine qualifizierte Ausbildung zu geben. Das ist Engagement in einem Umfang, der oft weit über den eigenen Firmenbedarf hinausgeht. Auch eine „hire and fire“-Mentalität ist mittelständischen Unternehmen fremd. Eine enge Mitarbeiterbindung gelingt vielerorts durch flexible Arbeitsbedingungen und praktische Unterstützung, beispielsweise in der Phase der Familiengründung. Die unmittelbare „Rendite“ dafür sind motivierte Mitarbeiter und eine geringe Fluktuation.

Damit praktizieren Mittelständler mit größter Selbstverständlichkeit seit Jahrzehnten einen Handlungsansatz, der unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ verstanden wird: Nicht die kurzfristige Profitorientierung zählt, sondern der dauerhafte Erfolg.

CDU und CSU sind die treibende politische Kraft dafür, dass mittelständische Unternehmen am Standort Deutschland die Rahmenbedingungen vorfinden, die sie für „nachhaltiges Wirtschaften“ benötigen. Das ist der beste Garant dafür, dass die Soziale Marktwirtschaft Ludwig Erhards auf lange Sicht fortbesteht.

Ihr

Dr. Michael Fuchs

Nachhaltigkeits-Dreiklang: Ökonomie, Ökologie und Soziales zusammen denken

Von Marie-Luise Dött MdB

Vorsitzende der Arbeitsgruppe Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
Stellvertretende PKM-Vorsitzende



Im Titel der vom Bundestag neu eingesetzten Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität – Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft“ kommt klar zum Ausdruck, was seit der Rio-Konferenz 1992 gilt: Nachhaltigkeit wird als Dreiklang von Ökonomie, Ökologie und Sozialem verstanden und darf nicht auf „Ökologie“ verengt werden. Nachhaltigkeit ist daher auch kein Gegensatz zur „Sozialen Marktwirtschaft“, die von ihren Gründervätern ja nicht nur als eine Wirtschafts- und Sozialordnung, sondern als ein Gesellschaftsentwurf verstanden wurde. Die Berücksichtigung der natürlichen Lebensgrundlagen in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der betriebswirtschaftlichen Rechnungslegung wurde beispielsweise von Alfred Müller-Armack oder Wilhelm Röpke schon vor Jahrzehnten angemahnt. Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit in der Sozialen Marktwirtschaft und ihre entsprechende Weiterentwicklung ist also möglich.

Besonders anschaulich wird die Notwendigkeit des „Dreiklangs“ von Ökonomie, Ökologie und Sozialem bei der aktuellen Diskussion über die Energiepolitik in Deutschland. Einigkeit besteht hier bei dem Ziel, langfristig den erneuerbaren Energien Vorfahrt einzuräumen und die Ressourceneffizienz zu steigern. Der Umstieg muss aber umsichtig gestaltet werden, weil sonst die Energiepreise noch stärker steigen als bisher. Dies belastet nicht nur die Privathaushalte, sondern würde im Extremfall auch energieintensive Industrien zur Verlagerung ihrer Produktionsstätten ins Ausland zwingen. Der Umwelt wäre damit ein Bärendienst erwiesen, denn in fast allen anderen Ländern dieser Welt gelten nicht die strengen deutschen Umweltauflagen. Eine zu starke preisliche Belastung würde also nicht nur Arbeitsplätze bei uns vernichten, sondern der Umwelt letztlich sogar erheblich schaden. Welche volkswirtschaftlichen Flurschäden eine weitgehende De-Industrialisierung hervorrufen kann, sehen wir derzeit in Großbritannien. Die aktuelle wirtschaftliche Stärke in Deutschland verdanken wir unserer Industrie und ihrer Innovationskraft.

Innovation ist für ressourceneffizientes Wirtschaften entscheidend. Hier müssen wir gerade mit Blick auf die ökologische

Dimension der Nachhaltigkeit ansetzen. Mit Kreativität und Erfindergeist gilt es, immer ressourcenschonendere Technologien zu entwickeln. Dies ist eine durch und durch unternehmerische Herausforderung, und der müssen wir uns mit Unternehmergeist stellen. Gelingt dies, dann werden wir in Deutschland die entsprechenden Arbeitsplätze erhalten und neu schaffen können und so Wohlstand für alle auch weiterhin ermöglichen.

Für uns christliche Demokraten darf „Wohlstand für alle“ aber nicht an den Grenzen Deutschlands oder Europas halt machen, sondern muss für alle Menschen dieser Erde gelten. Unser Konzept der Sozialen Marktwirtschaft ist im Vertrag von Lissabon als ordnungspolitisches Leitbild für die Europäische Union verankert. Das ist ein oft unterschätzter Erfolg unserer Politik. Gemeinsam mit unseren europäischen Partnern müssen wir hierfür nun auch weltweit werben. Dabei lässt sich die deutsche Erfahrung nicht eins zu eins in andere Kulturen übertragen, aber die wichtigsten ordnungspolitischen Prinzipien werden ebenso wie die Menschenrechte überall Geltung haben, denn sie basieren ja auf dem gleichen Menschenbild. Für unsere Partnerschaften im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit und der internationalen Klima- und Umweltschutzpolitik muss daher gelten: Ressourceneffizienz lässt sich nur in einer marktwirtschaftlichen Ordnung erreichen. Die Setzung eines entsprechenden Ordnungsrahmens ist Aufgabe des Staates, aber eine entsprechende Gemeinwohlorientierung staatlichen Handelns wird es nachhaltig nur dann geben, wenn sie von einer aktiven Bürgergesellschaft eingefordert wird. Politisch nachhaltig wird eine Gesellschaftsordnung daher nur sein, wenn sie den zweiten ordnungspolitischen Dreiklang beachtet: Markt, Staat, Bürgergesellschaft.

Nachhaltigkeit in der Politik – Der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung (PBNE)

Von Daniela Ludwig MdB

Obfrau im Parlamentarischen Beirat für nachhaltige Entwicklung der CDU/CSU-Bundestagsfraktion

PKM-Vorstandsmitglied



Nachhaltigkeit ist keine Erfindung der deutschen Politik. Mit ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten knüpft die Bundesregierung an die vielfältigen staatlichen wie gesellschaftlichen Prozesse und Aktivitäten auf globaler Ebene an,

durch die sich Nachhaltigkeit in den vergangenen Jahrzehnten zu einem weltweit anerkannten Leitbild entwickelt hat. Den umfassenden Ansatz der nachhaltigen Entwicklung formulierte erstmals der Bericht der Brundtland-Kommission, einer Weltkommission für Umwelt und Entwicklung von 1987: „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen.“

Der Gedanke der Nachhaltigkeit verbindet wirtschaftliche Leistungsfähigkeit mit ökologischer Verantwortung und sozialer Gerechtigkeit. Dabei gibt es zwei Varianten: Das Säulenmodell, bei dem die drei Säulen nachhaltiger Entwicklung ein gemeinsames Dach tragen. Dieses Modell impliziert, dass alle drei Bereiche immer gleich stark sein müssen – sonst gäbe es statische Probleme beim Hausdach. Allerdings ist die Parität der drei Bereiche nicht zwingend erforderlich und auch nicht unbedingt möglich – Nachhaltigkeit bedeutet auch, Prioritäten zu setzen – auch zwischen und innerhalb der drei Bereiche. Diesem Ansatz wird das Schnittmengen-Modell eher gerecht. Hier bilden die drei Bereiche nachhaltiger Entwicklung eine gemeinsame Schnittmenge – die Gewichtung kann dabei sehr unterschiedlich ausfallen.

Unabhängig vom Modell ist aber eines klar: Die drei Zielbereiche bedingen einander. Denn auf Dauer ist kein Wirtschaftswachstum vorstellbar, das auf Raubbau an der Natur oder auf sozialen Ungerechtigkeiten beruht. Diese Erkenntnis ist Ausdruck unserer Verantwortung nicht nur für jetzige, sondern auch für künftige Generationen. Was wir heute tun, darf nachfolgenden Generationen die Chancen auf ein Leben in einer intakten Umwelt und in Wohlstand nicht nehmen. Wir müssen bei unseren politischen Entscheidungen heute schon an morgen denken.

Wenn es um die Verankerung des Nachhaltigkeitskonzepts in

der Politik geht, dann stoßen zwei Welten aufeinander. Nachhaltige Politik schaut auf die lange Frist. Kurzfristige Erfolge sind ihr nicht so wichtig, wie ein Kurs der auf große Distanz zu den richtigen Zielen in der Umwelt-, Finanz-, Wirtschafts- und Sozialpolitik führt. Die politische Realität hingegen sieht ganz anders aus: Parlamente denken in 4- oder 5-jährigen Wahlperioden. Gesetze, politische Entscheidungen sollen nach Möglichkeit so beschaffen sein, dass sie noch vor der nächsten Wahl Früchte tragen. Die Politiker sind dabei so gut oder schlecht wie die Bürger, um deren Stimmen sie werben: Auch sie wollen rasche Erfolge, spürbare Verbesserungen und lassen sich nicht unbedingt mit Versprechungen für die entferntere Zukunft abspesen. Unser demokratisches Entscheidungssystem befördert also nicht gerade eine nachhaltige Politik.

Das „Neue“ und politisch „Unerhörte“ am Thema Nachhaltigkeit ist die Forderung nach Gerechtigkeit für kommende Generationen, also für Menschen, die noch gar nicht existieren.

Der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung ist der Versuch einer Antwort auf dieses Dilemma. Genau deswegen ist er ein recht ungewöhnliches, ja geradezu exotisches Gremium im Deutschen Bundestag. Natürlich vermag ein parlamentarischer Beirat die Gesetzmäßigkeiten der demokratischen Repräsentation nicht außer Kraft zu setzen. Mit dem Parlamentarischen Beirat für nachhaltige Entwicklung (PBNE) hat der Bundestag ein Instrument geschaffen, mit dem die inzwischen weithin anerkannten Ideen der Generationengerechtigkeit und der Nachhaltigkeit in den politischen Prozess wirksam eingespeist werden können. Die Verankerung der Nachhaltigkeit in einem eigenen parlamentarischen Gremium entspricht dabei der Bedeutung dieser Querschnittsaufgabe. Mit der erneuten Einsetzung des Parlamentarischen Beirats für nachhaltige Entwicklung im Dezember 2009 hat das Parlament seine aktive Rolle in der Debatte um Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit weiter verstärkt. Der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung wurde von 20 auf 22 Mitglieder aufgestockt.

Dem Parlamentarischen Beirat wurden gemäß Einsetzungsbeschluss unter anderen die Aufgaben übertragen, sich an der

Weiterentwicklung der nationalen und europäischen Nachhaltigkeitsstrategie zu beteiligen, die auf Regierungsebene geschaffenen Institutionen auf parlamentarischer Ebene zu begleiten und Kontaktpflege zu anderen Parlamenten sowie gesellschaftlichen Gruppen, die sich mit Nachhaltigkeit befassen, zu pflegen. Dabei kann sich der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung eigene Schwerpunkte für seine Arbeit setzen. Ebenso hat er die Möglichkeit, sich in Selbstbefassung mit allen Themenfeldern zu beschäftigen, die aus seiner Sicht wichtig sind, und dem federführenden Ausschuss Stellungnahmen vorzulegen.

Eine nachhaltige Entwicklung ist eine langfristige und politikfeldübergreifende Aufgabe, bei deren Gestaltung über den Tellerrand kurzfristiger politischer Entscheidungen innerhalb einer Legislaturperiode hinaus geschaut werden muss. Daher ist die Arbeit des Parlamentarischen Beirates darauf ausgerichtet, seine Beschlüsse nach Möglichkeit konsensual zu fassen.

Die CDU/CSU-Bundestagsfraktion ist die einzige Fraktion im Deutschen Bundestag, die ihre AG zum PBNE mit einer Referenten-Vollzeitstelle ausgestattet hat. Die Unionsfraktion übernimmt damit eine auch von anderen Fraktionen und externen Stellen viel beachtete Vorreiterrolle im Nachhaltigkeitsmanagement des Deutschen Bundestages.

Auf Initiative des PBNE wurde mit Beginn der 17. Wahlperiode in die Gesetzesfolgenabschätzung eine obligatorische Nachhaltigkeitsprüfung integriert. Damit müssen alle Gesetzentwürfe und Verordnungen der Bundesregierung nunmehr verpflichtend Aussagen darüber enthalten, welche Auswirkungen das Vorhaben auf eine nachhaltige Entwicklung hat. Der PBNE wurde beauftragt, die Nachhaltigkeitsprüfung zu kontrollieren und zu bewerten. Er kann damit einen bedeutenden Beitrag zur nachhaltigen Gesetzgebung in Deutschland leisten. Die Nachhaltigkeitsprüfung in der Gesetzesfolgenabschätzung leistet einen entscheidenden Beitrag, politische Entscheidungen in Deutschland aus der strukturellen Gegenwartsbezogenheit und der Kurzfristigkeit von Legislaturperioden herauszulösen und den Horizont in der Gesetzesfolgenabschätzung deutlich zu erweitern. Die Nachhaltigkeitsprüfung nimmt uns zwar keine politische Entscheidung ab. Allerdings werden durch die Nachhaltigkeitsprüfung und deren Bewertung im parlamentarischen Gesetzgebungsverfahren politische Entscheidungsabläufe transparent und nachvollziehbar. Damit leistet die Nachhaltigkeitsprüfung auch einen entscheidenden Beitrag zur Verbesserung des politischen Diskurses in der deutschen Öffentlichkeit.

Der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung

versteht sich als Impulsgeber und Begleiter der nationalen aber auch der Europäischen Nachhaltigkeitsstrategie. Um das Nachhaltigkeitsmanagement im Deutschen Bundestag weiter auszubauen, sollte der PBNE als dauerhaftes Gremium des Parlaments installiert werden. Zudem streben wir an, sowohl die Federführung für die nationale und Europäische Nachhaltigkeitsstrategie auf den PBNE zu übertragen, als auch das Verfahren zur Nachhaltigkeitsprüfung in der Geschäftsordnung des Deutschen Bundestages zu verankern, um so die Prinzipien nachhaltiger Entwicklung noch stärker in den parlamentarischen Alltag zu integrieren.

Nachhaltigkeit lohnt mehr als der kurzfristige vermeintliche Erfolg. Das Prinzip der nachhaltigen Entwicklung beeinflusst alle Politikfelder. Technologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Fortschritt muss sich an diesem Prinzip messen lassen. Nachhaltigkeit muss Leitprinzip der deutschen Politik sein und dort umfassend und konsequent Berücksichtigung finden. Die Nachhaltigkeitsstrategie ist eine Zukunftsstrategie: wenn Nachhaltigkeit als politische, gesellschaftliche und ökonomische Querschnittsaufgabe begriffen wird, kann sie zum Innovationsmotor werden. Wir haben die Möglichkeit, gemeinsam diesen Motor am Laufen zu halten. Wir Mitglieder des Parlamentarischen Beirates laden alle ein, an diesem Prozess mitzuwirken.

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor im Mittelstand - sozialethische und individuelle Gedanken

Von Prof. Dr. Ernst Hagenmeyer

Leiter des Arbeitskreises Nachhaltigkeit des Bundes Katholischer Unternehmer (BKU)

Vorbemerkungen

Der verantwortungsvolle Unternehmer betrachtet das Thema Nachhaltigkeit stets als Chance und Risiko. Dabei will er im Rahmen einer festgelegten staatlichen Ordnung so viel Markt wie möglich bewahren, um höchstmögliche Effektivität und Effizienz zu erreichen. Es liegt in seiner Natur, für etwas zu sein, etwas zu bewegen, etwas besser zu machen, etwas anzuschieben, und das nicht dilettantisch, sondern mit der Kompetenz, die den verantwortungsvollen und erfolgreichen Unternehmer auszeichnet.

Nachhaltigkeit

Bei der Konferenz der UN über Umwelt und Entwicklung in Rio 1992 wurde Nachhaltigkeit als ein Gleichgewicht von Ökonomie, Ökologie und Sozialem definiert; dabei sind die Betrachtungsebenen – lokal, regional, national, global – und die Betrachtungsbereiche wie zum Beispiel Gesellschaft, Lebensstil, Mobilität, Energieversorgung usw. von Bedeutung und ihre Balance eine Herausforderung.

Wollten wir zum Beispiel die Menschen in den Entwicklungsländern mit unseren strengen Umweltschutzrichtlinien beglücken, so würde das zu einer Fortsetzung ihrer wirtschaftlichen Armut führen. Umgekehrt versteht es sich auch in entwickelten Ländern von selbst, dass eine Überbetonung der Ökonomie zu ökologischen und zu sozialen Defiziten führen würde. Wir haben in unserer Gesellschaft in der Sozialen Marktwirtschaft eine gute Balance gefunden, die Antriebskräfte des Marktes mit einer gewissen sozialen Harmonie zu verbinden. Mit dieser Erfahrung ausgestattet, müsste es auch gelingen, als drittes Bein die Ökologie in ein stabiles Gleichgewicht mit den beiden anderen Kriterien zu bringen.

Die stark anthropozentrische Ethik des Christentums sieht den Menschen als ein Wesen, das in die Natur eingebettet ist und diese gleichwohl aufgrund seines Geistes und seiner Vernunft und somit seiner unveräußerlichen Würde übertrifft. Demgegenüber gibt es in unserer heutigen, modernen Gesellschaft ökozentrische Gegenmodelle, die zwischen einem Eigenwert der außermenschlichen Natur und der besonderen Würde des Menschen keinen Unterschied mehr annehmen. Infolgedessen werden unmittelbare und gleichwertige Schutz- und Achtungspflichten des Menschen gegenüber der Natur postuliert. Eine Konvergenz dieser bei-

den Modelle ist schwierig, aber auf die Dauer im Sinne nachhaltiger Lebensstile von großer Bedeutung.

Soziale Marktwirtschaft

Wir gehen von unserem Erfolgsmodell der Sozialen Marktwirtschaft aus und versuchen, es an der Triade Soziales, Ökonomie, und jetzt zusätzlich Ökologie widerzuspiegeln. Dabei sind wir der Meinung, dass die Soziale Marktwirtschaft nicht einfach eine Zählung des Kapitalismus ist, sondern mehr, vielleicht sogar umgekehrt ein sozialer Ansatz mit hoher wirtschaftlicher Effizienz. Das Hinzufügen der Ökologie ist nicht einfach mit Andocken zu machen, zu viele Kräfte und Beziehungslinien müssen neu definiert werden. Darüber hinaus findet weder im Marktgeschehen noch bei der Behandlung der sozialen Aspekte – vielleicht eher bei Fragen der Ökologie – eine Internalisierung zukünftiger Entwicklungen statt. Langfristigkeit, Generationengerechtigkeit, globale Aspekte müssen bei einer Weiterentwicklung der Sozialen Marktwirtschaft unter Einschluss ökologischer Perspektiven beachtet werden. Dies vertrat übrigens schon Alfred Müller-Armack 1959 in einem Vortrag über „Die Soziale Marktwirtschaft nach einem Jahrzehnt ihrer Erprobung“. Viel spricht also dafür, nicht einfach das erfolgreiche Modell fortzuschreiben, sondern einen erneuerten Entwurf zu wagen. Die ordnungspolitischen Grundprinzipien und Leitlinien für dieses neue Modell müssen folgende Kriterien enthalten: (1) Wettbewerb und Markt einschließlich der Souveränität der Konsumenten; (2) Internalisierung externer Kosten; (3) Fortentwicklung der sozialen Sicherungssysteme und Generationengerechtigkeit; (4) Bewahrung der Schöpfung, Natur und Kultur, Armutsbekämpfung und Umweltschutz.

Aus der Sicht des Unternehmers, der mit unternehmerischer Freiheit möglichst viel gestalten will, ist es von existenzieller Bedeutung, dass sich der Staat auf ordnungspolitische Grundprinzipien bzw. Leitlinien beschränkt. Dies ist nicht die Forderung nach einem schwachen Staat, sondern mehr nach einem schlanken aber gleichwohl athletischen, der kraftvoll ordnet, was sein muss, aber sich nicht über alles ausbreitet und damit unternehmerische Ansätze erdrückt. In diesem Rahmen kommt dem Einzelnen und besonders dem unternehmerisch Tätigen eine besondere Verantwortung zu, der im „bku-Unternehmerspiegel“ (siehe S. 8) Ausdruck findet.

Unternehmerspiegel Nachhaltigkeit

Für einen verantwortungsvollen Umgang mit unternehmerischer Freiheit



Ökonomische Nachhaltigkeit:

Gewinn ist die Voraussetzung für unternehmerische Freiheit

- Nutze ich diese Freiheit, um die Existenz des Unternehmens langfristig zu sichern und seine Substanz zu stärken?
- Habe ich ein Vision, wo ich in 10 – 20 Jahren mit meinem Unternehmen stehen will? Wie sieht meine entsprechende Unternehmensstrategie aus?
- Welche Wettbewerbsvorteile hat mein Unternehmen in 5 Jahren? Wie gewinnt mein Unternehmen genügend Innovationskraft zu deren kontinuierlicher Erneuerung?
- Wie anpassungs- und wandlungsfähig ist mein Unternehmen, um auf Veränderungen des Marktumfeldes zu reagieren? Welche Indikatoren und Kennziffern signalisieren mir Handlungsbedarf?
- Habe ich die richtigen Führungs- und Fachkräfte für die Umsetzung meiner Unternehmensziele? Wie vermeide ich Abhängigkeiten von Einzelnen? Wer kann mich ersetzen, falls ich selbst plötzlich – gar für länger – ausfallen sollte?
- Wie sieht meine Mitarbeiterstruktur aus? Achte ich auf eine gute Mischung von jung und alt, erfahren und innovativ? Wie gestalte ich die Nachwuchsförderung und Weiterbildung?
- Wie sieht meine Kundenstruktur aus? Gibt es substantielle Abhängigkeiten und wie gehe ich damit um? Kümmere ich mich um die Erschließung von Zukunftsmärkten?
- Verhalte ich mich gegenüber Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten fair und leistungsgerecht? Wie Sorge ich für auf Vertrauen basierende Geschäftsbeziehungen?
- Wer sind meine vertrauensvollen, sachkundigen und kritischen Ratgeber, auf die ich mich in guten wie in schlechten Tagen verlassen kann?
- Ist die Eigentümerstruktur zukunftsfähig? Wie lässt sich das Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital optimieren?
- Wie ist die Unternehmensnachfolge/-übergabe geregelt?
- Welche anderen Risiken könnten die Existenz des Unternehmens gefährden? Wie reagiere ich darauf? Sind mein Management, meine IT-Systeme und ich auf Krisen und Unvorhergesehenes vorbereitet?

Ökologische Nachhaltigkeit:

Die Nutzung von Gottes Schöpfung macht unternehmerische Wertschöpfung erst möglich

- Welcher Ressourcenbedarf besteht bei der Herstellung meiner Produkte und wie kann ich ihn reduzieren?
- Wie helfen meine Produkte meinen Kunden, ihren Ressourcenbedarf zu verringern und langfristige Kosten zu senken?
- Wie belastet mein Produkt bei der Herstellung, der Verwertung und Entsorgung die Umwelt und wie kann ich die Belastung minimieren?
- Kenne ich den „ökologischen Rucksack“, den ich beim Einkauf übernehme, und wie kann ich ihn reduzieren?
- Ist das Thema Ressourcenschonung ein Teil meiner Lieferantenbewertung?

