



CSR MAGAZIN

Unternehmen. Verantwortung. Gesellschaft.



Nachhaltige Stadt – nachhaltige Region



Menschenrechte // KMU // Maschinenbau // Unternehmensstiftungen // Olympische Spiele // Paralympisches Sponsoring // Ägypten // Green Capitals // Transition Towns // Megacitys // Nachhaltiges Neumarkt // Wendepunktzukunft // Lokale Gemeinwesen // Consulting Akademie Unternehmensethik

Partner gesucht.

Nachhaltigkeit macht Schule. Machen Sie mit!

Werden Sie Partner in der ersten internationalen Nachhaltigkeitsinitiative der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in Kooperation mit dem Goethe-Institut New York und Madrid. Alternative, zukunftsfähige Stadtplanungskonzepte, Klimaeffizienz und nachhaltige Gebäudestrukturen – all diese Themen werden in der einjährigen Initiative mit Schülerinnen und Schülern sowie deren Lehrkräften diskutiert und in eigenen Wettbewerbsbeiträgen umgesetzt.



Unterstützen Sie unsere Nachhaltigkeitsinitiative und werden Sie Projektpartner!



Urbane Visionen
EINE NACHHALTIGKEITSINITIATIVE DES GOETHE-INSTITUTS
UND DER FRANKFURTER ALLGEMEINEN ZEITUNG

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

Gun Hellmich
Lesermarkt
Kooperationen und Bildungsprojekte

Telefon: (069) 75 91-11 24
E-Mail: g.hellmich@faz.de



Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLANDS *Schulen*



Thomas Beschorner
Wissenschaftlicher
Direktor



Achim Halfmann
Chefredakteur

„Locus-Focus“: Nachhaltige Stadt – nachhaltige Region

Globalisierung, Amerikanisierung, McDonaldisierung sind Begriffe, denen wir regelmäßig in den Medien begegnen. Sie deuten auf eine entgrenzte Welt, die zu einer Vereinheitlichung tendiert. Die Handlungen von Menschen und Unternehmen sind aus einem Kontext gerissen und spielen sich tendenziell nur noch in einer globalen Welt ab, sagen Kritiker. Seit den 1990er-Jahren macht gleichwohl ein anderer Begriff Karriere, der sich gegen eine einseitige Globalisierungsrhetorik wendet: Man spricht von „Glokalisierung“.

Dieses Kofferwort ergänzt zum einen die Tendenzen einer Weltgesellschaft um das Lokale; es drückt also die Wiedereinbettung von Handeln in regionale und lokale Handlungskontexte aus. Zum anderen ist Lokalisierung nicht als Gegenbegriff zu Globalisierung zu verstehen, sondern als wichtige Ergänzung. Vertretern dieses Verständnisses von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Verhältnissen geht es damit um den Hinweis auf verschiedene Dimensionen menschlichen Lebens. Wir leben global, aber wir leben weiterhin auch in konkreten sozialen Beziehungen mit Menschen und in einem konkreten Raum – dem Dorf, der Stadt, der Region, in einem Land.

Mit dem Themenschwerpunkt „nachhaltige Stadt – nachhaltige Region“ wollen wir uns dieser aus unserer Sicht wichtigen Thematik annehmen

und dabei insbesondere fragen, welchen Beitrag Unternehmen als Motoren für eine nachhaltige Entwicklung im Lokalen leisten können. Die in dem Heft versammelten Beiträge reichen dabei von der Frage, „was Unternehmen für Dörfer tun können“, über den Trend „Mega-Citys“ und „Unternehmensverantwortung im lokalen Gemeinwesen neu denken und gestalten“ bis hin zum Unternehmensengagement für Quartiere in Kairo. Und auch die Berichterstattung zur Olympiade in London knüpft an dieses Thema an: Von dem neu errichteten Park im Osten der Metropole sollen die Menschen in einer wirtschaftlich und sozial schwachen Region nachhaltig profitieren. Zudem haben wir für Sie die Paralympics besucht und mit Experten aus Unternehmen, Politik und Sport über das unternehmerische Engagement dort gesprochen.

Neben der Lokalisierung ist die Kontextualisierung von Unternehmenspraktiken eine weitere Schlüsseldimension für Corporate Social Responsibility. Im CSR MAGAZIN greifen wir diesen Aspekt durch Beiträge über spezifische „Issues“ und Branchenbezüge regelmäßig auf. In der vorliegenden Ausgabe behandeln die Artikel unserer Autoren dabei beispielsweise die Themen Menschenrechte, den nachhaltigen Tourismus, die Verantwortung im Maschinenbau und die Balance zwischen Nähe und Distanz von Unternehmen und ihren Stiftungen.

„Locus-Focus“: Wir leben lokal – in konkreten sozialen Beziehungen mit Menschen und in einem konkreten Raum.

Eine anregende Lektüre wünschen Ihnen

Achim Halfmann und Thomas Beschorner
redaktion@csr-magazin.net



6



14



16



22



EDITORIAL Seite 3

THEMEN

Kairos Quartiere brauchen Unternehmensengagement

Vieles verändert sich in Ägypten seit dem Frühjahr 2011.

VON ULRIKE VON RÜCKER Seite 6

Menschenrechte – ein zu großes Thema für kleine Unternehmen?

Auch KMU tragen Verantwortung und Risiken.

VON STEFANIE RICARDA ROOS Seite 9

Wirtschaft und Menschenrechte – Wie Global Player arbeiten

Interview mit Wolfram Heger und Christian Heller.

..... Seite 12

AKTEURE

Wenn Tourismus auf Wirklichkeit stößt

Verantwortliche aus Kommunen und Ländern müssen unterschiedliche Interessen unter einen Hut bringen.

VON THOMAS FELDHAUS Seite 14

CSR im Maschinenbau: Der Druck nimmt zu

Steigende Erwartungen von Kunden und Öffentlichkeit.

VON ANKE BUTSCHER Seite 18

DIALOG

Unternehmen und ihre Stiftungen brauchen Nähe und Distanz

Wie kleine und große Unternehmen diese Balance halten.

VON ACHIM HALFMANN Seite 16

WISSEN

Olympische Nachhaltigkeit: kompromisslos & professionell & unvollkommen

London 2012 gilt zu Recht als die nachhaltigste Olympiade aller Zeiten.

VON ACHIM HALFMANN Seite 22

Paralymphisches Sponsoring – ein CSR-Engagement?

Nie zuvor erreichten die Paralympischen Spiele eine solche öffentliche Aufmerksamkeit.

VON ACHIM HALFMANN Seite 26

TITEL

Megacities: Probleme nur gemeinsam lösbar

Seit 2008 lebt mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten.

VON JÜRGEN BUSCHER Seite 28

Wendepunkt Zukunft:

Was Unternehmen für Dörfer tun können

Dörfer werden zu Testfeldern der Post-Wachstums-gesellschaft. Eine große Chance, auch für das Land.

VON TOBIAS RUDERER Seite 31

Transition Towns: Leben ohne Erdöl als Utopie

Experten warnen schon lange davor, dass Erdöl irgendwann nicht mehr verfügbar sein wird.

VON JOHANNA TÜNSCH Seite 34

Frankfurt am Main – demnächst Europas „Green Capital“?

Passivhaushauptstadt, Fahrradwege, unbebaute Grün- und Freiflächen.

VON FEYZA MORGÜL Seite 36

Nachhaltiges Neumarkt:

Wie Unternehmen und Bürger zusammenwirken

Die Erfahrungen der nachhaltigen Vorreiter-Kommune.

VON GABRIELE MANTE Seite 40

CONTENT PARTNER

Unternehmerische Stadt – Unternehmerische Region

Unternehmensverantwortung im lokalen Gemeinwesen neu denken und gestalten.

BERTELSMANN STIFTUNG Seite 42

Studierende diskutieren am Frankfurter Flughafen

Die Herausforderungen an international tätige Unternehmen werden zunehmend komplexer.

UNIVERSITÄT ST. GALLEN Seite 44

SERVICE

CSR MAGAZIN – das Dialog-Medium Seite 21

Studien Seite 46

Literatur Seite 47

Events Seite 48

CSR im Web Seite 49

In eigener Sache Seite 50

THEMEN
AKTEURE
WISSEN
DIALOG
TITEL
SERVICE



31



34



36



IMPRESSUM

Die Broschüre wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. Das Papier stammt aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern und alle beteiligten weiterverarbeitenden Betriebe erfüllen die Anforderungen des FSC für die Produktionskette.

Sie haben Fragen zum Bezug des CSR MAGAZINS oder zu Ihrer CSR-Partnerschaft? E-Mail: okuhn@datam-services.de Tel.: +49 931 4170 156



CSR MAGAZIN ist eine Kooperation von CSR NEWS GmbH und Vogel Business Media GmbH & Co. KG

Chefredakteur und Herausgeber
Achim Halfmann (CSR NEWS) v.i.S.d.P.
Thomas Beschorner

Redaktion
Jürgen Buscher, Anke Butscher, Thomas Feldhaus, Thomas Hajduk, Christian Heller, Gabriele Mante, Feyza Morgül, Stefanie Ricarda Roos, Tobias Ruderer, Johanna Tünsch, Ulrike von Rücker

Anschrift Redaktion und Verlag
CSR NEWS GmbH
Unterscheideweg 13
42499 Hückeswagen
Tel.: +49 (0)2192 8770000
E-Mail: redaktion@csr-magazin.net
http://www.csr-news.net

Textredaktion und Koordination
Ute Jaxtheimer
Gunther Schunk

Bildredaktion
Kristin Vorbohle

Layout
Kristin Albrecht, Carolin Frank,
Elena Anetzberger, Michaela Deppe

Herstellung
Frank Schormüller

Druck
Hoehl-Druck Medien + Service GmbH
Gutenbergstraße 1
36251 Bad Hersfeld

Kommunikation (Anzeigen, Banner)
Gerhard Holzwart
h&g Editors GmbH
Welserstraße 5, 81373 München
Telefon: +49 (0) 89-97 89 99-298
E-Mail: marketing@csr-news.net

Erscheinungsweise
4 x jährlich – quartalsweise

Bezugspreis
Monatlich 8,00 € – Beinhaltet die Ausgabe des Printprodukts „CSR MAGAZIN“, sowie den Zugang zum Online-Auftritt bei CSR NEWS

Erfüllungsort und Gerichtsstand
Würzburg

Kairos Quartiere brauchen Unternehmensengagement

Vieles verändert sich in Ägypten seit dem Frühjahr 2011. Nach landesweiten Putzaktionen auf öffentlichen Straßen und Plätzen bis in den Sommer hinein, flaute der anfängliche „Jetzt räumen wir das Land auf“-Enthusiasmus zu Ende 2011 merklich ab. Chancen bietet das Engagement auf Stadtteilebene – auch für die dort ansässigen Unternehmen. VON ULRIKE VON RÜCKER



Straßen und Plätze werden dreckiger, die Müllabfuhr funktioniert zunehmend schlechter und die negativen Auswirkungen der politischen und wirtschaftlichen Umbrüche werden für immer mehr Menschen direkt spürbar: Sinkende Einkommen, Arbeitsplatzverlust und steigende Kriminalität drücken auf die Stimmung im Land. Auch deshalb mehren sich Stimmen, denen es trotz aller Cafés, Gallerien und Clubs an Orten für die Begegnung und den Austausch fehlt. Orte, an denen sich Arbeit und Ideen entwickeln lassen, um aus Kairo eine bessere Stadt zu machen. Immer öfter drehen sich Gespräche darum, wie sich der Wunsch nach mehr Bürgerbeteiligung und der „Rückeroberung“ des öffentlichen Raums in die Tat umsetzen lässt. Doch Kairo ist eine riesige Stadt, es dauert manchmal recht lang, bis offene Ohren und Augen mitbekommen, was wo und wie bereits geschieht.

Anfang 2012 traf sich in den Räumen der Egyptian Initiative for Personal Rights (EIPR) zum ersten Mal eine Gruppe, deren Mitglieder sich mit dem Thema „Zugang zu und Nutzung des öffentlichen Raums durch Bürger“ beschäftigen. Stadtplaner, Menschenrechtsaktivisten, Journalisten, Mitglieder des während der ersten Tage der Revolution entstandenen „Bürgerkomitees“: Sie alle eint der Wunsch nach mehr Taten, einer besseren Koordination und einer Neudefinition des „öffentlichen Raums“.

Rolle der Unternehmen

Als Kernthemen kristallisieren sich bei den Beratungen folgende Fragen heraus: Wo kann Begegnung stattfinden, die nachbarschaftliches Bürgerengagement möglich macht? Wo gibt es unkompliziert zugänglichen „öffentlichen Raum“? Was sind die rechtlichen Einschränkungen? Wo beginnt und wo endet der „öffentliche Raum“ und wie darf ich ihn als Bürger nutzen?

Kann ich beispielsweise einfach den öffentlichen Park vor meiner Haustür aufräumen und bepflanzen? Mit welchen Behörden muss ich meine Initiative gegebenenfalls absprechen? Muss ich einen Kinderspielnachmittag im Park als Veranstaltung anmelden? Nicht zuletzt stellt sich die Frage nach der Rolle und der Verantwortung ortsansässiger Unternehmen: Wie können sie zur nachhaltigen Entwicklung ihres Stadtteils beitragen? Und was erwarten Bürger von den Unternehmen?

Eine Bestandsaufnahme zeigt, dass es trotz aller Widrigkeiten einige positive Initiativen gibt, und zwar nicht nur Wohltätigkeitsprojekte in sozial be-



Natursensibilisierung mit Kindern in einem Kairoer Park.

nachteiligten Wohngebieten. Relativ eigenständig entwickelt sich vielerorts das Bewusstsein dafür, dass gewünschte Veränderungen vor der eigenen Haustür das Engagement im eigenen Stadtviertel erfordern.

Ostaz Gamal räumt auf

In Heliopolis begann der pensionierte Ingenieur Ostaz Gamal, einen Grünstreifen zu begärtnern. Im Laufe weniger Monate gelang es ihm so, ein kleines grünes Paradies zu schaffen. Eine Webseite dokumentierte seine Arbeit. Nach anfänglichem Widerstand erfuhr Gamal die Unterstützung der Stadtteilverwaltung. Und ein ortsansässiges Unternehmen gestaltet auf eigene Rechnung eine benachbarte Grünfläche um.

Der Wunsch nach „öffentlichem Raum“ wächst.

Rasheed22 in Heliopolis, The District in Maadi und Mesaha in Abdeen sowie ansatzweise Art El Lewa und Darb1718 sind nur einige der mittlerweile zahlreichen Orte, die sich auch als sogenannte „community spaces“ definieren: Hier gibt es Gemeinschaftsbüros und Veranstaltungsorte, in denen Interessierte kostengünstig Informationen, Netzwerke und Infrastruktur nutzen können.

Ein wichtiges Element fehlt jedoch: sogenannte Stadtteilläden, Bürgerbüros oder Nachbarschaftstreffs. Bürger in Kairo wünschen sich solche Gemeinschaftsräume als Anlaufstellen, in denen sie Informationen zum Leben im Stadtteil finden und



Ulrike von Rücker
› ist überzeugte Sozialunternehmerin. Sie lebt und arbeitet in Kairo und München.

ulrike.vonruecker@csr-magazin.net



Kairos Quartiersentwickler arbeiten international vernetzt.

wo sie sich mit anderen Anwohnern vernetzen und dann gemeinsam im Viertel aktiv werden können.

Die Erfahrung zeigt zugleich, dass fehlende öffentliche Planung und Kontrolle nicht nur im positiven Sinne zu selbst organisiertem Handeln anregen. Unzählige schwarze Schafe nutzen die politische Transformationsphase zum eigenen Vorteil. Vor allem in Heliopolis wurden im vergangenen Jahr unzählige alte Wohnhäuser und Villen ohne Genehmigung abgerissen. Neubauten entstehen ohne Respekt für die auch in Ägypten existierenden Bauvorschriften. Zur Rettung der den Charakter vieler Stadtteile prägenden alten Bebauung ist schnelles Handeln gefragt. Gemäß der Theorie des „community development“ beginnt der Weg mit der Identifikation mit dem Wohnort, und er führt über die Befriedung zur Stabilisierung positiver Entwicklungen.

Weiterführende Links:

- Straßengarten mitten in Kairo:
<http://www.permacultureegypt.com/ostaz-gamal>
- Die Facebookseite „CairoSpaces“ will die verschiedenen Initiativen sichtbar machen und international vernetzen:
<http://www.facebook.com/cairospaces>
- CairoObserver ist ein Blog, der sich mit dem Leben im öffentlichen Raum aus Sicht von Stadtplanern und Architekten befasst und regelmäßig Artikel sowohl in englischer als auch arabischer Sprache veröffentlicht:
<http://www.cairoobserver.com>
- Mini-München, die Spielstadt für Kinder und Jugendliche, gab Initiativen in Kairo Impulse:
<http://www.mini-muenchen.info>



Corporate Citizenship gefragt

Für deutsche Unternehmer, die sich in Kairo gemeinsam mit lokalen Partnern engagieren wollen, heißt das: Wie daheim ist ihr nachbarschaftliches Engagement gefragt. Ein Corporate Citizenship, bei dem Firmen im Einklang mit dem Unternehmenszweck und ihren Kompetenzen nicht nur Geld spenden. Möglichkeiten zur Verantwortungsübernahme gibt es viele, die Liste der in Kairo vorgesehenen Projekte und Initiativen liest sich ähnlich der einer deutschen Großstadt:

- die Schaffung, Sicherung & Sauberhaltung öffentlicher Grünanlagen, der Bau von Spielplätzen, die Erstellung partizipativer Stadtpläne und sicherer Wege für Fußgänger und Radfahrer;
- die Schaffung von Plätzen für Begegnung außerhalb der eigenen vier Wände und die Förderung des Gemeinsinns: bezüglich einer Adaption des Konzepts der Stadteilläden und Nachbarschaftstreffe bestehen Kontakte zu ähnlichen Initiativen in München;
- die Bewahrung und Wiedernutzung leerstehender Gebäude, möglicherweise nach dem Vorbild des Leipziger Konzeptes des „Wächterhauses“.

Für das kommende Frühjahr ist in Anlehnung an ein Münchner Projekt geplant, dass 7- bis 15-jährige Nachwuchsbürger „Mini-Kairo“ spielen und so Grundregeln bürgerschaftlicher Beteiligung erlernen. Auch dieses Programm wird Unternehmen Beteiligungsmöglichkeiten bieten. □



Weitere Informationen zu Unternehmen & Gesellschaft in Ägypten:

http://www.link-csr-news.net/7_aegypten



Menschenrechte – ein zu großes Thema für kleine Unternehmen?

Puma, Adidas und Nike, Monsanto, Bayer und BASF, Apple, Walmart, Shell und manches andere Großunternehmen standen schon wegen Menschenrechtsverletzungen in der öffentlichen Kritik. Sie sahen sich dem Vorwurf ausgesetzt, in Sweatshops produziert, Zwangs- oder Kinderarbeiter eingesetzt, mit Militärregierungen zusammengearbeitet oder die Rechte indigener Völker missachtet zu haben. Konzerne verfügen über einen großen Machtapparat und können auf derartige Vorwürfe schnell reagieren. Was aber tun kleine und mittlere Unternehmen (KMU), wenn sie mit Menschenrechtsthemen konfrontiert werden? VON STEFANIE RICARDA ROOS



Eine verbreitete Meinung lautet: Großunternehmen haben in Sachen Menschenrechte mehr zu verlieren als KMU, vor allem wenn es um Image und Profit geht. Die Notwendigkeit zu menschenrechtsverantwortlichem Handeln treffe daher nur sie.

Doch ist das wirklich so? Sind Menschenrechte nur für Großunternehmen ein Thema? Die Antwort lautet ganz klar: Nein! „Ich glaube, dass Menschenrechte auch für kleine und mittlere Unternehmen nicht zu groß sein dürfen. Jedes Unternehmen, das verantwortlich handeln will, sollte, nein, muss sich damit beschäftigen“, meint Günter Horniak, Nachhaltigkeitsbeauftragter der Universität Wien. Mit dieser Ansicht steht er nicht allein, sie wird von nationalen wie internationalen Experten und Organisationen geteilt. Eine maßgebende Quelle sind die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, die der Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen im Juni 2011 einstimmig angenommen hat. Die Verantwortung zur Achtung der Menschenrechte trifft danach alle Unternehmen, unabhängig von ihrer Größe, Branchenzugehörigkeit, Unternehmensstruktur und dem betrieblichen Handlungskontext. Zwar sind die Leitprinzipien rechtlich nicht verbindlich, sie stellen aber einen weltweiten Maßstab für die unternehmerische Menschenrechtsverantwortung dar. Auf ihn bezieht sich etwa der UN Global Compact (GC), die größte freiwillige Initiative zur Förderung von Nachhaltigkeit und verantwortungsvoller Unternehmensführung.

Mit den Fortschritten auf internationaler Ebene im Bereich Wirtschaft und Menschenrechte sehen sich immer mehr KMU selbst in der Pflicht. Dies

zeigt auch die Entwicklung bei den Mitgliederzahlen des GC: Anfänglich war das Dialog- und Lernforum vorwiegend für multinationale Großkonzerne gedacht. Heute machen KMU mehr als die Hälfte der GC-Mitgliedsunternehmen aus. Sie haben die Bedeutung der Menschenrechte für ihre Geschäftstätigkeit erkannt und sich unter anderem verpflichtet, ihre Unternehmensstrategie an internationalen Menschenrechten einschließlich weltweit anerkannter Arbeitsrechte auszurichten.

