



Nobelpreisträger Al Gore engagiert sich weltweit für den Klimaschutz.

NACHHALTIGER WERTEWANDEL

In Hollywood gehört es längst zum guten Ton, statt in der spritfressenden Stretchlimousine im Hybridauto vorzufahren. Ebenso sollte man mindestens einer Umwelt- oder Menschenrechtsorganisation angehören. Doch Nachhaltigkeit und Verantwortung sind nicht bloß als Trend abzutun. Das hat auch die Wirtschaft erkannt. **Von Natalie Rosini**



In den USA haben Trendforscher längst einen schicken Begriff dafür kreiert, daß Benzinschleudern, CO₂-Ausstoß und Fastfood out sind, während biologischer Anbau, ethisch korrekte Produktion und Naturprodukte aus dem eigenen Land angesagt sind. LOHAS leben gesund, achten auf die Umwelt und verzichten dennoch weder auf Stil noch Genuß. Dieser „Lifestyle of Health and Sustainability“, der auf Gesundheit und Nachhaltigkeit setzt, mündet in einer Nachfrage von wirtschaftlich, gesundheitlich und ökonomisch sinnvollen Produkten und Dienstleistungen. Von der Autoindustrie bis zur Modebranche setzt die Wirtschaft nun verstärkt auf „ecologically correct“!

WACHSTUMSFAKTOR NACHHALTIGKEIT

Der Erhalt der Erde geht alle an. Das ist nicht erst klar seit Al Gores Engagement für den Klimaschutz, für den dieser sogar den Nobelpreis erhielt. Längst haben auch Investoren erkannt, daß Themen wie Energie, fairer Handel und Ressourceneffizienz keine Modeerscheinungen sind, sondern daß die Gesellschaft einen Wertewandel durchläuft, den es gilt, aufzugreifen. Soziales Engagement und Einsatz für die Umwelt stehen keineswegs mehr im Gegensatz zum Gewinnstreben. Nachhaltige Investments in Zukunftsbranchen wie Solarenergie oder nachwachsende Rohstoffe boomen. So hat sich etwa der Biobereich in den letzten zwei Jahren in Deutschland verdoppelt.

Doch nicht bloß für Bioläden lohnt es sich, auf Grün zu setzen: Auch für Großkonzerne wird der ökologisch korrekte Weg mehr und mehr zum Wachstumsfaktor - Energiesparlampen und Flach-

bildschirme sowie Fernseher mit geringem Stromverbrauch sind gefragt. Bis 2012 will zum Beispiel Philips seinen Anteil an Produkten, die energiesparend sind, keine gefährlichen chemischen Substanzen enthalten, ein geringes Gewicht sowie eine lange Lebensdauer haben und recycelfähig sind, auf 30 Prozent steigern. „Geiz ist geil“ war gestern! Heute setzen Verbraucher verstärkt auf Labels wie „Bio“ oder „Fair gehandelt“, nehmen dafür auch höhere Preise in Kauf. So werden grüne Erfolgsstrategien zu Kursstreibern an der Börse, clevere Anleger haben längst ihr „grünes Gewissen“ entdeckt. Wie das „Sustainable Business Institute“ der European Business School in Östlich-Winkel errechnet hat, sind auf dem europäischen Markt für nachhaltige Investments derzeit 1,3 Billionen Euro im Spiel. Allein in Deutschland gibt es 129 Publikumsfonds mit nachhaltig ökologischer Ausrichtung und einem Volumen von 13,8 Milliarden Euro.

SUSTAINABILITY MADE IN FRANKFURT

Auch in Branchen, in denen man es zunächst weniger vermutet, spielt nachhaltige Unternehmenspolitik eine immer größere Rolle. Ein Beispiel dafür ist die Fraport AG: SAM Group, die führende Vermögensverwaltungsgesellschaft für Sustainability Investments, sprich Nachhaltigkeits-Fonds, und die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers haben die Fraport AG erstmals in das Sustainability Yearbook 2008 aufgenommen, welches anlässlich des Weltwirtschaftsforums in Davos zum vierten Mal veröffentlicht wurde. Die umfangreiche Publikation gilt als weltweit umfassendstes Nachschlagewerk für die Beurteilung von börsennotierten Wirtschaftsunternehmen



Deutsche Stars engagieren sich für die weltweite Kampagne „Deine Stimme gegen Armut“



Oxfam-Botschafterin Kristin Davies mit Aids-Waisen in der südafrikanischen Nordwest-Provinz.