- Ist Ressourceneffizienz Teil meiner Unternehmenskultur und der Zielvereinbarungen mit meinen Mitarbeitern?
- Wie analysiere ich meinen Energie- und Ressourcenverbrauch? Welche Konsequenzen ziehe ich daraus im Produktionsalltag und bei Investitionsentscheidungen?
- Was bedeutet es für meine Produktionsprozesse und Standorte, wenn sich die Energie- und Transportkosten in Zukunft verdoppeln oder verdreifachen?
- Welche Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmern und der Beratung nutze ich?

Soziale Nachhaltigkeit:

Jedes Unternehmen lebt vom Einsatz und der Kreativität seiner Mitarbeiter sowie von gesellschaftlichen Voraussetzungen, die es selbst nicht schaffen kann

- Arbeitszeit ist Lebenszeit! Wie Sorge ich dafür, dass meine Mitarbeiter gerne und motiviert arbeiten und Sinn in ihrem Tun erfahren?
- Kommuniziere ich meine unternehmerischen Ziele und Entscheidungen so, dass jeder Mitarbeiter sie verstehen kann? Wie stelle ich sicher, dass ich von meinen Mitarbeitern ehrliche Rückmeldungen erhalte und an sie gebe? Wie prüfe ich das?
- Jeder Mitarbeiter ist Person! Ist der Umgang mit meinen Mitarbeitern „berechnend“ oder von echter Wertschätzung geleitet? Nehme ich ihr familiäres Umfeld wahr und habe ich ein offenes Ohr für ihre Sorgen und Nöte?
- Wie fördere ich konkret die Eigenverantwortlichkeit meiner Mitarbeiter?
- Wie schaffe ich ein faires und leistungsgerechtes Vergütungssystem? Wie beteilige ich meine Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens?
- Berücksichtige ich die familiären Bedürfnisse meiner Mitarbeiter oder verlange ich maximale Flexibilität und Mobilität? Was tue ich, um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie meiner Mitarbeiter zu fördern?
- Umfasst die Arbeitsplatzgestaltung neben dem Arbeitsschutz auch präventive Elemente? Wie kann ich durch geeignete Gestaltung die Motivation meiner Mitarbeiter erhöhen?
- Wie kann ich bei der Mitarbeiterauswahl und -ausbildung einen angemessenen Beitrag zur Integration von Schwächeren oder Randgruppen leisten?
- Wo engagiere ich mich gesellschaftlich oder sozial über das Zahlen von Steuern und Abgaben hinaus?
- Wie wirkt sich mein unternehmerisches Handeln auf die Lebenschancen der Ärmsten der Armen aus?
- Sind meine persönlichen Entnahmen aus dem Unternehmen dem angemessen, was ich anderen für Ihre Leistung zugestehe?
- Berücksichtige ich die Bedürfnisse meiner Familie? Bin ich für mein betriebliches und familiäres Umfeld ein Vorbild?
- Wie haushalte ich mit meinen eigenen Kräften? Achte ich auf meine Gesundheit?
- Was hält den Unternehmergeist in mir lebendig, gibt mir die innere Kraft, die Herausforderungen der Zukunft entschlossen anzugehen?

Kurz und bündig: Der Rat für Nachhaltige Entwicklung

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) ist ein Beratungsgremium mit Mandat der Bundesregierung. Dem Rat gehören 15 Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens an. Bundeskanzlerin Angela Merkel hat die aktuellen Ratsmitglieder im Juni 2010 für drei Jahre berufen. Erstmals berufen wurde der Rat im April 2001 vom damaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder.

Aufgaben

Die Bundesregierung hat den Rat mit folgenden Aufgaben betraut:

- Beiträge zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln,
- konkrete Handlungsfelder und Projekte benennen,
- die öffentliche Diskussion über Nachhaltigkeit stärken.

Vorsitz

Der Vorsitzende des Rates ist Hans-Peter Repnik. Er gehörte dem Deutschen Bundestag sieben Legislaturperioden lang als direkt gewählter Abgeordneter an, war Parlamentarischer Geschäftsführer der CDU/CSU-Fraktion und Parlamentarischer Staatssekretär sowie Vorstandsvorsitzender der Duales System Deutschland GmbH. Marlehn Thieme, Mitglied des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland und im Aufsichtsrat sowie in leitender Position bei der Deutschen Bank AG tätig, ist stellvertretende Vorsitzende des Rates.

Anliegen

Der Rat will die nachhaltige Entwicklung zu einem wesentlichen Ziel und Handlungsfeld der Politik machen, bei Bürgerinnen und Bürgern wirkt er auf einen bewusst nachhaltigen Lebensstil hin und drängt auf Nachhaltigkeit bei wirtschaftlichem Handeln. Er will die gesellschaftliche Diskussion über Nachhaltigkeit verbreitern und ihre Ergebnisse wirkungsvoller und verbindlicher machen.

Angesichts der zunehmend populären, aber auch inhaltlich beliebiger werdenden Verwendung des Begriffes Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit ist es Anliegen des Rates, klar herauszustellen, worum es geht: Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet: Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne

das andere nicht zu haben.

Ergebnisse

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung prägt die Fortentwicklung der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie im kritischen Dialog mit der Bundesregierung und mit Akteuren in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Er hat unter anderem dafür Sorge getragen, dass quantifizierte Nachhaltigkeitsziele festgelegt und durch Indikatoren überprüfbar wurden. Aktuell bringt der Rat den Entwurf zu einem „Deutschen Nachhaltigkeitskodex“ in die Diskussion mit Experten, Stakeholdern und der Öffentlichkeit. Die jüngste politische Empfehlung des Rates fordert eine Stabilisierung der Finanzmärkte durch Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Aktuell bringt der Rat eine Initiative von 16 Oberbürgermeistern für nachhaltige Kommunalentwicklung, Klima- und Finanzpolitik auf den Weg. 2009 organisierte der Rat die kritische Analyse der deutschen Nachhaltigkeitspolitik durch internationale Experten (Peer Review). Bundestag und Bundesregierung haben ihren Bericht „Sustainability: Made in Germany“ zur Fortentwicklung der Nachhaltigkeitspolitik genutzt.

Instrumente

• Dialog mit der Bundesregierung

Der Rat äußert sich in politischen Empfehlungen und Stellungnahmen gegenüber dem Vorsitzenden des Staatssekretärsausschusses für nachhaltige Entwicklung, dem Bundesminister und Chef des Bundeskanzleramts Ronald Pofalla. Wichtige Themen sind die nationale Nachhaltigkeitsstrategie mit ihren Zielen, Indikatoren und Institutionen sowie Deutschlands globale Verantwortung. Der Rat hat sich in der Vergangenheit zu Sachthemen u.a. zur öffentlichen Beschaffung und zu Konsumfragen, zur Energie- und Klimapolitik, zur Forschungspolitik, zur Flächeninanspruchnahme sowie zur Verantwortung von Unternehmen geäußert.

• Politische Öffentlichkeit

Der Rat spricht neben der Bundesregierung auch andere Akteure gezielt an. Dazu nutzt er unter anderem seine jährliche Konferenz mit Beiträgen namhafter Politiker und Nachhaltigkeitsexperten und mit wechselnden Formaten und Beteiligungsmöglichkeiten für das Publikum. Die Veranstaltung hat sich zur zentralen deutschen Konferenz für Nachhaltigkeitspolitik entwickelt. 2010 nahmen mehr als 1.300 Menschen teil. Der Rat ist Mitglied des europäischen Netzwerkes European Environment and Sustai-

nable Development Councils (EEAC) und in vielen weiteren Netzwerken aktiv.

- **Qualitätslabel „Werkstatt N“**

Der Rat verleiht besonderen Nachhaltigkeitsinitiativen für jeweils ein Jahr das Qualitätslabel „Werkstatt N“. Die 2010 begonnene Aktion würdigt den vielfältigen persönlichen Einsatz von Menschen für eine nachhaltigere Gesellschaft und verhilft ihm zu größerer Öffentlichkeit. Näheres unter www.werkstatt-n.de

- **Publikationen**

Der Rat veröffentlicht Stellungnahmen, Empfehlungen, Studien und seinen Einkaufsführer „Der nachhaltige Warenkorb“ als gedruckte und digitale Broschüren. Daneben äußert sich der Rat in aktuellen Pressemitteilungen. Publikationen des Rates sind kostenlos und online unter www.nachhaltigkeitsrat.de bestell- und herunterladbar. Dort ist auch der zweiwöchentlich erscheinende RNE-Newsletter „News Nachhaltigkeit“ zu abonnieren.

Vorhaben 2011

Am 20. Juni richtet der Rat seine öffentliche Jahreskonferenz 2011 im Berliner Tempodrom aus. Einen wichtigen Beitrag dazu wird die RNE-Dialogkonferenz „Dialoge_Zukunft_Vision2050“ im März liefern, deren Teilnehmer gemeinsam Wege in eine nachhaltige Gesellschaft finden wollen. Ferner setzt der Rat in diesem Jahr seine Arbeit zur kommunalen Nachhaltigkeitspolitik fort und intensiviert die öffentliche Debatte über einen Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Darüber hinaus wird der Rat sich an der Fortschreibung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie beteiligen und Ansätze zu einer nachhaltigen Rohstoffpolitik erarbeiten. Außerdem stehen Beiträge zur Vorbereitung der UN-Weltkonferenz zur nachhaltigen Entwicklung 2012 in Brasilien auf der Agenda.

Ratsmitglieder

Hans-Peter Repnik, Vorsitzender des Rates, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung a.D., Mitglied des Bundestages a.D. und Rechtsanwalt

Marlehn Thieme, stellvertretende Vorsitzende des Rates, Mitglied des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland, Director der Deutsche Bank AG

Dr. Heinrich Graf von Bassewitz, Landwirt, Bundesbeauftragter für ökologischen Landbau des Deutschen Bauernverbandes (DBV) und Mitglied des DBV-Präsidiums

Dr. Ursula Eid, Parlamentarische Staatssekretärin im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung a.D.

Dr. Joachim Faber, Mitglied des Vorstands der Allianz SE Asset Management

Dr. Hans Geisler, Sächsischer Staatsminister für Soziales, Gesundheit, Jugend und Familie a.D.

Walter Hirche, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesumweltministerium a.D., Minister a.D. in Niedersachsen und Brandenburg, Präsident Deutsche Unesco-Kommission

Dr. Franz-Josef Overbeck, Bischof von Essen

Prof. Dr. Lucia A. Reisch, Professorin an der Copenhagen Business School und der Zeppelin Universität Friedrichshafen

Max Schön, Geschäftsführender Gesellschafter der Max Schön Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Service KG, Präsident der Deutschen Gesellschaft „The Club of Rome“ Vorsitzender des Aufsichtsrats der DESERTEC Foundation

Dr. Eric Schweitzer, Vorstandsmitglied ALBA AG, Präsident der Berliner Industrie- und Handelskammer

Olaf Tschimpke, Präsident des Naturschutzbund Deutschland (NABU)

Michael Vassiliadis, Vorsitzender der Industriegewerkschaft IG BCE

Hubert Weinzierl, Präsident des Deutschen Naturschutzrings (DNR), Vorsitzender des Kuratoriums der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU)

Prof. Dr. Angelika Zahrt, Ehrenvorsitzende des Bundes für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND)

Kontakt:

Rat für Nachhaltige Entwicklung, GSt c/o GIZ
 Dr. Günther Bachmann
 Potsdamer Platz 10, D-10785 Berlin
 [T] +49(0)30 408190.121
 [F] +49(0)30 408190.125
 [E] guenther.bachmann@nachhaltigkeitsrat.de
 [W] www.nachhaltigkeitsrat.de

Pressekontakt:

Rat für Nachhaltige Entwicklung, GSt. c/o GIZ
 Christian Schaudwet
 Potsdamer Platz 10, D-10785 Berlin
 [T] +49 (0)30 408190-233
 [F] +49 (0)30 408190 22-233
 [E]: christian.schaudwet@nachhaltigkeitsrat.de
 [W] www.nachhaltigkeitsrat.de

Vorbemerkung

Der Rat für Nachhaltige Entwicklung erörtert regelmäßig das Arbeitsprogramm für die mittelfristigen Aufgaben. Die in der Mandatsperiode des im Juni neu konstituierten Nachhaltigkeitsrates erste Sitzung hat am 8. und 9. September 2010 stattgefunden. Das Arbeitsprogramm wurde diskutiert und verschiedene erste Arbeitsschritte vereinbart.

Nachfolgend werden die Arbeitsansätze und -ziele inhaltlich in einer redaktionellen Zusammenfassung der Geschäftsstelle wiedergegeben.

1. Politische Bezugspunkte für die Arbeit des Nachhaltigkeitsrates 2010 – 2013

Der gesellschaftliche Dialog über Themen und Prozesse der nachhaltigen Entwicklung soll intensiviert werden. Das ist auch der Wunsch der Bundesregierung. Die bewährte Arbeit des Rates mit interessanten Kombinationen von Dialogpartnern soll fortgesetzt und der Informationsfluss zwischen Ressorts und dem Rat sollen intensiviert werden.

Der Rat wird sich auch weiterhin kontinuierlich bei der Fortschreibung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie einbringen. Die Bundesregierung plant 2010/2011 zwei Konsultationsphasen zum Fortschrittsbericht. Hieran wird sich der Rat beteiligen. Darüber hinaus werden auch weiter Grundsatzfragen zur Institutionalisierung von Nachhaltigkeit in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft und hierbei insbesondere die „weichen“ Verknüpfungen zum Beispiel von Bund und Länder-Nachhaltigkeitsstrategien anzusprechen sein.

Die für 2012 anberaumte UN-Konferenz zur nachhaltigen Entwicklung (UNCSD 2012) bildet einen wichtigen Bezugspunkt für die Arbeiten des Nachhaltigkeitsrates. Es geht um Grundlagen für „nachhaltiges Wirtschaften“ (UN: green economy) und die Frage nach geeigneten institutionellen Strukturen, um nationales Handeln und die internationale Dimension zu verknüpfen.

2. Übergeordnete Fragenstellungen, die die Arbeiten durchziehen

Die gesellschaftliche Diskussion um Nachhaltigkeit kann sich nicht in der Erörterung von Zielen und Indikatoren sowie der Initiierung von Projekten erschöpfen. Vielmehr muss es auch um die Erörterung und Meinungsbildung zu einigen teils sehr grundsätzlichen Themenkreisen gehen.

Um Visionen einer nachhaltigen Zukunft entwerfen zu kön-

nen bedarf es einer gesellschaftlichen Verständigung über Wertbegriffe wie Fortschritt, Vernunft, Kultur und Wachstum, aber auch über den Umgang mit Wissen, Verantwortung und den Begriff Nachhaltigkeit im Allgemeinen. Dazu gehören auch die gesellschaftliche Einstellung zu Techniken und Großtechniken oder auch der Langfristigkeit von Fehlentwicklungen etwa bei Investitionen oder im Immobilienbestand.

Verknüpft mit der Entwicklung von Zukunftsvisionen sind Fragen nach der Rolle von Wissen, Wissenschaft und Verantwortung unserer Gesellschaft. Wie entsteht Zusammenhangs- und Orientierungswissen? Wie wird es handlungsrelevant? Wie entsteht aus partikulären Wissen-Bausteinen so etwas die gesellschaftliche Gewissheit (Sicherheit und Vertrauen), handeln zu müssen und handeln zu können? Wie wird mit „Komplexität“ und Prozessdenken umgegangen? Welche Rolle haben die Institutionen der Nachhaltigkeitspolitik, die Medien und die Politik? Damit der Begriff Nachhaltigkeit nicht beliebig verwendet wird, entsteht für den Nachhaltigkeitsrat die Frage, wie die Nutzung des Begriffes Nachhaltigkeit inhaltsstärker werden kann, und wie dabei trotzdem die umfassende Dialog-Rolle ausgebaut wird.

Damit Richtlinienentscheidungen der Politik auch als solche erkannt und akzeptiert werden, versteht es der Rat als Aufgabe, den gesellschaftlichen Diskurs so mitzugestalten, dass die Qualität von Langfrist-Entscheidungen gefördert und verbessert wird.

3. Prioritäre einzelne Themen für den Nachhaltigkeitsrat

„Vision 2050. Dialoge Zukunft“

Anknüpfend an die Ergebnisse des Peer Review zur deutschen Nachhaltigkeitspolitik (2009) will der RNE das Fehlen einer übergreifenden Vision zur Nachhaltigkeit und einer Leitbild-Debatte aufgreifen. Angesichts des weltweit zu erwartenden Bevölkerungswachstums sind technologische Sprünge und wissenschaftliche Innovationen notwendig, die uns vor neue, auch ethische Herausforderungen stellen. Ein konkreter Baustein, um das *Grand Design* bis zum Jahr 2050 zu entwickeln, ist das Projekt „Vision 2050. Dialoge Zukunft“. Durch die Einbindung unterschiedlicher gesellschaftlicher Akteure sollen in einem mehrstufigen Dialogprojekt neue und weitergehende Anstöße für wirkungsvolle Ziele und Vereinbarungen, gesellschaftliche Allianzen und Konventionen erzielt werden. Dieser Dialog wird methodisch und inhaltlich auf junge Leute mit Durchblick gesetzt, die untereinander, mit Ratsmitgliedern und einer Bandbreite gesellschaftlicher Akteure diskutieren.

„Rohstoffland Deutschland“?

Trotz einer gut eingespielten Rohstoff- und Recyclingwirtschaft bleibt es vorerst dabei, dass Deutschlands Konsum ein großes, nicht erschlossenes Rohstoff-Lager bildet. Für strategische Rohstoffe gibt es bisher keine geschlossene Kreislaufwirtschaft. Mit einem „Made in Germany“-Ansatz zur Rohstoffgewinnung aus der Wertstofftonne (im Englischen oft *urban mining*) könnte eine Trendwende gelingen. Der Rat will sich des Themas annehmen, um Ansätze einer nachhaltigen Rohstoffpolitik herauszuarbeiten. Das soll neben den Massenrohstoffen auch so genannte strategische Rohstoffe betreffen. Die Stärkung verantwortungsbewusster Strukturen in den Rohstoff-Ländern ist angesichts der steigenden Ressourcennachfrage und den damit verbundenen Belastungen für Umwelt und Klima in rohstoffreichen Ländern eine wichtige Aufgabe.

Nachhaltiges Wirtschaften, Konsum und Lebensstile

Das Thema „Nachhaltiges Wirtschaften“ steht ganz oben auf der deutschen und internationalen Agenda und wird weiter an Bedeutung gewinnen. Der Nachhaltigkeitsrat kann seine bisherige Rolle ausbauen und stärkeren Einfluss auf die Gestaltung des Ordnungsrahmens einer nachhaltigen Wirtschaft nehmen. Dabei strebt der RNE an, nachhaltiges Wirtschaften eng mit den Themen Konsum und Lebensstile zu bearbeiten. Gefragt wird nach der Zukunft des Wirtschaftens allgemein und nach konkreten Teilschritten etwa zur Zukunft der Produktinformationen, der Sicherstellung von Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeits-Siegel. Die Empfehlung des Nachhaltigkeitsrates „Konsum und Nachhaltigkeit“ sollte in ihrer Substanz weiter verfolgt werden. Der Aspekt Gesundheit und Lebensweise soll als strategisches Element der Konsumpolitik ausgebaut werden. Ein Schwerpunkt ist dabei auch auf die Kommunikation des Anliegens der Nachhaltigkeit zu legen. Das Projekt „Nachhaltiger Warenkorb“ soll fortgeführt werden.

Das Thema „nachhaltiges Wirtschaften (green economy)“ soll unter Einbeziehung des globalen Kontextes (Peer Review, UNEP/OECD) grundsätzlich aufgegriffen werden. Was sind die Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens (principles of Charta for sustainable economy (G20), UNEP, OECD, EU)? Was sind spezifische Beiträge aus Deutschland? Wie erreicht man die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Politik, die notwendig ist, um Handlungskonzepte (im Englischen oft als Road Maps bezeichnet) zur nachhaltigen Entwicklung zu beschreiben? Sind „grüne Arbeitsplätze“ verbunden mit „guter Arbeit“? Weitere spezifische Themen sind

- Vorschläge zur Nachhaltigkeits-Messung in der volkswirtschaftlichen Entwicklung,
- Erarbeitung eines „Deutschen Nachhaltigkeitskodex“,
- Anerkennung von Unternehmensleistungen zur nachhaltigen Entwicklung.

Nachhaltige Stadt – Oberbürgermeister für Nachhaltigkeit

Der RNE steht mit Oberbürgermeistern im Gespräch, die sich in ihren Städten auf besondere und führende Art und Weise der Idee und dem praktischen Vorankommen zur Nachhaltigkeit widmen. Sie entwickeln gemeinsam Grundsätze zur nachhaltigen Stadtentwicklung und formulieren politische Forderungen aus kommunaler Sicht. Ein Strategiepapier soll der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Das weitere Vorgehen soll mit den OB besprochen werden. Der Rat hat in diesem Prozess die Rolle eines Initiators und Unterstützers.

Fiskalische Nachhaltigkeitsstrategien

In den letzten Jahren ist die fiskalische Dimension der Nachhaltigkeit zunehmend in die Diskussion geraten. Ausgangspunkt waren hoch volatile und riskante Investment-Entscheidungen, die in immer schnellerem Rhythmus erfolgten und die Finanzmärkte destabilisiert haben. Das unterstrich, dass Geldströme nicht Mittel zum Zweck waren, um Finanzierungsbedürfnisse der produzierenden Wirtschaft zu erfüllen. Vielmehr waren sie Selbstzweck und entwickelten eine Eigenlogik, die langfristigen Investment-Entscheidungen fremd ist und diesen entgegen wirkte. Allerdings erfordern viele Nachhaltigkeits-Lösungen gerade solche langfristigen Investitionsstrategien.

Demografische Entwicklung, Gesundheit, Daseinsvorsorge

Die demografische Entwicklung in Deutschland bringt eine Vielzahl von Folgewirkungen auf das Leben der Menschen mit sich, die sich nicht in dem Rentenproblem und der Arbeitsplatzentwicklung erschöpfen. Vielmehr ist zu erwarten, dass Strategien zur Gesundheitsversorgung, zur vorsorgenden Gesunderhaltungspolitik und zur Daseinsvorsorge und Siedlungsentwicklung insgesamt eine wichtige Rolle spielen. Während städtebauliche Fragestellungen, die Rentendiskussion und zu befürchtender Facharbeitermangel bereits in vielen Bezügen aufgegriffen sind, fehlt es bei den anderen Themen noch an einer vergleichbar breiten Diskussion. Hier könnte der Nachhaltigkeitsrat mit konzeptionellen Vorschlägen ansetzen. Sie würden auch gut als Input zur Zukunftsvision 2050 (siehe oben) passen.