Die Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme kommt nicht von ungefähr. Der Druck auf KMU in Sachen Menschenrechte wächst stetig. Dies gilt vor allem für mittlere Unternehmen, die in globalen Märkten tätig sind: Als Teil weltweiter Wertschöpfungsketten richten Stakeholder an sie die gleichen Forderungen wie an multinationale Großunternehmen. Kunden und Investoren fordern Nachhaltigkeit in der Lieferkette, wozu auch die Einhaltung der Menschenrechte zählt. KMU

„Die Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme kommt nicht von ungefähr. Der Druck auf KMU in Sachen Menschenrechte wächst stetig.“

sind hiervon als Produktzulieferer größerer Unternehmen ebenso betroffen wie in Bezug auf ihre eigene Zulieferkette. Besonders hoch sind dabei die Risiken in der Textil- und Bekleidungsindustrie.

Von der Theorie zur Praxis

Was gilt es für KMU in der Lieferkette zu beachten? Welche Maßnahmen können Unternehmen ergreifen, um auf die Zulieferkette Einfluss zu nehmen und Menschenrechte auch außerhalb ihres Betriebs zu schützen? Der speziell für KMU geschriebene Leitfaden „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“ des Global Compact empfiehlt: Erstens müssen Unternehmen das externe Umfeld – insbesondere die Stakeholder-Erwartungen sowie die Risiken im Zusammenhang mit Menschenrechten – erkennen

und auf dieser Grundlage einen Business Case entwickeln. Zweitens sind eine Vision und Zielvorgaben für die Nachhaltigkeit in der Lieferkette festzulegen. Hierzu zählt die Ausarbeitung eines Verhaltenskodex für Lieferanten. Dieser sollte menschenrechtsrelevante und für die unternehmerische Praxis bedeutsame Regelungen enthalten. Ein KMU kann so darauf hinwirken, dass auch seine Zulieferer Menschenrechte einhalten. Drittens ist eine Nachhaltigkeitsstrategie zu implementieren, wobei es insbesondere darum geht, die vorhandenen Ressourcen effizient zu nutzen und Lieferanten bewusst einzubeziehen. Und viertens sollten Unternehmen Fortschritte kommunizieren und regelmäßig darüber berichten.

Der Umfang der menschenrechtlichen Achtungspflicht eines Unternehmens sowie dessen Einflussmöglichkeiten hängen letztendlich davon ab, wie sich dessen Geschäftstätigkeit und die Geschäftsbeziehungen tatsächlich und potenziell auf das Leben und die Rechte anderer Menschen auswirken. Grundsätzlich gilt: Bei einem KMU können genauso gravierende Menschenrechtsprobleme auftreten wie bei einem transnationalen Großunternehmen. An erster Stelle muss daher immer eine Menschenrechtsrisikoanalyse stehen. Es gilt, konkrete Menschenrechtsrisiken sowohl im eigenen Unternehmen als auch bei Geschäftspartnern und in den Ländern zu identifizieren und zu bewerten, in dem das KMU tätig ist. Letzteres ist insbesondere für Aktivitäten in Schwellen- und Entwicklungsländern relevant. Das Deutsche Global Compact Netzwerk (DGCN) rät in seinem Hintergrundpapier „Menschenrechte und Wirtschaft“: „Menschenrechtsrisikoanalysen [sollten] nicht nur am Anfang einer unternehmerischen Tätigkeit, sondern fortlaufend durchgeführt werden. Nur so können Unternehmen sicherstellen, dass sie rechtzeitig auf etwaige Veränderungen hinsichtlich der Menschenrechtssituation reagieren können.“

Strategien entwickeln

Die Menschenrechtsrisikoanalyse ist Voraussetzung für die Ausarbeitung einer Menschenrechtsstrategie. Der Leitfaden „Menschenrechtsstrategien entwickeln“ des Global Compact empfiehlt diese aus folgenden Gründen: „Um eine Grundlage zu haben, auf der die Verantwortung für die Achtung der Menschenrechte in allen Unternehmensbereichen verankert werden kann. (...) Um Lücken in den eigenen Verhaltensrichtlinien zu ermitteln und einen Prozess starten zu können, der das Unternehmen für neue Menschenrechtsrisiken sensibilisiert. Um das Engagement des Unternehmens zur Wahrung der Menschenrechte konkret auszuarbeiten. Um das Vertrauen externer Stakeholdergruppen zu

stärken, deren Anliegen zu verstehen und aufzugreifen. Um innerbetriebliches Lernen sowie die Entwicklung von Managementkapazitäten und Führung in Menschenrechtsfragen zu unterstützen. Um international eine gute Geschäftspraxis vorweisen zu können.“

Wo gibt es Informationen?

Die beschriebenen Maßnahmen zur Umsetzung unternehmerischer Menschenrechtsverantwortung klingen nach umfangreicher und langwieriger Arbeit und angesichts knapper Ressourcen nach hohen Belastungen. KMU stehen in ihrem Bemühen, menschenrechtsverantwortlich zu handeln, indes nicht alleine da: In Deutschland steht das DGCN an vorderster Front, wenn es darum geht, Unternehmen bei der Bewältigung von Menschenrechtsfragen zu unterstützen. Das Netzwerk mit seinen knapp 100 angeschlossenen KMU bietet Unternehmens-Coachings, Einführungs-Webinare und auf seiner Webseite umfassendes Informations- und Lernmaterial an. Hierzu zählt das Organisational Capacity Assessment Instrument (OCAI): Es soll Unternehmen dabei helfen, die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht zu operationalisieren, die eigene Leistungsfähigkeit und Kapazitäten zu analysieren und die Managementfähigkeit im Bereich Menschenrechte zu erhöhen. Der Leitfaden „Menschenrechtsstrategien entwickeln“ geht speziell auf die Besonderheiten von KMU ein. Schließlich findet sich auf der Netzwerk-Webseite hilfreiches Material zum Thema Nachhaltigkeit in der Lieferkette.

Menschenrechtskonformes Handeln lohnt sich

KMU sollten Menschenrechte nicht primär als Belastung, sondern vielmehr als Chance verstehen. Die Gründe hierfür nennt Gwendolyn Remmert von der DGCN-Geschäftsstelle: „Unternehmen, die in ihrer Geschäftstätigkeit der ‚menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht‘ nachkommen, entsprechen einem international immer stärker geforderten Standard für Firmen aller Größen. Dabei können gerade KMU die Einhaltung der Menschenrechte durch ihre oft engen Verbindungen zu Geschäftspartnern im In- und Ausland schon durch wenige gezielte Maßnahmen in ihrem Einflussbereich fördern und fordern.“ Und schließlich ist sozialverantwortliches Handeln langfristig auch kosten- und wettbewerbsrelevant. □



Weiterführende Informationen zu Menschenrechtsthemen für Unternehmen:
http://www.link.csr-news.net/7_menschenrechte



Bei einem KMU können genauso gravierende Menschenrechtsprobleme auftreten wie bei einem transnationalen Unternehmen.



Dr. Stefanie Ricarda Roos
 › ist freischaffende Beraterin, Fachautorin und Lehrbeauftragte für internationales Menschenrecht. Sie lebt in München.

stefanie.ricarda.roos@csr-magazin.net

Wirtschaft und Menschenrechte – Wie Global Player arbeiten

Das Thema „Wirtschaft und Menschenrechte“ besitzt für multinationale Konzerne eine große Bedeutung. Das Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft econsense hat einen Arbeitskreis gebildet, den BASF und Daimler koordinieren. CSR NEWS sprach mit Wolfram Heger (Senior Manager CSR der Daimler AG) und Christian Heller (Senior Manager Corporate Sustainability Relations der BASF SE).

► **CSR NEWS: Herr Heller, welche Schwerpunkte sieht die BASF bei dem großen Thema Menschenrechte und wie adressiert sie diese?**

Christian Heller: Uns kommt es auf eine umfassende Betrachtung des Themas an. Vieles, was heute unter den Begriff Menschenrechte diskutiert wird, ist bei uns seit Jahren gang und gäbe. Zum Beispiel weltweite Standards zu Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit oder Produktsicherheit. Hier hat die chemische Industrie viel geleistet. Dies gilt in ähnlicher Weise für Beschäftigungsbedingungen wie Entlohnung oder Arbeitszeiten. Der besonderen Verantwortung für unsere Nachbarn an unseren Produktionsstandorten werden wir durch die Einrichtung von Nachbarschaftsforen gerecht – aktuell sind es mehr als 85.

► **Woran entscheidet sich, wie weit die Verantwortung eines Unternehmens reicht?**

Wir orientieren uns an den „Guiding Principles on Business and Human Rights“ der Vereinten Nationen. Danach trägt der Staat die primäre Verantwortung für den Schutz der Menschenrechte. Als Unternehmen sollen wir diese respektieren. Zum einen, indem wir durch das eigene Handeln weder Menschenrechtsverletzungen verursachen noch dazu beitragen. Zum anderen, indem wir Maßnahmen zur Vorbeugung ergreifen und, falls tatsächlich

Menschenrechte verletzt wurden, für Wiedergutmachung sorgen. In der BASF kommen wir dem mit verschiedenen Programmen nach, wie etwa mit unserem Compliance-Programm, Responsible Care oder dem weltweiten Monitoring unserer Beschäftigungsbedingungen.

► **Menschenrechtsrisiken finden sich insbesondere in der Lieferkette. Kann ein Unter-**

nehmen alle Lieferanten und Sublieferanten daraufhin kontrollieren?

Für globale Unternehmen ist es sehr schwierig, die gesamte Lieferkette im Detail zu überprüfen. Gerade in der Chemie herrscht hier eine besonders hohe Komplexität. Grundsätzlich beachten wir bei der Auswahl der Lieferanten neben wirtschaftlichen auch Umwelt- und Menschenrechtskriterien. Basierend auf spezifischen Länder- und Produkt Risiken steigen wir dann vertieft in die Lieferkette ein und führen verschiedene Überprüfungen durch.

► **Eine weitere Herausforderung bilden Joint Venture. Wie setzt die BASF dort ihre Menschenrechtsstandards durch?**

Bei einem Joint Venture macht es in Bezug auf unseren Einfluss einen Unterschied, ob wir daran einen Mehrheits- oder einen Minderheitsanteil halten. Als Geschäftspartner nehmen wir unsere Verantwortung wahr: Entweder können wir unsere eigenen Richtlinien durchsetzen oder wir setzen uns für hohe Standards ein.

► **Wo und wie engagiert sich Ihr Unternehmen gemeinsam mit anderen für Menschenrechte?**

Wir engagieren uns global, regional und lokal. Beispielsweise diskutieren wir im Global Compact, bei CSR Europe oder econsense mit unseren Stakeholdern, was die Guiding Principles der UN für unsere tägliche Praxis bedeuten. Probleme und Lösungsansätze erörtern wir auch bilateral mit NGOs, Politikern und internationalen Organisationen.

► **Was ist aus Ihrer Sicht zu tun, um das Thema „Wirtschaft und Menschenrechte“ international weiter voranzubringen?**

Uns ist wichtig, dass die Verantwortung von Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft, wie sie sich aus den UN Guiding Principles ergibt, genauer definiert wird. Denn unklare Anforderungen bringen Unsicherheiten aller Beteiligten mit sich.

BASF-Mitarbeiterversammlung in Asien. Das Chemieunternehmen ist mit einem Umsatz von rund 73,5 Milliarden Euro (2011) und mehr als 111.000 Mitarbeitern in über 80 Ländern mit Gesellschaften vertreten.



► **CSR NEWS: Herr Dr. Heger, woran misst sich die Verantwortung von Unternehmen für Menschenrechte?**

Dr. Wolfram Heger: Eine zentrale Fragestellung für Unternehmen ist, wie weit der eigene Einflussbereich in der Produktion, im Vertrieb oder in der Zulieferkette reicht – und damit auch die Verantwortung. Die Messlatte hierfür sind internationale Referenzsysteme – etwa die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die ILO-Kernarbeitsnormen, der UN Global Compact oder die UN Guiding Principles. Sie machen deutlich, dass nicht mehr alleine der Staat als Garant der Menschenrechte wahrgenommen wird, sondern auch Unternehmen und die Zivilgesellschaft.

► **Wo sehen Sie Unternehmen in Sachen Menschenrechte besonders in der Verantwortung?**

Menschenrechte sind vielfältig – politisch, kulturell und wirtschaftlich. Unser Einfluss ist bei den Arbeitnehmerrechten und den Arbeitsbedingungen am größten, denn sie betreffen uns unmittelbar. Deshalb setzen wir hier auch Schwerpunkte und können etwas bewegen, etwa wenn es um die Abschaffung der Kinderarbeit, die Verhinderung von Diskriminierung oder die Garantie der Versammlungsfreiheit geht. Insgesamt gelingt das aber nur in einem Multi-Stakeholder-Prozess mit der Politik, den Gewerkschaften und der Zivilgesellschaft. Die UN Guiding Principles geben die Aufgabenteilung vor: Der Staat hat die Arbeitnehmerrechte zu schützen, Unternehmen haben sie zu respektieren und unter Beachtung ihrer Sorgfaltspflicht umzusetzen.

► **Nennen Sie uns doch ein Beispiel für das Zusammenwirken von Unternehmen und Gewerkschaften bei der Sicherung der Menschenrechte!**

Ein gutes Beispiel ist der Umgang mit möglichen Menschenrechtsverletzungen in der Zulieferkette, die uns über die Gewerkschaften erreichen. Sie werden in einen standardisierten Prozess in unsere Weltarbeitnehmervertretung, das Daimler World Employee Committee, eingesteuert. Daimler nimmt dann im Gespräch mit den betroffenen Unternehmen und Arbeitnehmervertretern den Faden auf



Zur Person

Wolfram Heger ist Senior Manager CSR der Daimler AG. Der Konzern ist mit mehr als 271.000 Mitarbeitern in 17 Ländern tätig und erzielt einen Umsatz von rund 106,5 Milliarden Euro (2011).

– und wir erreichen bei der Lösung der Probleme eine hohe Erfolgsquote.

► **Über das Thema Arbeitnehmerrechte haben wir gesprochen. Wie identifiziert Ihr Unternehmen weitere menschenrechtsrelevante Bereiche?**

Daimler hat einen zweistufigen Prozess etabliert: Auf der ersten Stufe bewerten wir regelmäßig das potenzielle politische Länderrisiko am Produktionsstandort. In der zweiten Stufe führen wir ein aufwendiges „Human Rights Compliance Assessment- HRCA“ durch, mit dem wir sehr detailliert relevante Menschenrechtsthemen und deren Umsetzung im Unternehmen analysieren und überprüfen. Das Spektrum reicht von der Integration von Menschen mit Behinderungen, Sozialleistungen, Umwelt- oder Gesundheitsschutz und Nachtarbeit bis hin zur Diskriminierung aufgrund sexueller Orientierung.

Jedes Unternehmen muss diese Analyse für sich selbst durchführen. Eine wichtige Hilfestellung gibt das „Human Rights Compliance Assessment (HRCA)“ des Danish Institute for Human Rights, das eine praxisorientierte Checkliste und weitere Informationen anbietet. Diese Checkliste lässt sich auch im Mittelstand gut einsetzen. □

Internetlinks

Die econsense-Stellungnahme zum Rahmenkonzept und den Leitlinien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte („Protect, Respect and Remedy“ Framework) im Internet:

► http://www.link.csr-news.net/7_ruggie



Der Human Rights Compliance Assessment (HRCA) Quick Check (Englisch):

http://www.link.csr-news.net/7_hrca



Wenn Tourismus auf Wirklichkeit stößt

Die deutschen Küstenregionen gehören zu den attraktivsten innerdeutschen Reisezielen, sie sind zudem ein Lebens- und Wirtschaftsraum zahlreicher Anwohner und auch ein bedeutendes Naturschutzgebiet. Die Verantwortlichen aus Kommunen und Ländern müssen unterschiedliche Interessen unter einen Hut bringen und dabei die Zukunft der Region im Auge behalten. VON THOMAS FELDHAUS



Thomas Feldhaus
 ist freier Wirtschafts-
 journalist in Köln
 thomas.feldhaus@
 csr-news.net

Sie sind die vermutlich begehrtesten Fotomotive an der Küste und sie locken täglich Heerscharen von Touristen in kleine Dörfer: die Flotten der Fischkutter. Dabei stehen sie geradezu symbolhaft für die Gegensätze, denen sich der Tourismus an der Küste stellen muss. Zum Beispiel im ostfriesischen Greetsiel, Heimat einer großen noch aktiven Kutterflotte. Der Ort gilt als eines der schönsten Dörfer an der Nordsee. Den knapp 1.500 Einwohnern stehen rund 400.000 Übernachtungen und mehr als eine Million Tagesgäste gegenüber. Es ist das „Echte“, was die Besucher an Greetsiel fasziniert, der kurze Blick auf ein Leben derjenigen, die für karge Einkommen schwere Arbeit leisten müssen. Die Touristen bringen das Geld, und damit zwar Arbeit und Wohlstand, aber eben auch Probleme. Dann teilen sich in den Gemeinden die Fraktionen: Die einen wollen mit immer abwegigeren Ideen und Bauplänen immer mehr Besucher locken. Die anderen wollen bewahren, natürlich mit Touristen,

aber verantwortlich gegenüber Umwelt, Natur, Geschichte und Einwohnern der Region. Das wurde beispielhaft in Greetsiel deutlich, als ein Schweizer Investor für mehr als 80 Millionen Euro eine riesige Hotelanlage direkt vor den Toren eröffnen wollte. So viel vorweg: Die Gegner haben sich nach einem Jahre andauernden Streit durchgesetzt und das Projekt ist vom Tisch. Geblieben ist die Frage: Welchen Tourismus wollen wir eigentlich?

Natur als Marketingkategorie

Dass diese Frage nicht zu einer einheitlichen Antwort führt, scheint klar, und so gibt es neben den Überlegungen in den einzelnen Gemeinden auch ein „Touristisches Zukunftskonzept Nordsee 2015“. Initiiert wurde es vom Tourismusverband Nordsee in Zusammenarbeit mit den Landkreisen, den Industrie- und Handelskammern und Vermarktungsgesellschaften. Klar, auch hier geht es zunächst ums Geld, denn die niedersächsische Landesregierung

erwartet strategische Zukunftskonzepte um gegebenenfalls mit Fördermitteln unter die Arme zu greifen. Im 130 Seiten umfassenden Zukunftskonzept Nordsee 2015 findet das Thema Nachhaltigkeit überhaupt keine Erwähnung und Natur wird ausschließlich in Marketingkategorien als USP wahrgenommen, wie etwa das Wattenmeer als Weltkulturerbe. Dabei hat die Europäische Umweltagentur schon Ende der 1990er-Jahre die Risiken in den Küstenregionen erkannt und für ein nachhaltiges Management plädiert. Denn neben den unmittelbaren Auswirkungen des Tourismus oder der wirtschaftlichen Erschließung, klopft der Klimawandel gerade in den Küstenregionen mit Nachdruck an die Tür.

Sensible Inseln

So wundert es nicht, wenn vor allem die Inselbewohner mit größerer Sensibilität die Entwicklungen betrachten. Die Menschen auf den friesischen Inseln erleben die Auswirkungen des Massentourismus in konzentrierter Form. Fast 1,5 Millionen Gäste und gut zehn Millionen Übernachtungen müssen beispielsweise alleine die ostfriesischen Inseln jedes Jahr verkraften. Dass dabei manche Inseln, wie etwa Juist oder Baltrum, vollständig auf motorisierten Individualverkehr verzichten, wirkt einerseits anachronistisch, verstärkt aber andererseits ihre touristische Attraktivität. So wird der Umwelt- und Naturschutz ganz selbstverständlich gelebt. Den Juistern reicht das nicht, sie gehen noch einen deutlichen Schritt weiter und wollen die weltweit erste klimaneutrale Insel werden. Auch oder vor allem aus Eigennutz, denn ihre Lage macht sie besonders anfällig für die Vorboten einer drohenden Klimakatastrophe. Unterstützt wird sie mit diesem Anliegen vom Deutschen Reiseverband (DRV) und für die Nachhaltigkeitsinitiative Futouris ist sie das Referenzprojekt. Die Branche muss sich mit der Klimaveränderung auseinandersetzen. Eine im letzten Jahr durchgeführte UNEP-Studie bescheinigt dem internationalen Tourismus die Verantwortung für rund fünf Prozent der weltweiten klimaschädlichen Emissionen, Tendenz steigend.

