DCTI
Deutsches CleanTech Institut

Deutsches CleanTech Institut | Adenauerallee 134 | D-53113 Bonn

Tel. +49(0)228-926 54 0
Fax +49(0)228-926 54 11
welcome@dcti.de
www.dcti.de

Stellungnahme DCTI - Deutsches CleanTech Institut GmbH „Auf dem Weg zu einem Deutschen Nachhaltigkeitskodex“

Bonn, im Februar 2011

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Deutsche CleanTech Institut GmbH hat von der Initiative des Rates für Nachhaltige Entwicklung „Auf dem Weg zu einem Deutschen Nachhaltigkeitskodex“ erfahren und nimmt gerne zu dem angestoßenen Dialog Stellung.

Die heutige Nachhaltigkeitsdiskussion geht von einer integrierten Betrachtung der Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Sozialem aus. Erfolgreiches Wirtschaften im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung vereint den effizienten und bedachten Umgang mit endlichen Ressourcen, den Erhalt der natürlichen Lebensumwelt sowie die Beachtung von Chancengleichheit und gesellschaftlicher Verträglichkeit.

Die Wirtschaft ist auf die zum Teil endlichen Ressourcen der Gesellschaft, z.B. gut ausgebildete Arbeitskräfte, und der Umwelt, z.B. Rohstoffe, angewiesen. Die Abhängigkeit von natürlichen Ressourcen ist allerdings nicht allein auf die Wirtschaft und ihre Akteure anzuwenden. Gleichermaßen verantwortlich sind nach Ansicht des Deutschen CleanTech Institutes die Akteure der Gesellschaft, etwa die Konsumenten. Ein verändertes Konsumverhalten, z.B. durch eine Abkehr von „Geiz-ist-geil“, hin zu einem höheren Qualitätsbewusstsein, würde einen wertvollen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten.

Das Deutsche CleanTech Institut vertritt die Ansicht, dass sowohl von Seiten der Wirtschaft, als auch von Seiten der Konsumenten (Gesellschaft), die letztendlich die Leistungen der Wirtschaft in Anspruch nehmen, eigenverantwortliches Verhalten einzufordern ist. Natürlich ist diese Eigenverantwortung geprägt durch insbesondere negativ wirkende Kräfte auf Seiten der Gesellschaft, z.B. das Einkommen. Sie muss aber unbedingt das übergeordnete Ziel darstellen.

Letztendlich führt der Weg zu eigenverantwortlichem Handeln nur über das Bewusstsein der Akteure in Gesellschaft und Wirtschaft. Ziel muss es daher sein den Bewusstseinswandeln zu fördern.

Zu A. Ziel des Deutschen Nachhaltigkeitskodex

Es ist geplant, dass der Deutsche Nachhaltigkeitskodex an bestehenden Standards anknüpft (Zeile 12). Dies stellt einen sinnvollen ersten Schritt dar, eine kontinuierliche Weiterentwicklung ist allerdings notwendig, wie in Zeile 36 bis 37 (B. Geltung, Anwendung und Wirkung) gefordert wird. Inwieweit eine höhere Sensibilisierung der Konsumenten für Produkte und Dienstleistungen zu erwarten ist (Zeile 18 bis 20), bleibt unter der derzeitigen Ausgestaltung als Finanzmarktinstrument fraglich. Woher sollen die Konsumenten die Informationen über das Nachhaltigkeitsengagement der Unternehmen bekommen?
Nachhaltigkeitsberichte sind als Instrument zur Beeinflussung der Kaufentscheidung sicher nicht geeignet. Würde man jedoch das Kodex-Konzept als Konsumenteninstrument um eine Kennzeichnungspflicht von Produkten und Dienstleistungen mit den Informationen des Nachhaltigkeitsengagements der Unternehmen erweitern, erhielte der Konsument am Point-of-Sale die notwendige Transparenz, die er für seine verantwortungsbewusste Kaufentscheidung benötigt.

Erweiterungsvorschlag 1: Kodex als Instrument für den Konsumenten. Kennzeichnungspflicht von Produkten und Dienstleistungen

Zu B. Geltung, Anwendung und Wirkung

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex ist als reines Finanzmarktinstrument geplant, um Investoren fundierte Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen bei der Wahl Kapitalanlagen an die Hand zu geben (Zeile 1 bis 2). Beachtet man jedoch das Ziel der Sensibilisierung der Konsumenten für Produkte und Dienstleistungen unter A (Zeile 18 bis 20), stehen diese beiden Punkte konträr zueinander. Der Erweiterungsvorschlag 1 wäre hier eine sinnvolle Ergänzung, um sowohl auf Seiten der Investoren, als auch auf Seiten der Konsumenten die gewünschten Effekte zu erzielen. Eine in Zeile 8 angedachte Sanktionierung über den Markt beträfe somit ebenfalls die Investoren und die Konsumenten.

