

## Kompass Nachhaltigkeit – Wirtschaft am Zug

Rede

Ranking der Nachhaltigkeitsberichte 2007 durch IÖW und future e.V.

Dr. Volker Hauff, Vorsitzender des Rates für Nachhaltige Entwicklung, im

GTZ Haus Berlin am 21.11.2007

[Begrüßungsformel]

“Companies have a duty to contribute to the evolution of equitable and sustainable communities and societies.” Ein Satz, der kaum noch die Gemüter erregt. Um diese Formulierung musste von den Regierungschefs beim Weltgipfel in Johannesburg 2002 lange gerungen werden. Unternehmensvertreter sagten, der business case Nachhaltigkeit will als ein freiwilliges Dialog- und Partnerschaftsangebot verstanden sein – und nicht mehr. Nichtregierungsorganisationen (NGOs) protestierten heftig gegen das, was nach ihrer Auffassung eine Vereinnahmung des Begriffs Nachhaltigkeit durch die Wirtschaft war. Sie haben darauf bestanden, dass in Nachhaltigkeitsberichten Festlegungen getroffen werden müssen.

Ich meine, dass wir diesen Streit getrost hinter uns lassen können. Die Wirtschaft hat in den letzten Jahren einen Paradigmen-Wechsel vollzogen. Wichtige Unternehmen haben Kurs auf Nachhaltigkeit genommen. Sie haben ein Nachhaltigkeitsmanagement in ihren Unternehmen aufgebaut.

Wie sieht es aus mit der gesellschaftlichen Verantwortung? Ethik im Unternehmen gibt es nicht erst seit es den neuen Begriff „Corporate Social Responsibility“ gibt. Aber das Thema selbst ist aktueller denn je. Die zeitliche Reichweite heutiger ökonomischer, ökologischer und sozialer Entscheidungen und Entwicklungen wird immer größer und greifen in wachsendem Maße die Zukunft. Investitionen in neue Strukturen der Energieversorgung,

des Klimawandels, die demografische Entwicklung – all das betrifft immer auch die kommenden Generationen. Deswegen ist Nachhaltigkeit durchaus ein ordnungspolitisches Instrument.

Das Wort Nachhaltigkeit hat für viele inzwischen einen guten Klang, auch wenn seine bisweilen inhaltslose Verwendung in Politik und Wirtschaft ärgerlich ist. Aber dass die Idee einer sozial gerechten, ökologisch intakten und wirtschaftlich verantwortbaren Entwicklung viel mehr ist als ein politischer Luxus oder eine Werbeformel, zeigt das wachsende öffentliche Interesse, das zeigt auch das Verbrauchervertrauen. Das Leitmotiv der nachhaltigen Entwicklung wird in Zukunft noch an Gewicht gewinnen. Ich begrüße es sehr, dass die Wirtschaft die Nachhaltigkeit als „Lizenz zur Zukunftsfähigkeit“ zunehmend anerkennt. Vielerorts zeigen sich gute Initiativen mit dem Mut und der Bereitschaft zu neuen Denkweisen.

Wir vom Nachhaltigkeitsrat unterstützen das Ranking der Nachhaltigkeitsberichte als einen Beitrag zu einem öffentlich ausgetragenen Wettbewerb. Dazu bekennen wir uns. Kommunikation spielt eine zentrale Rolle im Ringen um Glaubwürdigkeit – gleichermaßen für die Politik und für Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer. Auf ihr gründet nicht zuletzt der betriebswirtschaftliche Erfolg.

Immer mehr Unternehmen beweisen Mut zur Transparenz. Die Zahl der Firmen, die Nachhaltigkeitsberichte vorlegen, ist gestiegen. Dennoch gibt es auch weiterhin schwarze Schafe, die Non-Performer, die nächste Generation derer, die Nachhaltigkeitsberichte schreiben. Ich halte es für keinen Zufall, dass Lidl und Aldi dazugehören. Es geht darum öffentlich darüber zu reden, um Nachhaltigkeit aus der harmoniefreundlichen Umgebung zu holen. Im Gegenteil, das ist ein höchst Streitbares Thema.

Zwei Bereiche möchte ich ansprechen:

- Umweltrelevante Aspekte stehen in der Berichterstattung im Vordergrund. Es drängt sich die Frage auf, warum Unternehmen etwas zögerlich sind, sich regelrecht scheuen die soziale Seite der Nachhaltigkeit zu bearbeiten. Der demografische Wandel drängt diese Fragen in den Mittelpunkt. Ich kann auch keine Deindustrialisierung unseres Landes sehen, vor der so oft gewarnt wird. Ich sehe vielmehr eine neue Dynamik des industriellen Wandels. Und in dieser ist die soziale Dimension zentral, weil sie besonders in der Wissensgesellschaft um die Wissenskompentenz geht und nach der Qualifikation der Fachkräfte fragt. Also nach der Bildungspolitik. Und das hat etwas mit Nachhaltigkeit in Politik und Wirtschaft zu tun. Wir haben 80% junge Menschen, die keinen Hauptschulabschluss haben. Hier wird man sich zu kümmern haben.
- Das Management der Lieferkette findet noch kaum Beachtung. Dies gilt sowohl in sozialer Hinsicht auf Arbeitsbedingungen und Geschäftsbeziehungen als auch bezüglich der Umweltaspekte. Im Wesentlichen konzentrieren sie sich auf ihren eigenen Geschäftsbereich und fragen noch nicht nach dem ökologischen und sozialen Engagement ihrer Zulieferer. Als erster Schritt ist das völlig in Ordnung, aber es muss weitergehen. Bislang gibt es noch viel zu wenige branchen- und regionalspezifische Netzwerke und Angebote, die dazu einen Beitrag leisten.
- Nachhaltigkeitsmanagement ist heute in der Mitte der Gesellschaft und im Kern der deutschen Wirtschaft angekommen, aber noch lange nicht allgemein verbreitet.