Kleine Schritte für ein großes Ziel

Für einen Teil davon ist Juist verantwortlich, genau für knapp 20.000 Tonnen CO₂. Sie werden natürlich von den Einwohnern und Gewerbebetrieben verursacht, aber zu einem erheblichen Teil auch von Besuchern. „Jeder Gastaufenthalt erzeugt CO₂-Emissionen von 145 kg“, rechnet Kurdirektor Dietmar Patron vor. Das Ziel: Bis 2030 soll der Ausstoß klimaschädlicher Emissionen bei null sein. Ein ehrgeiziges Ziel, das ohne Mitwirkung der Gäste nicht realisierbar ist. Sie werden deshalb bei allen Aktionen immer mit angesprochen. Dazu Marketingleiter Thomas Lodde: „Das schaffen wir nur, wenn alle

einen Beitrag leisten“. Erste Aktionen konzentrierten sich deshalb auf den richtigen Strom: Aus erneuerbaren Quellen sollte er sein und wer diesen noch nicht bezieht, möge doch bitte schleunigst umsteigen. „Tu's fürs Töwerland (friesischer Name für Juist)“, so der Name der Kampagne, war deshalb auch an die Gäste adressiert – dem Klima ist es schließlich egal, wo das CO₂ entsteht, so die ostfriesische Haltung dazu. Lodde: „Schließlich ist der Wechsel zu Ökostrom und Ökogas der einfachste und effektivste Weg, um persönlich etwas für den Klimaschutz zu tun“. Andere Bereiche sind deutlich schwieriger zu verändern, etwa die Fährverbindung nach Juist. Die energieintensiven Fähren sind die Klimakiller in der Rechnung und verhegeln die ansonsten schon ganz anschauliche Öko-Bilanz der Insel. Aber auch die Fahrt zu den Fährhäfen auf dem Festland wird in die Berechnungen einbezogen. Zusammen mit der Deutschen Bahn sollen die Besucher nun auf die Schiene gebracht werden und dabei auf das gemeinsam angebotene Umwelt-Plus-Angebot setzen, das Null-Emissions-Ticket. Das Nachhaltigkeitskonzept reicht allerdings noch wesentlich weiter und berücksichtigt auch soziale und ökonomische Aspekte. Beispielsweise regelt ein Leitfaden der Kurverwaltung die Interessen der Mitarbeiter, den Umgang mit Abfall und gibt Richtlinien für den Einkauf. Dabei denken die Juister schon an morgen, denn Gästebefragungen zeigen: Eine Vielzahl der immer wiederkehrenden Gäste besucht die Insel bereits seit Kindertagen. Also sollen schon die Kleinsten sensibilisiert werden, beispielsweise bei der Juister Kinder-Uni „Klimawandel 2012“. Sie sind die Gäste von morgen und machen vielleicht, wenn der Abrechnungszeitpunkt 2030 naht, den entscheidenden kleinen Unterschied aus. In der Gegenwart hat Juist noch viel zu tun, kann aber schon erste Erfolge verzeichnen: In diesem Jahr wurde die Insel als erste deutsche Destination mit dem CSR-Siegel von Green Globe ausgezeichnet. □



Natur wird unter Marketinggesichtspunkten als USP wahrgenommen.

Weitere Informationen zur CSR im Tourismus:
http://www.link.csr-news.net/7_Tourismus

Unternehmen und ihre Stiftungen brauchen Nähe und Distanz

Unternehmen haben in den letzten Jahren Millionen in Stiftungen investiert. Der Staat hat dafür Millionen an steuerlichen Vergünstigungen gewährt. Wer stiftet, will etwas damit erreichen – und gibt sein Kapital zugleich „auf Ewigkeit“ aus der Hand. Wie stehen Unternehmen, ihre Stiftungen und die Gesellschaft zueinander? VON ACHIM HALFMANN

Unternehmensstiftungen und die stiftenden Unternehmen brauchen Nähe und Distanz – und das im richtigen Verhältnis. „Kein Unternehmen sollte sich in seinem Engagement dem reinen Altruismus verpflichtet fühlen, auch nicht bei der Gründung einer Stiftung“, sagt der Leiter des Hauptstadtbüros des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln, Knut Bergmann. Wie jedes andere Firmenengagement brauche auch eine Stiftung einen strategischen Zusammenhang mit dem Unternehmen. Andererseits sei jeder Firma zu raten, ihrer Stiftung Distanz zu ermöglichen. Bergmann: „Was sichert diese Unabhängigkeit? Eine ausreichende Kapitalausstattung, die der Stiftung die Durchführung ihrer Programme aus den Kapitalerträgen ermöglicht, und Stiftungsgremien, die nicht von Un-

ternehmensvertretern dominiert werden, sagt Bergmann.

Unabhängige oder gemeinsame Themen?

Das praktiziert die Allianz Umweltstiftung: Sie finanziert ihre Programme aus dem Kapitalstock und ohne laufende Zuwendungen des Versicherungskonzerns, der dieses Kapital gestiftet hat. Einen weiteren Ausdruck finde die Unabhängigkeit im Stiftungskuratorium, dem mehr externe als mit der Allianz verbundene Mitglieder angehören, sagt Stiftungsvorstand Lutz Spandau. Und auch bei der Ausrichtung des gemeinnützigen Engagements soll der Unterschied zwischen der Stiftung und der Versicherung deut-



lich bleiben. So sei etwa Micro-Insurance ein kerngeschäftsnahes Thema und gehöre in die CSR-Konzeption des Konzerns, sagt Spandau.

Einige Ziele der Bayer-Stiftungsarbeit besitzen dagegen eine größere Nähe zur Tätigkeit der Stifterin: Im Mittelpunkt stehen die Nachwuchsförderung im Bereich Wissenschaft, Technik und Medizin, die Technikakzeptanz in der Bevölkerung sowie soziale Innovation, berichtet Stiftungsvorstand Thimo Valentin Schmitt-Lord. Wie von der Beziehung zwischen Unternehmen und Stiftung die Begünstigten der Stiftung profitieren, beschreibt die Geschäftsführerin der Evonik Stiftung, Erika Sticht. Deren Fokus liegt auf der Stipendienvergabe an junge Naturwissenschaftler, die darüber hinaus einen leitenden Mitarbeiter aus der Forschungsabteilung des Unternehmens als Paten an ihre Seite gestellt bekommen und zu den HR-Programmen des Unternehmens eingeladen werden.

Die Haniel Stiftung hat gemeinsam mit dem Unternehmen Haniel inhaltliche Abgrenzungskriterien entwickelt, so der Geschäftsführer der Haniel Stiftung, Rupert Antes. In der Firma geht es um die Frage, welche gemeinsamen Nachhaltigkeits-Standards für die Unternehmen gelten sollen, die sich im Eigentum Haniels befinden oder an denen die Holding Beteiligungen besitzt. Ebenso in das Unternehmen gehören die Nachbarschaftshilfe und das Mitarbeiterengagement. CSR-Projekte mit langfristig orientierten Programmen und Zielen im Bereich Bildung, die Probleme unterschiedlicher Zielgruppen lösen helfen sollen, gehören in die Stiftung.

Sichtbarkeit durch Bündelung

Kritiker halten Unternehmensstiftungen entgegen, dass sie gesellschaftliches Leben unter Ausschluss demokratischer Spielregeln nach den Vorgaben ihrer Stifter gestalten. Wie weit reicht ihre Macht tatsächlich? „Stiftungen haben materiell keine sonderlich große Lenkwirkung in Deutschland“, sagt Bergmann. Ihr Anteil an der Finanzierung des Dritten Sektors betrage nur etwa 0,3 Prozent. Was alle deutschen Stiftungen gemeinsam pro Jahr in die Finanzierung von Bildung und Erziehung investierten, zahlten die deutschen Kultusministerien an einem Tag für die gymnasiale Oberstufe, ist laut Bergmann eine weitverbreitete Schätzung.

Wenn sich Unternehmensstiftungen Gehör verschaffen wollen, müssen sie sich strategisch aufstellen – wie es der Chemiekonzern Bayer, seine Stiftungen und deren private Stifter 2007 taten. Dabei entstanden aus einem „bunten Blumenstrauß“ von zwölf kleinen Stiftungen zwei große: die Bayer Science & Education Foundation und die Bayer Cares

Foundation. Zuvor verfolgte jede Stiftung einen eigenen Zweck und zudem gab es ein zentrales Konzern-Spendenprogramm und ein weltweites Bayer-Engagement.

„Das alles haben wir unter einer Gesamtstrategie vereinigt, um mehr Sichtbarkeit für die Botschaft zu bekommen“, so Schmitt-Lord, der heute das Stiftungs- und Spendenwesen im Konzern leitet.

Gemeinnützigkeit verpflichtet

Dass gemeinnützige Unternehmensstiftungen und ihre Stifter von Steuervergünstigungen profitieren, verpflichtet sie zur Transparenz: gesetzlich gegenüber der Stiftungsaufsicht und den Finanzbehörden, moralisch – so die Mehrheitsmeinung – auch gegenüber der Öffentlichkeit. Der Generalsekretär des Bundesverbandes Deutscher Stiftungen, Prof. Hans Fleisch, weist dazu auf die „Grundsätze guter Stiftungspraxis“ seines Verbandes hin: „Stiftungen sollten der Öffentlichkeit die wesentlichen inhaltlichen und wirtschaftlichen Informationen über die Stiftung zur Verfügung stellen. Dazu zählen neben Daten zu Finanzfragen und der Organisation der Stiftung insbesondere auch Informationen darüber, warum, wie und mit welchen Ressourcen die Stiftung ihren Zweck im abgelaufenen Jahr verfolgt hat, nach welchen Kriterien gefördert wird und in welchem Verfahren von wem Entscheidungen getroffen werden.“

Stachel im Fleisch der Gesellschaft?

Transparenz bei den Finanzen und Zwecken sagt allerdings nichts über die Effektivität des Mitteleinsatzes aus. Darauf zielt eine weitere Kritik, die sich generell an Philanthropen richtet und den gesellschaftlichen Erfolg ihres Engagements in Frage stellt. Hans Fleisch verweist darauf, dass große Unternehmensstiftungen mit guten Gehältern starke Führungskräfte für die operative Stiftungsleitung anziehen konnten: „Und professionellere Geschäftsführer nutzen besonders häufig hebelwirksame innovative Vorgehensweisen bei der Zweckverfolgung der Stiftung.“ Für Bergmann widerspricht die reine Erfolgsorientierung, zumal an nur bedingt geeigneten Kennzahlen, dem Stiftungsgedanken: „Stiftungen können ein Stachel im Fleisch der Gesellschaft sein, wenn sie sich außergewöhnlichen Zwecken zuwenden.“ Die Orientierung der Stiftungen an der Erfolgsmessung habe jedoch zu einer Häufung von „garantiert erfolgreichen“ Projekten – beispielsweise im Bildungsbereich – geführt. □

„Unternehmensstiftungen können nur gut arbeiten, wenn sie die Unabhängigkeit in ihrer DNA haben.“



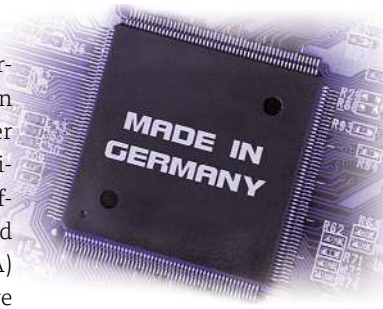
Hier finden Sie ausführliche Berichte zu diesen Stiftungen und Material zum Thema Unternehmensstiftung:

http://www.link.csr-news.net/7_stiftungen



CSR im Maschinenbau: Der Druck nimmt zu

Als größter industrieller Arbeitgeber in Deutschland reagiert der Maschinenbau zunehmend auf globale Herausforderungen und gestiegene Erwartungen an eine umwelt- und sozialverantwortliche Produktion. Brancheninitiativen unterstützen die Unternehmen dabei. VON ANKE BUTSCHER



Die umwelt- und sozialverträgliche Produktion rückt im Investitionsgüterbereich langsam in den Fokus der Betrachtung.

Nachhaltige Wertegemeinschaft

Im Gegensatz zu Unternehmen der Konsumgüterindustrie stellen die Maschinenbauunternehmen keine Endprodukte her. Trotzdem nehmen der Druck und die Erwartungshaltung an den Maschinenbau, ein verantwortungsbewusstes Wirtschaften umzusetzen, stetig zu. So hat sich der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) im Herbst 2011 mit der Blue Competence Initiative auf den Weg zu einer Wertegemeinschaft in Sachen Nachhaltigkeit gemacht. Naemi Denz, Leiterin der Abteilung Technik und Umwelt des VDMA, stellt fest: „Mehr als 50 Prozent der Maschinen- und Anlagenbauer beschäftigen sich intensiv mit dem Thema CSR und Nachhaltigkeit. Unser Beweggrund der Initiative war, dass wir die Kompetenzen der Branche rund um Nachhaltigkeit gegenüber Politik und Öffentlichkeit sichtbar machen wollen, aber wir wollen auch Ansporn zu weiteren Verbesserungen bieten.“ Während CSR seit Jahren im Konsumgütermarkt thematisiert wird, rückt die umwelt- und sozialverträgliche Produktion im Investitionsgüterbereich langsam in den Fokus der Betrachtung. „Aktuell tragen 250 Unternehmen als Partner und 37 Branchenverbände des Maschinen- und Anlagenbaus die Initiative. Das Blue Competence Logo als geschütztes Markenzeichen darf nur von Partnerunternehmen geführt werden, die bestimmte Standards und Kriterien der Nachhaltigkeit erfüllen, sowohl in der Produktion, bei den hergestellten Produkten als auch in der Kommunikation gegenüber Kunden“, so Naemi Denz. Dagegen betont Dirk Pieper, Moderator des CAE-Forums, einer Kommunikations- und Netzwerkplattform für Simulationsexperten: „CSR ist klar eine Modeerscheinung. Viele Firmen schreiben es sich auf die Fahnen, aber als wirkliches Thema durchdringt es noch lange nicht alle Branchen. Hier ist eine klare Prioritätenverschiebung notwendig.“

Zünglein an der Waage

Wolfgang Schmalz, geschäftsführender Gesellschafter der J. Schmalz GmbH, sieht es so: „Dass wirtschaftlicher Erfolg und ökologisches sowie soziales Engagement vereinbar sind – davon sind wir überzeugt. Mehr noch, wenn wir uns ökologisch und sozial verantwortungsvoll verhalten, bieten wir unseren Kunden einen Mehrwert. Schlussendlich kann nachhaltiges Handeln für die Kaufentscheidung eines Kunden das Zünglein an der Waage sein. Zudem gelten wir als attraktiver Arbeitgeber – in Zeiten fehlender Fachkräfte ein entscheidender Punkt.“ Bei dem weltweit führenden Anbieter für Vakuum-Technologie sind Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme seit Jahren eine Selbstverständlichkeit. Die Produkte werden unter größtmöglicher Ressourceneffizienz gefertigt. Zulieferer

Der deutsche Maschinenbau beschäftigt in 6.165 Betrieben rund 908.000 Mitarbeiter und ist nach der Automobilindustrie der umsatzstärkste Industriezweig. Die Branche ist stark mittelständisch geprägt, und in hohem Maße exportorientiert. „Die Kundenorientierung ist neben der innovativen Produktentwicklung Branchenparadigma“, erklärt Karl Korupp, Geschäftsführer von Selected Electronic Technologies. Die Branche gilt als hoch innovativ. Die jüngste Wirtschaftskrise hat den deutschen Maschinenbau stark getroffen. „Produktpiraterie und zunehmende Homogenisierung der Angebote verändern die Branche zunehmend“, so Karl Korupp.

Anforderungen an Qualität und Umwelt wachsen



müssen den Anforderungen an Qualität und Umwelt entsprechen. Ethische Verhaltensrichtlinien für das Management fördern faire Wirtschaftspraktiken. Den Mitarbeitern ermöglichen Zeitkonten ein hohes Maß an Flexibilität.

Aus den Ansprüchen eines nachhaltigen Wirtschaftens erwachsen somit Kunden-, Mitarbeiter- und Innovationsanreize und Produktideen. Dabei sind nachhaltige Strategien für Produktentwicklung, Produktionsprozesse und die Gestaltung von Fertigungsverfahren entscheidend. Die Entsorgungslogistik und das Produktrecycling müssen als immanente Prozesse mitgedacht werden. Dirk Pieper: „Branchenübergreifend gibt es bereits gute Werkzeuge, mit denen anhand von virtuellen Prototypen und Produktionsmaschinen umweltrelevante Aspekte von CSR abgebildet und beeinflusst werden können. Man muss die numerische Optimierung einfach nach vorne ziehen und mit einem funktionierenden Produkt-Lebenszyklusmanagement einen ganzheitlichen Ansatz verfolgen.“

Supply-Chain-Standards

Durch intelligenten Wärmeeinsatz, energieautarke Systeme, Optimierung des Materialeinsatzes und Energierückgewinnung in Produktionsprozessen können gerade Unternehmen der Fertigungs- und Verfahrenstechnik sowie deren Ausrüster ihre Ressourceneffizienz verbessern. Wolfgang Schmalz stellt fest: „Der steigende Bedarf an Ressourcen und Energie führt immer mehr zu Engpässen und steigenden Kosten in der Materialbeschaffung. Ein effizienter Umgang mit Materialien und Rohstoffen ist daher unverzichtbar – aus nachhaltigen und ökonomischen Gründen.“

Darüber hinaus sind soziale Gesichtspunkte und Menschenrechtswahrung im Herkunftsland der Produkte und Materialien ein gewichtiger Aspekt in CSR-Strategien von Unternehmen. In den Lieferketten der global vernetzten Weltwirtschaft müssen Lieferanten Anforderungen einhalten, wie sie in der internationalen Menschenrechtcharta und den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation festgeschrieben sind. Einen Referenzrahmen für Unternehmen schaffen die „Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (Protect, Respect and Remedy Framework) der Vereinten Nationen“. Bei der Rohstoffgewinnung, beim Transport, Veredelungsprozess, Vertrieb und Verkauf muss die Einhaltung von Menschen-, Kinder- und Arbeitsrechten erklärtes Ziel jedweder CSR-Ausrichtung sein. Hier sollten mit Zu- und Auslieferungsbetrieben internationale Standards eingehalten und festgeschrieben werden. So betont auch Wolfgang Schmalz: „Natürlich fordern wir von unseren Lieferanten die Einhaltung der ILO-Normen.“

Und wer als Ingenieur seine technische Kompetenz außerhalb des Unternehmens einbringen oder als Unternehmen zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beitragen möchte, dem sei der Verein Ingenieure ohne Grenzen empfohlen. Die gemeinnützige Nichtregierungsorganisation befasst sich mit ingenieurtechnischen Aufgaben in den Ländern des globalen Südens. Die Arbeit und der Wissenstransfer finden gemeinsam in den Projekten vor Ort statt. □



Dr. Anke Butscher

ist Governance Consultant zu Korruptionsprävention, CSR und Lateinamerika. Sie lebt in Hamburg.

anke.butscher@
csr-magazin.net



Weitere Informationen zum Protect, Respect and Remedy Framework der UN:

http://link.csr-news.net/7_ruggie

CSR MAGAZIN – das Dialog-Medium



Corporate Social Responsibility lebt wie kaum ein anderes Thema vom Dialog. Deshalb messen wir dem Gespräch mit unseren Magazinpartnern eine große Bedeutung bei und fördern den Austausch zwischen CSR-Experten aus Unternehmen, Verbänden und der Wissenschaft.

Kennen Sie die folgenden Möglichkeiten dazu?

Die XING-Gruppe „CSR Professional“ zählt bereits über 3.000 Mitglieder. Jede Woche erleben Sie hier fachliche Diskussionen, finden Hinweise auf interessante Themen oder Aktionen oder lernen neue CSR-Akteure kennen. Und Sie können sich jederzeit selbst einbringen. Über diese XING-Gruppe laden wir zur *monatlichen Video-Konferenz der CSR NEWS-Redaktion* ein. Beteiligen Sie sich via Skype an der Themenwahl für die kommende Magazinausgabe oder geben Sie ihr Feedback zur aktuellen Berichterstattung weiter. Die Teilnahme setzt einen Skype-Account voraus.

Einen Austausch praxisnaher CSR-Themen bietet das

CSR NEWS-Networking am 24. Oktober 2012 in Bocholt

Diesmal lädt mit der Dibella GmbH ein Nachhaltigkeits-Vorreiter in seiner Branche ein: Der Anbieter von Hotelbettwäsche hat seine Geschäftsprozesse konsequent nachhaltig organisiert und legt zudem eine GOTS- und Fairtrade-zertifizierte Produktlinie auf. Geschäftsführer Ralf Hellmann wird von seinen Erfahrungen mit der nachhaltigen Gestaltung seines mittelständischen Unternehmens berichten. Das CSR NEWS-Networking bietet Einblicke in die Praxis und Impulse aus dem gastgebenden, CSR-aktiven Unternehmen sowie einen darüber hinausgehenden Austausch zu aktuellen Themen.

Die Veranstaltung findet von 11.00 Uhr bis 15.00 Uhr im Stadthotel Kolping, Kolpingstraße 3-5, 46399 Bocholt, statt.

Anmeldung über die XING-Gruppe CSR Professional oder per E-Mail an redaktion@csr-news.net.

Zudem nehmen CSR MAGAZIN-Partner zu besonders günstigen Konditionen am Vogel Business Media-Seminar „**Nachhaltigkeitsmanagement für Praktiker im Mittelstand**“ am 28. und 29. November 2012 oder am 26. und 27. Februar 2013 in Würzburg teil.