Seine Geltung soll der Deutsche Nachhaltigkeitskodex über eine zu schaffende rechtliche Regelung in Anlehnung an Artikel 161 Aktiengesetz (jährliche Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex) erlangen (Zeile 9 bis 22). Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) beinhaltet gesetzliche Bestimmungen (Muss-Vorschriften), Empfehlungen (Soll-Vorschriften) und Anregungen (Sollte- bzw. Kann-Vorschriften). Die DCGK-Inhalte unterscheiden sich somit im Grad ihrer Bindungswirkung. Empfehlungen und Anregungen sind somit nicht gesetzlich verankert, erhalten jedoch eine gewissen Verbindlichkeit über die Entsprechenserklärung von Vorstand und Aufsichtsrat.

Deutsches CleanTech Institut GmbH | Trade Register AG Bonn HRB 16782 | Sales Tax ID: DE 215656946 | CEO: Philipp Wolff
Sparkasse KölnBonn | Account no: 1 901 953 651 | sort code: 370 501 98 | BIC COLSDE33XXX | IBAN DE36 3705 0198 1901 9536 51

Bei der konkreten Ausarbeitung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex gilt es sorgfältig zu prüfen, welche Regelungen für welche Inhalte gewählt werden. Ziel sollte es sein, einen Kodex zu entwickeln, der tatsächliche positive Effekte auf ökologischer und sozialer Ebene, unter Beachtung der ökonomischen Ebene erwirkt. Als weiterer Punkt sei hier noch die Form der Erklärung zu den Regelungen anzusprechen. Um ebenfalls dem Konsumenten bei der Kaufentscheidung geeignete Informationen in Form von möglichst vollständiger Transparenz an die Hand geben zu können, bedarf es eines geeigneten Instrumentes. Hier sei ein weiteres Mal auf den Erweiterungsvorschlag 1 hingewiesen. Es entstünde ein geschlossenes System, in dem Unternehmen in erster Instanz über die Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsaktivitäten entscheiden. In zweiter Instanz bekämen Konsumenten und Investoren die Möglichkeit, anhand der Informationen bei der Wahl eines Produkte bzw. einer Dienstleistung und einer Kapitalanlage zu entscheiden. Die Unternehmen geraten damit unter Zugzwang, da der Konsument bzw. der Investor über „vollständige" Information verfügt.

Das in Zeile 36 bis 37 dargestellte Erfordernis einer Weiterentwicklung ist sehr wichtig, um ein System zu schaffen, das den Herausforderungen „Nachhaltigen Wirtschaftens" gerecht wird.

Zu C. Inhaltliche Anforderungen eines Deutschen Nachhaltigkeitskodex

Die inhaltlichen Anforderungen eines Deutschen Nachhaltigkeitskodex sind in Form eines klassischen Management-Ansatzes aufgebaut, der die Themen Strategie und Prozessmanagement beinhaltet und mit den Zieldimensionen Umwelt, Gesellschaft und Corporate-Governance versehen wurde. Management erfolgt jedoch nicht lediglich über Strukturen und Prozesse, ein ebenfalls wichtiger Bestandteil ist die Unternehmenskultur. Sie stellt das tägliche Handel und Verhalten des Managements und der Mitarbeiter dar. Wird das Thema Nachhaltigkeit durch die Unternehmenskultur gelebt, hat der zu Beginn geforderte Bewusstseinswandel stattgefunden. Ein solches Unternehmen stellt sich den Herausforderungen „Nachhaltigen Wirtschaftens" eigenverantwortlich und bewusst.

Erweiterungsvorschlag 2: Eine Erweiterung des Konzeptes um die Dimension Kultur ist daher sinnvoll.

Erweiterungsvorschlag 3: Zudem sei, insbesondere aus Sicht des Deutschen Nachhaltigkeitskodex als Instrument für den Finanzmarkt, eine Abkehr vom bekannten Shareholder Value-Prinzip, hin zu einem Shared Value-Ansatz sinnvoll. Das Shared Value-Prinzip weicht von der reinen Gewinnmaximierung ab und schafft gleichzeitig ökonomischen und ökologischen und/oder sozialen Nutzen.