Besonders die beiden Punkte „Soziales“ und „Lieferkettenmanagement“ beschreiben aber zentrale Herausforderungen der Zukunft. Sie zu ignorieren wäre ein großer Fehler.

Ein guter Bericht erläutert Ziele und Maßnahmen, mit denen ein Unternehmen zur Nachhaltigkeit beiträgt. Glaubwürdig ist er insbesondere dann, wenn er Zielkonflikte benennt und sagt welche Nachhaltigkeitsziele verfehlt wurden, warum das so war und was er zu tun gedenkt, das zu ändern.

Transparenz und Glaubwürdigkeit sind die zentralen Stichworte. Durch Transparenz, Messbarkeit und Nachvollziehbarkeit von Entscheidungen wird das Unternehmen zu dem, was es unbedingt werden muss, nämlich zur lernenden Organisation. Besonders mittelständische Unternehmen wissen um diesen Marktvorteil. Die Rahmenbedingungen für eine „neue Ehrlichkeit“ sind so gut wie nie. Die Debatte um den Klimawandel hat eine neue Sensibilität geschaffen – auch und gerade bei den Bürgerinnen und Bürgern. Jetzt geht es darum, diese Stimmung nicht in Alarmismus kippen zu lassen, die sich mit dumpfen Visionen von Weltuntergängen beschäftigen, sondern die Chancen zu einem fundamentalen Wandel zu nutzen.

Die Schwarzseher, die mir noch vor wenigen Jahren vorhielten, „Nachhaltigkeit“ sei eine staubtrockene und politisch reglose Vokabel, hatten unrecht. Sustainability ist sexy geworden und schafft es regelmäßig auf den Titel von Hochglanzzeitschriften. Ich sehe den Trend fortlaufen. Es ist chic, sich zur Nachhaltigkeit zu bekennen. Nachhaltigkeit wird immer stärker auch zu einer Frage des Lebensstils werden: nicht als Verzicht, sondern als Bereicherung und bewusste Entscheidung. Denn Nachhaltigkeit fordert in vielerlei Hinsicht unsere volle Aufmerksamkeit:

- Die Aufmerksamkeit beim Konsum: Wir können das auch Genuss nennen – und der ist eindeutig eine Lebensstilfrage. Nicht jeder Mensch ist genussfähig. Zu riechen, zu schmecken, zu fühlen braucht seine Zeit. Ich kann als Mensch meine Sinne ansprechen lassen, oder einfach verbrauchen, ohne den Dingen allzu viel Aufmerksamkeit zu schenken. Ich glaube, ich hoffe, dass die Rede vom Verbraucher bald der Vergangenheit angehört, denn sie hat etwas

Destruktives. Unsere Begriffsbilder sagen viel über unser Verständnis aus. Hier sollten wir eine Alternative finden.

- Aufmerksamkeit für die ökologischen Auswirkungen in der Produktion: An Ressourceneffizienz kommt kein Unternehmer vorbei, dessen Produkte sich auf dem Markt halten sollen.

Wir müssen schneller lernen, unsere kommunikativen und schöpferischen Potentiale zu nutzen, um den nicht nachhaltigen Trends in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zu begegnen. Wenn wir das nicht tun, werden wir vor großen Schwierigkeiten stehen. Sir Nicholas Stern hat in seinem Bericht deutlich gemacht, dass das Handeln heute wirtschaftlich vernünftig ist. Abzuwarten ist kostspieliger. Wir müssen unseren Handlungsspielraum hier und jetzt erkennen und praktische Konsequenzen ziehen.

Lassen Sie mich auf die Eingangsbemerkung zurückkommen. Der Streit um die ordnungspolitische Ausrichtung ist wichtig. Er wird anhalten und wir müssen ihn mit Leidenschaft führen: **Alle** Akteure in Wirtschaft und Gesellschaft tragen Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung. Niemand macht das zur Zeit deutlicher als die Bundeskanzlerin, wenn Sie davon spricht, dass die Zukunft der Welt davon abhängt, dass wir ein Recht auf Kohlendioxid-Emissionen einführen und dass dieses Recht nicht anders als pro Pro-Kopf-Recht verteilt sein kann. One man – one vote: Das war vor fast 200 Jahren die Vision. Sie hat der Menschheit vor langer Zeit große Kraft geben, die noch heute anhält und uns noch heute über Freiheit und Verantwortung nachdenken lässt.

Verantwortung ist immer Freiheit und Pflicht zugleich. Wer Verantwortung übernimmt, wer sie trägt, muss selbst als freier Mensch Rede und Antwort über sein Tun und auch über sein Nicht-tun stehen. Das steckt im Begriff „Verantwortung“.

Sehr verehrte Preisträger, lassen Sie sich heute ruhig für Ihre ausgezeichneten Nachhaltigkeitsberichte feiern. Ich möchte Ihnen im Voraus herzlich gratulieren und mich auch sehr herzlich bei Ihnen bedanken. Ab morgen bitte ich Sie aber darüber nachzudenken, wie wir in der Nachhaltigkeitspolitik schneller vorwärts kommen.