Nachhaltigkeitsmanagement für Praktiker im Mittelstand

Intensivseminar für Geschäftsführer/Inhaber, Führungskräfte aus Marketing, Unternehmensentwicklung und -kommunikation, und andere mit Nachhaltigkeit betraute Positionen

Erfahren Sie, wie Sie Nachhaltigkeit professionell umsetzen und steuern.

Inkl. Praxisbeispiel: So profitiert die memo AG von ihrer Nachhaltigkeitsstrategie!

Referenten:

Dr. Dennis Lotter, Managing Partner von BENEFIT IDENTITY
Jürgen Schmidt, Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender von memo AG
Achim Halfmann, Geschäftsführender Redakteur von CSR NEWS

Termine:

28. – 29. November 2012 in Würzburg
26. – 27. Februar 2013 in Stuttgart

Weitere Informationen und Anmeldung:

www.vbm-seminare.de/nachhaltigkeit



Kontakt

Leonie Roelle
Vogel Business Media GmbH & Co. KG
Tel. +49 931 418-2269, leonie.roelle@vogel.de

Seminarpreis: 1.290 € zzgl. MwSt.
Mitglieder der CSR-Community zahlen nur 990 € zzgl. MwSt.

Unterstützt von:



Olympische Nachhaltigkeit: kompromisslos & professionell & unvollkommen

London 2012 gilt zu Recht als die nachhaltigste Olympiade aller Zeiten. Eine klare Zielsetzung, ein gut strukturiertes Management und die Einbeziehung externer Organisationen gehören zu ihren Erfolgsrezepten. Perfekt nachhaltig waren die Olympischen Spiele in diesem Jahr allerdings nicht. VON ACHIM HALFMANN

Die wichtigste Entscheidung für ihre „nachhaltigste Olympiade aller Zeiten“ trafen die politischen Entscheidungsträger ganz am Anfang der Planungen: Sie legten das sportliche Megaevent nicht in den wohlhabenden Westen der Stadt, sondern erkoren den als East End bekannten Osten zum Verantwortungsort. Das erzählt

Shaun McCarthy, CSR-Berater mit langjähriger Erfahrung, der 2006 zum Vorsitzenden der Commission for a Sustainable London 2012 berufen wurde. Wir sitzen vor einem italienischen Café unmittelbar neben dem Londoner Rathaus, blicken auf die Tower Bridge und in einen sonnigen Himmel. Uns gegenüber liegt einer der vielen

Das Olympia-Stadion –
Zentrum des Olympia-
Parks im Osten Londons



Public Viewing Points der Paralympischen Spiele, der ein Rennrollstuhlfahren überträgt und dessen Kommentator unser Gespräch zweitweise mit seiner Begeisterung übertönt.

„Wer wäre früher schon nach Stratford zum Einkaufen gefahren?“, fragt McCarthy. Der Bezirk stand wie das gesamte East End lange für Industriebrachen, eine bedrohliche Kriminalitätsrate, Arbeitslosigkeit und einen hohen Migrantenanteil. Die Menschen dort sind jung – die Hälfte von ihnen ist nicht älter als 16 Jahre – und arm. Heute ist Stratford das wichtigste Eintrittstor zum Olympiagelände und beherbergt eines der größten Einkaufszentren Englands, die Westfield Stratford City. Etwa 10.000 Menschen finden in den 300 Läden und 70 Cafés einen Arbeitsplatz. McCarthy ist überzeugt: Das Olympiagelände mit seinen Sportanlagen und dem großzügigen Park wird langfristig Besucher anziehen und weitere Unternehmen ins East End locken.

Der nachhaltigen Entwicklung dieser Region und der ganzen Metropole würde dabei eine Institution wie die Commission for a Sustainable London 2012 guttun, glaubt McCarthy und fügt hinzu: „Eine einzige Olympiade schafft keine völlig erneuerte Stadt.“ Durchsetzungskraft zog seine unabhängige Kommission aus dem Interesse der Öffentlichkeit an ihrer Arbeit und aus ihrer Beraterfunktion für die Londoner Bürgermeister und den Sport- und Olympiaminister der Regierung. Mit drei hauptamtlichen Mitarbeitern begleiteten McCarthy und seine Kollegen die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie, drängten auf eine zeitplangemäße Umsetzung der vereinbarten Ziele und stellten ihre Beobachtungen und Vorschläge auf einer eigenen Website und in einer LinkedIn-Gruppe zur Diskussion.

Klar und kompromisslos

Nachhaltigkeit braucht eine klare Zielsetzung und deren kompromisslose Umsetzung durch ein kompetentes Management, sagt McCarthy. Dabei sahen sich die Verantwortlichen der Olympiade im Bausektor großen Herausforderungen gegenüber. Lächelnd berichtet McCarthy über den ersten Entwurf für den Velodrom: Die Planer legten einen gegenüber dem Haushaltsansatz völlig überbewerteten Entwurf vor und beharrten darauf, dass eine preiswertere Version der Radrennbahn Kompromisse bei der Nachhaltigkeit voraussetze. Beides – höhere Kosten und weniger Nachhaltigkeit – lehnten die Entscheider ab. Schließlich vereinten neue und kreative Ideen beides: Eine Netzkonstruktion – ähnlich einem Tennisschläger – als Dach führte zu einer 20-prozentigen Materialeinsparung, einer deutlichen Verkürzung der Bauzeit und ist heute



Der Velodrom – das innovativste und nachhaltigste Gebäude im Olympia-Park.

Bestandteil eines vollständig natürlichen Belüftungssystems, das eine Klimaanlage überflüssig macht.

Nachhaltig hinzulernen konnten beim Bau des Olympiaparks aber nicht nur die Planer, sondern auch die Ausführenden. Die großen Bauunternehmen vergaben – was branchenüblich ist – den größeren Teil der Arbeiten an Unterauftragnehmer, berichtet McCarthy. Das sind oft kleine Firmen mit 20 oder 30 Mitarbeitern. Je tiefer es in der Zulieferkette geht, umso mehr fehlt Nachhaltigkeitswissen. Eine Herausforderung, der es mit einer Vier-Augen-Beratung, E-Learning oder Selbsttests für diese Firmen zu begegnen gilt.

Sport braucht Sponsoring

In der öffentlichen Diskussion des olympischen Nachhaltigkeitsanspruchs machte sich manche Kritik an deren Sponsoren fest. Ohne sie würde es keine sportlichen Großereignisse geben, so McCarthy: „Der Sport braucht seine Sponsoren und wir können die Uhr nicht zurückdrehen.“ Was aber geht, das ist die aktive Einbindung dieser Sponsoren in die Nachhaltigkeitsstrategie. Ein Fehler sei es gewesen, auch Partner zuzulassen, die lediglich einen ausreichend schweren Scheck beisteuerten. Andererseits habe der Nachhaltigkeitsanspruch der Olympischen Spiele gerade solche Unternehmen angezogen, die ihre Marke mit einem nachhaltigen Geschäftsmodell in Verbindung bringen wollen. So habe BMW mit einer verbrauchsoptimierten Fahrzeugflotte einen wichtigen Beitrag zur Logistik der Spiele geleistet, Coca Cola beispielsweise das nachhaltige Abfallvermeidungskonzept unterstützt und McDonalds ein vielseitiges Angebot mit Salaten, Fisch und Fruchtsäften vorgehalten.



Achim Halfmann
› ist geschäftsführender Redakteur von CSR NEWS und lebt im Bergischen Land
achim.halfmann@csr-news.net



Für den Bau der Olympiastätten wurde Material der abgerissenen Industriebauten wiederverwertet.

Das Merchandising-Dilemma

Die Nachhaltigkeitsbemühungen der Olympia-Verantwortlichen scheiterten allerdings an der Wahl der Zulieferer für die Maskottchen der Spiele. Es gab Ethik-Kodizes, es gab Standards und Audits und die Akteure in London bemühten sich redlich, so McCarthy. Dennoch: Die in Hongkong ansässige Arbeitsschutzorganisation Sacom entsandte Under-Cover-Arbeiter in zwei chinesische Fertigungsstätten und fand dort massive Rechtsstöße vor: Die Arbeiter leisteten bis zu 120 Überstunden im Monat und damit dreimal mehr als offiziell erlaubt. „Die NGO sandte ihre Mitarbeiter in nur zwei der vielen Fabriken und hatte eine Trefferquote von 100 Prozent“, sagt McCarthy und folgert daraus: Für dieses Thema muss das internationale Olympische Komitee Verantwortung übernehmen, denn dem Problem der Arbeitsrechtsverletzungen in asiatischen Zulieferunternehmen kann nur eine langfristige Strategie wirkungsvoll begegnen.

Was sind die „Lessons Learned“ von London 2012? „Eine nachhaltige Olympiade ist sowohl für die Wirtschaft als auch für Umwelt und Gesellschaft ein gutes Geschäft“, so McCarthy – wenn sie Unterstützung von oberster politischer Ebene erfährt, professionell gemanagt wird und die Verantwortlichen keine Kompromisse eingehen.

Die One-Planet-Olympiade

Von Anfang an waren die Planungen der Spiele an klar definierten Nachhaltigkeitszielen ausgerichtet. Einen wichtigen Beitrag dazu leisteten die gemeinnützige Beratungsorganisation BioRegional und der WWF: Sie entwickelten für die Londoner Olympiabewerbung das Konzept „Towards a One Planet Olympics“. Wer die BioRegional-Geschäftsführerin Sue Riddlestone treffen will, muss ganz in den Süden der Metropole reisen. Dort fällt, fast schon in ländlicher Lage, ein Gebäudearrangement durch

seine bunten Farben, seine ungewöhnliche Bauweise und die reichliche Verwendung von Holz auf: das BedZED, ein besonders umweltfreundliches Arrangement mit Wohnungen und Büroräumen. Den Komplex hat BioRegional mitgeplant, hier finden sich die BioRegional-Büros und eine Ausstellung, die dem Besucher die Kernbotschaft der gemeinnützigen Beratungsagentur vor Augen führt: Wenn wir so weiterkonsumieren, (ver-)brauchen wir drei Erden. Wir haben aber nur eine und deshalb müssen wir unseren Lebensstil ändern. Mit Projekten unter dem Motto „One Planet Living“ will BioRegional diese Botschaft gemeinsam mit dem WWF vorantreiben.

Seit 2003 beschäftigt sich Sue Riddlestone mit der nachhaltigen Gestaltung der olympischen Spiele in London – und gibt damit ein Beispiel für eine ihrer Kernbotschaften: Wer ein Großprojekt nachhaltig gestalten will, muss in einem frühen Planungsstadium damit beginnen.

Olympia-Stadion aus Abfallrohren

Die Olympiade bietet aus ihrer Perspektive die Chance, einem Millionen-Publikum den Gedanken des „One-Planet-Living“ zu vermitteln. „Die Besucher sollen erfahren: Es ist einfach, das Richtige zu tun“, sagt Sue Riddlestone. Aber nur eine wirklich nachhaltige Olympiade kann überzeugend für einen nachhaltigen Lebensstil werben. Das gemeinsam mit dem WWF erstellte Konzept „Towards a One Planet Olympics“ mit seinen detaillierten Nachhaltigkeitszielen floss in die Planungen der Spiele ein. Sozial und ökologisch verantwortungsvoll wollen die Olympischen Spiele nicht nur während der Wettkämpfe selbst sein, sondern auch in ihren langfristigen Auswirkungen.

So wurden für den Olympia-Park zwei Millionen Tonnen vergifteter Boden gereinigt und wiederverwertet sowie 3.000 Bäume und 300.000 sonstige Pflanzen gesetzt. Der Bauschutt früherer Gebäude wurde wiederverwertet: Die Stahlträger des Olympia-Stadions entstanden aus alten Gas- und Wasserleitungsrohren. Die neuen Bauten sind energieeffizient, Abwässer werden – etwa für die Toilettenspülungen – wiederverwendet. Nach den Spielen sollen Menschen aus sozial schwächeren Gruppen die Hälfte der neuen Bewohner des Olympiadorfes ausmachen. Auch die Logistik der Spiele berücksichtigte zahlreiche Nachhaltigkeitsaspekte: Besucher reisten mit öffentlichen Verkehrsmitteln an, Sportler und Funktionäre nutzten klimafreundliche Fahrzeuge. Bei der Ernährung wurde auf fair gehandelte und regionale Lebensmittel geachtet, übriggebliebene Speisen wurden verwertet, kein Müll landete auf der Müllhalde. Die Berücksichtigung

des Caterings im Nachhaltigkeitskonzept freut Sue Riddlestone besonders, auch wenn die Verwendung von ausschließlich MSC-zertifiziertem Fisch noch nicht vollständig dem entsprach, was BioRegional für möglich hielt.

Bei CO₂ „getrickst“

In diesem Sommer legten BioRegional und der WWF eine Auswertung zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele vor. Dort finden sich viele Erfolge, aber auch Schwachstellen. Die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes am Veranstaltungsort und während der Spiele darf damit als ein wichtiger Erfolg gelten. Dagegen scheiterte die vorgesehene Nutzung erneuerbarer Energien: Ein ursprünglich geplantes Windkraftwerk wurde nicht gebaut und statt Biogas wird herkömmliches Gas für die Wärme- und Energieerzeugung eingesetzt. Die CO₂-Einsparziele erreichten die Organisatoren schließlich doch – durch Investitionen in Energiesparmaßnahmen für die Häuser der Nachbarschaft. Mancher Entscheidungsträger nahm hier seine Verantwortung für die Zielerreichung nicht ernst genug, glaubt Sue Riddlestone. An dieser Stelle hätte sie eindringlicher intervenieren sollen, sagt die Beraterin rückblickend.

Athleten als Rollenmodelle

Für einen One-Planet-Lebensstil will BioRegional auch die Athleten gewinnen. Im olympischen Dorf bringt das One-Planet-Zentrum Nachhaltigkeitsthemen den Sportlern auf eine unterhaltsame Weise näher. Die Athleten können Botschafter und Rollenmodelle für einen nachhaltigen Lebensstil sein, sagt Sue Riddlestone. Den Aufbau des One-Planet-Zentrums hat Coca Cola finanziell unterstützt, die British Association for Sustainable Sport (kurz BASIS) wird das Thema über die Olympiade hinaus im Land selbst weitertragen.

International bleibt BioRegional selbst am Ball – beispielsweise mit einem Mitarbeiter in Brasilien. Zum Vorbereitungskomitee der nächsten Olympiade bestehen Kontakte. Die Planer des olympischen Dorfes haben sich vom Regenwald inspirieren lassen und wollen ebenfalls ein langfristig nachhaltiges Projekt verwirklichen. Auch für den Austragungsort Rio de Janeiro gilt: Wer ein Großprojekt nachhaltig gestalten will, muss in einem frühen Planungsstadium damit beginnen, klare Ziele setzen und deren Verwirklichung regelmäßig kontrollieren und kompromisslos verfolgen. □



Weitere Berichte, Videos und Links finden Sie hier:

http://www.linl.csr-news.net/7_olympia

Di Ba Du und Dein Verein 2012



1.000 €
für Ihren Verein!

Anmelden und abstimmen
bis zum 06.11.2012

**1.000 Euro für
1.000 Vereine!**

Gutes Geld für eine gute Sache:

Deutschlands größte Vereinsaktion geht in die nächste Runde. Auch dieses Jahr belohnen wir das Ehrenamt mit **1.000 €** für **1.000** Vereins-Projekte.

Jetzt auf www.ing-diba.de/verein anmelden und mit Freunden und Fans für Ihren Verein abstimmen.

www.ing-diba.de/verein

ING DiBa
Die Bank und Du



Paralympisches Sponsoring – ein CSR-Engagement?

Vom Start an erlebten diese Paralympischen Spiele mehr Aufmerksamkeit als jemals zuvor.

Nie zuvor erreichten die Paralympischen Spiele eine solche öffentliche Aufmerksamkeit wie in diesem Jahr in London. Unternehmen haben zu der hohen Reichweite dieses zweitgrößten Sportereignisses der Welt beigetragen – und zugleich davon profitiert. Ist der Einsatz für die Paralympics über das Marketing hinaus ein Ausdruck der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung? VON ACHIM HALFMANN

Der Geist der Paralympics ist stärker als jemals zuvor“, bilanzierte der Vorsitzende des Internationalen Paralympischen Komitees, Sir Philip Craven, auf einer Konferenz während der Spiele in London. Für ihn ist es die Ausstrahlung der behinderten Sportler, die entscheidend zu deren Attraktivität beiträgt: „Die wirkliche Stärke liegt in ihrer positiven Haltung und die Menschen in der Welt brauchen mehr davon.“ Alle Tickets waren ausverkauft, schätzungsweise eine Milliarde Menschen erlebte die Eröffnungsfeier vor dem Fernseher. „Wir haben eine großartige Marke geschaffen“, freute sich Chris Townsend, der Commercial Director des Londoner Organisationskomitees der Olympischen und Paralympischen Spiele (LOCOG). Und er weiß, was die Verbindung mit einer solchen Marke für Unter-

nehmen bedeutet. „Diversität und Inklusion sind Schlüsselthemen für Firmen“, so Townsend.

Angesiedelt ist das paralympische Sponsoring derzeit in den Marketing- und Kommunikationsabteilungen, in den seltensten Fällen bei der CSR. Das berichtete Simon Drühlmel, verantwortlich für den Behindertensport bei der Deutschen Sport-Marketing, der Vermarktungsagentur des Deutschen Behindertensportverbandes (DBS). Die Beiträge der Unternehmen sind vielseitig und umfassen auch die Jahre zwischen den Spielen. Während der Spiele bringen Unternehmen, deren Produkte behinderten Menschen zugutekommen, ihr Know-how ein: Der deutsche Prothesenhersteller Ottobock bietet eine kostenfreie Reparatur von Prothesen und

Fotos: gettyimages, Ralf Kuchuck, DBS-Akademie

Sportgeräte an, die ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände unterstützt das deutsche Team bei ihrem Medikamentenmanagement. Andere stellen den Aktiven und ihren Verbänden Ressourcen zur Verfügung, wie z. B. die Deutsche Bahn und Audi. Nicht nur die Global Player machen sich um die Förderung der Paralympics verdient. Der Chef de Mission der deutschen Mannschaft, Karl Quade, sagte: „Es sind auch viele mittlere und kleine Unternehmen, die unsere Athleten lokal ganz toll unterstützen.“

Professionalität gestärkt

Einige Firmen stärkten den professionellen Auftritt und die Kommunikation der Paralympics und tragen damit zu der gesteigerten öffentlichen Aufmerksamkeit bei: Die Life-Berichterstattung hat sich im Vergleich zu den letzten Spielen in Peking etwa verdoppelt, schätzte Drühmel. Zur Qualität und Verbreitung der Informationen innerhalb des Deutschen Haus Paralympics trug die Medienfabrik Gütersloh mit ihrem täglichen Newsletter „Paralympische Momente“ bei; für die Ausdruckstärke der Bilder sorgte die dpa-Bildagentur Picture-Alliance. Die Organisation der deutschen Schaltzentrale während der Spiele, dem Deutschen Haus Paralympics, wurde von der Messe Düsseldorf unterstützt. Und die Allianz stellte Journalisten umfassende Informationen zur Verfügung, welche die paralympischen Sportarten erläuterten.

Das unternehmerische Engagement für die Öffentlichkeitswirksamkeit des Behindertensports reicht bis hinunter auf die Ebene der einzelnen Sportler. Thomas Schmidberger aus Viechtach (Bayern) errang im Tischtennis die Bronzemedaille. Auf die Wettkämpfe konnte sich der 20-Jährige nach dem Abitur 18 Monate in Vollzeit vorbereiten und zwölfmal pro Woche trainieren. „Es ist sehr wichtig für mich, dass mich ein großes, internationales Wirtschaftsunternehmen finanziell und im Marketing unterstützt“, sagte Schmidberger. Für seine Außendarstellung stellte ihm der Konzern eine Agentur an die Seite.

Fantastische Inhalte

Unternehmen haben die paralympische Botschaft auch selbst transportiert. „Der Wirtschaftssektor hat die Spiele einem großen Publikum bekannt gemacht“, sagte der stellvertretende LOGOC-Vorsitzende Sir Keith Mills. Als weltweiter Partner war etwa Procter & Gamble bei den Olympischen und Paralympischen Spielen vertreten. P&G unterstützte insbesondere die Familien der Athleten bei der Anreise, der Unterkunft, stellte Tickets zur Verfügung und begleitete sie während der Spiele. „Dieses Engagement lieferte uns fantastische Themen“, sag-



Die deutsche Sitzvolleyballmannschaft im Spiel gegen Russland.

te der Olympiadirektor von P&G, Nathan Homer. Zu den Familiengeschichten der Athleten habe sein Unternehmen einige fantastische Videos gedreht und mit diesem Engagement eine hohe Medienaufmerksamkeit erzielt. Zugleich nutzte P&G die Paralympics für die interne Kommunikation. Homer: „Wir wollen die Themen Inklusion und Diversität unternehmensintern voranbringen und nutzen die Paralympics dazu.“

Ein Engagement mit Konsequenzen

Ein weiteres Unternehmen, das für die Paralympics warb, ist die britische Supermarktkette Sainsbury's mit ihren über 1.000 Geschäften und etwa 150.000 Mitarbeitern. „Unsere Möglichkeit, Menschen aus unterschiedlichen Bereichen der Gesellschaft miteinander zu verbinden, ist einzigartig“, sagte der Leiter von Sainsbury's Sponsoring-Abteilung, Jat Sahota. So initiierte der Konzern eine Kampagne mit Fußballidol David Beckham und motivierte dadurch 2,4 Millionen behinderte und nicht behinderte Kinder zum Ausprobieren einer paralympischen Sportart.