Energie, Klima, Wasser, Mobilität

Der Nachhaltigkeitsrat hat bisher bereits umfassend zu klima- und energiepolitischen Fragen Stellung genommen (zuletzt im November 2008). Die aktuelle Diskussion um den Energiemix der Zukunft und die internationale Klimapolitik machen es erforderlich, dass sich der Nachhaltigkeitsrat fortlaufend weiter mit energie- und klimapolitischen Fragen befasst. Die Mobilitätspolitik stellt im Hinblick auf die Verknüpfung mit Infrastruktur, Technologiepolitik, Stadtentwicklung und Lebensstilen sowie der Daseinsvorsorge im demographischen Wandel ähnliche Anforderungen an den Rat. Ein Anliegen des RNE ist es, auf die Bedeutung der anderen Umweltfaktoren und insbesondere auf die des Wassers hinzuweisen. Die effiziente Wassernutzung ist ebenso wichtig wie die effiziente Nutzung von Energie; gleichwohl wird diese Bedeutung derzeit meist vernachlässigt. Wassermangel und Wasserüberfluss sind in manchen Regionen der Welt vom Menschen beeinflusst und grenzen ihrerseits die Lebensqualität und die Entwicklungsmöglichkeiten erheblich ein. Bereits heute erkennbar ist, dass nationale Strategien zur Ernährung oftmals in Konflikte um Wasserressourcen münden.

Flächenressourcen in Deutschland

Das Thema Landnutzung ist ein Querschnittsthema. Es berührt sowohl die Debatte um die demografische Entwicklung und das quantitative Wachstum als auch diejenige um Lebensstile. Auch die Fragen um das Ordnungsrecht und die Nachhaltigkeit (Freiwilligkeit, Verantwortung, staatliche Vorgaben) sowie die vertikale Koordination im Föderalismus sind angesprochen. Durch vorangegangene Arbeiten und die Empfehlung „Ziel-30-ha“ hat der Nachhaltigkeitsrat in dieser Diskussion eine zentrale Rolle, die auch weiterhin mit neuen Initiativen ausgefüllt werden soll. Neben dem Indikator zur Flächeninanspruchnahme wird dabei auch der Indikator zum Flächenanteil des Öko-Landbaus eine wichtige Rolle spielen.

„Bildung für nachhaltige Entwicklung“, Integration, kulturelle Vielfalt

Hochschulen stehen vor der Herausforderung, die Studierenden zu befähigen, die komplexen Probleme der modernen Gesellschaft zu lösen und Nachhaltigkeit auf allen Ebenen zur Leitschnur zu machen. Damit „Nachhaltigkeit und Wissenschaft“ mehr Substanz und Anerkennung im gesamten Bildungsbereich erhält, könnte ein Dialog den Sachstand aufgreifen (Hochschulrektoren-Konferenz, UN Dekade), um Öffentlichkeit herzustellen.

Bürgerschaftliches Engagement, Kultur der Anerkennung

Der RNE will bürgerschaftliches Engagement und eine Kultur der Anerkennung unterstützen. Beispielsweise könnten die Visionen deutscher Stiftungen zur Nachhaltigkeit als Ausdruck bürgerschaftlichen Engagements abgefragt werden.

Parlament und Nachhaltigkeit

Der Nachhaltigkeitsrat strebt die enge Zusammenarbeit mit dem Parlamentarischen Beirat für Nachhaltige Entwicklung an. Das gilt soweit erforderlich und sinnvoll auch für die Vorbereitung von Beiträgen zu „Rio-plus-20“ und für die Methoden und Verfahren zur Nachhaltigkeitsprüfung.

Stellungnahmen zu politischen Prozessen der Nachhaltigkeitsstrategie

Thematisch kommen vorbehaltlich möglicher Konkretisierungen im Wege einer Beauftragung Stellungnahmen zu folgenden Themen in Frage:

- Zu den Schwerpunkten der Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie (2010), zu den Ergebnissen des Indikatorenberichtes 2010 sowie zur Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsindikatoren, zum Entwurf der Bundesregierung zur Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie (2011), zum Ergebnis der Fortschreibung (2012).
- Zur Qualitätssicherung spezifischer Nachhaltigkeitsmaßnahmen wie z. B. der Nachhaltigkeitsprüfung.
- Politische Stellungnahmen und Beiträge zu (geplanten) Aktivitäten der Bundesregierung im Vorfeld der UN CSD2012 (VN-Konferenz 2012).
- Empfehlung zur Stärkung der Nachhaltigkeitsaspekte in der internationalen Zusammenarbeit.

Jahreskonferenzen & weitere Kommunikationsarbeit

Auch in Zukunft sollen die Jahreskonferenzen das Flaggschiff der Kommunikationsarbeit des Rates bleiben. Um die Reichweite zu steigern ist es denkbar, den RNE-Newsletter und die Website weiter zu verbessern und eine Nachhaltigkeits-Präsenz im Bereich Social Media aufzubauen.

Werkstatt N

Auf Grund des Erfolges des Kommunikationsprojektes Mission Sustainability (2007 – 2009) wird mit dem Nachfolgeprojekt „Werkstatt N“ ein Auszeichnungswettbewerb zum bürgerschaftlichen Engagement eingeführt.

ANHANG

PRAXISBEISPIELE
ZUR NACHHALTIGKEIT
IM
MITTELSTAND

Nachhaltigkeitsbeispiele aus der Sicht der Unternehmen *)



*) Die nachfolgenden Beiträge wurden in redaktioneller Eigenverantwortung der jeweiligen Unternehmen und Verbände verfasst.

HiPP GmbH & Co. Produktion KG

Nachhaltigkeit ist für HiPP kein Modethema. Schon seit über fünf Jahrzehnten setzt das Familienunternehmen in Pfaffenhofen auf ressourcenschonendes Wirtschaften. Mit Prof. Dr. Claus Hipp steht an der Spitze ein engagierter Unternehmer, der Nachhaltigkeit bereits Mitte der 80er Jahre zum Unternehmensziel machte.

Den Einsatz für organisch-biologischen Landbau sowie die bewusste Auseinandersetzung mit dem Verhältnis Natur, Mensch und Wirtschaft begründet Claus Hipp mit der christlichen Verantwortung. Ziel seines unternehmerischen Wirkens ist es, im Einklang mit der Natur und im Respekt vor der Schöpfung zu handeln. Aus dieser Haltung resultieren sein Engagement für Werte und Qualität ebenso wie für verantwortungsbewusstes und soziales Management.

Als erster Nahrungsmittelhersteller Europas hat HiPP bereits 1999 einen Umweltbericht vorgelegt, in dem umfassende Maßnahmen zum Schutz der Umwelt, des Klimas, der Atmosphäre sowie des sozialen und ethischen Engagements kommuniziert werden.

Für sein unternehmerisches und ökologisches Engagement erhielt Claus Hipp mehrfach hohe Auszeichnungen. Die jüngsten großen Erfolge, die er als Öko-Pionier zu verzeichnen hat, sind der „Nachhaltigkeitspreis 2009“ der deutschen Bundesregierung in der Kategorie „Einkauf“ und der „Entrepreneur des Jahres 2010“, den er als Anerkennung für sein herausragendes unternehmerisches Engagement erhielt.

HiPP Nachhaltigkeitsmanagement

Die konsequente Verankerung in der HiPP-Geschäftsleitung spielt beim Aufbau des systematischen Nachhaltigkeitsmanagements eine wichtige Rolle, denn auf diesem Wege können maßgebliche Impulse für die Umsetzung in der täglichen Praxis des Unternehmens gegeben werden.

Die ökologische, nachhaltige Herstellung von Babynahrung und der Vertrieb zukunftsfähiger Produkte sind dem internationalen Babynahrungshersteller ein besonderes Anliegen. Durch die langjährige Befassung mit Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens wurden vielversprechende Ansätze bereits früh entwickelt: neben der BIO-Produktion zählt dazu der Klimaschutz, die Reduktion des Energieverbrauchs, der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen und die Vermeidung von schädlichen Emissionen. Auf dem Hintergrund der EMAS Zertifizierung (Eco-Management and Audit Sche-

me) und der DIN EN ISO 14001 veröffentlicht HiPP regelmäßig seine Nachhaltigkeitsberichte.

CO₂-Neutralität

Ein Erfolg ist, dass der Standort Pfaffenhofen seit 2002 vollständig an ein Biomasse-Heizkraftwerk angeschlossen werden konnte und seit 2007 durch die konsequente Umstellung auf regenerative Energien CO₂-neutral produziert. Der gesamte Wärme-, Warmwasser- und Dampfbedarf des Werkes wird durch ein Biomasse-Heizkraftwerk mit naturbelassenem Holz über erneuerbare Energiequellen abgedeckt.

Durch das Recycling organischer Abfälle aus der Gemüsevorbereitung werden ca. zwei Millionen kWh Strom und Wärme erzeugt. Die organischen Abfälle werden in landwirtschaftliche Biogasanlagen eingebracht – allein 2008 waren es 9.000 Tonnen aus dem Werk Pfaffenhofen.

Weitere rund 52.800 kWh/a (Jahres-Stromverbrauch von 18 Drei-Personen-Haushalten) werden aus Sonnenenergie erzeugt. HiPP hat sechs Solaranlagen mit insgesamt 432 m² Kollektorenfläche zur Stromgewinnung und Warmwasseraufbereitung auf dem Werksgelände installiert. Mit „grünem Strom“ aus 100 Prozent Wasserkraft setzt HiPP auch bei dem darüber hinaus benötigten Strom ebenfalls auf Nachhaltigkeit.

Einen Anreiz, bei der täglichen Fahrt zur Arbeit auf umweltfreundlichere öffentliche Transportmittel umzusteigen, liefert den Mitarbeitern die ökologische Fahrtkostenerstattung. Sogar das Fahrradfahren wird gefördert: abhängig von den zurückgelegten Kilometern wird ein Zuschuss ausgezahlt. Eine Mitfahrbörse im Firmen-Intranet bietet weitere Alternativen. Fahrgemeinschaften werden finanziell unterstützt und jährlich werden ganztägige Fahrsicherheitstrainings sowie Sprit-Spar-Kurse für die Mitarbeiter angeboten. Zur weiteren Reduzierung des CO₂-Ausstoßes werden Geschäftsreisen durch die konsequente Nutzung von Telefon- und Video-Konferenzen eingeschränkt. Dieser Einsatz bescherte HiPP im Jahr 2008 den CSR-Mobilitätspreis für umweltbewusste Geschäftsreisepolitik.

Ebenfalls im Jahr 2008 erhielt HiPP im Wettbewerb „Büro & Umwelt“ die Auszeichnung als eines der „Umweltfreundlichsten Büros Deutschlands“. Die Umstellung des Papier- und Pappeverbrauchs auf umweltfreundliches Recycling- und FSC-Papier sowie umweltfreundliches Drucken trug wesentlich dazu bei.

Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet auch Investitionen in Wissenschaft und Forschung: HiPP hat sich als eines der ersten Unternehmen in Deutschland dazu entschieden, exemplarisch einen produktbezogenen CO₂-Fußabdruck einzuführen.

Alle diese Maßnahmen werden täglich engagiert vorangebracht und mit konkreten Inhalten gefüllt. Dabei zahlt sich manches investitionsintensive Engagement – rein vom ökonomischen Standpunkt betrachtet – sicherlich erst in der Zukunft aus.

Soziale Nachhaltigkeit

Entsprechend der HiPP Unternehmensphilosophie sind nachhaltiges Wirtschaften und der Erhalt der biologischen Vielfalt zum Unternehmensleitbild geworden. Diese Werte werden bei HiPP aktiv und verantwortlich gelebt. Die Themen werden den Mitarbeitern durch regelmäßige und systematische Schulung nahe gebracht, um nachhaltiges Gedankengut nicht nur innerhalb des Unternehmens zu vermitteln, sondern auch darüber hinaus. Insbesondere die Auszubildenden engagieren sich – auch unter wissenschaftlicher Anleitung von externen Fachleuten – in hohem Maße freiwillig bei Umweiteinsätzen (Baumpflanztage, Anlegen von Amphibienteichen etc.) oder beim HiPP-Aktionstag, der von Mitarbeitern organisiert wird.

Auch im Rahmen des betrieblichen Vorschlagswesens leisten immer mehr ihren aktiven Beitrag zur Nachhaltigkeit: regelmäßig treffen aus sämtlichen Unternehmensbereichen zahlreiche Ideen und Initiativen zur Verbesserung ein.

Die interne und externe Nachhaltigkeitskommunikation von HiPP ist direkt an die Geschäftsleitung angebunden. Ein wichtiges internes Kommunikationsinstrument ist dabei die Mitarbeiterzeitung „HiPP-intern“.

HiPP als mittelständisches Familienunternehmen nimmt die soziale Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Vertragspartnern ernst. Die Ethikcharta, die aus der Unternehmenskultur des fairen und vertrauensvollen Miteinanders heraus formuliert wurde, ist Maßstab für das Verhalten auf dem Markt, gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern, aber auch gegenüber Staat, Gesellschaft und Umwelt.

Die Mitarbeiterfluktuation bei HiPP ist ganz besonders niedrig. Gründe dafür sind unter anderem das gute Arbeitsklima, soziale Vergünstigungen (übertariflicher Lohn, flexible Arbeitszeitmodelle etc.) sowie vielfältige Maßnahmen zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz (Gesundheitstage, Vergünstigungen in Fitnessstudios etc.) und nicht zuletzt die gesunde und schmackhafte Verpflegung der Belegschaft mit BIO-Kost aus der Betriebsgastronomie.

HiPP als familienfreundliches Unternehmen möchte Mitarbeitern auch die Möglichkeit geben, Erwerbstätigkeit und Familie zu verbinden. In Pfaffenhofen sind derzeit etwa 150 Mitarbeiterinnen in Teilzeit beschäftigt (auch in Produktion und Schichtdienst), die 65 verschiedene Teilzeitmodelle nutzen. Von diesen Mitarbeiterinnen sind etwa 75 Prozent Mütter mit erziehungspflichtigen Kindern.

Besonders wichtig ist dem Unternehmen auch die Ausbildung junger Fachkräfte: Entgegen dem allgemeinen Trend hat HiPP in den letzten Jahren jungen Menschen gezielt die Möglichkeit einer hervorragenden Ausbildung geboten. Jedes Jahr absolvieren HiPP-Azubis ihre Berufsausbildung mit Auszeichnung.

Engagement

Die soziale Verantwortung des Unternehmens nach außen zeigt sich auf vielfältige Weise: in der Unterstützung von Familien mit Mehrlings-Geburten, von sozial schwächeren



Familien mit Lebensmittelpenden und innerhalb der gemeinnützigen Aktion „Die Tafel“. Firmenunterstützung gibt es auch für Hilfstransporte in Zusammenarbeit mit der Caritas.

Als Mitglied in der „Business&Biodiversity“-Initiative der Bundesregierung und in der Assoziation ökologisch produzierender Lebensmittelhersteller (Aoel), widmet sich HiPP den Themen Nachhaltigkeit und biologische Vielfalt in unterschiedlichen Projektzusammenhängen und kooperiert mit NGOs und Verbänden (z.B. WWF, BUND, B.A.U.M, Greenpeace, Bund Naturschutz Bayern, Bioland, Naturland und verschiedenen wissenschaftlichen Institutionen).

Ein zentrales Projekt im Nachhaltigkeitsmanagement von HiPP ist die Einrichtung eines Muster-Erzeugerbetriebs, der Zulieferern vermitteln soll, wie und Schutz der biologischen Vielfalt konkret im landwirtschaftlichen Alltag gefördert werden kann. Zu diesem Zweck wurde eine Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern der TU München, der TU Hannover und dem Bioland Verband initiiert.

Da die Balance der Natur und der Arten ein höchst komplexes Kommunikationssystem mit eigenen Gesetzmäßigkeiten darstellt, ist es ein großes Anliegen von HiPP, die Ausbreitung der in jeder Hinsicht bedrohlichen grünen Gentechnik zu stoppen. Deshalb hat HiPP die Schuledition „Leben außer Kontrolle“ aktiv gefördert, mit der die junge Generation über Agrogentechnik aufgeklärt werden soll.

Die extreme Verarmung von Arten und Sorten durch diese Gentechnik und ihre dramatischen Auswirkungen auf die biologische Vielfalt zu verhindern, sieht HiPP als besondere Verpflichtung an. Denn es geht um nichts weniger als die Grundlage allen Lebens und damit um die Zukunft unserer Kinder auf unserem Planeten.

HiPP Umweltfreundliche Produktion

- 100% nachhaltige Produktion in Pflanzenhofen durch Einsatz erneuerbarer Energien (BI, RKKW, Grüner Strom)
- Wassereinsparung = 70% in 30 Jahren



OSWALD Elektromotoren GmbH

OSWALD Elektromotoren in Miltenberg ist ein mittelständisches Unternehmen aus dem Bereich Maschinenbau und beschäftigt ca. 140 Mitarbeiter. OSWALD hat eine gut 100-jährige Tradition und befindet sich in der 4. Generation im Familienbesitz am Standort Miltenberg. Das Unternehmen entwickelt, fertigt und vertreibt Elektromotoren und Generatoren für Einsätze in der Industrie, der Energieerzeugung und der Elektromobilität. OSWALD-Produkte sind hoch innovativ und werden in kleinen und mittleren Stückzahlen kundenspezifisch gefertigt. Im Einsatz sorgen sie für effektivere Produktionsprozesse und dienen damit dem qualitativen Wohlstandswachstum. Der Firmenchef Johannes Oswald ist Mitglied im Bund katholischer Unternehmer und Mitverfasser des in 2010 erschienenen „Unternehmer spiegels Nachhaltigkeit“:

„Es gibt zwei Gründe, unsere Motoren einzusetzen: entweder Energieeinsparung oder Produktivitätssteigerung. Das sind im Grunde die zwei Seiten einer Medaille, die auf das jeweilige Produkt bezogen zu reduziertem Energieverbrauch oder verringertem Materialeinsatz bei unseren Endkunden führen. Der technische Hintergrund der Verbesserungen sind dabei Dynamik, Wirkungsgrad und optimale Integration in die jeweilige Kundenmaschine.“

Im Folgenden werden an Hand von drei Bereichen der Firma OSWALD Beispiele zur Nachhaltigkeit vorgestellt: Mitarbeiter, Energieeinsparung, Ausbildung.

Mitarbeiter

Die Herausforderungen und die Faszination der Technik motivieren uns zu immer neuen Anstrengungen und Ideen, deren erfolgreiche Umsetzung wiederum die ökonomische Grundlage unseres Handelns bildet. Wirtschaftlicher Erfolg wiederum bringt die Freiheit zum Handeln und die Verantwortung für einen nachhaltigen Umgang mit Mensch und Natur mit sich. Mich persönlich fasziniert immer wieder, wie im täglichen Miteinander Menschlichkeit und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen. Als Mensch bin ich grundsätzlich in der Lage, mit Pflichtbewusstsein und Gewohnheit einen recht guten Job zu machen. Fühle ich mich jedoch richtig motiviert, so wird das Ergebnis meiner Anstrengungen ungleich besser, mein persönliches Wohlbefinden steigt und wirkt sich positiv auf meine Umgebung aus. – Wenn ich das für mich persönlich erkannt habe und an das Gute im Menschen glauben kann, so muss ich als Unternehmer, anstatt anzutreiben und zu überwachen, vor allem die Motivation der Mitarbeiter im Blick behalten und fördern. Meine

eigenen Bedürfnisse zeigen mir dabei am einfachsten, worauf es ankommt: Ich möchte gehört werden, beteiligt sein, gut informiert sein, Anerkennung für Leistung und Kreativität erhalten, an einer guten Sache mitarbeiten, Verantwortung übernehmen, Gemeinschaft erleben und auch einfach mal ungestört arbeiten. Ich will wissen, wofür ich zuständig bin, wer mir über- oder auch untergeordnet ist. Ich möchte gesund bleiben und Zeit für meine privaten sozialen Kontakte haben. Alles in allem erwarte ich – egal ob Chef oder Mitarbeiter –, in meiner Würde als Mensch ernst genommen zu werden.

Natürlich erleben wir im Alltag Rückschläge und Misserfolge, weil alles nicht so ideal ist, wie wir es uns wünschen. Doch wie so oft, ist auch hier der Weg das Ziel. Der menschliche Umgang miteinander, auf Grundlage des christlichen Wertesystems, ist in jedem Fall eines der Erfolgsgeheimnisse des deutschen Mittelstandes und ein zentraler Punkt für nachhaltiges Wirtschaften.

Energieeinsparung

Zunächst sorgt der Staat in Deutschland mit Hilfe von Gesetzen und Vorschriften für einen vergleichsweise vernünftigen Umgang mit Natur und Umwelt. Darüber hinaus gibt es jedoch eine Vielzahl von sinnvollen Maßnahmen, die jedes Unternehmen selbstverantwortlich einführen kann. In der Region Bayerischer Unterraum gibt es z.B. mehrere Initiativen, durch die sich Unternehmer oder Entscheidungsträger regelmäßig über Ideen und gelungene Verbesserungen austauschen und so voneinander lernen können. Das ist äußerst hilfreich und erzeugt einen positiven Wettbewerb untereinander. Aus der letzten Zeit möchte ich drei effektive Energiesparmaßnahmen nennen.

In der ganzen Firma wurde das Druckluftsystem komplett ausgetauscht, eine Maßnahme, die den Energieverbrauch deutlich reduziert hat. Alle Lampen der Fertigung werden inzwischen mit Präsenzbewegungsmeldern angesteuert. Früher waren viele unbenutzte Arbeitsplätze stundenlang beleuchtet, bis der letzte Mitarbeiter am Abend den Hauptschalter umgelegt hat. Prozesswärme zwischen 100° C und 150° C erzeugen wir seit zwei Jahren mit Kraft-Wärme-Kopplung, d.h. mit einem wärmegeführten Blockheizkraftwerk. Aktuell arbeiten wir an einer online-Visualisierung aller Verbräuche, so dass die Mitarbeiter die Veränderungen aktuell erkennen können. So entsteht in der Belegschaft das Bewusstsein für einen verantwortlichen Umgang mit Ressourcen und Energie. Auch beim ökologischen Ansatz fällt

der positive Effekt mit ökonomischen Vorteilen zusammen.

Ausbildung

Wie viele andere Mittelständler engagieren wir uns seit Generationen im Bereich der Ausbildung. Kontinuierlich, nachweislich seit mindestens 40 Jahren, durchlaufen bei uns junge Menschen die verschiedenen technischen und auch kaufmännischen Berufe des dualen Bildungssystems, mit einer Ausbildungsquote zwischen 10 und 15 Prozent. Aktuell werden Industrie- und Zerspanungsmechaniker, Energieelektroniker, technische Zeichner und Industriekaufleute ausgebildet und im Regelfall übernommen. OSWALD stellt seit ebenfalls mindestens 40 Jahren Mitglieder für die IHK-Prüfungskommission, beteiligte sich jahrelang am Berufsschulunterricht und bietet aktuell ein Wahlfach an der Hochschule Aschaffenburg an. Darüber hinaus absolvieren jährlich etwa 40 junge Leute Schnupperlehren, schulische oder universitäre Praktika und technisch-wissenschaftliche Abschlussarbeiten. Die Aus- und Weiterbildung steht seit Jahrzehnten im Fokus und gehört zu dem traditionell nachhaltigen Verhalten vieler Familienunternehmen. In Zeiten des demographischen Wandels bietet ein gutes Ausbildungssystem den wirtschaftlichen Vorteil, interessierte Menschen für die Mitarbeit zu gewinnen.