SOZIALES ENGAGEMENT UND EINSATZ FÜR DIE UMWELT STEHEN KEINESWEGS MEHR IM GEGENSATZ ZUM GEWINNSTREBEN.

nach ökonomischen, ökologischen und sozialen Erfolgsfaktoren. Themen sind beispielweise der Umgang mit Klimawandel und Ressourcenknappheit, neue Energietechnologien und Human Capital Management. Beurteilt wird jährlich die Nachhaltigkeit der Unternehmenspolitik von über 1.000 Firmen aus 57 Industriesektoren. Dabei werden die Unternehmen ermittelt, die mit Risiken und Chancen im Zusammenhang mit wirtschaftlichen-, ökologischen- und sozialen- Entwicklungen und Herausforderungen effizienter umgehen als ihre Mitkonkurrenten. Nur 15 Prozent der bewerteten Firmen schaffen es in das Jahrbuch.

„Für Fraport als global tätigen Airportkonzern gehört die Orientierung an einer nachhaltigen Wirtschaftsweise bereits seit einigen Jahren zu den zentralen Konzernzielen,“ so Dr. Peter Marx, Leiter Umweltmanagement der Fraport AG. „Mit dem Beitritt zum Global Compact haben wir uns zudem verpflichtet, einen definierten Grundwertekatalog auf dem Gebiet der Menschenrechte, der Arbeitsnormen, des Umweltschutzes und der Korruptionsbekämpfung zu unterstützen und in die Praxis umzusetzen. Die Schwerpunkte in der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele liegen derzeit in den Bereichen Klimaschutz und Luftqualität.“ Am Flughafen Frankfurt wurden bereits folgende Schritte in diese Richtung eingeleitet:

Einführung von Flughafenentgelten auf der Basis von Stickstoffemissionen, die für das erste Halbjahr 2008 geplante Inbetriebnahme eines Gleisanschlusses für Schienengüterverkehr in Zusammenarbeit mit DHL sowie Investitionen in die Sanierung und Erweiterung der Infrastruktur unter Berücksichtigung von Energieeffizienzgesichtspunkten. „Ein weiterer aktueller Schwerpunkt unserer Arbeit zur Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele besteht darin, vorbeugende Maß-

DAS KONZEPT DER NACHHALTIGKEIT

Als Nachhaltigkeit wird der verantwortungsvolle Umgang mit der uns Menschen anvertrauten Umwelt bezeichnet. Bereits in der frühen Neuzeit wurde dieser Begriff in der Forstwirtschaft geprägt: Er definierte eine Bewirtschaftungsweise, in der dem Wald nur so viel Holz entnommen werden durfte, daß eine Gesamtabholzung verhindert werden und eine Regeneration des Waldes ermöglicht werden konnte. Die durch den Menschen verursachten Schäden an der Umwelt nahmen mit der industriellen Revolution im 18. Jahrhundert ihren Lauf. Das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung ist die Begrenzung dieser Schäden und eine dauerhafte Existenzfähigkeit für Mensch und Natur. Tatsache ist, daß nach Angaben von Umweltschutzorganisationen pro Minute 28 Hektar Wald durch illegalen Holzeinschlag oder Brandrodung zerstört werden. Internationale Initiativen setzen sich daher für den weltweiten Schutz der Wälder und eine nachhaltige Bewirtschaftung ein. Zudem schließt das Konzept der Nachhaltigkeit auch ethische Faktoren mit ein. Ausschlusskriterien für nachhaltiges Investieren sind zum Beispiel Kernkraft, Chlorchemie, Menschenrechtsverletzungen, Gen-Technologie, Tierversuche, Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Rüstung und Diskriminierung von Minderheiten.

Mehr zum Lifestyle of Health and Sustainability erfahren Sie unter www.lohas.de

nahmen zur Korruptionsbekämpfung im gesamten Konzern einzuleiten. Dies geschieht durch die Verankerung eines konzernweiten Wertemanagementsystems.“

NACHHALTIGKEIT UND WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG SIND KEIN WIDERSPRUCH

Über das Thema Nachhaltigkeit und die Chancen, die daraus für die Wirtschaft entstehen sprach **TOP Magazin Frankfurt** mit **Dr. Stephan Scholtissek**, Vorsitzender der Accenture-Ländergruppe Deutschland, Österreich, Schweiz.

Klimawandel, Energieknappheit, Armut in der Dritten Welt – Ist das der hohe Preis, den die Globalisierung verlangt, oder steckt in dieser Debatte auch viel Schwarzmalerei?

Jede Menge Schwarzmalerei. Der Klimawandel und die Energieknappheit sind zweifelsohne große Herausforderungen. Doch die 2. Phase der Globalisierung - die Entwicklung einer multipolaren Welt - in der es viel mehr wirtschaftliche Machtzentren gibt als bisher, bietet vor allem Schwellen- und Entwicklungsländern Chancen, zu den Industriestaaten aufzuschließen. Wir können diesen Ländern doch nicht den Wohlstand verwehren, nur um unseren eigenen zu sichern.