Das Engagement für die Paralympics kann nicht folgenlos bleiben, weiß Sahota: „Ein Unternehmen muss sich darauf einstellen, dass es dann von seinen Kunden nach der eigenen Verantwortung gefragt wird.“ Wer sich für den paralympischen Sport engagiere, müsse seinen behinderten Mitarbeitern bessere Arbeitsbedingungen bieten und behinderten Kunden bessere Einkaufsbedingungen – etwa behindertengerechte Toiletten in den Läden. „Sie müssen darauf vorbereitet sein, selbst zu leben, wofür sie eintreten“, riet Sahota möglichen zukünftigen Sponsoren. □



Diskutieren Sie das Thema mit uns in der XING-Gruppe CSR Professional:
http://www.link.csr-news.net/7_paralympics



Thomas Schmidberger war mit Silber und Bronze erfolgreich.

Megacitys: Probleme nur gemeinsam lösbar

Seit 2008 lebt mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten. Durch den ständigen Zuwachs werden aus Großstädten Megacitys – riesige Stadtgebiete mit zehn Millionen und mehr Einwohnern. Je rascher die Städte wachsen, desto schwerer sind sie zu organisieren. Sicher ist: Die vielseitigen Probleme lassen sich nur gemeinsam lösen. VON JÜRGEN BUSCHER

War New York noch 1950 die einzige Stadt mit mehr als zehn Millionen Einwohnern, so gibt es heute über 20 solcher Megacitys. Die meisten von ihnen liegen in Asien, häufig in Schwellenländern wie China und Indien. In westlichen Staaten wachsen Megacitys weit weniger rapide. Spätestens bis 2070 werden 70 Pro-

zent der Weltbevölkerung in Städten leben und dort den Großteil des weltweiten Bruttosozialprodukts erwirtschaften.

Welches die größten Städte der Welt sind, ist wegen unterschiedlicher Zählweisen und ungenauer Zahlen schwer zu sagen. Als größte Stadt gilt



Tokio, obwohl es eine „Stadt Tokio“ als Verwaltungseinheit schon seit 1943 nicht mehr gibt. Der Ballungsraum besteht vielmehr aus 23 Regierungsbezirken. Tokio ist damit ein Beispiel für den Trend zur Agglomeration, zum Zusammenwachsen großer Stadtgebiete. Außerdem gehören Mumbai (früher Bombay), Mexiko-Stadt, Seoul, New York, Jakarta, Sao Paulo und Shanghai zu den größten Städten der Welt.

Zwischen Slums und „gated communities“

Die Gründe für dieses Wachstum sind vielfältig. Oft verlassen Menschen ihre Heimat auf dem Land, um in der Stadt eine bessere Arbeit und Unterkunft zu finden. Je größer der Einkommensunterschied zwischen der Stadt und dem Umland ist, desto mehr Menschen zieht es in die Stadt. Wer keine bezahlbare Wohnung finden kann, richtet sich in ungenutzten Flächen und Gebäuden ein. Andere kommen dazu und schnell entsteht so eine neue Siedlung. Oft wachsen diese Siedlungen ohne jede städtische Planung. In Perus Hauptstadt Lima z. B. wohnen zwei Drittel der Bevölkerung in solchen informellen Siedlungen. Daraus ergibt sich eine Reihe von Problemen.

Eines der größten Probleme ist die Entstehung von Slums. Nach UN-Definition sind Slums ärmliche, oft informelle Siedlungen, in denen keine Grundversorgung mit Trinkwasser und sanitären Einrichtungen vorhanden ist und die Rechte der Einwohner am Besitz ihrer Unterkunft nicht gesichert sind. Sie entstehen vor allem da, wo Großstädte schnell und unkontrolliert wachsen. Weltweit lebt mehr als eine Milliarde Menschen, ein Drittel der Stadtbevölkerung, in Slums. In vielen Megacities ist es mehr als die Hälfte der Einwohner. Viele von ihnen arbeiten im informellen Sektor: Ohne Absicherung und für wenig Geld bieten sie ihre Arbeitskraft an oder verkaufen verschiedenste Produkte. Einige ziehen in die Innenstädte, wo sie oft auf der Straße leben, betteln und nach Arbeit suchen. Nicht wenige werden zu Kleinkriminellen. Ohne sauberes Wasser verbreiten sich Krankheiten, Ärzte sind meist schwer erreichbar. Nicht zuletzt sind Slums wegen ihrer Lage und ihrer Bauweise bei Naturkatastrophen und Industrieunfällen besonders gefährdet.

Informelle Siedlungen sind für Sicherheitsorgane schwer zu kontrollieren. Besonders in Slums ist die Polizei kaum präsent. An ihrer Stelle bilden sich lokale Gruppen, die ihre eigenen „Gesetze“ festlegen und mit Gewalt durchsetzen. Solange sie eine gewisse Sicherheit bieten und die Chance, Geld zu verdienen, können kriminelle Banden in ihrem Viertel meist ungestört agieren. Zum Schutz vor ihnen organisieren Bürger und Unternehmen oft lokale Sicherheitsdienste. Diese bewaffneten Gruppen konkurrieren miteinander und mit den staatlichen Sicherheitskräften. Zugleich ziehen wohlhabende Bürger sich in „gated communities“, abgeriegelte Wohngebiete mit Zäunen und Stacheldraht, zurück. So stehen in Megacities Reichtum und Armut nah, aber scharf getrennt nebeneinander – eine ständige Quelle für Konflikte.

Überforderte Verwaltungen

Wachsende Städte belasten die Umwelt und beschleunigen den Klimawandel. Städte nehmen zwar nur zwei Prozent der Erdoberfläche ein, verbrauchen aber 75 Prozent der weltweit produzierten Energie und stoßen über 70 Prozent der Treibhausgase aus. Wo viele Menschen eng beieinander leben, entsteht auch viel Müll, der oft nicht regelmäßig entsorgt wird. Viele verbrennen Abfälle, um Wärme und Licht zu erhalten. Abwasser fließt ungeklärt in Flüsse oder versickert im Boden. Grundwasser, Boden und Luft werden so von giftigen Stoffen verseucht. Industriebetriebe belasten die Umwelt zusätzlich mit Abgasen und Abwasser.

Nicht zuletzt haben Großstädte mit wachsendem Verkehr zu kämpfen, zu Stoßzeiten entstehen regel-

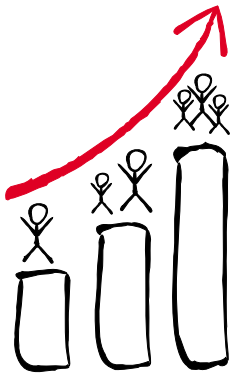


Jürgen Buscher

ist Volkswirt und freier Journalist. Er lebt zurzeit in Osnabrück.

juergen.buscher@csr-magazin.net





Die Folgen von Überbevölkerung und Urbanisierung lassen sich in Megacities wie im Brennglas beobachten.

mäßig Verkehrsstaus. Pendler aus den Außenbezirken, die in der Stadt arbeiten, verschärfen die Verkehrsprobleme. Lärm und Abgase belasten die Umwelt und die Gesundheit der Menschen. Zehn Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen entstehen im Straßenverkehr. Besonders in Entwicklungsländern führt der dichte, kaum geregelte Verkehr zu erhöhter Gefahr für Fußgänger und Radfahrer. Stadtplaner investieren deshalb vor allem in Verkehrsinfrastruktur. Die mit den Städten wachsenden Probleme überfordern viele Verwaltungen. „Da fehlt oft eine fachliche Ausbildung, die Mitarbeiter sind schlecht bezahlt und wechseln häufig die Position“, so Dieter Steinbach vom AT-Verband für angewandte Technologie, der ein Forschungsprojekt in Addis Abeba leitet.

Neue Wege gehen

Die Folgen von Überbevölkerung und Urbanisierung lassen sich in Megacities wie in einem Brennglas beobachten. Gerade wegen ihrer Größe erfüllen sie aber auch viele sinnvolle Funktionen. So finden Menschen in den Städten Arbeit und Wohnraum für sich und ihre Familien. Der dort erwirtschaftete Wohlstand kommt dem ganzen Land zugute. Einwohner von Städten können grundsätzlich leichter und effizienter mit dem Nötigsten (Bildung, Gesundheit, Energie, Wasser) versorgt werden, da die Transportwege kürzer sind und zu gleichen Kosten mehr Nutzer erreicht werden.

Viele Megacities sind politische und wirtschaftliche Zentren ihres Landes. Manche, wie New York, London und Tokio, haben als Sitz internationaler Organisationen auch globale Bedeutung. In Schwellenländern spielen Megacities wie Shanghai, Hongkong und Mexiko-Stadt eine wichtige Rolle als Dienstleistungszentren, die globale Konzerne mit lokalen Märkten und lokale Unternehmen mit dem Weltmarkt verbinden. Studien zeigen, dass mit der Größe einer Stadt ihre Produktivität zunimmt. Gerade ärmere Länder profitieren davon: Obwohl in Sao Paulo und Bangkok nur zehn bzw. 15 Prozent der Bevölkerung ihres Landes leben, tragen beide Städte jeweils 40 Prozent zur Wirtschaftsleistung des Landes bei.

„Städte sind für Unternehmen weltweit ein wichtiger Wachstumsmarkt der Zukunft“, so Yashar Nasrollahi-Azad, der bei Siemens im Bereich Infrastruktur und Städte arbeitet. Deshalb bietet Siemens Städten ein „Energiespar-Contracting“ an, wobei die Kosten energiesparender Investitionen aus den er-

reichten Ersparnissen beglichen werden. „Wenn sich die Einwohnerzahl einer Stadt in kurzer Zeit verdoppelt, dann muss man neue Wege gehen, neue Technologien entwickeln“, fordert Nasrollahi-Azad.

Dementsprechend beschäftigen sich immer mehr Forscher mit der nachhaltigen Gestaltung von Megacities. Der Förderschwerpunkt „Zukünftige Megastädte“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung umfasst zehn solche internationalen Forschungsprojekte. Die Themenfelder reichen von der Stadt- und Verkehrsplanung über Wasser- und Energieversorgung bis zur Förderung von kleinen Unternehmen und Existenzgründern in armen Stadtteilen.

Megacities tragen nicht nur stark zu globalen Klimaveränderungen bei, sie sind auch besonders schwer von ihnen betroffen. Deshalb analysieren Forscher im indischen Hyderabad und in Ho-Chi-Minh-Stadt (früher Saigon) mögliche negative Kli-

maeffekte wie Überschwemmungen oder Hitzeschäden, um rechtzeitig Gegenmaßnahmen zu ergreifen.

Eines wurde den beteiligten Wissenschaftlern dabei klar: Die Probleme der Megacities sind eng miteinander

verbunden. Stadt- und Verkehrsplanung, Wasserversorgung und Gesundheit, Armutsbekämpfung und Umweltschutz hängen zusammen und sollten gemeinsam angegangen werden. Solche ganzheitlichen Konzepte sind aber nur schwer zu verwirklichen.

Noch etwas hat sich bei vielen Forschungsprojekten gezeigt: Damit solche Projekte erfolgreich sein können, brauchen sie die Mitarbeit der betroffenen Bürger ebenso wie die der örtlichen Entscheider. „Die Stadt muss einen Handlungsrahmen vorgeben“, fordert Steinbach, die Durchführung und Überwachung könne nur durch örtliche Stellen und Anwohner gemeinsam erfolgen. Indem die Bürger sich in die Planung einbringen, machen sie nachhaltige Fortschritte auch in „planlos“ wachsenden Stadtteilen möglich. So zwingt das Wachstum der Städte die Stadtplaner dazu, ihren Bürgern besser zuzuhören. Sie wissen am besten, was es heißt, in Megacities zu leben. □

„Wenn sich die Einwohnerzahl einer Stadt in kurzer Zeit verdoppelt, dann muss man neue Wege gehen, neue Technologien entwickeln.“



Hier lesen Sie mehr zum Thema nachhaltige Megacities:

http://www.link.csr-news.net/7_megacities

Wendepunktzukunft: Was Unternehmen für Dörfer tun können

„Viele deutsche Dörfer nehmen damit voraus, was für immer mehr Regionen der Welt Alltag werden könnte: Sie werden zu Testfeldern der (demografischen) Post-Wachstumsgesellschaft. Und darin liegt eine große Chance – auch für das Land.“ Klaus Töpfer, Reiner Klingholz: Die Zukunft der Dörfer. VON TOBIAS RUDERER

Die Ausgangssituation ist kaum neu: Die ländlichen Gebiete verlieren an Bevölkerung und die maßgeblichen Faktoren verstärken sich in vielen Gegenden gegenseitig; der ohnehin stattfindende Bevölkerungsrückgang in Westeuropa trifft im Grunde nur die ländlichen Regionen, nicht die Städte. Weil junge Menschen die Dörfer verlassen, werden hier keine Kinder mehr geboren. Weil mit den Jungen auch die Ideen, der Unternehmergeist und letztlich die Arbeitsplätze in die Städte ziehen, wird das Land für Zuzug von außen noch unattraktiver. Die entvölkerten Gebiete bringen geringere Einnahmen und höhere Kosten mit sich, da für immer weniger Menschen Wasserversorgung und Müllabfuhr nach gleichbleibenden oder steigenden Standards bereitgestellt werden müssen. Details lassen sich in der Studie „Die Zukunft der Dörfer“ des Berlin-

Instituts für Bevölkerung und Entwicklung nachlesen.

Die Stadt – das bessere Dorf?

Woran es nicht fehlt, sind Strategien, auf den demografischen Wandel zu reagieren: Hierzu gehören Projekte zum altersgerechten Wohnen oder die Umfunktionierung von nicht mehr benötigten Kinderbetreuungseinrichtungen zu „Familienzentren“. Unternehmen wiederum können ihre betrieblichen Arbeitsbedingungen an eine veränderte Altersstruktur anpassen. Negative Folgen werden damit abgefedert, die Entwicklung aber noch weitgehend akzeptiert. Jedoch: Selbst wenn das Leben in der Stadt auch unter Nachhaltigkeitskriterien effizienter organisiert werden kann – die Metropole ist nicht das bessere Land. Vom Land kommen nicht nur Nahrungsmittel und erneuerbare Energien. Hier gibt es



Raum zum Atmen und zum Gestalten; Menschen unterschiedlicher Altersstufen finden soziale Verbindlichkeit anstelle von städtischer Anonymität. Bis vor wenigen Jahrzehnten waren geschlossene Stoffkreisläufe – ein Leben ohne Müllhalden und Endlager – eine Selbstverständlichkeit.

Und während man sich in den postmodernen Metropolen daran macht, das städtische Leben aufzuwerten mit urban gardening, Mehrgenerationenhäusern oder Stadtteilarbeit, nehmen die Mitglieder der Bürgergesellschaft „Wendepunkt Zukunft“ im Hannoverschen Wendland im Kreis Lüchow-Dannenberg die Möglichkeiten des ländlichen Raums genauer unter die Lupe. Sie schaffen partizipative Prozesse, bringen Menschen und ihr Know-how zusammen und entwickeln so Innovationen, die als Blaupause für andere Regionen dienen können und möglicherweise Probleme lösen, die auch Städte betreffen.

Climacarbo und Terra Preta

Catharena van Zyl, Albrecht von Sydow und Fried von Bernstorff aus dem Vorstand von „Wendepunkt Zukunft“, die für diesen Artikel ihre Ideen und Einsichten geteilt haben, bilden eine biografisch glückliche Mischung aus Unternehmergeist, Umwelt- und Unternehmensberatung, cradle to cradle, wissenschaftlichem Interesse, politischem Engagement und einer Verwurzelung in der Land- und Forstwirtschaft. Graf Bernstorff bewirtschaftet in Gartow, dem Sitz der Initiative, 5.700 Hektar Forst und 650 Hektar Land. Der bisherige Höhepunkt ihrer Bemühungen ist das Projekt „Climacarbo“, das sich aus kleinen Stammtischen und Workshops für lokale Gartenbewirtschaftler entwickelte. Inzwischen wird unter anderem mit öffentlichen Mitteln ein Netzwerk aus Landwirten, Wissenschaftlern und kleineren Firmen gefördert. Sie wollen herausfinden, wie Gärreste als Abfallstoffe von Biogasanlagen

mit Hilfe von Pflanzenkohle, die ihrerseits Nährstoffe wie Stickstoff und Phosphor bindet, zu Dünger verwandelt werden können. Man erhofft sich, das Phänomen von Terra Preta, der Schwarzerde der Indios im Amazonasgebiet, besser zu ergründen und im Wendland nutzbar zu machen. Diese trägt den Ruf einer Schlüsselinnovation – nicht nur, weil sie über eine besonders hohe Wasserspeicherkapazität verfügt, sondern auch, weil Terra-Preta-Boden ein natürlicher Kohlenstoffspeicher ist. So dringt man über die Dimensionen der Ernährung (fruchtbarer Boden) und der Biodiversität (stimulierte Mikroorganismen) zu agrarökonomischen Fragen und Modellen effektiven Klimaschutzes vor.

Aktive Bürgergesellschaft

Die Bürgergesellschaft arbeitet an den Themen Ernährung, Energie, Mobilität, Bildung, Kultur oder auch Pflege mit einem Verständnis des Zusammenhangs und des direkten Kontakts. Aus einer solchen Perspektive erscheinen viele Notlösungen im Zeichen der Erneuerbare-Energien-Politik reichlich absurd. Aber statt zu resignieren, prüft man hier lieber Ideen: Warum nicht Wildblumen statt Mais in die Biogasanlage geben?

Aber auch anderswo ist vieles auf dem Weg: Engagierte Bürger aus sechs Gemeinden in Österreich haben in Arbeitsgruppen die Ökoregion Kaindorf aus der Taufe gehoben. Die Gemeinde Güssing in Österreich gilt mittlerweile als Modell in Bezug auf regionale Konzepte zur Nutzung Erneuerbarer Energien und hat damit unerhört viele Arbeitsplätze geschaffen. Und sind die Prinzipien von Dezentralität und Vernetztheit auch nicht auf das Land beschränkt: Das Transition-Towns-Netzwerk ist eine Bewegung, die sich an verschiedenen Orten daran macht, lokale Antworten auf weltweite Probleme wie Klimawandel, peak oil oder wirtschaftliche Instabilität zu entwickeln, mit dem Ziel, Resilienz her-



vorzubringen, also Toleranz gegenüber äußeren Störungen. Unabhängige und redundante Versorgungsstrukturen, Regionalwährungen oder eben die Terra Preta-Kultivierung stellen Ansätze dar, die globales Wissen mit lokalem Engagement verbinden.

Work-Life-Space in Blockhütten

Daran könnte sich ein sozialer und kultureller Aufschwung anschließen, der die Fruchtbarkeit des Bodens in eine intellektuelle Blüte überführt. Eine Voraussetzung dafür ist schon gegeben: Die Entwicklung des Internets und der mobilen Kommunikation ermöglicht es vielen Firmen, ihre Mitarbeiter zumindest zeitweise abseits des Firmenschreibtischs arbeiten zu lassen. Viele Selbstständige können inzwischen ebenfalls ortsunabhängig arbeiten. Die Idee der Wendepunktzukunft-Macher, für solche Menschen analog den urbanen Co-Working-Spaces temporär nutzbare Work-Life-Spaces in Blockhütten oder Baumhäusern zu erschaffen, scheint vor diesem Hintergrund nicht abwegig.

Junge Menschen, Familien, Arbeitnehmer oder Selbstständige, die aufs Land ziehen, begreifen die Distanz zur Großstadt nicht mehr als Mangel, sondern als Chance zur Gestaltung. Dazu gehört der Wunsch, im eigenen Garten zum Selbstversorger zu werden, aber auch Politik mitzugestalten. Für jene, die mit ihren Familien den Schritt erwägen, stellt sich die Frage nach Schulen und Kindergärten für den Nachwuchs. Die Politik muss in diesem Zusammenhang Flexibilität und Pragmatismus zeigen: Die Zukunft der Bildung ist vielerorts in der Diskussion, die Bildung auf dem Land gilt aufgrund der hohen Abwanderungsraten als gefährdet. Hier entstehen Freiräume, an denen alternative Konzepte mit der Unterstützung einer engagierten Elternschaft aus der Taufe gehoben werden können. Die freie Morgenrot Schule für Nachhaltiges Lernen im wendländischen Glienitz ist ein gutes Beispiel.