Fazit

Unsere globale Verantwortung ist mit unseren technischen Möglichkeiten, die Welt zu verändern, enorm gewachsen und nicht mehr nur auf die mittelfristige Wohlfahrt der Menschen und Völker, sondern auf die Weiterexistenz der Welt ausgerichtet. Unser Dilemma ist dabei die Pflicht zum Handeln, vor der Unmöglichkeit alle Folgen unserer Handlungen überblicken zu können. Nachhaltigkeit ist in diesem Sinne zu Recht das Schlagwort der Stunde.

Nachhaltigkeit in der Wirtschaft setzt aus meiner Sicht Kontinuität und langfristiges Denken voraus. Das unterscheidet uns Mittelständler und Familienunternehmen qualitativ von vielen finanzgeführten Unternehmen, in denen kurzfristige Erfolge und strukturelle Anonymität dominieren. Jedenfalls ist ein nachhaltiges Verhalten viel leichter zu verwirklichen, wenn Entscheidungsträger und Verantwortliche ihr Produkt kennen und sich ihren Mitarbeitern und ihrem Standort verpflichtet und verbunden fühlen.

Erfolgreiches und zugleich verantwortungsbewusstes Wirtschaften kann in einer globalen Welt nur durch die Kombination von Innovation und Werteorientierung gelingen.“

Erfolgsbeispiele aus dem Handwerk

(zur Verfügung gestellt vom Zentralverband des Deutschen Handwerks)

SIK-Holz GmbH

Umweltfreundliche Kinderspielplätze

Ob Seilbahnen, Urwaldschaukeln oder Baumhäuser – die brandenburgische Firma SIK-Holz lässt Kinderträume wahr werden und denkt dabei auch an die Zukunft der Kleinen. Denn Umweltschutz wird bei SIK-Holz groß geschrieben. Der auf Holzspielanlagen spezialisierte Betrieb entwirft und fertigt originelle Spielplätze und -anlagen. Als erster deutscher Spielgerätehersteller ist das Unternehmen FSC-zertifiziert. Grundsätzlich hat sich das Unternehmen der nachhaltigen Entwicklung von Wäldern verschrieben. Der Holzbezug aus der Region vermeidet lange Transportwege zur Werkstatt und spart damit CO₂ ein. Das verwendete Robinienholz ist zudem besonders widerstandsfähig und kann ohne chemische Imprägnierung eingesetzt werden. Für ihre vorbildlichen Produktionsstandards wurde die Firma SIK-Holz mit dem Brandenburger Umweltsiegel im Handwerk ausgezeichnet. Zu den 200 Mitarbeitern des Betriebes zählen unter anderem Holzbildhauer, Zimmerleute, Tischler und Metallbauer. Sie alle sorgen mit hochwertiger Handwerksarbeit dafür, dass sich Kinder an den Spielgeräten freuen können – und das sogar in Südkorea.

Regenbogenprojekt

Seit zehn Jahren baut SIK-Holz Regenbögen in der „ganzen Welt“. Gemeinsam mit den Pastoren Rolf Martin, Heinz-Joachim Lohmann und Matthias Fichtmüller wurde 1998 die Regenbogen-Konstruktion als Kinderspielplatzgerät entwickelt. In einem dreiwöchigen Workshop wurde mit Jugendlichen in Soweto der erste Regenbogen gebaut. Es ist eine Initiative, die aus Verantwortung für Kinder und für Umwelt vor dem Hintergrund einer globalisierten Welt junge Menschen aus Ost und West, Nord und Süd, armen und reichen Ländern in einem Jugendworkshop zusammen bringt. Der Regenbogen ist das Zeichen für den ewigen Bund zwischen Himmel und Erde. Er steht für Aussöhnung, Vergeben und Neubeginn. Das Projekt Regenbogen ist ein Brückenschlag zwischen OST und WEST, NORD und SÜD. Der Regenbogen ist ein komplexes, beispielbares Monument, gebaut von Jugendlichen mit farbiger oder weißer Haut. Er ist ein Zeichen der Hoffnung. Hoffnung auf einen Neubeginn, Hoffnung auf Arbeit, Ausbildung, das tägliche Brot, ein Dach

über dem Kopf, Gesundheit und Hoffnung auf Liebe. Überall wo er steht, können Kinder spielend die Welt erobern und sich dabei kennen und achten lernen. Die Geschichte zeigt, dass noch viele Regenbögen gebraucht werden. So bringt ein neues Projekt siebenzig Jahre nach Beginn des zweiten Weltkrieges polnische und deutsche Jugendliche in Krzywowa/Kreisau miteinander ins Gespräch. Dabei gibt es eine enge Zusammenarbeit mit der Kreisauer Initiative Berlin. 2008 wurde ein Regenbogen in Paraguay errichtet. Bei den Projekten leiten SIK-Geschäftsführer Peter Ernst und Ehefrau Claudia zusammen mit Pastor Rolf Martin die Vorbereitung sowie die inhaltliche und gestalterische Durchführung. Das Projekt kostet ca. 60.000 Euro (je nach Ort), davon kommen 20.000 Euro von SIK-Holz. Der Rest wird durch Förderungen des Bundes, der Landeskirchen, privaten Spenden und den Beiträgen der jugendlichen Teilnehmer für die eventuellen Flugkosten generiert. Alle Mitarbeiter der SIK-Holzgestaltungs GmbH unterstützen das Projekt mit Herz, Hand und Geist.

Bau-Fritz GmbH

Öko-Häuser durch Frauenpower

Hausbau als klassische Männerdomäne? Das bayerische Holzbau-Unternehmen Bau-Fritz beweist eindrucksvoll das Gegenteil: Seit 2004 leitet Geschäftsführerin Dagmar Fritz-Kramer erfolgreich die Geschicke des Holzhaus-Konstrukteurs. Doch Bau-Fritz geht auch in anderer Hinsicht voran: Die vormals traditionelle Zimmerei hat sich mittlerweile zu einem der innovativsten und umweltfreundlichsten Hausbauunternehmen Europas entwickelt. Mit den jährlich etwa 150 gefertigten Öko-Häusern werden mehr als 10.000 Tonnen CO₂ gebunden. Die Häuser finden sowohl in Deutschland als auch im europäischen Ausland reißenden Absatz. Dabei ist Bau-Fritz strikt dem Leitsatz „Made in Germany“ verbunden. Gut geschulte Fachkräfte und zuverlässige Fachbetriebe aus Süddeutschland stellen die hohe Qualität sicher. Das Unternehmen beschäftigt rund 250 Mitarbeiter auf einer Produktionsfläche von 14.000 Quadratmetern. Der Öffentlichkeit bleibt diese Bilanz selbstverständlich nicht verborgen: 2008 wurde Geschäftsführerin Dagmar Fritz-Kramer zur Unternehmerin des Jahres gekürt und vom Handelsblatt für die Karriere des Jahres ausgezeichnet.

Klimaschutzwald

Angesichts der immer knapper werdenden Energieressourcen und des Klimawandels müssen neue, zukunftssichernde Wege gegangen werden, um die dringenden CO₂-Reduzierungsziele schnellstmöglich zu erreichen – auch im Neubau. Um auf die Brisanz dieses Themas aufmerksam zu machen, lässt sich die Bau-Fritz GmbH einiges einfallen. So hat sie 2007 zusammen mit dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.) und Claudia Roth ein Klimaschutzsymposium veranstaltet oder mit der gesamten Belegschaft 1.200 Bäume im firmeneigenen Klimaschutzwald in Erkheim gepflanzt. Der entstehende Mischwald mit insgesamt 11.000 Bäumen wird durch Preisgelder, wie zum Beispiel dem „Unternehmerpreis 2007“ der SPD-Landtagsfraktion, finanziert. Jeder kann diese Aktion unterstützen, indem er über die Homepage eine kostenlose Patenschaft für einen Baum übernimmt.

Familienfreundlichkeit groß geschrieben

Die Bau-Fritz GmbH aus Erkheim im Oberallgäu ist ein Inhaber geführtes Handwerksunternehmen, das sich seit über 100 Jahren in Familienbesitz befindet. Als führender Anbieter für wohngesunde Holzhäuser und Fertighäuser ist das Unternehmen der größte Arbeitgeber der Region.

Mit seinen Angeboten zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie hat der handwerkliche Betrieb die Jury beim Unternehmenswettbewerb „Erfolgsfaktor Familie“ 2008 überzeugt und errang den Gesamtsieg in der Kategorie Mittlere Unternehmen. „Das Bauunternehmen hat ein innovatives und außergewöhnlich rundes Konzept, welches für eine mitarbeiterorientierte und wertschätzende Führungsphilosophie steht“, betont ZDH-Präsident Otto Kentzler in seiner Laudatio.

Das Glanzlicht bildet die betriebseigene Kinder-Tagesbetreuung „Mullewap“, in der alle Beschäftigten des Unternehmens ihren Nachwuchs kostenlos unterbringen können. Ein Angebot, das in dem ländlich geprägten Umfeld mit wenigen Kinderbetreuungsplätzen für viele der rund 250 Mitarbeiter die Vereinbarkeit von Beruf und Familie überhaupt erst ermöglicht. Für Schulkinder werden Hausaufgabenbetreuung und Freizeitangebote in den Ferien angeboten.

Ebenfalls bemerkenswert sind die Möglichkeiten, Arbeitszeit und Arbeitsort durch alternierende Telearbeit flexibel zu gestalten sowie das Vorsorgekonzept für Unfall, Altersrente und Berufsunfähigkeit.

Mit diesem Angebot hat sich die Bau-Fritz GmbH gegenüber ihren Wettbewerbern durchgesetzt. 500 Unternehmen und Institutionen hatten sich 2008 als Deutschlands familienfreundlichste Arbeitgeber beworben.

Voss Beteiligungsgesellschaft Neuberger Schreinerei GmbH Neuberger Parkett

Projekt „hand in“; „Work and Box Company“

Das Unternehmen bildet Lehrlinge in den Bereichen Schreinerei, Parkettlegerei und Bürokommunikation aus, die Ausbildungsquote liegt bei 45 Prozent. Da immer wieder Probleme mit Auszubildenden auftraten, wurde nach einer Möglichkeit gesucht, eine begleitende Betreuung zu schaffen. 2002 gründete Rupert Voß mit einem weiteren Initiator den Verein „hand in“. 2003 startete die „Work and Box Company“ ihren ersten Jahrgang. Es handelt sich um eine berufsvorbereitende Jugendhilfemaßnahme, die sich an junge männliche Serienstraftäter richtet, um sie nach 12 Monaten in den ersten Arbeitsmarkt vermitteln zu können. Alle Mitarbeiter sind durch die räumliche Nähe, gemeinsame Aufträge und Veranstaltungen in das Projekt integriert.

Das ursprüngliche Ziel, dass 70 Prozent eines Jahrgangs (jeweils 14 Jugendliche) die Maßnahme abschließen und davon wiederum 70 Prozent in den ersten Arbeitsmarkt vermittelt werden, wurde bisher immer übertroffen (Durchschnitt lag bei 80 Prozent). Von 2003 – 2006 wurden eine Million Euro an öffentlichen Geldern für die Maßnahme eingeworben. Die Mitarbeiter konnten durch die Maßnahme ihre Krisen-Kompetenzen schärfen und erfahren unmittelbar, wie wichtig es ist, sich um ausgegrenzte Jugendliche zu kümmern.

Das Unternehmen hat durch die Projektarbeit großen Bekanntheitsgrad erreicht, da auch schon im Fernsehen überregional berichtet wurde. Rupert Voss hat unter dem Titel „Herz-Schlag“ im Kösel-Verlag ein Buch zu seinem Engagement herausgegeben. 2010 erschien der Dokumentarfilm „Friedenschlag. Das Jahr der Entscheidung“ über die „Work and Box Company“.

Work and Box Company

Die Work and Box Company ist eine berufsvorbereitende Jugendhilfemaßnahme, die in zwölf Monaten gewaltbereite junge Männer in den ersten Arbeitsmarkt vermittelt. Sie ar-

beitet mit männlichen gewaltbereiten Jugendlichen im Alter von 16 bis 21 Jahren. Gemeinsam ist den Teilnehmern, dass sie aufgrund ihrer Tendenz, Gewalt als Durchsetzungsmittel in jeder Art von Konflikt einzusetzen, reichlich Erfahrungen mit Polizei und Gericht, meist auch mit dem Strafvollzug haben.

In der Regel kommen weitere Problemfelder hinzu: fehlende oder mangelhafte Schulabschlüsse, Arbeitslosigkeit, Schulden, Drogen u.ä. Ein Teil der Jugendlichen sind sich als Angehörige der zweiten oder dritten Migrantengeneration über ihre nationale Zugehörigkeit im Unklaren, und alle leben mit ihren Familien und dem sozialen Umfeld in Spannungen.

Nach dem Scheitern in Schule, Ausbildung und anderen Jugendhilfemaßnahmen bekommen sie ihre letzte Chance. Diese Zielgruppe ist konstitutiver Bestandteil der Maßnahme. Es sind junge Männer, die ihre persönlichen Hindernisse mit Gewalt angehen und deshalb in vielen Bereichen der Gesellschaft untragbar sind. Dabei steht die spezifische Gewaltbereitschaft im Vordergrund. Es ist das Ziel, die Gewaltkraft in eine eigenverantwortliche, produktive Ressource umzuwandeln. Durch ein Mehr an Selbst- und Sozialkompetenz wird die Tür für die soziale Integration geöffnet, mehr Lebensqualität für die Klientel und ihr gesellschaftliches Umfeld erreicht und die Chance zur beruflichen Eingliederung immens erhöht. Die Besonderheit der Arbeit liegt in einem ganzheitlichen Ansatz, der den multiplen Problemstrukturen der Klientel gerecht wird und die Arbeit mit diesen schwierigen Jugendlichen effektiv gestaltet.

Dazu gehören u.a.:

- Wirtschaftsnähe: Konfrontation mit der Realität wirtschaftlich arbeitender Handwerksbetriebe,
- sozialtherapeutische Arbeitsweise: systemische Familienaufstellung und -therapie geben Einsicht, Kontakt und Verständnis für die momentane Situation des Jugendlichen, woraus sich neue Verhaltensperspektiven entwickeln lassen,
- handlungsorientierte Erfahrungsintegration: beinhaltet Arbeiten und Boxen, aber auch andere z.B. freizeitpädagogische Elemente,
- Boxen als sozialpädagogisches Instrument: Die körpertherapeutische Wirkung des Boxens und die Tatsache, sich im Ring der Realität allein stellen zu müssen, sind wirksame Mittel, Teile der eigenen Lebenslüge aufzudecken, und zeigen außerdem deutlich den Status Quo und die Entwicklung des Jugendlichen,
- Synergie: mit dem Instrument der Kommunikation Zusammenhänge aufdecken und die gemachten Erfahrungen zusammenführen. Im Zusammenwirken aller

Beteiligten (Polizei, Richter, Streetworker, Familie, Wohngruppe, Mentoren, Praktikumsbetriebe etc.) ist es möglich, ein konzentriertes, klares Ziel zu verfolgen und zu erreichen.

Das Maßnahmejahr gliedert sich in vier Phasen:

- Phase des Ankommens und Gehaltenwerdens (Konfrontation mit sich selbst),
- Orientierungsphase nach innen – Arbeit mit den Jugendlichen an ihnen selbst und an ihren Problemen – und nach außen,
- Bewerbungsphase: erste Kontaktaufnahme nach außen, Berufswahl: erste Praktika, Vermittlungen in den Arbeitsmarkt,
- halbjährliche Nachbetreuung, Erhalt des Arbeits-/Ausbildungsverhältnisses, nach Bedarf Hilfestellung bei Problemen aller Art.

Die Work and Box Company arbeitet daran, das Selbstbewusstsein dieser Jugendlichen so zu stärken, dass sie auf Gewalt als Durchsetzungsmittel verzichten und sich über demokratische Verhaltensweisen in den normalen Alltag und in die Gesellschaft integrieren können. Als Voraussetzung dafür wird eine konzentrierte, konfrontative Pädagogik eingesetzt, gearbeitet und vor allem geboxt. Dabei wird die Gewalt offen thematisiert und beim Boxtraining in einen neuen Zusammenhang gestellt. Das Mittel Boxen ermöglicht den Jugendlichen, auf handlungsorientierter Ebene andere Gewalterfahrungen zu sammeln, vor allem Erfahrungen mit „Gegnern“, die sie gut kennen oder sogar schätzen. So kommt es im Boxring zu einer Konfrontation ohne Hass, aber auch zu nonverbaler Kommunikation: ein Geben und Nehmen, eine Auseinandersetzung mit Schmerzen, die man anderen zufügt und selbst erfährt.

Haben sich die Teilnehmer weitgehend stabilisiert, leisten sie – meistens mehrere – Berufspraktika in der freien Wirtschaft ab. Dabei können sie und der jeweilige Betrieb ihre Motivation und Eignung für diesen Beruf überprüfen. Ist das Praktikum für beide Seiten positiv verlaufen, folgt in der Regel ein Ausbildungs- oder Arbeitsvertrag. So konnten in den ersten drei Maßnahmenjahren ca. 80 Prozent der Teilnehmer erfolgreich in Lehrstellen und Arbeitsplätze vermittelt werden. Nach Beendigung des Lehrgangs werden die ehemaligen Teilnehmer noch ein halbes Jahr nachbetreut z.B. bei Problemen am Arbeitsplatz und in der Schule.

Die Vermittlungsquote hat sich auch nach sechs Monaten gehalten. Die Work and Box Company wird vom Europäischen Sozialfonds, der Agentur für Arbeit München, dem Referat für Arbeit und Wirtschaft der Stadt München und dem Landkreis München gefördert.

Aschenbrenner Werkzeug- und Maschinenbau GmbH

Projekt „Aschenbrenner-Tandem / Kind und Karriere“

Das Projekt „Aschenbrenner-Tandem“ wurde 2007 ins Leben gerufen. Zwei Auszubildende können sich einen Ausbildungsplatz teilen, indem sie 4,5 Stunden täglich, im Wechsel vor- und nachmittags arbeiten. In der Überschneidungszeit, wenn beide Auszubildende anwesend sind, erfolgt der betriebliche Unterricht. Der betriebliche Ausbildungsplatz wird zum einen optimal genutzt, denn anstelle von 32 betrieblichen Wochenstunden (40 Stunden, abzüglich 8 Stunden Berufsschule) ist er 44 Wochenstunden besetzt (2 x 22 Stunden). Zum anderen ermöglicht er die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Denn diese Form der verkürzten Ausbildung ist ganz besonders für minderjährige oder junge Mütter bzw. Väter geeignet, da sie täglich neben ihrer Ausbildung das Kind betreuen können. Vor allem junge Mütter gehören auf dem Arbeitsmarkt zu den besonders benachteiligten Personengruppen. Insbesondere für Mütter, die noch keine berufliche Ausbildung abgeschlossen haben, ist es schwer, sich neben der Kindererziehung eine berufliche Perspektive zu erarbeiten. Aber nur eine abgeschlossene Ausbildung ist nach wie vor der beste Schutz vor Arbeitslosigkeit. Allein im ersten Projektjahr konnten mehr als 38 allein erziehende Mütter in die Teilzeit-Ausbildung vermittelt werden.

Paravan GmbH

Neue Horizonte für eine mobile Welt

Wer im sozialen Bereich sein Geld verdient, muss auch sozial denken und handeln. Und das aus tiefer Überzeugung, wie das vortreffliche Engagement von Roland Arnold zum Wohle aller behinderten Menschen eindrucksvoll widerspiegelt.

Von der Tüftlerschmiede zum Technologieführer

Kann Handwerk konkret die Lebensqualität von Menschen steigern? Für Roland Arnold stand diese Frage nach einem Schlüsselerlebnis Mitte der 90er Jahre am Anfang seines Engagements. Er sagte: Ja. Als Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine lebt sein Unternehmen PARAVAN heute davon, behinderte Menschen wieder mobil zu ma-

chen. Die Autos behinderter Kunden werden auf die jeweiligen, ganz speziellen Bedürfnisse hin zugeschnitten. Mit innovativen Ideen hat Arnold aus einem Reifenbetrieb innerhalb kürzester Zeit den Marktführer für behindertengerechte Fahrzeugumrüstung aufgebaut und exportiert heute in 22 Länder.

Der behindertengerechte Umbau von Pkw setzt einen intensiven Kundenkontakt voraus. Die Veränderung der Karosserie, des Innenraums und der Steuerungselemente ist immer eine individuelle Leistung. Dabei werden die Kunden in den seltensten Fällen ein „geht nicht“ hören. Die Tüftler von der schwäbischen Alb tun alles, um die technischen Fahrhilfen den Kundenbedürfnissen anzupassen. Das Besondere: alle technischen Lösungen sind TÜV-zertifiziert und unterliegen der Garantieleistung der Pkw-Hersteller. Selbstverständlich ist da auch der unverkrampfte Umgang mit den Handicaps der Kunden.

Die Zusammenarbeit mit der Medizinischen Fakultät der Universität Tübingen und die Kooperation mit einem Fahrlehrer für behinderte Verkehrsteilnehmer im selbst entwickelten Fahrschulwagen tragen maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei. Selbst das Erscheinungsbild der Fahrzeuge kommt bei den Umbauten nicht zu kurz – ein Designer hat auch das im Blick. Eine 24-Stunden-Rufbereitschaft rundet das kundenorientierte Serviceangebot ab.

Wer anderen das Leben erleichtert, trifft auch im eigenen Betrieb den richtigen Ton. Die Projektteams arbeiten selbstständig, durch die Beteiligung auch externer Fachkräfte an der Produktentwicklung wird das Know-how ständig verbessert, der Austausch untereinander und die Eigenverantwortung werden gefördert. Ein solches Arbeitsklima fördert die Motivation. Auch für Persönliches bleibt beim Chef immer Zeit.

PARAVAN engagiert sich für die Ausbildung und Beschäftigung ausländischer und behinderter Mitarbeiter und Lehrlinge. Mit umfangreichem Sponsoring, besonders im Bereich der medizinischen Versorgung, übernimmt das Unternehmen auch Verantwortung im gesamtgesellschaftlichen Rahmen. Das Engagement bezieht sich auch auf Österreich.

Roland Arnold wurde im Jahr 2010 als „Unternehmer der Nation“ ausgezeichnet. Der Preis wird von „Das Örtliche“ verliehen und ist mit 20.000 Euro dotiert. Jurymitglieder 2010: Prof. Dr. Gertrud Höhler, Alexander Holzmann, Dr. Florian Langenscheidt, Heiner Kamps, Christiane Salm, Holger Externbrink, Barbara Faber.

Fleischer Franz Mandel

Beste Ausbildung im Handwerk

Franz Mandel hat den Heribert-Späth-Preis für besondere Ausbildungsleistungen im Handwerk 2010 erhalten. Der Fleischermeister aus Osnabrück wurde bei der Schlussfeier des Leistungswettbewerbs des Deutschen Handwerks (PLW) am 4. Dezember 2010 in Bayreuth geehrt. Die Stiftung für Begabtenförderung im Handwerk vergibt den Ausbilderpreis bereits seit 1997 jährlich an einen Betriebsinhaber im Handwerk, der sich durch besonderes Engagement für die Ausbildung von Jugendlichen auszeichnet.