Fakt ist: Es wird nicht mehr bloß gemeckert. Das Engagement von öffentlichen Persönlichkeiten wie etwa Stars aus der Film- und Musikbranche sowie großen Konzernen für Umwelt und Menschenrechte wächst. Inwieweit werden sich die Märkte weiter auf dieses neue Konsumverhalten im Sinne der Nachhaltigkeit einstellen müssen? Ist es mit Hybridautos und Biosupermärkten etwa schon getan, oder was erwartet uns noch in der Zukunft?

Wie wir ein einer Studie zum Klimawandel belegt haben, zeigt sich mittlerweile eine große Mehrheit der Deutschen äußerst besorgt über die Erderwärmung und glaubt, daß diese in Zukunft auch negative Auswirkungen auf die persönlichen Lebensumstände haben wird. Mehr als die Hälfte der Befragten sind der Überzeugung, daß ein nachhaltiger Klimaschutz nur dann gelingen kann, wenn sich jeder einzelne persönlich engagiert und dies nicht allein dem Staat und der Wirtschaft überläßt. Die Verbraucher wollen selbst Verantwortung für den Klimaschutz übernehmen. Wer als Versorger keine klimafreundlich erzeugte Energie anbietet, wird mittelfristig massiv Kunden verlieren. Die Verbraucher verlangen nach echten Alternativen. Ein grüner Anstrich alleine reicht in Zukunft nicht mehr aus.

In Ihrem Buch „Stromland“ stellen Sie folgende These auf: „Ein zweites Wirtschaftswunder ist machbar.“ Sehen Sie in der Debatte um verantwortungsvolles Handeln und Nachhaltigkeit Chancen für zukünftige Innovationen am Wirtschaftsstandort Deutschland?

Wenn wir uns in Deutschland auf unsere Stärken besinnen, auf unsere Ingenieurskunst, unser naturwissenschaftliches Know-how und echte Innovationen entwickeln und sie auch weltweit – also auch und genau in die sogenannten Entwicklungsländer – verkaufen, dann ist ein zweites Wirtschaftswunder

machbar. Deutschland ist zum Beispiel weltweit führend im Automobil-, Maschinen- und Anlagenbau, in Medizintechnik, mit Spezialchemikalien, bei Yachten und mit Designermöbeln, aber auch im Umwelttechnologien - und mit letzterem erstklassig dafür gerüstet, Lösungen für den Klimaschutz anzubieten.

Was halten Sie von der momentanen sehr hitzigen Debatte um den Abzug vom Standort Deutschland? Glauben Sie, daß im Zuge des Wertewandels in unserer Gesellschaft (immerhin ist mit Sustainability ja nicht bloß Umweltschutz gemeint, sondern auch verantwortungsvolles Handeln) Firmen wie Nokia mit langfristigen Imageverlusten zu rechnen haben, so daß sich die Einsparungen vielleicht gar nicht mehr rechnen könnten?

Die Strategie für deutsche Unternehmen muß es sein, supplementäre Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, also Angebote, die nicht mit den Angeboten aus den Schwellenländern selbst in Wettbewerb treten, sondern sie ergänzen und sich vor allem an die neu entstehende Mittelschicht wenden. Nur so schaffen wir Arbeitsplätze. Handys kann man schon seit Jahren auch in Schwellenländern zusammenbauen. Natürlich ist das bitter für die betroffenen Arbeitnehmer, aber es ist so und war alles andere als nicht absehbar.

In „Stromland“ herrschen bereits im Jahre 2020 paradiesische Zustände. Gilt das auch für Deutschland? Können Sie da eine These wagen?

Wenn wir die Weichen in Deutschland richtig stellen, dann haben wir in 15 Jahren vielleicht keine paradiesischen Zustände, aber Zustände wie sie in „Stromland“ beschrieben sind und ganz sicher weitaus bessere Zustände als heute.

Zum Abschluß vielleicht noch eine Entwicklungsprognose für das Rhein-Main-Gebiet: Wird auch hier der Gedanke an nachhaltige, moralisch und ökologisch vertretbare Entwicklung einen Einfluß auf den Wirtschaftsstandort haben? Oder wird die Thematik an den Bankentürmen und der Airport City abprallen? Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg sind kein Widerspruch. Die Frage ist nicht, ob wir den Airport ausbauen, sondern, wie wir dies tun, etwa mittels optimierter Logistik und / oder mit leiseren und sparsameren Flugzeugen. Übrigens: Mit den hängenden Gärten im Commerzbank-Tower hat der Architekt Norman Foster schon einen Beitrag zur Nachhaltigkeit geliefert, als der Begriff Sustainability noch gar nicht in aller Munde war.