Unterstützung durch „Land-Wirtschaft“

Das alleine sorgt noch nicht für den Aufschwung ganzer Regionen. Die nächstliegende Möglichkeit, wie die Wirtschaft hier unterstützen kann, ist die bloße Anwesenheit vor Ort: Wenn sich kleinere und mittlere Firmen entscheiden, Gewerbesteuern, Arbeitsplätze und damit Menschen in die Region zu bringen oder dort zu halten, profitieren sie langfristig von einer intakten sozialen Umwelt und Innovationen, unter anderem in Bezug auf die Energieversorgung. Dies nimmt wiederum andere und größere Unternehmen in die Verantwortung: Telekommunikationsunternehmen können zunächst durch den Ausbau des DSL-Netzes gute Dienste in Richtung Vernetzung und Überwindung der Distanz zu Arbeitgebern und Kunden leisten. Die Unterstützung des Nah- und Fernverkehrs wäre ein wichtiger Dienst an den sich verjüngenden Dörfern, die Bereitstellung von Elektro- oder Wasserstoffprototypen ein guter Einstieg für Automobilhersteller.

**Der ländliche Raum
braucht Unternehmen.**

Gesamtgesellschaftlich sollte sich, so Abrecht von Sydow, ein Bewusstsein dafür entwickeln, wie relevant die Leistungen des ländlichen Raums in den Bereichen Klima, Ernährung und Energie sind. Diese müssten monetär richtig bewertet werden, von politischer oder privatwirtschaftlicher Seite. Im letzteren Falle können Unternehmen zu Abnehmern werden: Betreiber von Kantinen größerer Unternehmen in Städten oder Industriegebieten könnten Abkommen mit kleinen und mittleren Landwirten in der Region schließen, anstatt Zutaten für viele tausend Mahlzeiten täglich aus globaler Produktion zu beziehen und damit soziale und ökologische Kosten zu externalisieren. Derartige Modelle sind geeignet, das Fortbestehen nachhaltiger Anbaumethoden zu sichern und positiven Einfluss auf Räume nehmen, die weit größer sind als das Konzerngelände. Richtig kalkuliert macht der Wegfall von Zwischenhändlern den Schritt vielleicht nicht nur verantwortungsvoll, sondern auch rentabel.

Es mag an zentralisierten Entscheidungsstrukturen und Beschaffungsvorgaben liegen, dass solche im doppelten Sinne naheliegenden Modelle es noch nicht in die Realität geschafft haben. Und es ist vielleicht gar nicht mehr als dies, wozu die „neue“ Nachhaltigkeit auf dem Lande Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gemahnt: Zumindest fallweise zu Strategie und Handlungsweisen der unmittelbaren lokalen Vernunft zurückzukehren. □



Weiterführende Links zum Thema unter:
http://www.link.csr-news.net/7_Wendepunktzukunft



Tobias Ruderer

› schreibt über und berät zu Nachhaltigkeit und Kultur und lebt in Köln.

tobias.ruderer@csr-magazin.net



Transition Towns: Leben ohne Erdöl als Utopie

Veränderungen können Freude machen – aber auch Angst. Beispiel „Peak Oil“: Experten warnen schon seit Jahrzehnten davor, dass Erdöl irgendwann nicht mehr verfügbar sein wird. Dennoch halten die Industriestaaten an einem Lebensstil fest, der in nahezu allen Bereichen vom Erdöl abhängt. Die Transition-Towns-Bewegung zeigt Alternativen dazu auf. VON JOHANNA TÜNTSCH

Wer konsequent zu Ende denkt, wie das Leben ohne Erdöl aussieht, muss fast zwangsläufig Angst bekommen: Diese Vorstellung stellt fast sämtliche Alltäglichkeiten der Industriestaaten infrage. „Nahezu alle Gegenstände aus meiner Umgebung wären dann nicht mehr da: Zahnpastatube, Computer, ein Großteil meiner Kleidung, und natürlich Heizung, Auto und die Lebensmittel aus dem Supermarkt, die ja meist von weit her kommen“, resümiert Marion Hecht von Transition Hameln und gibt offen zu, dass Panik sich in ihr breitmachte, als ihr klar wurde: „Weitgehende Veränderungen stehen an, auf die wir alle nicht vorbereitet sind.“

Doch manche sehen in den Grenzen der Ölförderung eine Chance. Der englische Umweltaktivist Rob Hopkins stellt die These auf: „Vielleicht ist eine Zukunft mit weniger Öl der Gegenwart vorzuziehen.“ Im Jahr 2006 begründete er in seiner Heimatstadt Totnes die Transition-Towns-Bewegung, die

seitdem in der ganzen Welt Anhänger fand. Sie schließen sich in Initiativen zusammen, um ihre Städte, Dörfer und Gemeinden umzukrempeln und die Gesellschaft auf ein Leben mit wenig oder gar ganz ohne Erdöl vorzubereiten.

Zurück zu früheren Fähigkeiten

„Transition Towns sind das Positivste und Interessanteste, was derzeit passiert“, findet Sophy Banks, die in London eine Karriere als Beraterin an den Nagel hängt, um in Totnes live dabei zu sein, wenn sich der Wandel Stück für Stück vollzieht. Das passiert nicht etwa auf politischer Ebene, sondern aus der Basis heraus. Menschen schließen sich in Gruppen zusammen und erarbeiten miteinander unterschiedlichstes Wissen, das im „Nachöl-Zeitalter“ hilfreich sein kann: Nähen, Gärtnern, hilfreiche Details, die dazu beitragen, dass vorhandene Produkte nachhaltiger genutzt werden können – etwa das Schleifen stumpf gewordener Werkzeuge. Sie entwickeln Strategien zur Stärkung der lokalen



Johanna Tüntsch

ist freie Journalistin mit den Themenschwerpunkten Gesundheit und Soziales.

johanna.tuentsch@
csr-magazin.net

Wirtschaft, legen gemeinschaftlich Nutzgärten auf öffentlichen Grünflächen an, veranstalten Kleider-Tauschbörsen und reparieren Fahrräder. „Transition-Initiativen möchten Menschen dazu motivieren, im Kontext von Ölfördermaximum und Klimawandel Lösungen zu finden“, erklärt Hopkins.

Das ist wohl das Erfolgsgeheimnis dieses neuen Denkansatzes: Er geht nicht von Katastrophen aus, sondern von Visionen und Utopien einer lebenswerteren Welt. „Bullerbü zum Anfassen eben“, umschreibt es die Hamelner Aktivistin Marion Hecht. „Bullerbü“, der Kinderbuchklassiker von Astrid Lindgren, steht für die perfekte Idylle in völliger Abgeschiedenheit von der Welt.

Inzwischen gibt es hunderte von Transition-Initiativen in zahlreichen Ländern, viele davon in Deutschland. Die genauen Zahlen variieren ständig, da es sich nicht um feste Zusammenschlüsse handelt, wie etwa eingetragene Vereine sie darstellen. Auch sind nicht alle Initiativen registriert. Jede von ihnen setzt ihre eigenen Akzente. Es geht nicht darum, eine konforme Parallelgesellschaft aufzubauen, sondern individuelle Wege zu finden, die nach und nach die Unabhängigkeit der Regionen stärken. „Resilience“, sagt Hopkins, sei das Wort der Stunde: eine gewisse Form von Widerstandskraft, mit der Städte und Gemeinden trotz massiver Veränderung weiterhin funktionieren könnten.

Regionale Wirtschaft, regionale Währung

Geschäftsleute mit lokalem Bezug können sich auf unterschiedliche Weise in die Netzwerke einbringen. Je nach Branche kann sich ein Engagement im „Reskilling“ anbieten; jenem Lehren und Erlernen alter Fähigkeiten, die heute nur noch wenige Menschen beherrschen. Wer über eine ungenutzte Grünfläche verfügt, kann diese zum Anbau von Obst und Gemüse zur gemeinschaftlichen Verfügung stellen. So entstehen lokale Netzwerke, welche die Identifikation von Unternehmen und Bürgern mit ihrer Heimat stärken, woraus sich neue Potenziale für die lokale Wirtschaft ergeben.

Ein wirtschaftlich interessantes Projekt der Transition-Bewegung sind Regionalwährungen. In Deutschland gibt es mehrere Dutzend von ihnen. Nicht immer stehen sie im Zusammenhang mit den Transition-Initiativen, aber unabhängig von ihrer jeweiligen Entstehungsgeschichte verfolgen sie alle das Ziel, den Lebensstandard einer Region dauerhaft positiv zu beeinflussen. Auch dort, wo die Transition-Initiative ihren Anfang nahm, setzt man auf eigenes Geld: Totnes Pounds.

„Transition-Initiativen möchten Menschen dazu motivieren, im Kontext von Ölfördermaximum und Klimawandel Lösungen zu finden.“

Die Vorteile der Totnes Pound erklären ihre Initiatoren auf der Webseite totnespound.org folgendermaßen: „Lokale Wirtschaft ist wie ein Eimer mit Löchern: Geld kommt hinein, doch sobald ein Geschäft mehr Verbindungen nach außen hat als Verbindungen innerhalb der Region, verschwindet das Geld.“ Dem soll durch lokale Währungen entgegengewirkt werden. Da Alternativwährungen im eigentlichen Sinne nicht rechtens sind, werden die Regionalwährungen als Gutscheinsystem gestaltet. In Hannover, wo der „Leine-Kies“ als alternatives Zahlungsmittel aufgebaut werden soll, stellt man sich vor, dass dieser zum Beispiel durch Bonuszahlungen an Mitarbeiter oder Rabattaktionen in Umlauf gebracht werden könnte. Die Hannoveraner Initiatoren gehen von Schätzungen aus, laut denen Verbraucher 30 Prozent ihres Bedarfs aus regionalen Quellen beziehen könnten. Regionalwährungen sollen dazu beitragen, dass sie es auch tun. Ein solcher Prozess stärkt die regionale Wirtschaft und macht die Verbraucher weniger abhängig davon, dass der Weltmarkt in der bislang gewohnten Weise auch künftig funktionieren wird.



Die Homepage der Initiative Totnes Pound: „Lokale Wirtschaft ist wie ein Eimer mit Löchern.“

Eingebettet werden die Visionen der Transition-Initiativen in die Vorstellung einer „Permakultur“. Der Begriff, abgeleitet von „permanent agriculture“, beschreibt eine besonders nachhaltige Form der Landwirtschaft. Sie will für Menschen, Tiere und Pflanzen einen Lebensraum schaffen, der auch für alle nachfolgenden Generationen in gleicher Weise nutzbar ist. Die Permakultur wurde bereits in den 1970er-Jahren in Australien entwickelt und von der Transition-Bewegung neu aufgegriffen. Bislang ist ein Diplom als „Permakultur-Designer“ kein staatlich anerkannter Abschluss. Die Permakultur-Akademie in Berlin wurde jedoch von den Vereinten Nationen als „Offizielles Projekt der Weltdekade Bildung für nachhaltige Entwicklung“ anerkannt: eine Auszeichnung, die zumindest richtungsweisend ist. Die Zukunft könnte tatsächlich „Bullerbü zum Anfassen“ sein. □



Diskutieren Sie mit uns in der XING-Gruppe CSR Professional: Die Transition-Towns – Wege in die Zukunft oder zurück in die Vergangenheit?

http://www.link.csr-news.net/7_transition

Frankfurt am Main – demnächst Europas „Green Capital“?

Frankfurt am Main ist Deutschlands „Passivhaushauptstadt“. Zudem war sie vor über 20 Jahren Gründungsmitglied des europäischen Klimabündnis. Sie baut grüne Quartiere, hat mehr als die Hälfte des Stadtgebiets als unbebaute Grün- und Freiflächen ausgewiesen und investiert in Fahrradwege. VON FEYZA MORGÜL



Die Einwohnerzahl Frankfurts hat mit annähernd 700.000 einen neuen Höchststand erreicht – und wächst weiter. Vor diesem Hintergrund beeindrucken die Erfolge der „grünen“ Stadt umso mehr: Das Restmüll-Aufkommen wurde in wenigen Jahren von knapp 190 auf 160 Kilogramm pro Einwohner reduziert und der Trinkwasserverbrauch ging in den letzten 20 Jahren um fast 30 Prozent zurück.

Weniger erfolgreich verlaufen die Unternehmungen zur Reduktion von CO₂-Emissionen. Zwei infrastrukturelle Knotenpunkte stehen dem entgegen: der internationale Flughafen und das Frankfurter Autobahnkreuz. Nutznießerin des hohen Verkehrsaufkommens ist Frankfurt als Dienstleistungsstadt und Finanzmetropole; für die grüne Seite der Stadt bedeuten sie aber eine überdurchschnittliche Belastung.

Urbane Grauzonen belebt

Darum stützt sich die „Green City“ Frankfurt vor allem auf Maßnahmenkataloge, die auf den innerstädtischen Raum beschränkt bleiben. An erster Stelle steht die architektonische Stadtplanung. Urbane Grauzonen wie das Mainufer wurden zu belebten und beliebten Orten für Entspannung, Sport und Freizeit „vor der Tür“. Bewohner und Besucher genießen die Grünflächen und Freizeitmöglichkeiten der Cafés und Strandhäuser am Fluss.

Und die Stadt setzt weiter auf Umwandlung: Der ehemalige Hauptgüterbahnhof ist Europas größte Konversionsfläche, ein Raum, der vollständig umgewandelt und in das pulsierende Leben der Stadt eingegliedert werden soll. Hier entsteht bis 2019 das neue Europaviertel mit Wohnungen, Büros, Parks, Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten.

Grüne Stadtquartiere entstehen auch in Neubaugebieten wie dem Riedberg, in dessen Satzung sogar der Passivhausstandard für jedes Gebäude festgelegt ist. Und die Stadt selbst geht mit gutem Beispiel voran – alle städtischen Gebäude müssen diesen Standard erfüllen. Frankfurts Straßen sollen mehr als nur Verkehrsachsen sein, sie sollen zu einem gemeinsam genutzten Raum werden, bewohnbar und belebt. Einige solcher Orte gibt es mittlerweile und sie werden teilweise so belebt, dass ungemütliche Nachbarn sich an manchen Tagen über die vielen Menschen beschwerten. „Monokulturen sind nicht lange lebensfähig, das ist etwas für die Intensivstation“, kommentiert Bernhard Traulich, Leiter der Abteilung Umweltkommunikation im städtischen Umweltamt, die Entwicklungen.



Die Frankfurter Skyline.

Grüngürtel als Lebensader

Auf ihren „GrünGürtel“ ist Frankfurt am Main stolz. Seit Jahrzehnten muss dieser Nutzungskonflikte zwischen unterschiedlichsten Parteien aushalten. Die Stadt schützt und entwickelt ihre schönen Wald-, Auen- und Hügellandschaften und beschreibt dies so: „Wie eine Lebensader durchzieht er die Stadt – zum Durchatmen, Luftholen und Abstand gewinnen.“ Jedes Frankfurter Kind kennt das Grüngürtel-Tier, das die Stadt vor mehr als zehn Jahren zur Imagewerbung der Naherholungsgebiete ins Leben rief. Heute arbeitet die Verwaltung an einem Plan, den Gürtel innerhalb der Stadtteile durch Radwege besser zu vernetzen.

ÖKOPROFIT für Unternehmen

Im Jahr 2008 wurde das Energie- und Klimaschutzkonzept Frankfurts verabschiedet. Hierin verpflichtet sich die kleine kosmopolitische Metropole zur Energie- und CO₂-Berichterstattung und auf eine CO₂-Reduzierung um 45 Prozent bis 2025. Dazu soll die Förderung der Initiative „ÖKOPROFIT“ beitragen. Dieses in Kooperation von Kommunen und Wirtschaftsvertretern initiierte Programm zur Einsparung betrieblicher Kosten im Bereich Energie und Umwelt erleichtert Frankfurter Unternehmen den Einstieg in Umwelt- und Energiemanagementsysteme. Für etwa 2.000 bis 5.000 Euro erhalten sie ein Jahr lang gemeinsame Workshops und individuelle Begleitung. Die Kosten amortisieren sich durch Einsparungen in den Bereichen Energie, Wasser und Abfall. Seit 2008 beteiligten sich 34 Betriebe und Einrichtungen daran, darunter die Frankfurter Verkehrsbetriebe, die VHS Frankfurt, der Deutsche Fußball-Bund oder Ernst & Young.

Auch die Öffentlichkeitsarbeit nutzt die Stadt zur Aufklärung: Das Energiereferat informiert über



Feyza Morgül

› ist freie Journalistin und Gründerin von Opera Civil und lebt in Frankfurt.

feyza.morguel@
csr-magazin.net



Zum 2. Hessischen Nachhaltigkeitstag wurde die Ausstellung „EcoArt Frankfurt“ eingebunden, die durch Kunst und Kultur den Umweltgedanken mitten in die Stadt bringen soll. Im September steht dieses übergroße Sofa aus Gras am Mainufer.

energiesparende Produkte und Technologien. Privathaushalte, Vereine und Unternehmen werden beraten und gefördert. Das städtische Energieversorgungsunternehmen Mainova bot 2010 allen Privatkunden ein Energiesparbuch mit Gutscheinen und Tipps. Mittlerweile hat Frankfurt in über 100 Schulen Energiesparteam aufgebaut.

Wettbewerbsteilnahme scheiterte

Nimmt man all dies zusammen, so ist es mehr als nachvollziehbar, dass sich Frankfurt am Main mit großem Selbstbewusstsein für eine Teilnahme an dem von der Europäischen Kommission jährlich ausgeschriebenem Wettbewerb um den Titel „European Green Capital“ entschied. Frankfurt am Main reichte seine Bewerbung für das Jahr 2014 im Herbst 2011 bei der EU-Jury ein. In der ersten Bewerbungsrunde mussten die 19 teilnehmenden Städte zu zwölf Umweltindikatoren Stellung nehmen: lokaler Beitrag zum globalen Klimaschutz, Nahverkehr, grüne Stadtgebiete, Lärmbelastung, Abfallproduktion und -management, Natur und Artenvielfalt, Luftqualität, Wasserverbrauch, Abwasseraufbereitung, Öko-Innovation und nachhaltige Beschäftigung, Umweltmanagement der

lokalen Behörden und, last but not least, Energieeffizienz.

Beinahe zeitgleich mit der Einreichung der Bewerbung eröffnete die dritte Landebahn des Frankfurter Flughafens. Und der erhöhte Fluglärm überschattete die vielen erfolgreichen Maßnahmen der „Green City Frankfurt“ nicht nur in der Öffentlichkeitswirkung. Die EU-Jury jedenfalls konstatierte in ihrem Abschlussbericht zum Green Capital Award 2014: „The southern green belt stands for a high quality of living ..., although the recent airport extension has raised concern about substantial impacts on the environment and quality of life for citizens...“ Damit war klar: Der Flughafen und die Auseinandersetzung rund um die zweifelsohne notwendigen Erweiterungen sind ein wichtiger Grund dafür, dass die Stadt am Main den begehrten Titel bislang nicht erhalten und wohl auch nicht verdient hat.

HOLM vernetzt intelligent

Auf dem Weg zum Titel arbeitete die Stadt am Main mit den Dezernaten „Planen und Bauen“, „Wirtschaft, Sport, Sicherheit und Feuerwehr“, „Umwelt, Gesundheit und Personal“ und „Verkehr“. Das Dezernat „Bildung und Frauen“ kam in einer späteren Phase (2012) hinzu. Wirtschaftsdezernent Markus Frank hob die Bewerbung der Stadt als Möglichkeit hervor, ihre intelligente Vernetzung zu präsentieren. In diesem Sinne agiert beispielsweise die neu gegründete Innovationsplattform House of Logistics & Mobility (HOLM). Sie entstand aus einer Initiative von über 200 Mitgliedern aus Wirtschaft und Wissenschaft. Obwohl in der Bevölkerung wenig bekannt, ist HOLM sehr aktiv: Anfang August 2012 bot sie zum Tag der Mobilität eine Veranstaltung mit Vorträgen, kulturellen Angeboten und Informationen zu alternativen Antrieben.

Auch für den größten Internetknoten Kontinentaleuropas, DE-CIX, der sich in Frankfurt befindet, sind ressourceneffiziente Lösungen ein wichtiges Thema. Beteiligte IT- und Energieunternehmen werden dabei zu nachhaltigem Handeln bewegt. Dieser Netzknoten transportiert bis zu 1,5 Terabyte an Daten pro Sekunde. Mit verbesserten Mitteln lassen sich schlicht Energie und Geld sparen.

Wettbewerb: „European Green Capital“

Seit 2009 verleiht eine EU-Jury jährlich einer Stadt mit über 200.000 Einwohnern die Auszeichnung „European Green Capital“. Die Europäische Kommission will mit diesem Wettbewerb Innovationen fördern. Städte erhalten die Anerkennung für ihre hohen Umweltstandards und Anreize für weitere Maßnahmen, und sie sollen als Vorbilder präsentiert werden, die weitere Städte animieren. Stockholm war 2010 die erste grüne Hauptstadt Europas, 2011 wurde es Hamburg, dieses Jahr ist es Vitoria-Gasteiz und Nantes wird es 2013.

Beiträge der Unternehmen

Detlev Osterloh, Mitglied des lokalen Nachhaltigkeitsforums und Geschäftsführer „Innovation und Umwelt“ der städtischen Industrie- und Handelskammer, betonte den Beitrag der Frankfurter Wirtschaft für die grüne Stadt. Darunter die Heizkraftwerke, das Biomassekraftwerk, die leistungs-

starke Photovoltaikanlage, aber auch die „Greentowers“ der Deutschen Bank und viele kleine Unternehmen, die Beiträge zum Klimaschutz leisteten. Die 1978 bis 1984 erbauten Gebäude der Deutschen Bank wurden innerhalb der letzten drei Jahre komplett saniert. Heute sind sie Vorzeigebauten der Stadt. Die beiden Türme entsprechen nun den Standards für Neubauten. Vorbildlich sind die vollständige Sanierung im Bestand und die ökologischen und ökonomischen Einsparungen. Ihre kleine Elektromobilflotte speist die Bank übrigens mit Energie aus den Aufzügen des Gebäudes.