Heinrich Traublinger, Präsident der Handwerkskammer für München und Oberbayern und Vize-Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH), bezeichnet das Engagement des Preisträgers in seiner Laudatio als handwerkliches Musterbeispiel: „Betriebsinhaber wie Franz Mandel bilden weit über den eigenen Bedarf hinaus aus, bieten auch Jugendlichen mit ungünstigen Voraussetzungen Perspektiven und machen ihren Auszubildenden vielfältige zusätzliche Angebote.“

Franz Mandel bildet seit 1966 aus. In den vergangenen Jahren hatte sein Betrieb mit rund 50 Mitarbeitern regelmäßig bis zu zehn Auszubildende – eine Quote von fast 20 Prozent. Die Auszubildenden nehmen an hochwertigen externen Schulungen, Workshops und Vorführungen teil und sind regelmäßig sehr erfolgreich beim Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks. Der Betriebsinhaber hat Qualifizierungsbausteine sowie Ausbildungsordnungen mitentwickelt und im eigenen Betrieb erprobt. Gemeinsam mit seinen Auszubildenden wurde eine DVD zur Ausbildung und Prüfung im Fleischerhandwerk entwickelt, die mittlerweile bundesweit zum Standard im Berufsschulunterricht zählt.

Horst Schollmeyer Maler- und Lackierer GmbH

Soziales Engagement zählt

Für sein besonderes soziales Engagement ist 2010 der Maler- und Lackierermeister Horst Schollmeyer aus Neukölln mit der Franz-von-Mendelssohn-Medaille der Berliner Wirtschaft geehrt worden. Der Handwerksbetrieb aus dem Ortsteil Buckow unterstützt u.a. Jugendmannschaften meh-

rerer Sportvereine und gibt gezielt sozial schwachen und drogenabhängigen Jugendlichen eine Ausbildungschance. Die Auszeichnung wurde von Handwerkskammer-Präsident Stephan Schwarz und IHK-Präsident Dr. Eric Schweitzer überreicht. Der Gewinner und die Platzierten waren von einer Jury aus Wirtschafts- und Medienvertretern unter 42 Bewerbern ermittelt worden. Die Medaille erinnert an den früheren IHK-Präsidenten Franz von Mendelssohn (Amtszeit 1914-1931) und wird seit 2005 vergeben.

Handwerkskammer-Präsident Stephan Schwarz verwies bei der Preisverleihung darauf, dass unternehmerisches Engagement in Deutschland eine lange Tradition hat, die keineswegs erst begann, als der angelsächsische Begriff Corporate Citizenship auftauchte. „Deutsche Unternehmen haben sich zu einem großen Teil stets als verantwortliche Mitglieder der Gesellschaft verstanden“, sagte er. Das fange schon bei der Ausbildung junger Menschen an und reiche über lokale Aktivitäten bis hin zu bundesweitem Engagement.

„Viele Unternehmerinnen und Unternehmer leisten oft ohne großes Aufsehen in der Öffentlichkeit wertvolle Beiträge zum Gemeinwohl“, betonte IHK-Präsident Dr. Eric Schweitzer. „Es wird geholfen, wenn Probleme außerhalb des Unternehmens rasch und unbürokratisch gelöst werden müssen und sind dabei zuverlässige Partner der Politik, von Vereinen, Verbänden und Bürgerinitiativen, von Schulen und Bildungseinrichtungen, von Gesundheits- und Umweltorganisationen“, betonte er und fügte hinzu: „Sie sind engagierte Unternehmer, die sich nicht auf den Staat oder auf etablierte Institutionen verlassen, sondern selbst handeln“.

CHMS Coburger Handtuch + Matten Service

Öko wächst besser

Umweltschutz ist für den Coburger Handtuch und Mattenservice weit mehr als eine bloße Publicity-Aktion. Textilreinigungen sind ausgesprochen energieintensive Unternehmen. Daher lässt sich durch umweltfreundliches Waschen auch bares Geld sparen. Bereits Anfang der 1990er Jahre wandte sich Firmenchef Joachim Krause an den Umweltberater der oberfränkischen Handwerkskammer, um die Energiebilanz seiner Textilwäscherei zu verbessern. In Kooperation mit der Fachhochschule Nürnberg machte er die größten Energiefresser des Waschvorgangs aus und optimierte die Abläufe. Fortan nutzt sein Unternehmen beispielsweise Regenwasser für die Textilwäsche, verwendet die Seifenlauge

mehrfach und vermeidet Wärmeverluste in der Waschstraße. Die neue Energiebilanz ist beachtlich: Joachim Krause konnte seit 1991 den Frischwasser- und Erdgasverbrauch seines Unternehmens pro Tonne Wäsche um mehr als 70 Prozent reduzieren. Auch die Belastung des Abwassers ist deutlich gesunken. Neben den positiven Effekten für die Umwelt spart der Textilreiniger auf diese Weise jährlich über 200.000 Euro ein.

Elektro Beckhoff GmbH

Der Name Elektro Beckhoff bildet das Dach eines inhabergeführten Elektrounternehmens, das regional, national und international für Qualität, Zuverlässigkeit und Serviceorientierung steht. Insgesamt sind rund 380 Mitarbeiter an den vier Unternehmensstandorten Verl, Grimma, Gütersloh und Frankfurt beschäftigt. 2010 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von rund 40 Millionen Euro.

Als professioneller Partner für Installations- und Gebäudetechnik beweist Elektro Beckhoff seit mehr als 50 Jahren in über 5.000 regionalen und überregionalen Projekten Kompetenz und Zuverlässigkeit. Im Bereich der elektrischen Gebäudetechnik setzt das Unternehmen für Industrieanlagen, Gewerbeimmobilien und Wohnhäuser Gesamtkonzepte um – individuell und anwenderorientiert, von der Steckdose bis hin zur komplexen Gebäudeautomatisierung.

Modernste Technik, innovative Lösungen und ein gelebter Servicegedanke bilden die Grundpfeiler der Beckhoff-Leistungen: Planung und Projektierung, Programmierung, Schaltfeldausrüstung, Installation, Inbetriebnahme und Wartung.

Nachhaltigkeit bedeutet, Grundwerte leben

Die Unternehmensphilosophie von Elektro Beckhoff heißt „Alles aus einer Hand“. Dahinter steht der Grundgedanke einer umfassenden Betreuung der Kunden auf allen Gebieten der Elektroinstallation und Gebäudetechnik. Dies gelingt, weil Beckhoff alle dafür notwendigen Geschäftsbereiche abdeckt, die Abteilungen reibungslos ineinandergreifen und Beckhoff-Mitarbeiter ergänzend zusammenarbeiten. Nachhaltiges Wirtschaften verbindet Beckhoff untrennbar mit nachhaltigem Service. Das bedeutet, dass Kunden auch nach der Fertigstellung eines Bauvorhabens durch Elektro Beckhoff betreut und begleitet werden.

Seit jeher setzt das Familienunternehmen auf Grundwerte wie Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, hohe Qualität und Know-how. Deswegen vertrauen namhafte Unternehmen bereits seit Jahrzehnten auf Elektro Beckhoff.

Spitzenleistungen kommen durch Spitzenmitarbeiter

Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital. Bei Elektro Beckhoff ist das keine hohle Floskel, sondern gelebte Wertschätzung. Diese drückt sich in Vertrauen, Fairness, Offenheit und einem hohen Maß an Verantwortung der Mitarbeiter aus.

Beckhoff fördert die Fähigkeiten und Kompetenzen jedes Einzelnen in dem Wissen: Ohne das Engagement und die Kreativität seiner Mitarbeiter sind Spitzenleistungen nicht möglich. Das große Vertrauen in die Fähigkeiten und Initiative der Mitarbeiter hat auch in diesem Bereich nachhaltige Wirkung. Die Fluktuation bei Elektro Beckhoff ist extrem gering.

Investitionen in den Nachwuchs

In Sachen Ausbildung ist Elektro Beckhoff Vorreiter in der Branche. Das Unternehmen bildet an den Standorten Verl, Gütersloh und Grimma in verschiedenen kaufmännischen und gewerblichen Berufen aus. Die Jugendlichen durchlaufen eine fundierte Ausbildung und erhalten damit eine solide Grundlage für den Start ins Berufsleben.

Die meisten der selbst ausgebildeten Fachkräfte werden von Elektro Beckhoff anschließend in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen. Mit einer Zahl von Auszubildenden, die jährlich weit über dem Branchendurchschnitt liegt (ca. 15 Prozent) und Arnold Beckhoff, der sich auch außerhalb seines Unternehmens für gute Ausbildung in seiner Branche einsetzt, leisten das Unternehmen und der Unternehmer Beckhoff ihren gesellschaftlichen Beitrag. In Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Bielefeld bietet Elektro Beckhoff darüber hinaus eine praxisintegrierte Ingenieurausbildung (Studiengang Mechatronik/Automatisierung) an. Das Konzept sieht eine enge Verknüpfung von betrieblicher Praxis und Hochschulstudium vor.

Zukunft durch Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist elementarer Bestandteil der Unternehmens-Strategie von Elektro Beckhoff. Das Ziel ist die Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Die konsequente Umsetzung der Beckhoff-Prinzipien in den Bereichen Kundenbetreuung, Mitarbeiter und Nachwuchssicherung macht Elektro Beckhoff zu einem zukunftsorientiertem Unternehmen, das auf die Loyalität und das Engagement seiner Mitarbeiter bauen kann, um auch in Zukunft neue Märkte und Kunden erschließen zu können.

Ob intensive Investitionen in Unternehmen und Mitarbeiter, großes Engagement in der Ausbildung junger Menschen oder der Einsatz ressourcenschonender Technik und das Leben von gesellschaftlich wesentlichen Grundwerten, all das sind Prinzipien nachhaltiger Unternehmensführung, die Elektro Beckhoff Tag für Tag mit Leben füllt.

Kirchhoff Gruppe

Als wir 2010 das 225-jährige Bestehen unserer Firmengruppe feiern durften, haben wir das Jubiläum unter das Motto WISSEN. WERTE. WANDEL. gestellt, weil diese Begriffe für unser Familienunternehmen als Synonym für Nachhaltigkeit in Vergangenheit und Zukunft stehen.

Das WISSEN von Unternehmern und Mitarbeitern, erworben durch eine gute Ausbildung sowie die Fähigkeit und Bereitschaft, ein Leben lang dazuzulernen.

WERTE wie Fleiß und Ideenreichtum am Arbeitsplatz, Hilfsbereitschaft und Verantwortungsbewußtsein für Mitmenschen und auch für das Gemeinwesen.

Ständiger WANDEL, der Veränderungsbereitschaft und Experimentierfreude sowie Risikobereitschaft und Augenmaß für Neues und Besseres erfordert, wenn man mit seinem Unternehmen erfolgreich bleiben will.

Nachhaltig wichtig sind für uns in erster Linie unsere Kunden mit ihrer Herausforderung, uns ständig an sich verändernde Marktbedürfnisse anzupassen. Treiber hierfür ist unser Innovationsmanagement, das hohe Priorität in unseren definierten Unternehmensstrategien hat.

Nachhaltig wichtig sind für uns aber genauso unsere Mitarbeiter. Stephan Witte Comp., die Gründerfirma unserer Gruppe, führte bereits 1855 fast 30 Jahre vor Bismarcks gesetzlicher Regelung eine betriebliche Kranken- und Unterstützungskasse ein. Kulturelle und soziale Bedürfnisse werden heute von unserer Dr. Kirchhoff Stiftung unterstützt. Ehrenamtliche Tätigkeiten von Gesellschaftern und Mitarbeitern besitzen bei uns einen hohen Stellenwert. Aus- und Weiterbildung haben in unserer Firmengruppe lange Tradition, ihre Grundprinzipien haben wir auch in unsere auslän-

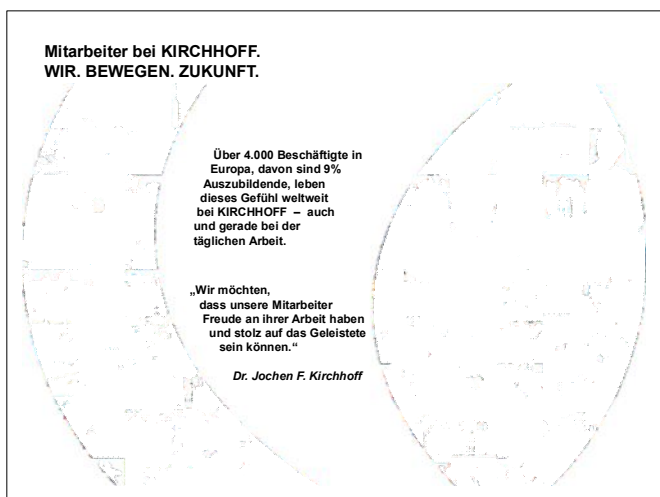


Abb. 1

Anpassungs- und Umstellungsmaßnahmen in nur 60 Jahren.

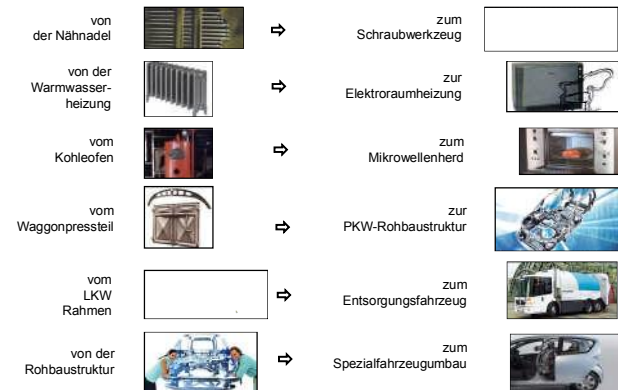


Abb. 3

dischen Tochtergesellschaften „exportiert“. Heute sind neun Prozent unserer Mitarbeiter Auszubildende.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns auch die Erarbeitung von Langfriststrategien, die unsere Unabhängigkeit nachhaltig sichern sollen und aus denen wir mittel- und kurzfristige Aktionspläne ableiten und umsetzen. Unsere definierten Firmenwerte sind generationenübergreifend. Umweltschonender Ressourceneinsatz ist für uns stets auf dem neusten Stand der Technik selbstverständlich.

Nur durch Nachhaltigkeit in Denken und Handeln konnte unsere Familie seit vier Generationen erfolgreich in unseren Märkten bestehen. Nachhaltigkeit ist für uns die Basis, auch zukünftig wettbewerbsfähig in der globalen Wirtschaftsentwicklung zum Nutzen unserer Kunden und unserer Mitarbeiter tätig zu sein.

Kultur und Werte.

- Das seit 4 Generationen verfolgte Ziel der Eignerfamilie, Mobilität für Menschen zu schaffen.
- Die damit verbundene hohe soziale Kompetenz der mittelständischen Firmengruppe.
- Die seit 225 Jahren richtigen - weil markt- und kundenbezogenen - unternehmerischen Entscheidungen zur Entwicklung und Veränderung des Unternehmens.
- Die Schaffung von hohem Kundennutzen durch Diversifikation.
- Kundenzufriedenheit durch das Angebot von Leistungsbündeln.
- Vervollständigt durch strategische Kooperationen und internationale Marktpräsenz.
- Gezielte Aus- und Weiterbildung zur Qualifizierung gesunder, zufriedener und erfolgreicher Mitarbeiter.
- Die umweltverträgliche Nutzung unserer Ressourcen.
- Die Steigerung unserer Wettbewerbsfähigkeit durch unsere Ertragskraft.

Abb. 2

BLOCK Transformatoren-Elektronik GmbH

Die Firma Block ist ein mittelständisches Familienunternehmen, das in der Gesamtstruktur etwa 600 Mitarbeiter beschäftigt. Wir sind weltweit aufgestellt und haben Tochterunternehmen in mehreren Ländern, wie beispielsweise in den USA und in Großbritannien. Daneben produzieren wir mit Partnern seit vielen Jahren in Asien lohnintensive Produkte. Wir sind nach ISO 9000 und ISO 14000 zertifiziert. Auch die Ideen von ISO 26000 – Corporate Social Responsibility – werden seit vielen Jahren hier im Unternehmen angewandt. Im Mittelstand spielt die Nachhaltigkeit immer eine große Rolle. Wir haben permanent seit vielen Jahren circa 40 Lehrlinge im Ausbildungsverhältnis und viele dieser ausgebildeten Lehrlinge haben bei uns im Unternehmen einen Dauerarbeitsplatz gefunden. Der älteste davon ist mittlerweile 36 Jahre im Unternehmen. Da wir ein High-Tech-Unternehmen sind, haben wir in unserer Entwicklung über 40 Ingenieure beschäftigt, daneben haben wir eine Grundlagenforschung, in der zwei Doktoranden tätig sind.

Wenn immer wieder beklagt wird, dass wir zu wenige Ingenieure haben, so haben wir dieses bei uns im Unternehmen schon seit vielen Jahren dahingehend gelöst, dass wir entweder guten Lehrlingen oder geeigneten Abiturienten die Möglichkeit eines dualen Studiums bieten. Wir zahlen diesen jungen Leuten neben einem monatlichen Salär auch die Studiengebühren, so dass diese Mitarbeiter, die diesen Abschluss erreicht haben, dann bei uns im Unternehmen einen Arbeitsplatz finden. Im nächsten Jahr trifft dies wieder auf drei junge Menschen zu, die bei uns im Unternehmen schon fest eingeplant sind. Weiter hat unser Unternehmen zehn Professoren von Fachhochschulen und Universitäten unter Vertrag, die uns in unterschiedlichen Fachbereichen, auch mit Diplomarbeiten, zur Verfügung stehen. Ebenso wird die Weiter- und Ausbildung zum Techniker oder Meister gefördert.

Auch das Thema Beruf + Familie spielt hier bei uns eine große Rolle. Wir haben eine Menge teilzeitbeschäftigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit individuell ausgehandelten Tages- und Wochenarbeitszeiten und zudem haben wir jetzt unseren betriebseigenen Kindergarten fast fertig, in dem wir zweisprachig Kinder von 0-6 Jahren unserer Mütter aufnehmen werden.

Zu dem Stichwort Nachhaltigkeit gehört auch die Vorausschau in die Zukunft. Da wir an führender Stelle im Bereich der internationalen Normung tätig sind, schaffen wir hier Möglichkeiten, durch entsprechende Normenvorgaben und Entwicklungen neuer Produkte Arbeitsplätze wieder nach

Deutschland zurück zu holen. Dies führt dazu, dass wir mittlerweile mehr in Deutschland gefertigte Produkte nach China exportieren, als dort für uns produziert werden. Da wir aktiv Ausbildung für alle Unternehmensbereiche betreiben, sehe ich derzeit keine Probleme, entsprechende Fachleute für die Zukunft zu rekrutieren. In unserem Werk 2 unterstützen wir unter der Leitung des Landkreises eine Qualifizierungsmaßnahme, in der wir permanent bis zu 50 Menschen qualifizieren. In über zehn Jahren erfolgreicher Kooperation innerhalb dieses Projektes ist es uns gelungen, Menschen aus der Langzeitarbeitslosigkeit in den ersten Arbeitsmarkt zu integrieren.

Zu unserer sozialen Verantwortung zählen wir ebenso unser Engagement im Bereich behinderter Menschen in beschützenden Werkstätten. So vergeben wir seit über 30 Jahren Arbeiten an die beschützenden Werkstätten und setzen hierfür täglich einen LKW und einen Fahrer ein. Weitere Unterstützung für die beschützenden Werkstätten leisten wir durch Beratung des Beirates.

Ein weiterer Erfolgsfaktor unseres Unternehmens ist, dass wir in schwierigen Zeiten, wie im Jahr 2009, unsere Mitarbeiter nicht entlassen haben, sondern alle Mitarbeiter weiter beschäftigt haben. Auch unsere Mitarbeiter haben über Kurzarbeit ihren Beitrag geleistet, so dass wir jetzt bei wieder gut laufender Wirtschaft auf unsere bewährten Kräfte, unsere Mitarbeiter, zurückgreifen können. Diese positiven Aspekte konnten nur erreicht werden, da wir ohne Einfluss von außen dieses mit unseren Mitarbeitern zusammen gemeinsam gelöst haben.

memo AG

Die memo AG ist ein Versandhaus mit eigenem Markensortiment, das insbesondere Unternehmen, aber auch Privatpersonen das „Handwerkszeug“ für nachhaltiges Leben und Arbeiten liefert. Alle Produkte in dem über 10.000 Artikel umfassenden Sortiment für Büro, Schule und Haushalt sowie Werbepartikel sind gezielt nach ökologischen und sozialen Kriterien ausgewählt. Zusätzlich gewährleisten qualitative und ökonomische Aspekte, dass nachhaltige Produkte im Preis-Leistungsverhältnis konventionellen Produkten in nichts nachstehen. Dies gilt vor allem für die rund 700 memo Markenartikel, die besonders hohe ökologische Standards erfüllen, um Mensch und Umwelt bei Herstellung, Gebrauch und Verwertung geringst möglich mit Schadstoffen zu belasten.

Darüber hinaus verfolgt die memo AG seit ihrer Gründung in allen Geschäftsbereichen konsequent die Kriterien der Nachhaltigkeit, die gleichermaßen innerhalb einer ganzheitlich angelegten Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigt und kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Die Grundlagen der nachhaltigen Unternehmensführung sind in der Unternehmensphilosophie der memo AG verankert: Ökologische, soziale, ökonomische Aspekte bilden die Basis aller Geschäftsprozesse. Dabei werden nicht einzelne Themen fokussiert, sondern alle Unternehmensprozesse – von der Sortimentspolitik über die Versandlogistik bis hin zur Rücknahme verbrauchter Produkte sowie Gebäude und Anlagen – integriert und ganzheitlich nachhaltig gestaltet. Alle Mitarbeiter sind gleichwertige Partner und bestimmen die Entwicklung und die Ziele des Unternehmens aktiv mit, um letztlich vom Unternehmenserfolg zu profitieren. memo geht jedoch beim Begriff der Nachhaltigkeit noch einen Schritt weiter und ergänzt diesen um den Faktor Qualität. So ergibt sich das Firmenmotto „Nachhaltig gut“.

Die praktische Umsetzung der Unternehmensphilosophie und damit der Betrieb und die Überwachung des integrierten Managementsystems bei memo obliegt dem Nachhaltigkeitsmanagement, das die einzelnen Funktionsbereiche bei der Umsetzung aller nachhaltigkeitsrelevanten Themen berät, koordiniert und unterstützt. Die Durchführung selbst liegt in der Regel bei den Funktionsbereichen. Neue Maßnahmen werden zum Teil ebenfalls in den Funktionsbereichen oder durch Projektteams – in denen wiederum das Nachhaltigkeitsmanagement vertreten sein kann – umgesetzt. Die Überprüfung der Instrumente zum Nachhaltigkeitsmanagement erfolgt durch halbjährliche Audits, die Erstellung einer Umweltbilanz, Erfahrungen aus den Projekten sowie aus der

täglichen Praxis, aus denen dann ein Systembewertungsbericht entsteht, der wiederum bedeutende Aspekte und neue Ziele und Maßnahmen hervorbringt.

Die Unternehmensphilosophie und damit die Nachhaltigkeitsstrategie der memo AG wird von vier Faktoren bestimmt: den Kernwertschöpfungsprozessen, dem Ressourcenmanagement, der Personalpolitik sowie den Stakeholderbeziehungen.