Deutsches CleanTech Institut GmbH | Trade Register AG Bonn HRB 16782 | Sales Tax ID: DE 215656946 | CEO: Philipp Wolff
Sparkasse KölnBonn | Account no: 1 901 953 651 | sort code: 370 501 98 | BIC COLSDE33XXX | IBAN DE36 3705 0198 1901 9536 51

In Zeile 52 bis 53 fordert der Kodex, dass das Nachhaltigkeitsmanagement darüber hinaus auch den gesamten Produktlebenszyklus in die Analyse einbeziehen kann. Wie bereits unter B. (Geltung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex) angesprochen, ist eine sorgfältige Prüfung der Regelungen in Bezug auf die Inhalte des Kodex notwendig. Der Produktlebenszyklus sollte zumindest eine Empfehlung darstellen und nicht nur eine Anregung, da sonst keine vollständige Transparenz über die gesamte Wertschöpfungskette gewährleistet werden kann. Unternehmen könnten in ihrer Wertschöpfungsstufe nachhaltig agieren, aber in vor- bzw. nachgelagerten Wertschöpfungsstufen nachhaltige Aspekt vernachlässigen. Letztendlich ist diese Information sowohl für den Konsumenten, als auch für den Investor von Bedeutung.

Erweiterungsvorschlag 4: In Zeile 66 bis 70 wird der Gedanke der Wertschöpfungskette bereits auf die Dimension Menschenrechte, Zwangs- und Kinderarbeit angewendet und sollte ebenfalls auf die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen angewendet werden.

Erweiterungsvorschlag 5: In Zeile 56 bis 58 werden quantitative Ziele für die Reduzierung der CO2-Emissionen als Empfehlung angeregt. CO2 ist nur eines von mehreren Treibhausgasen, eine Erweiterung der weiteren Treibhausgase ist sinnvoll.

Zudem wäre eine Anwendung des Wertketten-Gedankens (Erweiterungsvorschlag 4) in dieser Dimension sinnvoll, um vollständige Transparenz aus Unternehmenssicht zu erhalten.

Erweiterungsvorschlag 6: Die Empfehlung in Zeile 59, dass die gestellten Ziele anspruchsvoll sein sollen, lässt den Unternehmen Ermessensspielraum, der den Herausforderungen „nachhaltigen Wirtschaftens“ nicht gerecht wird. Hier ist eine Quantifizierung absolut notwendig, um notwendige Ergebnisse zu erzielen. Beispielsweise sei hier an einen Vergleich von Aufwand € zu Umsatz € zu denken.

In Zeile 92 bis 95 wird die Empfehlung ausgesprochen, dass Zielvereinbarung und Vergütung für das Management sich auch an der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen orientieren sollen. Dies ist ein sehr wichtiger Punkt, denn nur so erhält man Verbindlichkeit in der Erreichung gesetzter Ziele, es sei denn, das Thema Nachhaltigkeit ist in der Unternehmenskultur tief und fest verankert und somit im Bewusstsein des Managements.

Zusammenfassung

Zusammenfassend möchte das Deutsche CleanTech Institut den Rat für Nachhaltige Entwicklung für den Vorstoß eines Deutschen Nachhaltigkeits-Kodex beglückwünschen. Der Entwurf stellt einen sinnvollen Ansatz dar, den es nun im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes anzupassen und auszuformulieren gilt. Das Deutsche CleanTech Institut steuert im Rahmen der Dialogphase die folgenden sechs Erweiterungsvorschläge bei:

Deutsches CleanTech Institut GmbH | Trade Register AG Bonn HRB 16782 | Sales Tax ID: DE 215656946 | CEO: Philipp Wolff
Sparkasse KölnBonn | Account no: 1 901 953 651 | sort code: 370 501 98 | BIC COLSDE33XXX | IBAN DE36 3705 0198 1901 9536 51

Erweiterungsvorschlag 1:
Kodex als Instrument für den Konsumenten/Kennzeichnungspflicht von Produkten und Dienstleistungen.

Erweiterungsvorschlag 2:
Dimension Kultur als Bestandteil eines Managementansatzes für die inhaltliche Ausgestaltung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Erweiterungsdimension 3:
Shared Value-Prinzip als Empfehlung.

Erweiterungsvorschlag 4:
Betrachtung der Wertkette für natürliche Ressourcen und Treibhausgase.

Erweiterungsvorschlag 5:
Beachtung aller wesentlichen Treibhausgase.

Erweiterungsvorschlag 6:
Quantifizierung der gesetzten Ziele.

Gerne steht das DCTI - Deutsche CleanTech Institut für einen weiteren Dialog zur Verfügung.

Philip Ehlers | Consultant

DCTI – Deutsches CleanTech Institut
Adenauerallee 134
D-53113 Bonn

Phone +49(0)228-926 54-72
Fax +49(0)228-926 54-11
p.ehlers@dcti.de
www.DCTI.de