Soziokultur vernachlässigt

Statt einzelne Posten separat zu bedenken, wurden bei den Greentowers unterschiedlichste Aspekte miteinander verbunden – ein systemischer Ansatz, mit dem sich die Stadt selbst noch nicht ausreichend vertraut gemacht hat. Obwohl Frankfurt im Rahmen der Prozesse für „Green City“ öffentlich die Frage nach dem Ausgleich zwischen ökonomischen, ökologischen und sozial-kulturellen Bedürfnissen stellte, gibt es weder in der Bewerbung noch heute eine ganzheitliche Antwort darauf. Soziokulturelle Aspekte berücksichtigte die Green City nur unzureichend.

Der Abteilungsleiter Umweltkommunikation im Umweltamt, Bernhard Traulich, sieht heute, dass zwar die klassischen Umwelt- und Wirtschaftsthemen thematisch abgedeckt, doch die tragende Säule „Gesellschaft“ für den Schritt in eine nachhaltige Stadt nicht ausreichend vertreten war. Immerhin geht es beim „Green Capital Award“ auch um die Verbesserung der städtischen Lebensqualität unter ökologischem, wirtschaftlichem und sozial-kulturellem Gesichtspunkt.

Top-down und Bottom-up

Ob Stadt oder Unternehmen: erfolgreiche Prozesse nachhaltiger Entwicklung gehören in die Verantwortung oberster Stellen, die Top-down- ebenso wie Bottom-up-Bewegungen ermöglichen. Wenn Frankfurt erneut nach dem Titel „European Green Capital“ greifen möchte, sollte sie Unternehmen und lokal organisierte Foren wesentlich intensiver in ihre Arbeit einbinden. Es wäre ein Gewinn für alle Seiten – und für Umwelt und Gesellschaft. Und zugleich wäre es ein Vorbild für andere Städte, die auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit ebenso zu einem ganzheitlichen und dialogischen Konzept herausgefordert sind. □



Weitere Informationen zu den „Green Capitals“ finden Sie hier:

http://www.link.csr-news.net/7_greencapital

Ausmaß, Instrumente, Fallstudien



Korruption als internationales Phänomen

Ursachen, Auswirkungen und Bekämpfung eines weltweiten Problems

Herausgegeben von Prof. Dr. Matthias S. Fifka und Prof. Dr. Andreas Falke

2012, 199 Seiten, € (D) 34,95, ISBN 978-3-503-13690-2

Kostenfrei aus dem deutschen Festnetz
bestellen: 0800 25 00 850

Ob an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Politik, in Verbänden oder Konzernen – korrupte Strukturen und Praktiken sind regelmäßig und weltweit ein aktuelles Thema. Dass der kriminelle Einfallsreichtum dabei keine Grenzen kennt, zeigt die Vielfalt von Korruptionspraktiken in Entwicklungsländern mit schwachen Rechtssystemen und Industriestaaten gleichermaßen.

Das Fachexpertenteam um Matthias S. Fifka und Andreas Falke beleuchtet Korruption vielseitig aus gesellschaftlichen, kulturellen, ethischen und ökonomischen Blickwinkeln: ein hochaktueller Band!

Weitere Informationen:

 www.ESV.info/978-3-503-13690-2



ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen



Das Zentrum für bürgerschaftliches Engagement ist vorübergehend umgezogen.

Grüne Hausnummer:
Förderprogramm im Jahr 2012

Die 5. Neumarkter
Nachhaltigkeitskonferenz

Nachhaltiges Neumarkt: Wie Unternehmen und Bürger zusammenwirken

Die frühere Residenzstadt Neumarkt (Oberpfalz) ist heute eine Kreisstadt mit 39.000 Einwohnern. Unter dem Motto „Zukunftsfähiges Neumarkt“ wurde dort 2004 erstmals in Deutschland ein Leitbild beschlossen, das auf der Agenda 21 – einem globalen entwicklungs- und umweltpolitischen Aktionsprogramm für das 21. Jahrhundert – basiert. VON GABRIELE MANTE



Gabriele Mante
› ist freie Fachredakteurin und lebt in Schleswig.

gabriele.mante@csr-magazin.net

Zahlreiche Bürgerbefragungen und -konferenzen sowie ein „Tag der Visionen“ gingen dem Ratsbeschluss über das Stadtleitbild voraus. Als erstes Ergebnis dieses Prozesses wurde ein offenes Forum, das Bürgerhaus Neumarkt, geschaffen.

Die FairTrade-Stadt

Nachdem sich Neumarkt – insbesondere unter dem Dach des Bürgerhauses – stark auf soziale Themen

konzentriert hatte, kamen später neue Programme hinzu, etwa der „Masterplan 100% Klimaschutz“ oder das Faktor-10-Förderprogramm, bei dem die Stadt die energetische Sanierung von Privathäusern unterstützt. Mit dem Beitritt zum Klimabündnis 2007, der Gründung des Klimaforums 2008 und der Unterzeichnung des Konvents der Bürgermeister in Brüssel 2009 hat sich Neumarkt zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit bekannt. Auf einer jährlich



stattfindenden Nachhaltigkeitskonferenz diskutieren Bürger und Vertreter aus Wirtschaft und Politik neue Ideen und Herausforderungen.

Als erste FairTrade-Stadt Bayerns setzt sich Neumarkt zudem das Ziel, den Fairen Handel zu unterstützen und dadurch einen Beitrag für eine gerechte globale Entwicklung zu leisten: „Diese Aufgabe packen wir gemeinsam an – vom Stadtrat und der Stadtverwaltung über die Schulen und Vereine bis hin zum Einzelhandel“, betont Oberbürgermeister Thomas Thumann.

Ökologische Vorzeigeunternehmen

Mit Bionorica und der Neumarkter Lammsbräu haben zwei ökologisch orientierte Vorzeigeunternehmen ihren Sitz in Neumarkt. Lammsbräu verlieh in diesem Jahr bereits zum 11. Mal einen Nachhaltigkeitspreis an herausragend engagierte Persönlichkeiten. Die Brauerei gibt ein Beispiel dafür, welche Gestaltungskraft ein Unternehmen innerhalb seiner Region entwickeln kann: In mehreren Schritten, mit viel Vertrauen und wohl-durchdachten Anreizen ist es ihnen im Laufe der Jahre gelungen, ihre zuvor konventionell produzierenden Zulieferer aus der Landwirtschaft von einer ökologischen Produktionsweise zu überzeugen.

Als Zentrum für das Umweltcluster Bayern ist Neumarkt ein attraktiver Standort für umwelttechnische Firmen. In Zukunft soll außerdem die öko-

logische Ausrichtung der Neumarkter Kernkompetenz Bauen gefördert und die intensive Vernetzung mit wissenschaftlichen Einrichtungen vorangetrieben werden, so Ralf Mützel, Leiter des Amtes für Nachhaltigkeitsförderung.

Übertragbare Erfahrungen

Die Neumarkter sind sich bewusst, dass ihre Gestaltungsfreiheit auf einer gesunden gesamtwirtschaftlichen Ausgangssituation beruht. Und während andere Kommunen Stellen streichen, richtete Neumarkt ein Amt für Nachhaltigkeitsförderung ein, das derzeit mit 3,5 Stellen besetzt ist. Wie aber können Regionen vorgehen, deren wirtschaftliche Lage weniger belastbar ist?

Zunächst: Jede Kommune kann eine Politik der Nachhaltigkeit verfolgen. Ist die wirtschaftliche Basis weniger solide, heißt es, mit kleineren Schritten zu beginnen, sich auf die eigenen Stärken zu besinnen und auf einzelne Projekte zu konzentrieren. Anstatt allgemein über Nachhaltigkeit zu reflektieren, müssen den Bürgern – wie in Neumarkt – konkrete Möglichkeiten zur Mitwirkung unterbreitet werden. Auch die Unternehmen vor Ort brauchen klare Angebote und direkte Ansprechpartner für ihr lokales Engagement.

Auf jeden Fall empfiehlt es sich, ein Stadtleitbild zu erstellen. Dieses kann als Türöffner für nachhaltige Projektanbahnungen dienen. Dabei muss sicher nicht jedes Stadtleitbild dem Umfang des 140-seitigen Konzepts der Stadt Neumarkt entsprechen. Ebenso kann die jährliche Einberufung einer Nachhaltigkeitskonferenz Bürger, Akteure und Mittler aus Politik und Wirtschaft zusammenbringen und als Ideenschmiede dienen. Auch erfordert es keinen sehr großen Aufwand, zu einer FairTrade-Stadt zu werden. Weiterhin ist die Vernetzung mit wissenschaftlichen Einrichtungen ein Motor für die Steigerung der Innovationskraft der Region, die dadurch attraktiver für die Ansiedlung moderner Unternehmen – beispielsweise aus dem Bereich der Umwelttechnik – wird.

Für die Umsetzung einer lokalen Nachhaltigkeitsstrategie braucht es einen langen Atem. Beharrlichkeit und die Konzentration auf Kernkompetenzen werden schnell zu einem wachsenden Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten führen. □

Als Zentrum für das Umweltcluster Bayern ist Neumarkt ein attraktiver Standort für umwelttechnische Firmen.



Hier lesen Sie mehr zu nachhaltigen Stadtkonzepten:

http://www.link.csr-news.net/7_staedte

Unternehmerische Stadt – unternehmerische Region: Unternehmensverantwortung im lokalen Gemeinwesen neu denken und gestalten

Unter welchen Bedingungen können Unternehmen in die Belange des lokalen Gemeinwesens integriert werden? Die Hypothese des nachfolgenden Beitrags ist offensiv: Unternehmen haben sich schon immer gesellschaftlich engagiert, es kommt unter den Vorzeichen der drängenden gesellschaftlichen Herausforderungen (Klimawandel, Finanz- und Wirtschaftskrise, demografischer Wandel etc.) darauf an, dieses Engagement für die Gestaltung einer zukunftsfähigen Gesellschaft neu auszurichten, sodass Teilhabe und Zusammenhalt besser verwirklicht werden können. VON GERD PLACKE



Zur Person

Dr. Gerd Placke ist Senior Project Manager der Bertelsmann Stiftung im Programm „Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“, bis Ende 2010 verantwortlich für die bundesweite Verbreitung der „Marktplatz-Methode“ (www.gute-geschaefte.org), seitdem Projektleiter von „Unternehmen für die Region“ (www.unternehmen-fuer-die-region.de). gerd.placke@bertelsmannstiftung.de

Wir benötigen einen Paradigmenwechsel bei der Einbindung unternehmerischer Verantwortung in Kommunen und Regionen. Es geht darum, Geld als „Leitwährung“ gemeinwohlorientierten Handelns von Seiten der Wirtschaft zugunsten eines nicht monetären Ansatzes in den Hintergrund zu stellen. Wenn wir mehr in den Gedanken investieren, wie Gemeinnützige in Kooperationen ihre Aktivposten einbringen können, dann können wir mit diesen Rahmenbedingungen Voraussetzungen schaffen, die Verantwortungsübernahme zukunftsweisend macht.

Ein weiterer Faktor dieser Sichtweise ist das Gelingen des Zusammenspiels zwischen lokalem Unternehmertum, der öffentlichen Hand sowie der Zivilgesellschaft, gerade im regionalen Raum, wo die Zukunftsherausforderungen praktisch bewältigt werden müssen. Um dieses Zusammenspiel effektiv zu gestalten, bedarf es einer neuen Sichtweise auf die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Denn Unternehmen generieren nicht nur Wert durch die Produktion von Gütern und Dienstleistungen. Vor allem kleine und mittelständische

Unternehmen sind in ihr lokales Umfeld gut eingebettet. Hier leben ihre Mitarbeiter, hier sind ihre Kunden und Lieferanten. Diese Wechselbeziehungen machen deutlich, dass Unternehmen ein a-priori-Interesse an einer intakten gesellschaftlichen Umgebung haben, schon deshalb, um weiterhin ökonomisch erfolgreich zu bleiben.

Vernetzung wird auch hier zum allgegenwärtigen Zauberwort. Aber mit welchem Ziel? Es geht um die Herstellung spezifischer Rahmenbedingungen im lokalen Raum, die die besonderen Vorzeichen berücksichtigen, unter denen Unternehmen animiert werden können, für sich und die Gesellschaft einen Nutzen zu generieren. Einmünden sollte dies in eine Infrastruktur, einem tragfähigen Zusammenspiel, das zum Funktionieren und zur Attraktivität von Städten immer mehr Bedeutung erlangt. In Zukunft wird hauptsächlich durch eine solche lokale Kooperationskultur eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Lebenswelt entstehen und sich fortentwickeln. Es wird sich dabei nicht um ein festes Modell handeln, sondern um Konzepte, die je nach den Gegebenheiten unterschiedliche Ausformungen annehmen können.





Nicht monetäre und paritätische Zusammenarbeit

Bereits die Frage, wie man Beziehungen zwischen der Wirtschaft und gemeinnützigen Organisationen anbahnt, die das Verhältnis zueinander neu bestimmen können, bekräftigt die Bedeutsamkeit von guten Rahmenbedingungen zur Verantwortungsübernahme. Denn die gegenseitigen Zugangswege sind von der Anlage her durch Widrigkeiten verstellt: Auf der einen Seite können sich Unternehmen angesichts unzähliger lokaler Vereine und Initiativen selten einen Überblick über das unübersichtliche Bild der gemeinnützigen Organisationen verschaffen. Umgekehrt verfügen die meisten gemeinnützigen Organisationen ebenfalls nur über ein eingeschränktes Wissen zu Unternehmensabläufen, zu Zielsetzungen privatwirtschaftlicher Akteure und zu den Prämissen unternehmerischen Engagements.

Es ist zu vermuten, dass erhebliche Fortschritte im lokalen unternehmerischen Engagement erzielt werden könnten, wenn die drei lokalen Akteure sich darauf einlassen könnten, dem Geld eine nachrangige Funktion bei der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung einzuräumen. Hinter dieser Aussage verbirgt sich die Überzeugung, dass Spenden und Sponsoring in unserer Gesellschaft als Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Themen überschätzt und die Möglichkeiten der Zusammenarbeit, der Mitarbeit von Freiwilligen, Zugängen zu Netzwerken, Sachleistungen, Kreativität, Kompetenz u. a. m. unterbewertet werden. Wenn die lokalen Akteure in diese „Leitwährung“ investieren, in Zeit, in Know-how und in gutes Projektmanagement, dann können sie die sozial-

räumlichen Verwirklichungsmöglichkeiten von Organisationen verbessern. Sie übersetzen damit die klassische Form der unternehmerischen „Verpflichtung“ zum Sozialen in eine soziale Investition. Beides vermag die „Quantität des Geldes als seine Qualität“ (Georg Simmel) so nicht, weil Geld letztlich inhaltsleer und dem Gemeinwohlinteresse – der Herstellung von gesellschaftlicher Gerechtigkeit und Solidarität – weniger adäquat ist. Kurz und gut: Die Verhältnisse werden zu komplex, als dass sie durch den schieren Einsatz von Geld gelöst werden können.

Ein solcher Ansatz würde überdies den Wünschen vieler Unternehmer entgegenkommen, denn viele sind der unzähligen Anfragen nach einer Geldspende überdrüssig. Der Spenden- und Sponsoring-Ansatz hat fernerhin den gravierenden Nachteil, häufig unsymmetrische Beziehungen und „Transfer-Einbahnstraßen“ (Egon Endres) zu gebären, während wir gleichberechtigte Partnerschaften benötigen. Der langfristige Effekt einer solchen strategischen Ausrichtung liegt auf der Hand: In gemeinschaftlicher Praxis können die lokalen gesellschaftlichen Gruppen ein besseres gegenseitiges Verständnis entwickeln, das in einen neuen, ergänzenden Mix der Wohlfahrtsproduktion münden könnte. □

Unternehmen generieren nicht nur Wert durch die Produktion von Gütern und Dienstleistungen. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen sind in ihr lokales Umfeld gut eingebettet.

Kontakt

Bertelsmann Stiftung – Programm Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
Carl-Bertelsmann-Str. 256, 33311 Gütersloh
Tel. 05241 81 81275
www.bertelsmann-stiftung.de/csr

Unternehmen in weltweiter Verantwortung: Studierende diskutieren am Frankfurter Flughafen

Die Herausforderungen an international tätige Unternehmen werden angesichts rasant voranschreitender ökonomischer und kultureller Veränderungsprozesse komplexer. Um in dieser neuen Unübersichtlichkeit Orientierung zu finden, verspricht allein ein multiperspektivischer Dialog zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft Erfolg. Diese Consulting Akademie 2012 brachte dazu 22 ausgewählte und mit einem Stipendium ausgestattete Studierende in einen Dialog mit Vertretern der Unternehmen und der Wissenschaft. VON CHRISTOPH SCHANK

Die Consulting Akademie Unternehmensethik bot im August bereits im zehnten Jahr ein Dialogforum, in dem Studierende aller Fachrichtungen im engen Austausch mit Praktikern und Theoretikern standen. Die von der Universität St. Gallen und der Evangelischen Akademie der Pfalz getragene Veranstaltung versteht sich als Scharnierfunktion zwischen Hochschulen und Unternehmen. Über fünf Tage hinweg regt sie interdisziplinäre Diskussionen an, schafft Bewusstsein für Fragen eines moralisch integren Wirtschaftens und trägt zur wirtschafts- und unternehmensethischen Bildung zukünftiger Fach- und Führungskräfte bei. In diesem Jahr bot die Fraport AG am Flughafen Frankfurt einen Rahmen, der wie kaum ein zweiter dem Thema globale Unternehmensverantwortung gerecht wird.

Werte-Management gegen Korruption

Die Fraport AG trat dabei nicht nur als Förderin und Gastgeberin, sondern auch als zentrales Diskussionsthema in Erscheinung, an dem sich Chancen und Risiken eines globalen Wettbewerbs exemplarisch herausarbeiten lassen. Angesichts des sich verschärfenden Wettbewerbs der Infrastrukturdienstleister im langfristig stark zunehmenden Luftverkehr ist kontinuierliches Wachstum zu einem bestimmenden Erfolgsfaktor geworden. Dabei gehen die gestiegene Wirtschaftlichkeit und Mobilität für Fluggäste nahezu zwangsläufig mit ökologischen und lokalen Bedenken, etwa seitens

der Anwohner, einher. Umso wichtiger ist, dass dieses Wachstum nicht regel- und zügellos erfolgt. Wie Integrität sichergestellt und kriminelle Handlungen wirksam unterbunden werden können, schilderte Clemens von Stockert, Leiter des Fraport Werte-Managements: Die Frankfurter Airport-Manager verweisen als Pioniere eines systematischen Werte-Managements auf große Erfahrung in Sensibilisierung und Schulung ihrer Entscheidungsträger. Nur so lässt sich im Rahmen einer weltweiten Geschäftstätigkeit auch dort Korruption wirksam bekämpfen, wo sie einer vermeintlich anderen kulturellen und rechtlichen Bewertung unterliegt.

Fluggäste tragen Verantwortung

Jedoch wäre es verkürzt, soziale und ökologische Auswirkungen des Luftverkehrs zur alleinigen Verantwortung von Fluggesellschaften und Flughafenbetreibern zu erklären. Schließlich wird das Wachstum der Branche unmittelbar von der gestiegenen Nachfrage gesteuert. Jan-Moritz Jericke von der atmosfair GmbH führte in das Instrument der CO₂-Kompensation von Flugreisen durch eine freiwillige Abgabe der Passagiere ein. Mit dieser werden vorwiegend in Entwicklungsländern klimaschützende Maßnahmen unterstützt. Dabei ist Kompensation jedoch kein Königsweg. Klimaschädliche Emissionen zu kompensieren ist erst dann angemessen, wenn die Möglichkeiten zur Vermeidung und Reduzierung ausgeschöpft wurden.



Dr. Christoph Schank

› ist Direktor der Consulting Akademie Unternehmensethik (zusammen mit Dr. Kristin Vorbohle) und Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen

E-Mail: christoph.schank@unisg.ch



Teilnehmer der
Consulting
Akademie 2012

Schulung statt „comply-or-die“

Die von weltweit unterschiedlichen Rechtssystemen und politischen Rahmenbedingungen ausgehenden Szenarien rückten im zweiten Themenschwerpunkt in den Mittelpunkt: die Zunahme und Vertiefung globaler Lieferketten. Die Diskutanten Prof. Dr. Martin Müller (Universität Ulm), Norbert Jungmichel (Systain Consulting) und Rolf Heimann (hessnatur) konnten als Wissenschaftler, CSR-Strategieberater und Vertreter eines produzierenden Unternehmens einen umfassenden Einblick in die Herausforderungen weltumspannender Lieferketten geben. Aus allen Perspektiven betrachtet ist die Botschaft eine einmündige: Für Lieferanten in Staaten, die sich etwa hinsichtlich des Einsatzes von Kinder- und Zwangsarbeit oder der Verletzung internationaler Arbeitsnormen als kritisch erwiesen haben, sind verbindliche Vorgaben durch die westlichen Abnehmer eine notwendige, keinesfalls aber eine hinreichende Bedingung für eine nachhaltig menschenwürdige Produktion. Spielregeln müssen klar formuliert und anerkannte Kriterienkataloge wie der Global Compact oder die ILO-Kernarbeitsnormen dabei die Basis bilden. Lieferanten in Schwellen- und Entwicklungsländern über einen vertretbaren Zeitraum hinweg zu entwickeln und ihnen die soziale, ökologische, aber auch ökonomische Notwendigkeit dieser Maßnahmen nahezu legen, ist die entscheidende Schlüsselfunktion. Dies ist, so die drei Experten, einer bedingungslosen comply-or-die-Haltung vorzuziehen.