Einer der wichtigsten Kernwertschöpfungsprozesse – neben der Beschaffungs- und Versandlogistik, der Katalogproduktion sowie dem unternehmenseigenen Rücknahmesystem – ist die Sortimentsgestaltung. Als Schnittstelle zwischen Lieferanten/Herstellern und Kunden kann die memo AG einen enormen Betrag zu mehr Umweltverträglichkeit in der Produktion, aber auch zu mehr Umweltbewusstsein auf allen Seiten leisten. Dabei erleichtert das nach umwelt-, sozial- und gesundheitsverträglichen Gesichtspunkten sorgfältig geprüfte Produktangebot dem Verbraucher die Kaufentscheidung für eine nachhaltige Alternative. Anerkannte Gütesiegel sind ein wichtiges Kriterium der Produktbeurteilung. Artikel, die damit ausgezeichnet sind, werden bevorzugt ins Sortiment aufgenommen und daher ist die Anzahl dieser Produkte stetig steigend.

Ebenfalls entscheidende Aspekte einer nachhaltigen Wirtschaftsweise sind für memo die Gestaltung und Nutzung von Firmengebäude und Außenanlagen. Auf den ersten Blick sieht das Firmengebäude von memo nicht unbedingt anders aus als übliche Industriebauten – der Unterschied liegt jedoch in den Details. Die Gebäude und Anlagen, die Wasser-, Wärme- und Energieversorgung sind so konzipiert, möglichst wenig Ressourcen zu verbrauchen und schädliche Emissionen zu vermeiden bzw. zu reduzieren. Dabei gilt das Grundprinzip „Vermeiden vor Reduzieren vor Kompensieren“. Erst als letzter Schritt erfolgt die Kompensation unvermeidbarer Schadstoff-Emissionen durch den Ankauf von Emissionsminderungs-Zertifikaten aus validierten Klimaschutzprojekten.

Herzstück des integrierten Managementsystems sind die engagierten und motivierten Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sich mit den Zielen des Unternehmens identifizieren können und aktiv an ihrer Umsetzung teilnehmen. Die flache Organisationsstruktur der memo AG fördert die Teamarbeit innerhalb des Unternehmens. Wie gut die internen Maßnahmen zur Mitarbeiterzufriedenheit greifen, zeigt die niedrige Fluktuationsquote von durch-

schnittlich 2,5 Prozent in den letzten vier Jahren sowie die Fehlzeitenquote von durchschnittlich drei Prozent im gleichen Zeitraum. Hierzu tragen neben der angenehmen und gesundheitsverträglichen Arbeitsplatzgestaltung auch Maßnahmen zur Gesundheitsförderung, Arbeitssicherheit und die Möglichkeit zur Ferienbetreuung der Mitarbeiter-Kinder bei.

Untrennbar mit der intensiven und praxisnahen Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit verbunden sind für die memo AG die Stakeholderbeziehungen zu Kunden, Lieferanten und Kooperationspartnern, das sind Umweltorganisationen und Unternehmensverbände. Für viele von ihnen ist memo erste Anlaufstelle, wenn es um ökologische Fragen geht. memo ihrerseits beteiligt sich wiederum regelmäßig an der Entwicklung innovativer Lösungskonzepte zur Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens und unterstützt – oft als langjähriges und festes Mitglied – öffentliche Forschungsprojekte, Veranstaltungen und Aktionen zu diesem Thema. Dabei ist das Unternehmen stets darauf bedacht, nicht nur dem Namen nach Partner zu sein, sondern tatkräftig zur Realisierung der gemeinsamen Ziele zugunsten von Mensch, Umwelt und Klima beizutragen.

Die Leistungen des Unternehmens zum Schutz der Umwelt sind unabhängig zertifiziert und wurden schon mehrfach ausgezeichnet:

Im Jahr 2005 erhält die memo AG den „Deutschen Umwelt Reporting Award“ (DURA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in der Kategorie der kleinen und mittelständischen Betriebe. Kurz darauf folgt die Auszeichnung mit dem „European Sustainability Reporting Award“ (ESRA) für den besten Nachhaltigkeitsbericht in Europa. Mit einigen letzten Maßnahmen wie z.B. dem Bau einer firmeneigenen Holz-Hackschnitzel-Heizanlage wird im Jahr 2007 die Klimaneutralität des Unternehmens erreicht. 2009 erhält die memo AG den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „Deutschlands recyclingpapierfreundlichstes Unternehmen“ und zählt zu den Top 3 „Deutschlands nachhaltigster Unternehmen“ sowie zu den Top 3 Unternehmen mit „Deutschlands nachhaltigstem Recycling“. Der Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens belegt kurz darauf im Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittelständische Unternehmen den ersten Platz. Pünktlich zum 20-jährigen Jubiläum im Oktober 2010 zeichnet die Verbraucher-Initiative e.V. die memo AG als einziges Unternehmen als „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen“ in Gold aus.

UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE DER MEMO AG

ÖKOLOGIE	ÖKONOMIE	SOZIALES	QUALITÄT
 <p>1 Langfristiger wirtschaftlicher Erfolg ist das Ziel jeder unternehmerischen Tätigkeit. Wir erreichen dieses Ziel nur, wenn unsere Kunden mit unseren Produkten und Dienstleistungen zufrieden sind und ...</p> <p>2 ... unsere Mitarbeiter sich im Unternehmen wohlfühlen, die Ziele des Unternehmens mittragen und sich aktiv einbringen. Die Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens. Wir betrachten und behandeln sie als gleichwertige Partner, die Unternehmenspolitik und -ziele mitbestimmen. Sämtliche Geschäftsprozesse und Unternehmensziele werden allen Mitarbeitern regelmäßig transparent gemacht. Allen fest angestellten Mitarbeitern wird eine Unternehmensbeteiligung angeboten, wodurch sie auch am wirtschaftlichen Erfolg partizipieren können.</p> <p>3 Die Organisationsstruktur unseres Unternehmens ist stark dezentralisiert. In das Managementsystem sind alle Mitarbeiter aktiv eingebunden. Sie sind für die Sicherung von Qualität und Umwelt in ihrem</p>	 <p>Aufgabenbereich selbst verantwortlich. Alle erforderlichen materiellen und immateriellen Mittel zur Erfüllung dieser Aufgaben stellt die Geschäftsleitung zur Verfügung.</p> <p>4 Qualität, Ökologie und soziale Aspekte bilden für uns eine Einheit. Sie sind Basis unseres unternehmerischen Handelns und der Kern aller Investitionsentscheidungen und betrieblichen Abläufe.</p> <p>5 Unser Unternehmen verstehen wir als wertschöpfende Schnittstelle zwischen Lieferanten/Herstellern und Kunden, beide sind unsere Partner. Auch bei ihnen wollen wir ökologisches Verhalten fördern.</p> <p>6 Unseren Kunden bieten wir qualitativ hochwertige, langlebige und ökologisch sinnvolle Produkte zu einem marktfähigen Preis sowie alle für eine Kaufentscheidung relevanten Informationen. Im Zentrum unserer Kommunikation mit den Kunden und der Öffentlichkeit steht eine offene, umfassende Informationspolitik.</p>	 <p>7 Durch systematische Erfassung der Kundenwünsche, strategische Sortimentsgestaltung und kontinuierliche Analyse und Bewertung aller Unternehmensprozesse erhalten und verbessern wir fortlaufend die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen.</p> <p>8 Wir verpflichten uns zur Einhaltung aller für unser Unternehmen relevanten Umweltgesetze und Verordnungen und zur kontinuierlichen Reduzierung von Umweltbelastungen.</p> <p>9 Alle qualitäts- und umweltrelevanten Prozesse und Maßnahmen werden dokumentiert. Diese Festlegungen werden in regelmäßigen Abständen im Rahmen von Audits auf Anwendung und Wirksamkeit überprüft und verbessert.</p> <p>10 Ziel ist die ständige Verbesserung aller Prozesse und Aktivitäten im Unternehmen durch ein integriertes Managementsystem.</p>	

Die Unternehmensphilosophie der memo AG mit den drei Säulen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Soziales und Ökonomie – ergänzt um den Faktor Qualität.

Biomöbel Genske

Das Einrichtungshaus Biomöbel Genske in Köln ist Pionier in Sachen Nachhaltigkeit. Es wurde 1986 als kleines Studio für gesundes Schlafen und Sitzen gegründet, wuchs schnell und etablierte sich innerhalb kürzester Zeit als ökologisches Vollsortimentshaus, in dem es alles vom Kindermöbel bis zur Küche gibt. Das Unternehmen, das heute über 1.350 qm Verkaufsfläche verfügt, bietet ein ökologisches Sortiment und wird nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit geführt. Auf allen Ebenen des Wirtschaftens werden die Belange des Umweltschutzes mit sozialer Verantwortung und ökonomischer Stabilität in Einklang gebracht. 2010 wird Biomöbel Genske klimaneutrales Möbelhaus.

Ökologie

Produkte

- Fast alle Produkte sind aus nachwachsenden Rohstoffen. Möbel sind aus massivem Holz und nur mit Ölen oder Wachsen auf natürlicher Basis behandelt. Matratzen sind aus 100-prozentigem Naturlatex, Bettdecken und Kissen aus Naturhaar oder pflanzlichen Fasern.
90 Prozent aller Möbel werden in Deutschland oder angrenzenden Ländern (DK, A, I, CH) gefertigt. Bei Holzmöbeln stammt das verwendete Holz zu 90 Prozent aus nachhaltiger europäischer, die restlichen fünf Prozent aus nachhaltiger nordamerikanischer Forstwirtschaft.
35 Prozent aller Holzmöbel sind schadstoffgetestet nach den Kriterien von ÖkoControl oder des Ecolnstituts Köln. 55 Prozent tragen das Österreichische Umweltzeichen.
- Die Produkte werden weder in der Herstellung noch für den Transport mit schädlichen Ausrüstungen behandelt oder geschützt. Dadurch fügen sie weder im Gebrauch noch bei der späteren Entsorgung Mensch und Umwelt Schaden zu.
- Ca. 35 Prozent aller Holzmöbel tragen das ÖkoControl-Siegel oder das Siegel des Ecolnstituts Köln. Sie werden regelmäßig auf Schadstoffe kontrolliert nach den strengsten Kriterien, die es derzeit am Markt gibt. 55 Prozent tragen das Österreichische Umweltsiegel. Alle Matratzen sind nach den Kriterien des QUL-Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen oder nach den ÖkoControl Kriterien schadstoffgetestet. Gleiches gilt auch für fast alle angebotenen Bettwaren.

Unternehmen

- **Licht**
90 Prozent aller Leuchten in Verkauf und Verwaltung sind mit Energiesparlampen bestückt.
- **Energiesparprojekte**
Alle Halogenleuchtmittel in der Ausstellung sind im Frühjahr 2010 gegen LED-Leuchtmittel ausgetauscht worden. Einsparung: 5.500 kW/Jahr.
Im Frühsommer 2010 wurde die Grundbeleuchtung so umgeklummt, dass je nach Tageslicht verschiedene Stromkreise ausgeschaltet werden. Der Einsatz automatischer Helligkeits-/Dämmerungsschalter spart weitere 15-20 Prozent Strom.
- **Papier**
Biomöbel Genske hat die papierlose Verwaltung eingeführt. Die Korrespondenz mit Herstellern und Kunden erfolgt weitestgehend per email. Das für Kataloge und andere Werbemittel verwendete Papier ist zu 75 Prozent Recyclingpapier, zu 25 Prozent FSC-Mix, chlorfrei gebleicht.
- **Logistik**
Die Auslieferung wurde so optimiert, dass unnötige Leerfahrten vermieden und Fahrten zu weiter entfernten Kunden an Netzwerkpartner vor Ort übergeben werden können. Die eigenen LKW fahren mit neuester Energiespar-Technik und dürfen die grüne Umweltplakette tragen.
- **Verpackung**
Die Möbelschutzverpackung wird überall dort auf reinen Kantenschutz optimiert, wo Hersteller mit eigenen LKW ausliefern. Alle Verpackungen werden sortiert, Wiederverwertbares aufgehoben und der Rest über den Dienstleister Interseroh fachgerecht wiederverwertet.
- **Entsorgung**
Biomöbel Genske bietet seinen Kunden die kostenlose Rücknahme aller im Hause gekauften Möbel an, damit sie entweder an soziale Institutionen weitergereicht oder fachgerecht entsorgt werden können.
- **Anfahrtswege**
Schon seit 1989 wird die Anfahrt der Kunden mit öffentlichen Verkehrsmitteln gefördert und die Fahrkarte ab einem bestimmten Einkaufsvolumen erstattet. Diese Vorgehensweise wurde gerichtlich erstritten, da der Abmahnverein der Wettbewerbszentrale den Kölner Einzelhandel dadurch bedroht sah.
- **CO₂-Kompensation**
Alle nicht weiter reduzierbaren Emissionen, die durch den gesamten Geschäftsbetrieb einschließlich Auslieferung entstehen, werden durch zusätzliche Investitionen

in Energiesparprojekte kompensiert. 2010 wurde ein Vertrag mit myclimate abgeschlossen und 50 Tonnen CO₂ durch myclimate-Projekte der Kategorie „Gold“ kompensiert.

Soziales

- **Herstellungsbedingungen**

95 Prozent aller gelisteten Hersteller fertigen in Europa (Schwerpunkt D, A, I, DK, CH). Alle Produkte werden unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt. Es kann ausgeschlossen werden, dass die Produzenten gegen internationale Arbeitsschutzkonventionen verstoßen. Alle wichtigen Lieferanten, die 90 Prozent des Einkaufsvolumens herstellen, werden einmal jährlich persönlich besucht.

- **Mitarbeiter**

Die Mitarbeiterpolitik von Biomöbel Genske basiert auf Toleranz, Transparenz und Verantwortung. Jede Abteilung organisiert sich selbst, alle Mitarbeiter haben vollen Einblick in die Kalkulation der Aufträge, den Umsatz und die einzelnen Verkaufsleistungen. Bei gemeinsam ausgeführten Aufträgen wird die Einzelleistung ermittelt und die Provision entsprechend aufgeteilt. Auch in der Auslieferung und Montage gilt das Prinzip der Teamleistungsentlohnung. Die Bezahlung erfolgt übertariflich. Die Mitarbeiter sind aktiv am Einkauf der Ware beteiligt und haben weitreichende Mitbestimmung bei der Zukunftsplanung des Unternehmens. Alle Arbeitsplätze sind nach ergonomischen Gesichtspunkten mit ökologischen Möbeln gestaltet, die technische Ausstattung ist auf dem neuesten Stand und emissionsarm.

- **Kunden**

Das angebotene Mobiliar ist emissionsarm und langlebig. Die Einrichtungsplanung ist ganzheitlich und berücksichtigt Licht, Farbe und Baubiologie. Bei hochwertigen Matratzen, Liegesystemen oder ergonomischen Bürostühlen können Kunden kostenlose Testphasen zu Hause nutzen und haben eine Austauschgarantie, falls das Produkt nicht bequem genug ist. Es gibt kostenlose Seminare für die Pflege und Reparatur von Massivholzmöbeln.

- **Hochschulförderung**

Die Förderung von Hochschulen für Möbeldesign, Innenarchitektur, Marketing und Kommunikation sowie der Kölner Möbelfachschule ist seit 1998 fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Biomöbel Genske bietet Themen und Spielfläche für die Studenten und unterstützt die Projekte finanziell. Dadurch wird einerseits der Nachwuchs gefördert, andererseits entstehen so neue Ideen, die das Unternehmen voranbringen.

Ökonomie

- **Eigenkapital**

Biomöbel Genske hat durch die innovative Aktion „Kundeneinlagen statt Bankkredit“ seit 2003 über 145.000 Euro als stille Beteiligung generieren und seinen stillen Teilhabern eine durchschnittliche Rendite von 7,2 Prozent bieten können. Die Eigenkapitalquote stieg damit auf 32,8 Prozent in 2009.

- **Mitarbeiterbeteiligung**

Seit 2009 haben sich 40 Prozent aller Vollzeitkräfte von Biomöbel Genske als stille Teilhaber am Unternehmen beteiligt.

- **Marketing**

Das Marketing nutzt die klassischen Werbemaßnahmen wie Katalog und Kundenzeitschrift. Eine starke Bedeutung haben von Anfang an innovative Maßnahmen eingenommen, die das Internet und moderne online-Kommunikationsformen sowie soziale Netze nutzen. Biomöbel Genske betreibt bereits seit 1993 eine eigene Website und seit 2003 einen EBAY-Shop. In Hochschulprojekten wurden Imagefilme über Biomöbel Genske gedreht, die über YouTube laufen. Fester Bestandteil des Marketings sind Crossmarketing-Maßnahmen wie gemeinsame Events mit Partnern aus verschiedenen Netzwerken, in denen Biomöbel Genske Mitglied ist.

- **Qualitätssicherung**

Seit 1996 werden schriftliche und regelmäßige Kundenbefragungen als Instrument des Qualitätsmanagements durchgeführt. Die Auswertung und anschließenden Maßnahmen erfolgen konsequent und werden für den Kunden transparent gehalten.

- **Verbandszugehörigkeit**

Biomöbel Genske ist Mitglied im Verband der ökologischen Einrichtungshäuser und nutzt alle angebotenen Leistungen wie Optimierung der Konditionen, Schulung und regelmäßige Betriebsberatung.

EDEKA-Gruppe

Die EDEKA-Gruppe, führender deutscher Lebensmittelhändler, ist ein mittelständisch geprägtes Unternehmer-Unternehmen – seit über 100 Jahren. Nachhaltigkeit ist für die genossenschaftlich organisierte Gruppe ein integraler, schon lange wirksamer Bestandteil der Unternehmensstrategie. Dies ist allein schon bedingt durch die 4.500 selbstständigen EDEKA-Kaufleute, die Basis und Rückgrat der Gruppe bilden: Sie sind fest in ihrer Region verwurzelt, führen ihre Märkte häufig bereits in zweiter oder dritter Generation. Sie übernehmen soziale und wirtschaftliche Verantwortung in tausenden von Städten und Gemeinden. EDEKA-Unternehmer pflegen auch vielfältige Beziehungen zu regionalen Produzenten, wodurch sie zur Bewahrung und Förderung der regionalen Identität und der Biodiversität beitragen. Nirgendwo sonst finden die Kunden mehr regionale Lebensmittel in den Regalen.

Das alleine zeigt schon: Zukunftsgerichtetes Denken und Handeln sind ein treibendes Prinzip der Gruppe. Beim Thema Nachhaltigkeit fokussiert sich die EDEKA-Gruppe auf drei Kernelemente: die Sortimentsführung mit allen Aspekten der Qualitätssicherung und klaren Einkaufsrichtlinien, den ökologischen Aspekt unter Berücksichtigung eines schonenden Energie- und Ressourceneinsatzes sowie das gesellschaftliche Engagement, das in einem klaren Bekenntnis zur sozialen Marktwirtschaft gründet.

Beispiel für schonenden Energie- und Ressourceneinsatz

In den rund 12.000 Märkten der EDEKA-Gruppe spielt eine nachhaltigere Kühlung im Rahmen einer kontinuierlichen Energieeffizienzsteigerung und der Ressourcenschonung eine zentrale Rolle. Beratung durch eigene Energieexperten und finanzielle Unterstützung durch ein speziell aufgelegtes Förderprogramm der EDEKABANK („Umwelt-Plus-Programm“) sind Elemente, mit denen die EDEKA-Zentrale die EDEKA-Unternehmer bestärkt bzw. überzeugt, umweltgerechte Optimierungen zu realisieren. So setzen viele selbstständige EDEKA-Einzelhändler auch optimierte Kühlanlagenlösungen um, die – zugeschnitten auf den jeweiligen Standort – in das Gesamtkonzept eines energieeffizienten und umweltfreundlichen Marktes passen.

Besonders innovationsfreudig zeigte sich zum Beispiel EDEKA-Kaufmann Gerd Grümmner, der sich für seinen Markt in Neumünster-Einfeld für eine transkritische CO₂-Normalkühl- und Tiefkühlanlage entschieden hat – und damit für einen komplett FKW-freien Markt. Der Umbau für 45 laufende

Meter Kühlregal und fünf Tiefkühlblöcke (88 kW Kühlleistung) auf insgesamt 1.200 m² Verkaufsfläche war allerdings aufwändig, da das System mit hohen Drücken bis zu 120 bar arbeitet. Der Energieverbrauch konnte aber um 25 Prozent reduziert werden – und das ohne Verwendung und Freisetzung von Treibhausgasen, da CO₂ ein natürliches Kältemittel ist.

Die neue CO₂-Kühlanlage ist aber nur ein Teil des Gesamtkonzeptes: Die Kühlregale und -truhen sind komplett verglast. Alle Kühlanlagen und -möbel sind mit energiesparenden Ventilatoren und LED-Beleuchtung ausgestattet, die Lampen erreichen dank einer speziellen Spiegeltechnik einen hohen Ausleuchtungsgrad.

Beispiel für nachhaltige Sortimentsführung

Aufgrund der Überfischung der Meere setzt sich die EDEKA-Gruppe aktiv zum Schutz der weltweiten Fischbestände und zur Förderung umweltschonender Fangmethoden ein. Ab 2012 will EDEKA nur noch Fisch und Meeresfrüchte aus nachhaltiger Fischerei und Aquakultur anbieten. Der World Wide Fund For Nature (WWF), mit dem eine langjährige Kooperation zur Nachhaltigen Fischerei geschlossen wurde, berät dabei fachlich fundiert. Vom Aussterben bedrohte Fischarten wie Aal, Wildstör, Hai und Rochen wurden aufgelistet, ein Großteil der EDEKA-Eigenmarken stammt bereits aus nachhaltigen Quellen. Die Umstellung und die Optimierung der Kennzeichnung ist auch im übrigen Fischsortiment in vollem Gange.

Engagiert und geradlinig unterstützt etwa Cord Kappe, EDEKA-Unternehmer aus Wunstorf, diesen Kurs und setzt eigene Akzente. Obwohl in der Region des Steinhuder Meeres Aal sehr populär ist, verzichtet er konsequent auf vom Aussterben bedrohte Fischarten – und damit auch auf Aal. Den meisten Kunden fällt der Verzicht leicht. Denn das Markt-Team von Cord Kappe informiert engagiert und zeigt leckere Alternativen auf. So sind nicht nur die Mitarbeiter, sondern mittlerweile auch viele Kunden für das Thema nachhaltiger Fisch sensibilisiert.

Beispiel für soziales Engagement

EDEKA-Unternehmer engagieren sich seit 2008 bundesweit für eine Initiative der EDEKA-Stiftung: Mit „Aus Liebe zum Nachwuchs – Gemüsebeete für Kids“ werden Kinder in Kindergärten und Kindertagesstätten durch eigenständiges Gärtnern an Hochbeeten erlebnisorientiert an gesunde Er-

nährung herangeführt. Sie lernen außerdem, Wertschätzung und Bewusstsein für wertvolle Lebensmittel zu entwickeln. Bislang haben rund 40.000 Kinder teilgenommen. Die EDEKA-Kaufleute – 2010 waren es 400, 2011 werden es rund 500 sein – sind als „Paten“ der Initiative meist nicht nur beim Anpflanzen, der Pflege und der Ernte vor Ort. Sie unterstützen „ihren“ Kindergarten bzw. „ihre“ Kindertagesstätte auch in anderen Bereichen.