Zehnjährige Erfolgsgeschichte

Über diese und weitere Themen hinaus sind es interaktive und diskursive Momente, die den Charakter der Akademie ausmachen. Die Problemlösungskompetenz der Stipendiatinnen und Stipendiaten wird über eigenständig zu bearbeitende Fallstudien aufgebaut, während angeleitete Debatten dazu befähigen sollen, Standpunkte herauszuarbeiten und argumentativ zu vertreten. Die Veranstaltung ist eingebettet in ein attraktives Rahmenprogramm.

Das Format der Consulting Akademie Unternehmensethik ist eine Erfolgsgeschichte, dessen Notwendigkeit angesichts der noch immer marginalen Verankerung wirtschafts- und unternehmensethischer Inhalte gerade in den wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen heute mehr denn je gegeben ist. Die seit zehn Jahren beständige Nachfrage seitens Studierender verschiedenster Fachrichtungen und Hochschulen im deutschsprachigen Raum verdeutlicht, dass die Akademie an einem konkreten Bedarf ansetzt und dringend benötigtes Orientierungswissen vermittelt. Nur so kann dazu beigetragen werden, dass sich Entscheider und Wirtschaftsführer der Zukunft gewappnet zeigen, um in kritischen Dialogen und auch unter dem Eindruck (vermeintlicher) ökonomischer Sachzwänge zu reflektierten und nachhaltige Weichenstellungen zu finden. □

Studien

Transparency International

Transparency in Corporate Reporting: Assessing the World's Largest Companies

Nachhaltigkeitsberichterstattung gehört für multinationale Konzerne zum guten Ton. Doch wie transparent sind solche Berichte mit Blick auf die unternehmerische Transparenz und die Anti-Korruptionsmaßnahmen der Unternehmen? Um eine Antwort zu finden, hat Transparency International die Berichte der 105 größten, börsennotierten Unternehmen der Welt untersucht und in verschiedenen Kategorien gerankt.

PDF: http://www.link.csr-news.net/7_service6

CSR in Deutschland

Statusbericht Unternehmen

Im März 2011 haben die 30 DAX-Unternehmen sich verpflichtet, den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Anfang Juli legten die Unternehmen der zuständigen Familienministerin den ersten Statusbericht vor. Darin geben sie ihre jeweiligen Frauenanteile an der Gesamtbelegschaft und den Führungsposition Ende 2010 an.

PDF: http://www.link.csr-news.net/7_service7

Jutta Knopf, Walter Kahlenborn und Thomas Hajduk

Abschlussbericht zu „CSR – Made in Germany“

Im Dezember 2011 stand die CSR-Konferenz der Bundesregierung unter dem Motto „CSR – Made in Germany“. In einer Studie ließ das zuständige Bundesministerium für Arbeit und Soziales mögliche Szenarien für „CSR – Made in Germany“ erarbeiten. Grundlage waren Interviews mit relevanten Vertretern und Staat und Wirtschaft. Interessierte finden die Ergebnisse in dem Abschlussbericht.

PDF: http://www.link.csr-news.net/7_service5

Business Action for Sustainable Development

Dokumentation des Rio +20 Business Day

Am 19. Juni fand im Rahmen des Rio +20 Gipfels der „Business Day“ mit über 800 Entscheidern aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft statt. Gemeinsam gingen sie in 25 verschiedenen Sitzungen der Frage nach, was Unternehmen zur Umsetzung der Ziele des Gipfels beitragen können. Die nach Branchen und Themen zusammengefassten Ergebnisse liegen in einer Tagungsdokumentation vor.

PDF: <http://basd2012.org/>

Ihre neue Publikation auf CSR NEWS

Sie wollen die Fachwelt gezielt über Ihre neue Veröffentlichung zu den Themen CSR, Nachhaltigkeit oder Wirtschafts-/Unternehmensethik informieren? Nutzen Sie die Website und den Newsletter von CSR NEWS. Hier erreichen Ihre Informationen nicht nur gezielt diejenigen, für die sie bestimmt sind. Sie bleiben zudem für die Stichwortrecherche langfristig erhalten. Gerne informieren wir Sie näher:

➔ marketing@csr-news.net



Literatur

☉ *UN Global Compact*

Global Compact International Yearbook 2012

Mediengruppe Macondo, 15.7.2012, 191 S., 3981354036

Der Global Compact ist das weltweit größte CSR-Netzwerk. Das Jahrbuch 2012 fasst alle wesentlichen Entwicklungen zusammen und konzentriert sich besonders auf den Rio +20 Gipfel, strategische Philanthropie, CSR in Südamerika und Corporate Foresight.

☉ *Pushpa Sunda*

Business and Community: The Story of Corporate Social Responsibility in India

SAGE Publications India Pvt Ltd, 29.11.2012, 392 S., 8132109554

Indien ist nicht nur die größte Demokratie der Welt, sondern gehört auch zu den aufstrebenden Wirtschaftsmächten. Welchen Stellenwert hat CSR auf dem indischen Subkontinent? Darauf gibt der Autor in seiner ausführlichen Darstellung Antwort und will zugleich Indiens Unternehmen für CSR gewinnen.

☉ *Ralph Tench, William Sun und Brian Jones*

Corporate Social Irresponsibility: A Challenging Concept

Emerald Group Pub, 6.11.2012, 300 S., 1780529988
Kritiker von CSR machen sich selten die Mühe, ihre Position mit guten Argumenten zu begründen. Dieses Buch ist eine der wenigen Ausnahmen, die CSR einer gründlichen Kritik unterziehen und ein Gegenkonzept in den Raum werfen: unternehmerische Verantwortungslosigkeit.

☉ *Sabri Boubaker Duc Khuong Nguyen*

Board Directors and Corporate Social Responsibility

Palgrave, 30.10.2012, 288 S., 0230389295

CSR in Großunternehmen hängt maßgeblich von dem Engagement des Vorstands ab. Dieser Sammelband fasst neueste Forschungsergebnisse zum Thema zusammen und liefert Praxisbeispiele aus verschiedenen Ländern.

☉ *Beate Zimpelmann und Dirk Wassermann*

Mitbestimmung und Nachhaltigkeit – Widerspruch oder Chance?: Eine empirische Untersuchung in deutschen Großunternehmen

Edition Sigma, 30.7.2012, 240 S., 3836087448

Die betriebliche Mitbestimmung durch Arbeitnehmer gilt als eine der Stärken der Wirtschaftsordnung in Deutschland. Trägt es auch dazu bei, dass Unternehmen verantwortlicher sind? Anhand von 13 Fallstudien

untersuchen die Autoren die Konstellation zwischen Unternehmensleitung, Betriebsrat und NGOs und fragen nach dem Zusammenhang mit der CSR-Politik des Unternehmens.

☉ *Marin Muchitsch*

Die Corporate-Social-Responsibility-Politik der Europäischen Kommission: Lobbyismus als Machtfaktor

Gabler, 16.5.2012, 101 S., 3834928828

Die neueste CSR-Kommunikation der Europäischen Kommission hat mit ihrer neuen CSR-Definition für viel Aufruhr gesorgt. Sie markiert eine Kehrtwende weg von dem bis dahin gültigen freiwilligen CSR-Verständnis. Wie CSR überhaupt auf die EU-Ebene kam und warum bis 2011 die Freiwilligkeit das zentrale Element war, zeigt der Autor auf kurzweilige und anschauliche Weise.

☉ *Giulio Sapelli*

Morality and Corporate Governance: Firm Integrity and Spheres of Justice

Springer, 30.11.2012, 120 S., 8847027837

Die Integrität des Unternehmens steht im Zentrum einer richtig verstandenen CSR. Diese Integrität müsse sich unterschiedlichen Kriterien stellen, abhängig von dem zugrunde liegenden Gerechtigkeitsverständnis. Das ist die These von Giulio Sapelli. Praxisbeispiele schöpft er aus seiner Erfahrung als Consultant für Großunternehmen.

☉ *Samuel O. Idowu, Nicholas Capaldi, Liangrong Zu und Ananda Das Gupta*

Encyclopedia of Corporate Social Responsibility

Springer, 30.11.2012, 2400 S., 3642280870

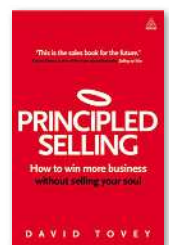
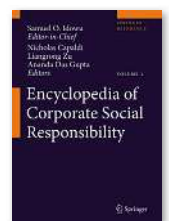
Die Verbreitung und Bedeutung von CSR kann man u.a. an der zunehmenden Zahl von Nachschlagewerken ablesen. Die fünfbandige Enzyklopädie zu CSR ist sowohl für die Wissenschaft als auch die Praxis gedacht und reicht von A wie „AA1000“ bis Z wie „Zen and CSR“.

☉ *David Tovey*

Principled Selling: How to Win More Business Without Selling Your Soul

Kogan Page, 3.10.2012, 208 S., 074946657X

Ein guter Verkäufer kann Eskimos einen Kühlschrank andrehen – so ein klassisches Stereotyp. Dass es auch anders geht, zeigt der Autor in diesem praktischen Ratgeber für Verkäufer. Tovey stützt sich dabei auf über 20 Jahre im gehobenen Management und der Beratung großer Unternehmen.



Events



☉ *Humboldt Universität Berlin*

04.-06.10., Berlin, 5th International Conference on Corporate Social Responsibility – The Future of CSR

Alle zwei Jahre veranstaltet die Humboldt Universität Berlin eine der europaweit größten Fachkonferenzen zu CSR. Dieses Jahr steht die Frage im Vordergrund, wie die rasanten Entwicklungen bei Standards und Organisationen in Zukunft harmonisiert werden können. Die Konferenz richtet sich an Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Wissenschaft. Es gibt keine Anmeldefrist.

Infos: <http://www.csr-hu-berlin.org>

☉ *Forschungszentrum für Umweltpolitik der Freien Universität Berlin*

5./6.10, Berlin, Berlin Conference on the Human Dimensions of Global Environmental Change

Nachhaltige Entwicklung wird häufig auf Umweltaspekte verengt, die menschliche Dimension dabei unterschätzt. Bei der nunmehr elften Conference on the Human Dimensions of Global Environmental Change stehen zwei Fragen im Vordergrund: Wie kann die Forschung Nachhaltigkeitspolitik zeitnah unterstützen und wie kann die Schnittstelle zwischen Politik und Wissenschaft optimiert werden?

Infos: <http://www.berlinconference.org/2012/>

☉ *Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung*

11./12.10., Berlin, Internationaler Kongress „Städtische Energien“

Immer mehr Menschen leben in Städten, entsprechend fällt hier ein großer Teil des privaten, aber auch gewerblichen Energieverbrauchs an. Das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung lädt zu einem internationalen Kongress „Städtische Energien“, um über die urbane Energieversorgung der Zukunft zu diskutieren. Die Veranstaltung richtet sich an Politik, Planung, Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft.

Infos: http://www.link.csr-news.net/7_service1

☉ *Greenpeace*

12./13.10., Köln/Bonn, Alanus Hochschule, Energiekongress 2012: Wege zu einer sauberen Energiewirtschaft

Deutschland hat als eine der ersten Industrienationen die Energiewende eingeläutet. Mit dem Aufbruch in eine postfossile Energiezukunft sind viele Fragen verbunden – nach den richtigen Technologien, der politischen Machbarkeit und der Wirtschaftlichkeit. Der Energiekongress lädt zum Dialog mit Experten ein.

Infos: http://www.link.csr-news.net/7_service2

☉ *Grüne Liga, Stadt Erfurt, LA21 Erfurt, CivixX, LE-Regio*

15./16.10., Erfurt, Nachhaltigkeit gestalten – Selbst ist die Region! Netzwerk21Kongress

Global denken, lokal handeln – dieses Motto treibt weltweit Kommunen und Städte an, die im Rahmen der Lokalen Agenda 21 zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Auf dem 6. Netzwerk21Kongress haben Akteure aus allen Bereichen Gelegenheit, sich auszutauschen und neue Initiativen kennenzulernen. Ferner wird bei der Gelegenheit Zeitzeiche(N), der Deutsche Lokale Nachhaltigkeitspreis, verliehen.

Infos: http://www.link.csr-news.net/7_service3

☉ *HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, Steinbeis-Hochschule Berlin, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Erasmus Universität Rotterdam*

25./26.10., Zürich, Finethikon 2012

Die Finanzbranche hat seit der Finanzkrise und diversen Skandalen stark an Vertrauen verloren.





Besucher des dritten Finethikon diskutieren, wie Finanzinstitute verlorenes Vertrauen wiedergewinnen und Verantwortung leben können. Teilnehmen können sowohl Wissenschaftler als auch Praktiker.
Infos: http://www.link.csr-news.net/7_service4

☉ **Fairena**

**20./21.10., Reithalle München,
Öko-Bio-Fair Trade**

Fair gehandelte und ökologisch hergestellte Produkte erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Die Fairena Messa spricht sowohl Unternehmen als auch Verbraucher an, die sich für diesen wachsenden Markt interessieren und sich dabei über Neues in Sachen Nachhaltigkeit informieren wollen.
Infos: <http://www.fairena-messe.org/>

☉ **Der Tagesspiegel, Charta der Vielfalt**

8./9.11., Berlin, Diversity 2012

Diversity oder Vielfalt ist einer der stärksten Trends in der Wirtschaft und zugleich eine Herausforderung für

viele Unternehmen. Die Konferenz „Diversity 2012“ will den Austausch von Best-Practice-Beispiele befördern. In vier Workshops wird der Schwerpunkt auf dem Verhältnis von Diversity und Innovation liegen. Eingeladen sind Verantwortliche und Interessierte aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft.
Infos: <http://www.diversity-konferenz.de/>

☉ **Colabora, forum CSR international, Organic services**

27.-28.11., Bonn, World Conference Center, Sus-Con 2012: Green Economy – from intention to action

Es wird viel über die „Green Economy“ gesprochen, die Wachstum mit Nachhaltigkeit zu verbinden verspricht. Doch wie wird aus der Vision Realität und welchen Beitrag können Unternehmen, Politik und Verbraucher leisten? Auf der diesjährigen SusCon werden wieder profilierte Sprecher aus der ganzen Welt Antworten geben. Bis zum 31. Juli profitieren Interessenten von einem Frühbucherrabatt.
Infos: <http://www.suscon.net/>

Erster Entwurf zu neuen GRI-Berichtsrichtlinien

Die häufig genutzten Berichtslinien der Global Reporting Initiative (GRI) befinden sich in einem aufwendigen Überarbeitungsprozess. Seit Juni liegt nun ein erster, umfassender Entwurf der nächsten Version (G4 Guidelines) vor. Er konnte bis Ende September in einer öffentlichen Konsultation kommentiert werden. Die Ergebnisse der Konsultation werden in die weitere Arbeit an dem Entwurf einfließen.

Infos: www.link.csr-news.net/7_service8

EMAS Preis Wassermanagement

Mit dem EMAS-Award werden jährlich herausragende Beispiele des betrieblichen Umweltschutzes ausgezeichnet. Der diesjährige Preis ist dem

Aspekt Wassermanagement gewidmet und zeichnet EMAS-zertifizierte Unternehmen aus, die besonders effektiv Wasser einsparen und dessen Qualität verbessern. Die Gewinner werden am 29. November in Brüssel geehrt.

Infos: www.link.csr-news.net/7_service9

Tagungsdokumentation Online: CSR – Die Rolle des Mittelstandes

Im April 2012 fand die Auftaktveranstaltung des Förderprogramms „Gesellschaftliche Verantwortung im Mittelstand“ statt. Die Ergebnisse dieser Veranstaltung, u. a. Best Practices aus verschiedenen Branchen und Regionen, können Teilnehmer und Interessierte online abrufen.

Infos: www.link.csr-news.net/7_service10

CSR im Web



Aktion „Elektronik hilft“

Würzburg/Bonn (csr-news) – Zweite Runde für die Aktion „Elektronik hilft“. Bereits im vergangenen Jahr hat das Fachmagazin Elektronikpraxis aus dem Verlag Vogel Business Media im Rahmen eines Sonderhefts auf die katastrophale Lage in Ostafrika hingewiesen. Damals wurden rund 60.000 Euro Spenden von Lesern und Anzeigenkunden vereinbart. Die humanitäre Lage ist nach wie vor angespannt, deshalb nun die zweite Auflage der Spendenaktion.

Aufgerufen sind die Leser und Anzeigenkunden des Fachmagazins Elektronikpraxis. Die Redaktion erstellt ein Sonderheft mit dem Themenschwerpunkt Ostafrika. Alle enthaltenen Anzeigen werden als Spenden behandelt, deren Erlöse komplett an die Hilfsorganisation „Care Deutschland“ gehen. Die anfallenden Produktionskosten werden vom Verlag übernommen. Für die Leser besteht die Möglichkeit, direkt an Care zu spenden. Die Redaktion der Elektronikpraxis will in einer der kommenden Ausgaben über die Verwendung der Spendengelder berichten. Aber mit der Aktion soll auch ein erweiterter Blick auf einzelne afrikanische Regionen geworfen werden. Längst haben sich neben allen

Problemen auch positive Entwicklungen beobachtet, bei denen oftmals auch Elektronik eine Rolle spielt. Das Sonderheft berichtet über zahlreiche Beispiele aus dem Leben der Menschen in Ostafrika. Wer mal einen Blick in das Sonderheft aus dem letzten Jahr werfen will, hat dazu auf der Website der Elektronikpraxis die Gelegenheit.

In diesem Jahr besteht zudem die Möglichkeit, eine Publikation von Care-Deutschland zu unterstützen. Bereits zum siebten Mal wird bis Dezember 2012 das Sonderheft „Care affair“ produziert. In diesem Jahr mit dem Themenschwerpunkt „Jung“. Für Unternehmen, die ihr Engagement noch intensivieren wollen, bietet sich die Möglichkeit im Rahmen eines Sponsoring-Vertrags die Publikation zu unterstützen. Einen Blick in vergangene Ausgaben bietet die Website von Care.

Ansprechpartner

Für die Aktion „Elektronik hilft“ stehen die Mediabroker der Elektronikpraxis zur Verfügung. Bei Care wird das Magazin „Care affair“ von Pressesprecherin Sabine Wilke koordiniert.

→ www.elektronikpraxis.de



Nehmen Sie an der Redaktionskonferenz teil

Einmal im Monat lädt Achim Halfmann, Chefredakteur von CSR MAGAZIN zur offenen Redaktionskonferenz. Nutzen Sie die Chance und treten Sie in den Dialog. Via Skype können Sie sich einklinken und mitdiskutieren. Bringen Sie Ihre Themen ein, diskutieren Sie mit und

gestalten Sie das Agenda-Setting der jeweils aktuellen Ausgabe.

Bei Interesse schicken Sie einfach eine Mail an:
achim.halfmann@csr-news.net

→ Bequem vom Büro-Schreibtisch aus zuhören und mitdiskutieren. Offene Redaktionskonferenz via Skype.

Eine Ausgabe verpasst?

Bestellen Sie fehlende Exemplare hier zum Preis von 15 Euro*:



*Achtung: Ausgabe 1/2011 und 2/2011 sind bereits vergriffen.

Christine Bausenwein
christine.bausenwein@vogel.de
Tel: +49 0931 418 2028
Fax: +49 0931 418 2860

CSR-MAGAZIN gibt es auch als digitales Magazin in der „Vogel Kiosk App“.

Die Experten für Verlage und Medien




Wir gratulieren zur Auszeichnung zum
„Fachmedium des Jahres 2012“ in der
Kategorie **„Beste Neugründung“**
und bedanken uns für die erfolgreiche
Zusammenarbeit.



DATA  **M**
S E R V I C E S

DataM-Services GmbH
Franz-Horn-Straße 2
97082 Würzburg
Tel. +49 931 4170-401
www.datam-services.de



Ihr Unternehmen
zeigt Verantwortung?
Ausgezeichnet!

JETZT BEWERBEN!
8.10.–23.11.2012
WWW.CSR-PREIS-BUND.DE



CSR-PREIS
DER BUNDESREGIERUNG

Mit dem CSR-Preis der Bundesregierung werden kleine und große Unternehmen ausgezeichnet, die ihre Geschäftstätigkeit dauerhaft sozial, ökologisch und ökonomisch verträglich gestalten.

Unternehmens**W**erte
CSR Made in Germany



Bundesministerium
für Arbeit und Soziales