So wie EDEKA-Kaufmann Bernd Pabel aus Berlin: Der Pate, der nicht nur zur Pflanz- und Erntezeit regelmäßig vorbeischaud, lädt schon einmal eine Puppenspielerin in die Kita ein, lässt graue Wände hinter bunten Wandplakaten verschwinden und unterstützt mit kleinen Sachspenden.

Die Vielfalt des mittelständisch geprägten Unternehmer-Unternehmens EDEKA spiegelt sich in der Vielfalt der Nachhaltigkeitsprojekte auf allen Ebenen. Zukunftsgerichtetes, verantwortliches Denken und Handeln stehen hinter allen Maßnahmen.

Alba Group

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit hat im wirtschaftlichen Kontext in den vergangenen Jahren stetig an Bedeutung gewonnen. Während sich viele Unternehmen vorrangig aus wirtschaftlichen Interessen sozial und nachhaltig engagieren, unterstützt ALBA beispielsweise den Verein KINDerLEBEN (krebskranke Kinder) schon seit über dreizehn Jahren – abseits des großen Medienrummels. Und sponsert die Basketballer von ALBA BERLIN seit der Zeit, als der Verein noch keine 500 Zuschauer hatte.

In puncto Nachhaltigkeit des Geschäftsmodells und Umweltschutz reklamiert die ALBA Group für sich, mit ihrem umfassenden Leistungsspektrum im Bereich Wertstoffrückgewinnung und Rohstoffaufbereitung zu den führenden Umweltunternehmen weltweit zu gehören.

ALBA Group – das sind die beiden unabhängigen Säulen ALBA und Interseroh. Zusammen beschäftigen die beiden national und international tätigen Unternehmen rund 9.000 Mitarbeiter und erwirtschaften über 2,2 Milliarden Euro (Umsatz 2009). Schwerpunkte der operativen Tätigkeit der seit 1991 bestehenden und in Köln ansässigen Interseroh-Gruppe sind dabei die Organisation der Rücknahme von Verpackungen und Produkten sowie die Vermarktung von Sekundärrohstoffen, insbesondere von Metallschrotten. Schwerpunkte der operativen Tätigkeit des 1968 in Berlin gegründeten Familienunternehmens ALBA sind Entsorgungsdienstleistungen im kommunalen und gewerblichen Bereich, Vermarktung von Sekundärrohstoffen, Entwicklung und Betrieb von Recycling- und Produktionsanlagen sowie Konzeption und Durchführung von Facility Services.

Schon Ende der sechziger Jahre hat ALBA die Chancen des Recyclings erkannt und das Ziel verfolgt, so viele Wertstoffe wie möglich aus dem Abfall wieder in den Produktionskreislauf zurück zu führen. Hierfür hat ALBA in modernste Anlagentechnik investiert. Und der Einsatz zahlte sich aus: Heute verarbeitet die ALBA Group jährlich über sieben Millionen Tonnen Sekundärrohstoffe und stellt sie der Industrie zur Neuproduktion von Waren zur Verfügung. Der wirtschaftliche Nutzen: Die aufgrund der Rohstoffarmut Deutschlands sonst zwingend notwendigen teuren Rohstoffimporte können vermieden werden.

Zudem schon die ALBA Group durch die Herstellung und den Einsatz von Sekundärrohstoffen natürliche Ressourcen und trägt in einem erheblichen Maß zum Klimaschutz bei. Denn insgesamt spart die ALBA Group durch ihre Geschäftstätigkeit jährlich über sechs Millionen Tonnen CO₂

ein. Nicht ohne Nutzen auch für die Kunden: Sie erhalten auf Wunsch einen Nachweis in Form eines CO₂-Sparer-Zertifikats. Damit belegt die ALBA Group, dass ökonomische Gesichtspunkte mit ökologischen Zielen, wie Umwelt- und Klimaschutz, durch Gewinnung und Einsatz von Sekundärrohstoffen in Einklang gebracht werden können.

Auch soziale Verantwortung und Engagement gehören schon lange zum Selbstverständnis der ALBA Group. So engagieren sich ALBA und Interseroh sehr stark für Jugendliche. Sei es im Rahmen einer ganzheitlichen, überbetrieblichen Ausbildung oder durch die Unterstützung von Förderprojekten, wie beispielsweise dem Projekt JobInn. Dieses Projekt, das von der „Aktion Mensch e.V.“ unterstützt wird, vermittelt verhaltensauffälligen und benachteiligten Jugendlichen eine Ausbildung in der ALBA Group – und damit eine echte Lebensperspektive.

Auch die Unterstützung von Kindern wird in der ALBA Group groß geschrieben. Bereits im Jahr 1997 gründete ALBA mit Gleichgesinnten KINDerLEBEN – Verein zur Förderung der Klinik für krebskranke Kinder e.V. Berlin und veranstaltet seit 2001 jährlich eine Benefizgala zur Unterstützung dieses Vereins. Auf diese Weise kamen schon über 1,5 Millionen Euro an Spenden zusammen. Interseroh wiederum fördert seit Jahren ein Kinderheim in Köln-Sülz. Dabei ist es nicht nur das Unternehmen, das seine Patenschaft mit Geldspenden und der Organisation von Sommerfesten wahrnimmt. Auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen viel bei, zum Beispiel in Form von privaten Geld- und Sachspenden sowie freiwilligen Aktivitäten. Dieses Engagement wurde sogar mit dem Bürgerpreis der Stadt Köln ausgezeichnet.

Nicht zuletzt spielt der Fokus auf die nachhaltige Unterstützung von Kindern und Jugendlichen auch im sportlichen Engagement der ALBA Group eine große Rolle. ALBA ist seit 1991 Hauptsponsor und Namensgeber des international erfolgreichen Basketballvereins ALBA BERLIN. Hier engagiert sich das Unternehmen insbesondere im Bereich der Nachwuchsförderung und investiert im Rahmen des ALBA-Jugend-Konzepts massiv in den Breitensport.

Dem schon jetzt gelebten Leitbild des nachhaltigen Handelns und Wirtschaftens wird die ALBA Group auch weiter folgen – im Sinne einer ökologischen, ökonomischen und sozialen Versorgungssicherheit sowie Zukunftsfähigkeit Deutschlands.

Viada GmbH & Co. KG

Die Viada GmbH & Co. KG ist ein engagierter und zukunftsorientierter IT-Dienstleister. Viada bietet einen Rundum-Service von der IT-Beratung über die individuelle Softwareentwicklung bis hin zum Netzwerk-Management und bietet branchenübergreifend individuelle Softwarelösungen, die genau auf das Unternehmen, die Prozesse, die Mitarbeiter und die Kunden und Lieferanten zugeschnitten sind. Zum Kundenkreis von Viada gehören sowohl mittelständische Unternehmen aus der Region als auch internationale Großkonzerne. Viada ist in den meisten Ländern Europas, im mittleren Osten und Afrika aktiv. Im Mai 2010 wurde das Unternehmen für die Aktivitäten im JBoss-Bereich als „EMEA Middleware Partner of the year 2010“ ausgezeichnet.

Nachhaltige Unternehmensführung

Unternehmerisches, nachhaltiges Handeln ist die Maxime der Geschäftsleitung von Viada. Da im Dienstleistungsbe- reich viele „klassische“ Felder des nachhaltigen Handelns, wie beispielsweise Ressourceneffizienz, nicht anfallen, wird auf eher persönliche nachhaltige Werte besonderes Augenmerk gelegt. Dies erstreckt sich vor allem über die Bereiche der Ausbildungsförderung, der Förderung der Weiterbildung sowie der Förderung des gesellschaftlichen Engagements.

Ausbildungsförderung

Viada ist auf die Qualifikation und die Soft-Skills der Mitarbeiter angewiesen. Das IT-Dienstleistungsgeschäft ist ein reines „people business“ und die Beurteilung des Dienstleisters erfolgt immer anhand des Auftretens der Mitarbeiter. Im globalen „race for talents“ sind es häufig die Großkonzerne, die die größten Talente und gerade im Soft-Skill-Bereich qualifizierten Neulinge direkt von den Universitäten weglocken und mit für einen Mittelständler nicht erreichbaren Einstiegsgehältern an sich binden. Viada ist daher bereits seit Jahren eng mit einer regionalen Hochschule verbunden. Jährlich bietet Viada mehreren Studenten im Rahmen eines bezahlten, studienbegleitenden Praktikums die Möglichkeit, theoretisch erworbene Fähigkeiten praktisch anzuwenden und Berufserfahrung zu sammeln. Nach Abschluss des Studiums geht die Mehrzahl der Studenten/ Praktikanten in eine Vollanstellung bei Viada über.

Zudem stellt Viada der Hochschule regelmäßig Lehrkörper zur Verfügung, um einen intensiven Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis zu vermitteln. Neben einer intensiven Nachwuchsförderung wird durch diese Maßnahmen auch der Standort Dortmund stark gefördert, da viele der

Studenten sich so auch an die Region binden lassen. Zudem profitieren die Studenten von einer praxisnahen inhaltlichen Vorbereitung bereits vor dem ersten offiziellen Arbeitstag.

Förderung der Weiterbildung

In der schnelllebigen Branche der IT-Dienstleister ist ständige Weiterbildung von besonderer Bedeutung. Aktuelle Markttrends müssen erkannt und die Mitarbeiter auf aktuel- lem Kenntnisstand gehalten werden. Neben strategischen internen Weiterbildungszielen, die durch interne wie externe Maßnahmen abgebildet werden, sind ebenso die nicht- fachlichen, individuellen Weiterbildungsziele eines jeden Mitarbeiters förderungswürdig. In gelebter Kooperation zwischen Unternehmen und Mitarbeitern werden individuelle Weiterbildungswünsche berücksichtigt. Dies trägt nicht uner- heblich zur Bindung an das Unternehmen bei. Auch im Hin- blick auf die Kunden von Viada zählen insbesondere auch die nicht-fachlichen Kompetenzen.

Förderung des gesellschaftlichen Engagements

Auch als Unternehmen sieht sich Viada in der Verantwor- tung, einen Beitrag für das allgemeine gesellschaftliche Zu- sammenleben beizusteuern. Dabei steht insbesondere die Förderung des gesellschaftlichen Engagements der Mitar- beiter in einem zentralen Fokus. Sofern es die Kundensituati- on erlaubt, sind jederzeit flexible Arbeitszeiten für jeden Mit- arbeiter beanspruchbar. Insbesondere für gesellschaftliches Engagement herrscht eine besondere Aufmerksamkeit, sei es für gesellschaftliche engagierte Unternehmerverbände wie die Wirtschaftsjunioren Deutschland, regionale soziale Verbände oder lokale Pfadfinderorganisationen.

Als Ergebnis lässt sich eine überdurchschnittlich gute Moti- vation der Mitarbeiter feststellen, die auch auf eine grund- sätzliche Zufriedenheit mit den ehrenamtlichen Tätigkeiten zurückzuführen ist. Zudem wirken sich die im Ehrenamt er- worbenen Sozialkompetenzen, das ständige Übernehmen von Verantwortung und das „Lernen in der Spielumgebung“ positiv auf die Arbeitsleistungen aus.

Blick in die Zukunft

Bei weiterem Unternehmenswachstum legt die Geschäftsfüh- rung besonderen Wert auf das Beibehalten der gesetzten nachhaltigen Ziele. Ein Grundsatz liegt dabei selbstver- ständlich jedem Engagement zugrunde: die Wirtschaftlich- keit muss im Fokus des Unternehmens stehen, denn dies ist stets die Basis für nachhaltiges Handeln.

UNITY AG

Die UNITY ist eine Managementberatung für Strategien, Prozesse, Technologien und Systeme. Wir unterstützen unsere Kunden von der innovativen Produktidee bis zum Erfolg im Markt und stellen eine hohe Produktivität in ihrer Leistungserstellung sicher. Durch technisches und betriebswirtschaftliches Fachwissen sowie geschäftsorientiertes Prozess- und IT-Management gestalten wir Veränderungsprozesse unserer Kunden erfolgreich. Welche zentrale Bedeutung dem Faktor Nachhaltigkeit zukommt, sehen wir deshalb nicht nur bei uns selbst, sondern auch bei der täglichen Arbeit mit unseren Kunden. Auch bei ihnen setzen wir auf eine nachhaltige Ausrichtung aller Geschäftsprozesse, denn diese ist für einen dauerhaften Unternehmenserfolg unabdingbar. Das Nachhaltigkeitskonzept der UNITY gliedert sich im Wesentlichen in die drei Bereiche Bildung, Ressourcenmanagement und gesellschaftliches Engagement.

Mit Investitionen in Bildung dem Fachkräftemangel entgegenwirken

In der UNITY wird nachhaltiger Erfolg vor allem durch Engagement im Bereich Bildung gesichert. Ein zentraler Bestandteil dieses Engagements ist die UNITYacademy. Dort erhalten alle unsere Mitarbeiter eine umfassende Weiterbildung. Zahlreiche Seminare und Schulungen, wie z.B. „Führen in Projekten“ oder „Motivationsdynamik“, fördern die Kompetenzen unserer Mitarbeiter in den Bereichen Kommunikation, Projektmanagement, Konfliktmanagement und Persönlichkeitsentwicklung. Darüber hinaus bietet die UNITYacademy intensive Fachschulungen zu Themen wie „Szenario-Technik“ und „Prozessmanagement“ an. Mit diesem Weiterbildungsprogramm stellen wir sicher, dass alle unsere Berater neben ihrer hohen fachlichen Kompetenz auch eine hohe soziale Kompetenz besitzen. Unternehmen, die ihren Erfolg langfristig sichern wollen, müssen ihre Mitarbeiter fördern und fordern. Daher steht das Weiterbildungsprogramm der UNITYacademy nicht nur unserem eigenen Team, sondern auch den Führungskräften und Mitarbeitern unserer Kunden offen, sodass auch sie nachhaltig in ihr Unternehmen investieren können.

Die Qualifizierung von Mitarbeitern ist ein wesentlicher Faktor für nachhaltige Unternehmensführung, jedoch längst nicht ausreichend. Fachkräftemangel und demografische Entwicklung erfordern weitere Investitionen in Bildung. Die UNITY ist deshalb langjähriger Partner der Stiftung Studienfonds OWL, welche sich zum Ziel gesetzt hat, besonders begabte Studierende für Ostwestfalen zu gewinnen und gleichzeitig finanziell schwächer Gestellten ein Studium zu

ermöglichen. Wir unterstützen die Stiftung, indem wir in jedem Semester Stipendien an bedürftige sowie an herausragende Studenten vergeben. Damit übernehmen wir Verantwortung für die Sicherung einer qualifizierten Ausbildung, setzen uns dafür ein, dass jeder, der geeignet und motiviert ist, unabhängig von seiner finanziellen Lage ein Studium absolvieren kann, und fördern zugleich sehr gute Leistungen. Mit der Absicht, herausragende Studienleistungen zu fördern, ist auch die Auszeichnung der besten Lehramtsabsolventen der Universität Paderborn verbunden. Diese erhalten von der UNITY in jedem Semester den PLATZEF-Preis (Paderborner Lehrerausbildung – Zusammenschluss von Ehemaligen und Förderern). Mit der Förderung angehender Lehrer, die durch hervorragende Leistungen überzeugt haben, kommen wir unserer Pflicht als Unternehmensberatung nach, langfristig in Bildung, das höchste Gut des Standorts Deutschland, zu investieren.

Unser Engagement im Bereich Bildung ist jedoch nicht auf finanzielle Unterstützung beschränkt. Wir bieten Studenten verschiedener Fachrichtungen die Möglichkeit, ein Praktikum bei der UNITY zu absolvieren, das Unternehmen als studentische Hilfskraft kennenzulernen oder Studien- und Abschlussarbeiten im Rahmen eines UNITY-Projekts zu verfassen. Enge Kooperationen mit der Universität Paderborn, der Fachhochschule der Wirtschaft Paderborn (FHDW) und vielen weiteren Hochschulen in ganz Deutschland ermöglichen uns den Kontakt zu qualifizierten Fachkräften und die frühzeitige Bindung herausragender Studenten. Die UNITY kooperiert außerdem mit dem Ludwig-Erhard-Berufskolleg in Paderborn. Teil dieser Kooperation ist unser „School's Day“, an dem wir ein Bewerbertraining mit den Schülern durchführen, um sie fit für den Einstieg in das Berufsleben zu machen. Mit den genannten Maßnahmen wollen wir dem Fachkräftemangel entgegenwirken und langfristig sicherstellen, dass die UNITY personell gut aufgestellt ist. Dies ist nur möglich, indem wir nachhaltig in die wichtigste Ressource der UNITY, unsere Mitarbeiter, investieren.

Mit effizientem Ressourcenmanagement Verschwendung vermeiden

Eine weitere Komponente nachhaltiger Unternehmensführung stellt die ökologische Verantwortung dar. Vor dem Hintergrund steigender Ressourcenknappheit gilt es, Verschwendung zu vermeiden. Dies betrifft in erster Linie produzierende Unternehmen. Ein effizienter Umgang mit Ressourcen im produzierenden Sektor stellt einen Schwerpunkt unserer Beratungsleistungen dar. Doch auch im Büroalltag einer Un-

ternehmensberatung kann Verschwendung vermieden werden. In der UNITY wird daher nach der Lean Office Methode gearbeitet. Ordnung im Büro, vereinfachte, standardisierte Prozesse und transparente Materialbestände sorgen für einen geringeren Ressourcenverbrauch und ersparen unnötige Tätigkeiten, Wartezeiten und Wege. Letztendlich wirkt sich dies auch positiv auf die Motivation und die Arbeitseffizienz der Mitarbeiter aus.

Um auch bei unseren Kunden nachhaltiges Wirtschaften umzusetzen und Ressourcenverschwendung zu vermeiden, wurden Berater der UNITY für das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie initiierte Programm VerMat zertifiziert. Ziel dieses Programms ist es, Unternehmen bei der Verbesserung der Materialeffizienz zu unterstützen. In verschiedenen Projekten haben unsere Berater bereits erhebliche Einsparpotenziale beim Materialeinsatz aufgedeckt und entsprechende Maßnahmen eingeleitet.

Mit gesellschaftlichem Engagement Bewusstsein für Nachhaltigkeit schaffen

Effizientes Ressourcenmanagement und Investitionen in Aus- und Weiterbildung sind wichtige Bestandteile nachhaltiger Unternehmensführung, deren Effekte jedoch ohne Akzeptanz und Mitwirkung der Gesellschaft verpuffen würden. Die UNITY setzt sich daher in verschiedenen Bereichen ehrenamtlich dafür ein, in der Gesellschaft ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen, sodass die Bedürfnisse künftiger Generationen nicht kurzfristigem Gewinnstreben zum Opfer fallen. Dies erreichen wir beispielsweise mit unserem Engagement bei den Wirtschaftsunioren Deutschland (WJD), bei der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften (acatech), beim Rotary Club, beim Round Table sowie bei Sneep, dem studentischen Netzwerk für Wirtschafts- und Unternehmensethik. Eines der zentralen Anliegen von Sneep ist die Verankerung von Nachhaltigkeit in der Gesellschaft. Christoph Plass, Mitglied im UNITY-Vorstand und Sneep-Kuratorium, forderte zusammen mit Sneep in einem offenen Brief an deutsche Hochschuldirektoren die Integration von Wirtschafts- und Unternehmensethik in die Lehre und setzt sich damit für die Überzeugung der UNITY ein, dass Akademiker, als zukünftige Entscheidungsträger, die Grundlagen ethischen Handelns für ihr Berufsleben erlernen sollten. Die Finanzkrise hat gezeigt, welche zentrale Rolle Wirtschaftsethik für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung spielt.

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit will die UNITY auch mit der Studie „Unternehmen Zukunft – Deutschland 2020“, die sie gemeinsam mit den Wirtschaftsunioren Deutschland erstellte, steigern. Die Studie stellt mögliche Szenarien der Zukunft und deren Auswirkungen auf die Bereiche Politik,

Ökonomie und Umwelt vor und geht damit der Frage nach, wie sich die Gesellschaft bis zum Jahr 2020 verändern könnte. Die Antwort auf diese Frage hängt im Wesentlichen auch davon ab, wie nachhaltig wir heute wirtschaften.

Mit Blick auf unsere 15-jährige Unternehmensgeschichte können wir mit Recht behaupten, dass sich nachhaltige Unternehmensführung auszahlt. Unsere bisherige Erfolgsbilanz bestätigt uns in unserem Vorhaben, auch in Zukunft auf Nachhaltigkeit zu setzen.

Bank Sarasin AG

Nachhaltigkeit hat bei der Bank Sarasin Tradition. Lange bevor der Begriff Nachhaltigkeit durch die „Brundtland-Kommission“ 1987 Eingang in Politik und Wirtschaft gefunden hatte, war die Verantwortung für eine langfristig tragbare Entwicklung bereits Grundelement der Unternehmensphilosophie der Bank Sarasin. Das zieht sich durch alle Bereiche: von der Unternehmensführung, über die Mitarbeiter bis hin zu Research und Produkten.

Zu den Meilensteinen der Nachhaltigkeit bei Sarasin zählen:

- 1989 erste Vermögensverwaltungsmandate mit Nutzung von ökologischen Kriterien
- 1993 neues Bankhauptgebäude in Basel mit der seinerzeit größten Solaranlage der Schweiz
- 1994 Lancierung des weltweit ersten Ökoeffizienzfonds
- 1996 Unterzeichnung UNEP-Deklaration der Banken zur nachhaltigen Entwicklung
- 1997 Umweltleitbild / Beginn der Erhebung von Umweltkennzahlen
- 1998 Einbeziehung sozialer Kriterien in die nachhaltige Vermögensverwaltung
- 1999 erster Umweltbericht
- 2000 Gründung der Abteilung Sustainable Investment
- 2003 Gründung des Nachhaltigkeitsausschusses / Verankerung im Leitbild
- 2005 Erscheinen des ersten Nachhaltigkeitsberichts

Nachhaltige Unternehmensführung – Gruppenweites Nachhaltigkeitsmanagement

Der seit 2003 bestehende Nachhaltigkeitsausschuss unterstützt mit seinem Fachwissen den CEO und das Executive Committee als geschäftsbereichsübergreifendes Organ in allen Belangen des nachhaltigen unternehmerischen Handelns. Im Nachhaltigkeitsausschuss sind alle Geschäftsbereiche und die Geschäftsleitung der Gruppe vertreten. Der Ausschuss trägt die oberste fachliche Verantwortung in Fragen der Nachhaltigkeit. Er ist zuständig für die Erarbeitung einer unternehmensweit gültigen Nachhaltigkeitsstrategie, für die Definition der Umwelt- und Sozialpolitik, die Zielsetzung in den Bereichen Umwelt und Soziales sowie die Festlegung der jährlichen Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung erfolgt seit 2008 gemäß den Empfehlungen und Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Die GRI-Richtlinien sollen nachhaltige Entwicklung weltweit unterstützen und gleichzeitig Firmen, Regierungen, Investoren, Arbeitnehmern und einer interessier-

ten Öffentlichkeit vergleichbare Entscheidungs- und Orientierungshilfen bieten. Die Bank Sarasin hat das interne Nachhaltigkeitsmanagement ausgebaut und weiter professionalisiert. So wurde im Frühling 2009 neu die Stelle einer gruppenweit tätigen Nachhaltigkeitsmanagerin geschaffen. Dies bildet die Ausgangslage für die weitere Verankerung des Konzepts Nachhaltigkeit auf allen Ebenen der Unternehmensführung und an allen Standorten der Gruppe. Ebenfalls wurde im Jahr 2009 das gruppenweite interne Netzwerk stark ausgebaut. An den Standorten Basel, Dubai, Frankfurt, Genf, Hongkong, London, Lugano, Singapur und Zürich wurde jeweils ein Nachhaltigkeitsverantwortlicher bestimmt. Diese erheben die dezentralen Nachhaltigkeitskennzahlen und sind für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen verantwortlich.

Sozialziele

Die Bank Sarasin will ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft aktiv wahrnehmen. Dieser Anspruch schlägt sich im zwischenmenschlichen Umgang mit den verschiedenen Anspruchsgruppen, in der Auswahl unserer Sponsoringprojekte und in der Gestaltung unserer nachhaltigen Produkte nieder. Soziale Ziele setzt sich die Bank Sarasin natürlich auch im Hinblick auf ihre Mitarbeiter und setzt sich daher ein für ein Arbeitsumfeld der Chancengleichheit, frei von Diskriminierung und Belästigung jeder Art.

Umweltziele

Auf den schonenden Umgang mit Ressourcen legt die Bank Sarasin höchsten Wert. Bei der täglichen Arbeit sowie beim Betrieb und Unterhalt der Gebäude hält sie die Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich. Seit 2008 ist die gesamte Gruppe CO₂ neutral. Bei Geschäftsreisen benutzen die Mitarbeiter möglichst ökologisch sinnvolle Verkehrsmittel oder greifen auf Video-Konferenzen, Conference Calls oder andere IT-Lösungen zurück.

Nachhaltigkeitsziele in Bezug auf die Mitarbeiter

Die Bank investiert in Aus- und Weiterbildung. Diese beinhaltet eine Internationalisierung und die Integration von Nachhaltigkeit in die Aus- und Weiterbildung.

Ein gesamtheitliches Gesundheitskonzept fördert Gesundheit und Wohlbefinden der Mitarbeiter. Ein wesentlicher Bestandteil davon ist die Förderung einer gesunden Work-Life-

Balance.

Jährlich erfolgt eine Befragung der Mitarbeiter im Sinne einer Pulsföhlung, umfangreichere Befragungen der Mitarbeitenden werden alle drei Jahre durchgeföhrt.

Eine gruppenweite Diversity-Strategie hält die Förderung und Rahmenbedingungen für flexible Arbeitsplatzgestaltung und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf (z.B. Anspruch auf Sabbatical) sowie Chancengleichheit fest.

Think Tank W.I.R.E.

Seit 2008 trägt die Bank Sarasin gemeinsam mit dem Collegium Helveticum der ETH und Universität Zürich den Think Tank W.I.R.E (Web for Interdisciplinary Research & Expertise). W.I.R.E. beschäftigt sich mit langfristigen Trends und relevanten Entwicklungen in Wirtschaft, Gesellschaft und den Life Sciences. Der Think Tank arbeitet inhaltlich unabhängig von der Bank Sarasin. Die Bank Sarasin nutzt die von W.I.R.E. erarbeiteten Informationen und Erkenntnisse für ihre Anspruchsgruppen im Sinne des Know-how-Transfers. Mit dem Engagement bei W.I.R.E. zeigt die Bank Sarasin ihren Kunden und Partnern, dass sie sich bereits heute mit den wichtigen Fragen von morgen beschäftigt. Zukunftsfähigkeit ist hierbei eines der zentralen Anliegen.

Auszeichnungen für Nachhaltigkeit

Die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit und die Resultate des nachhaltigen Handelns der Bank Sarasin wurden bereits mehrfach ausgezeichnet:

- Die Bank Sarasin hat als bester nachhaltiger Vermögensverwalter den ersten Platz im aktuellen Test des Finanzverlags Fuchsbriefe „Vermögensmanagement im Test – Wer kann nachhaltig?“ belegt. Damit erhält die Bank Sarasin die zweite Auszeichnung in Deutschland innerhalb kürzester Zeit: Beim „Elite-Report 2011 – Die Elite der Vermögensverwalter“ wurde die Bank Sarasin bereits mit der Bestnote „summa cum laude“ ausgezeichnet.
- Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2009: Die Bank Sarasin Deutschland erzielte im Dezember 2009 den ersten Platz beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Finanzdienstleistung“.
- Im Rahmen einer im Januar 2009 veröffentlichten Befragung der Feri EuroRating Services AG wurden 560 erfahrene Fondsanleger nach ihrer Einschätzung der

Qualität einzelner Anbieter von Nachhaltigkeitsfonds befragt. Bei der Frage, mit welchem Fondsanbieter die Anleger gute bis sehr gute Erfahrungen gemacht haben, wurde die Bank Sarasin mit Abstand am häufigsten genannt. Auch bei der Einschätzung der Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeit schneidet sie mit der besten Gesamtnote ab.

Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V.

Wir befinden uns in einer Phase gesellschaftlichen Umdenkens. Angesichts der großen Herausforderungen, vor die uns die Umwelt- und Globalisierungsproblematiken stellen, rücken soziale, ethische und ökologische Faktoren in den Mittelpunkt unserer Aufmerksamkeit. Und zwangsläufig führt ein gewandeltes persönliches Wertesystem auch zu einem Wandel des unternehmerischen Wertesystems. So ist Nachhaltigkeit zu einem Schlüsselbegriff unternehmerischen Handelns geworden – auch im Bereich der Finanzanlagen.

Was aber sind nachhaltige Geldanlagen?



Der Begriff der Nachhaltigkeit stammt aus der Forstwirtschaft und bedeutet: Man solle nur so viel Holz schlagen, wie nachwachsen kann. Auf Investments übertragen heißt dies, dass bei der Bewertung einer Anlage neben den klassischen ökonomischen Kriterien auch ökologische, soziale und ethische Aspekte eine gewichtige Rolle spielen. Im Grundsatz ist nachhaltiges Investment die allgemeine Bezeichnung für nachhaltiges, verantwortliches, ethisches, soziales, ökologisches Investment und alle anderen Anlageprozesse, die in ihre Finanzanalyse den Einfluss von ESG (Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung) -Kriterien einbeziehen.

Bei den Anlagestrategien unterscheidet man zwei Konzepte: zum einen die positive Anlagestrategie, nach der besonders nachhaltige Projekte, Unternehmen oder Branchen gefördert werden; zum anderen die negative Anlagestrategie, bei der bestimmte Staaten, Branchen oder Firmen ausgeschlossen werden.

Es gibt eine ganze Reihe von negativen Anlagekriterien (Ausschlusskriterien): Neben ganzen Branchen wie z.B. Rüstung, Pornographie und Tabak zählen dazu im Umweltbereich die Verwendung von Pestiziden und Verstöße gegen Artenschutzabkommen, im sozialen Bereich ausbeuterische Kinderarbeit und Verstöße gegen die demokratischen oder politischen Grundrechte und im Bereich der Unternehmensführung Korruption, Bilanzbetrug und Verstöße gegen das Kartellrecht, um nur einige Kriterien zu nennen.

Die positive Anlagestrategie hingegen definiert Projekte, Unternehmen und Branchen, die gezielt gefördert werden sollen. So gibt es Themenfonds, die in ganz bestimmten Sektoren wie Erneuerbare Energien/Energieeffizienz, Nachhaltige Rohstoffe, Grüne Immobilien, Gesundheit und auch

in soziale Projekte, Kultur und Bildung investieren. Neben diesen Investments muss ein themenspezifischer Fonds aber auch eine ausdrückliche nachhaltige Motivation nachweisen.

Weitere positive Anlagekriterien sind z.B. die Wahrung von Grundsätzen vorsichtiger Unternehmensführung, die Berichterstattung zu ökologischen Aspekten der Geschäftstätigkeit (z.B. Global Reporting Initiative), zu sozialen Belangen der Geschäftstätigkeit, zu CSR-Zielen und die Veröffentlichung von Vorstandsgehältern.

Eine positive Anlagestrategie kann auch nach dem Best-In-Class-Ansatz entwickelt werden. Nach diesem Ansatz werden jeweils die Unternehmen ausgewählt, die im Branchenvergleich in ökologischer, sozialer und ethischer Hinsicht die höchsten Standards setzen oder zumindest besser abschneiden als ihre Mitkonkurrenten.

Natürlich können Anleger auch durch ihr Engagement die Geschäftspolitik eines Unternehmens beeinflussen – durch Aktionärsanträge, durch den direkten Dialog mit Entscheidungsträgern oder auch durch die Stimmrechtsausübung auf Aktionärsversammlungen. Verglichen mit anderen Ländern Europas ist solch ein Engagement im deutschsprachigen Raum allerdings noch nicht so weit verbreitet.

Welche Anlageformen und Finanzprodukte kommen nun für nachhaltige Investments infrage?

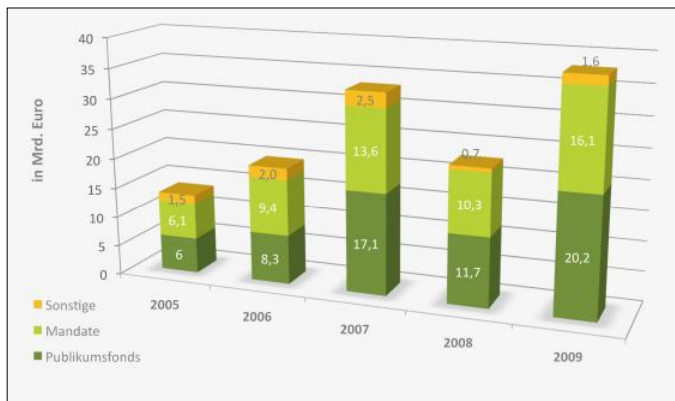


Im Bereich nachhaltiger Geldanlagen stehen praktisch alle gängigen Finanzprodukte zur Verfügung: Aktien, Anleihen, betriebliche Altersvorsorgeprodukte, Beteiligungen, geschlossene Fonds, Genussscheine, Investmentfonds, Lebensversicherungen, Altersvorsorgeprodukte, Rentenpapiere, Sparbriefe, Sparkonten, Festgelder, Zertifikate usw. Wie aber kann ein Anleger prüfen, ob ein Fonds tatsächlich die Kriterien erfüllt? Das Forum Nachhaltige Geldanlagen vergibt mit seinen europäischen Partnern das Transparenzlogo. Damit ein Fondsanbieter dieses Logo erhält, muss er den Transparenzkodex unterzeichnen und einmal im Jahr Informationen zu seinen Fonds und den jeweiligen Anlagestrategien offenlegen. Die Grundsätze des Kodex lauten: Qualitätssicherung durch Transparenz, Erhaltung des vielfältigen Spektrums nachhaltiger Geldanlagen, keine Vorgabe ethischer Standards, keine Vorgaben zum Portfolio.

Am 30. September 2010 waren nach Informationen des Sustainable Business Institute (SBI) in Deutschland, Österreich und der Schweiz 351 nachhaltige Publikumsfonds zum Vertrieb zugelassen.

Das Wachstum nachhaltiger Geldanlagen von 2005 bis 2009

Im deutschsprachigen Raum betrug das Volumen 38 Milliarden Euro. Das sind Marktanteile von 0,8 Prozent in Deutschland, 1,5 Prozent in Österreich und 3,8 Prozent in der Schweiz. Beachtlich sind die Steigerungsraten von 2008 auf 2009 von 68 Prozent in Deutschland, 165 Prozent in Österreich und 63 Prozent in der Schweiz. Demgegenüber steht ein europäisches Gesamtvolumen von 5 Billionen Euro, hiervon berücksichtigt der Großteil aber nur einzelne Anlagestrategien.



Alle Schätzungen gehen von einem deutlichen Wachstum der nachhaltigen Geldanlagen aus, die Voraussagen schwanken zwischen einem Wachstum um 25 Prozent und einer Verdoppelung des Markts. Eine wichtige Rolle werden dabei das Engagement institutioneller Investoren, der Druck durch Medien und Nichtregierungsorganisationen, die Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie eine höhere Nachfrage von Privatkunden spielen.

Zum Schluss aber die Gretchenfrage: Können nachhaltige Investments in der Wertentwicklung mithalten mit den klassischen Anlageformen – gerade vor dem Hintergrund der beiden vergangenen Krisenjahre? Ja, sagen alle seriösen Schätzungen. Zwar gab es auch hier durch die Finanzmarktkrise Einbrüche, doch sind sie im Durchschnitt geringer ausgefallen. Eine Studie von Novethic und Eurosif hat jüngst ergeben, dass zwei von drei institutionellen Anlegern bei ihren Anlageentscheidungen auf Nachhaltigkeit achten. 84 Prozent sind sogar überzeugt, dass diese Entscheidung sich langfristig im Interesse der Anleger auszahlt. Kein Zweifel, der Trend geht eindeutig in Richtung Nachhaltigkeit. Auch im Bereich der Geldanlagen.

Das Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V.

Das Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. (FNG) ist der Fachverband für Nachhaltige Geldanlagen in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Es repräsentiert über 130 Mitglieder aus dem deutschsprachigen Raum, die sich für mehr Nachhaltigkeit in der Finanzwirtschaft einsetzen. Dazu zählen unter anderem Finanzberater, Banken, Rating-Agenturen und wissenschaftliche Einrichtungen. Das FNG fördert den Dialog und Informationsaustausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik und setzt sich seit 2001 für verbesserte rechtliche und politische Rahmenbedingungen für nachhaltige Investments ein. Das FNG vergibt das Transparenzlogo für nachhaltige Publikumsfonds und ist Gründungsmitglied des europäischen Dachverbandes Eurosif (European Sustainable Investment Forum).

Nachhaltige Geldanlagen – Geldanlagen mit ökologischen und sozialen Kriterien

Nachhaltige Geldanlagen ergänzen die klassischen Kriterien Rentabilität, Liquidität und Sicherheit um ökologische, soziale und ethische Bewertungspunkte.

Unsere Ziele

- Aktuelle und umfassende Information der breiten Öffentlichkeit, der Anlegerinnen und Anleger sowie der Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft;
- Steigerung der Bekanntheit nachhaltiger Geldanlagen in der Finanzbranche und Öffentlichkeit;
- Aufzeigen des positiven Lenkungseffekts nachhaltiger Geldanlagen für Gesellschaft und Umwelt;
- Stärkung der Vernetzung der relevanten Akteure;
- Aktive Förderung von Entwicklung, Transparenz und Qualität nachhaltiger Finanzprodukte;
- Mitgestaltung der politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Unsere Aufgaben

Aktuelle Information: Das FNG informiert über aktuelle Marktentwicklungen, Neuigkeiten aus der nachhaltigen Finanzbranche, relevante Publikationen und Veranstaltungen und erstellt den jährlichen Marktbericht über nachhaltige Geldanlagen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Gestaltung der politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen: Das FNG vertritt die Interessen seiner Mitglieder auf nationaler und europäischer Ebene und informiert über zentrale politische Diskussionen. Das FNG ist Gründungs-

mitglied des europäischen Dachverbandes Eurosif.

Kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Das FNG betreibt fortlaufend Pressearbeit und präsentiert seine Mitglieder auf den wichtigen Messen. Es erstellt Informationsmaterialien, informiert die Fachpresse, organisiert Veranstaltungen

und vermittelt Experten aus dem Mitgliederkreis. Qualitätssicherung nachhaltiger Geldanlagen: Das FNG arbeitet stetig an einer Weiterentwicklung der Qualitätsstandards nachhaltiger Geldanlageprodukte. Seit 2008 vergibt Eurosif zusammen mit dem FNG das Transparenzlogo für nachhaltige Publikumsfonds.

FNG-Mitglieder

Adelphi Research gGmbH
 Allgemeine Sparkasse Kapitalgesellschaft GmbH
 Aquila Capital
 Acatis Fair Value Investment AG
 AAA Asset Allocation Advice GmbH
 Bank für Kirche und Caritas eG
 Bank im Bistum Essen eG
 Bank Sarasin & Cie AG
 Bank Schelhammer & Schattera KAG
 Bank Vontobel AG
 BaumInvest GmbH & Co. KG
 BankInvest / BISA S.A.
 Blue Value AG
 Care Group AG
 Cleantech Invest AG
 Canada Life Assurance Ltd.
 Carbon Disclosure Project Germany
 CSSP - Center for Social Sustainable Products AG
 DKM Darlehenskasse Münster eG
 Dr. Höller Vermögensverwaltung und Anlageberatung AG
 Die Umwelt-Akademie
 Deutsche Asset Management Investmentgesellschaft mbH
 Dr. Reuter Investor Relations
 Dexia Asset Management S.A. Zweigniederlassung Deutschland
 Ethos Schweizerische Stiftung für nachhaltige Entwicklung
 ecofin
 ECOeffekt GmbH
 epk media GmbH&Co.KG
 Evangelische Kreditgenossenschaft eG
 Bewegungsstiftung
 Fonds-Shop Metzingen unabhängige Finanzberatung
 Friesenbichler Unternehmensberatung
 Forma Futura Invest AG
 Franz Suntrup Portfolio Management GmbH
 FAIRINVEST.info
 Fidura Capital Consult GmbH
 Forest Finance Service GmbH
 Germanwatch e.V.
 GLS Gemeinschaftsbank eG
 Green Value
 Good Growth Institut für globale Vermögensentwicklung
 Gaida Private Fachberatung GbR
 GES Investment Services Switzerland GmbH
 Kris Hauf Private Investment Beratung
 HypoVereinsbank AG
 CRIC e.V.
 HSBC Global Asset Management (Deutschland) GmbH
 Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft GmbH (imug)
 Sustainable Business Institute (SBI)
 INVERA Investment Ethics Research & Advisory AG
 INrate AG
 InOekon
 Independent Capital Management AG
 InvestInvent AG
 KD-Bank eG
 Kepler Fonds KAGmbH
 Kaiser Ritter Partner Privatbank AG
 Landeskirchliche Kreditgenossenschaft Sachsen eG (LKG)
 Lombard Odier Darier Hentsch & Cie
 El Martin -Fachgeschäft für fairen Handel
 LBBW Asset Management GmbH
 LGT Capital Management AG
 Metzler Asset Management GmbH
 Missionszentrale der Franziskaner
 Miller Forest Investment AG
 MAMA Sustainable Incubation AG
 New Value AG
 oekom research AG
 OiKocredit Geschäftsstelle Deutschland
 Ökorenta AG
 ÖkoFinanz Ingo Scheulen
 oeco capital Lebensversicherung AG
 White Investments GmbH
 PEER GmbH
 Plansecur-Beratung
 ProVita GmbH
 Projekt Ökovekt GmbH
 ÖkoWorld Lux S.A.
 PT Erneuerbare Energien GmbH
 ökofinanz-21 e.V.
 onValues
 Pictet Asset Management S.A.
 RE`PUBLIC-Agentur für Finanzkommunikation GmbH
 Raiffeisen International Fund Advisory GmbH
 responsAbility Social Investments AG
 Raiffeisen Schweiz Genossenschaft
 Sustainalytics GmbH
 SEB Asset Management AG
 Securvita Finanz-dienstleistungen GmbH
 Südwind e.V. Institut für Ökonomie und Ökumene
 SAM Sustainable Asset Management
 Sustainable Development Management SD-M
 Swisscanto Asset Management AG
 Skandia Versicherung Management & Service GmbH
 Steyler Bank GmbH
 Solarfin GmbH
 Ralf Sommer-Hartstein
 SUSI Partners AG
 Sinnvest
 Trendinvest Beratungs GmbH
 Triodos Bank N.V.
 UBS AG
 UmweltBank AG
 Union Investment Institutional GmbH
 VINIS Gesellschaft für nachhaltigen Vermögensaufbau und Innovation mbH
 VCH Investment Group AG
 WestLB AG
 White Owl Capital AG
 Zegora Investment Management AG
 Zürcher Kantonalbank ZKB und Privatperson
 ZKB und Privatperson

Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ nimmt ihre Arbeit auf

Am 17. Januar 2011 hat sich die neue Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ – Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft“ konstituiert.

Eine der Hauptaufgaben der Enquete-Kommission wird es sein, ergänzend zum Brutto-Inlandsprodukt einen neuen Wohlstands- bzw. Fortschrittsindikator zu entwickeln, der auch die Einflussfaktoren von Lebensqualität und gesellschaftlichem Fortschritt angemessen berücksichtigt und zu einem gemeinsamen Indikator zusammenfasst.

Die Kommission soll zudem die öffentliche Diskussion über den Stellenwert von Wachstum in Wirtschaft und Gesellschaft sowie über die Wechselwirkung von Wachstum und nachhaltigem Wirtschaften voranbringen. Sie soll des Weiteren klären, ob inwiefern eine Entkoppelung des Wachstums des Brutto-Inlandsproduktes vom Ressourcenverbrauch und technischem Fortschritt dauerhaft möglich ist, sowie die Rahmenbedingungen für eine nachhaltig gestaltende Ordnungspolitik prüfen, durch die die Ziele des nachhaltigen Wirtschaftens im Rahmen der Sozialen Marktwirtschaft erreicht werden können. Ebenfalls untersucht werden soll der Einfluss von Arbeitswelt, Konsumverhalten und Lebensstilen auf Möglichkeiten nachhaltigen Wirtschaftens.

Basierend auf diesen Arbeiten soll die Enquete-Kommission bis zum Ende der Legislaturperiode konkrete politische Handlungsempfehlungen und Wege für ein ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltiges Wirtschaften vorlegen.

Die Enquete-Kommission wurde eingesetzt vor dem Hintergrund der breiten – auch internationalen - Debatte darüber, ob die Orientierung auf das Wachstum des Brutto-Inlandsproduktes heute noch ausreicht, um Wohlstand, Lebensqualität und gesellschaftlichen Fortschritt angemessen abzubilden.

ZITATE

„Ob Energie-, Finanzpolitik oder globale Herausforderungen wie die Ernährungssicherung – ich glaube, dass es wichtig ist, dass wir all das in einer Nachhaltigkeitsstrategie verankern.“

Bundeskanzlerin Angela Merkel, 2010

„Wohlstand ist eine Grundlage, aber kein Leitbild für Lebensgestaltung. Ihn zu bewahren ist noch schwerer, als ihn zu erwerben.“

Ludwig Erhard, 1961

„Die Probleme, die es in der Welt gibt, sind nicht mit der gleichen Denkweise zu lösen, die sie erzeugt hat.“

Albert Einstein, 1921

Impressum

Herausgeber: Dr. Michael Fuchs MdB,
Vorsitzender des PKM
Redaktion: Dr. Stephanie Bauer
Marion Glaser

Telefon: (030) 227- 55900
Telefax: (030) 227- 56203
Email: pkm@cducsu.de
web: www.cducsu/pkm.de

Parlamentarischer Ausschuss
Mittelstand (PKM)
der CDU/CSU-Fraktion
im Deutschen Bundestag
Platz der Republik 1 · 11011 Berlin

