

Nachhaltigkeit

Verankert in Leitbild und Zielsystem der Unternehmen

Vor 25 Jahren erschien der Abschlussbericht der Kommission der Vereinten Nationen (Brundtland-Bericht) zum Thema nachhaltige Entwicklung. Heute ist das Leitbild der Nachhaltigkeit nicht mehr aus der wirtschafts- und umweltpolitischen Diskussion wegzudenken. Nachhaltigkeit hat sich auch weitgehend in Unternehmen etabliert. Trotz aller Schwierigkeiten bei der Operationalisierung und bei der marktbezogenen Kommunikation hat sich eine prozessorientierte und dreidimensionale Sicht der Nachhaltigkeit in Forschung und Praxis weitgehend durchgesetzt. Danach stellt sie einen kontinuierlichen Prozess dar, in dem die ökonomische, ökologische und soziale Dimension in Unternehmen immer wieder neu abgewogen wird, um die angestrebte Dauerhaftigkeit zu erreichen.

Aus einzelwirtschaftlicher Sicht setzt die Einbeziehung der Nachhaltigkeit in Entscheidungen und Handlungen von Unternehmen eine Konkretisierung voraus. Dabei stellen Verantwortung, ein Denken in Stoffkreisläufen und Kooperation wesentliche Nachhaltigkeitsprinzipien dar, welche bei betrieblichen Aktivitäten zu berücksichtigen sind. Das Verantwortungsprinzip bezieht sich primär auf die normative Komponente und insbesondere auf Aspekte der intra- und intergenerativen Gerechtigkeit. Das Kreislaufprinzip zielt auf den dauerhaften Erhalt der natürlichen Umwelt ab. Das Kooperationsprinzip bringt die Notwendigkeit einer engen Zusammenarbeit der Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungsketten zum Ausdruck.

Eine wirksame Umsetzung der Nachhaltigkeit und ihrer Kernprinzipien erfolgt auf betrieblicher Ebene überwiegend über die Integration der relevanten Aspekte vor allem bezüglich Zielen, Strategien, Strukturen und Prozesse in den Unternehmen. Dabei kommt der Verankerung der Nachhaltigkeitsaspekte in das Zielsystem eine besondere Relevanz zu, denn die Ziele bilden einen wesentlichen Orientierungsraum für alle betrieblichen Entscheidungen und Handlungen. Als Basis hierfür gelten Leitbilder oder Unternehmensgrundsätze, die in zahlreichen Unternehmen auch dokumentiert werden. Sie beinhalten Bekenntnisse des Unternehmens zu wichtigen gesellschaftlichen Themen, Problemen und Problemlösungen. Nachhaltigkeit ist bereits heute ein Bestandteil der Leitbilder in vielen Unternehmen. Dieser Aussage stimmen auch 83 Prozent der 106 befragten Umweltexperten aus Unternehmen im aktuellen IW-Expertenpanel zu. Bei 60 Prozent der Unternehmen wurden konkrete Nachhaltigkeitsziele formuliert. Diese Ziele schlagen sich wiederum in Handlungen nieder. So wurde bei gut 59 Prozent der Befragten Nachhaltigkeit bereits mit dem unternehmerischen Kerngeschäft verknüpft (etwa Entwicklung

von grünen Produkten und Technologien) oder bei der Lieferantenauswahl berücksichtigt. In mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen erfolgt zugleich eine regelmäßige Kontrolle der Erfüllung von Nachhaltigkeitszielen.

Nachhaltigkeit in Unternehmen

Angaben in Prozent



Quelle: IW-Umweltexpertenpanel 2/2012

Befragung von 157 Umweltexperten der Wirtschaft im März/April 2012, Antworten von 106 Umweltexperten aus Unternehmen

Anhand der Befragung lässt sich auch bezüglich der Nachhaltigkeitsmotive erkennen, dass ökonomische Aspekte eine ausschlaggebende Rolle spielen. Nach Ansicht von rund 73 Prozent der befragten Umweltexperten tragen Nachhaltigkeitsaspekte beispielsweise durch Erhöhung der Energie- und Materialeffizienz zur Kostenreduktion bei. Fast zwei Drittel stufen Nachhaltigkeit bei der Erschließung von Zukunftsmärkten als wichtig ein. Während interne Gründe wie Mitarbeitermotivation als wichtige Nachhaltigkeitstreiber angesehen werden (60 Prozent), werden Aspekte der Finanzmärkte wie Unternehmensbewertung (43 Prozent) oder Medienberichterstattung (37 Prozent) als eher nachrangig eingestuft.

Die Umsetzung der Nachhaltigkeit wird in vielen Unternehmen durch strukturell-organisatorische und kommunikative Maßnahmen flankiert. So erfolgt bei 62 Prozent der befragten Unternehmen eine Institutionalisierung durch eine verantwortliche Stelle oder Person. Zudem werden bei knapp der Hälfte der Befragten Nachhaltigkeitsberichte als Kommunikationsinstrument eingesetzt und bei weiteren 10 Prozent eingeplant.

- Nachhaltigkeit
- Entwicklungsländer
- Jahresveröffentlichung
- Materialeffizienz
- Leserbefragung

Unsere
Themen

Entwicklungsländer

Klimaschutz durch Investitionen und Technologietransfer

Europäische oder deutsche Alleingänge beim Klimaschutz führen kaum zu einer merklichen Begrenzung des Treibhausgas-effektes. Nicht nur, weil der Anteil einzelner Länder am globalen CO₂-Ausstoß meist verschwindend gering ist (Deutschland: unter 3 Prozent), sondern auch weil das Wachstum des weltweiten Energieverbrauchs voraussichtlich zu 90 Prozent von Ländern außerhalb der OECD bestimmt sein wird, allen voran China und Indien. Effektiver und effizienter Klimaschutz sollte daher vorwiegend im internationalen Kontext gedacht werden.

Auf politische Signale durch ein neues Klimaschutz-Abkommen darf man hier kurzfristig nicht hoffen. Umso wichtiger ist es, auf andere Anreize zu setzen, damit sich emissionsarme und energiesparende Technologien frühzeitig auch in Schwellen- und Entwicklungsländern (SUE) etablieren können. Dass bedeutet vor allem die Mobilisierung privater Investitionen in erheblichem Umfang.

Für hiesige Unternehmen liegen die wichtigsten Motive für ein Klimaschutz-Engagement in SUEs ohnehin bereits außerhalb eines staatlichen Abkommens, wie die Ergebnisse des aktuellen IW-Umweltexpertenpanels zeigen. Beinahe jedes vierte der 157 darin vertretenen Unternehmen/Mitgliedsunternehmen war schon an Projekten zur CO₂-Reduktion in SUEs beteiligt.

Dabei wird deutlich, dass vor allem gesellschaftliche Leitbilder, die zunehmend durch Aspekte der Nachhaltigkeit geprägt sind, Einfluss auf unternehmerisches Handeln nehmen. So geben über 60 Prozent der Befragten aus Unternehmen und Unternehmensverbänden an, Klimaschutz in SUEs zu unterstützen, um damit eine Corporate Identity zu schaffen, die für Konsumenten, Zulieferer, Investoren oder auch Mitarbeiter attraktiv ist. Vor diesem Hintergrund sind auch freiwillige Selbstverpflichtungen von Unternehmen oder Branchen zu sehen, die an dritter Stelle der Motive zur CO₂-Minderung in SUEs stehen.

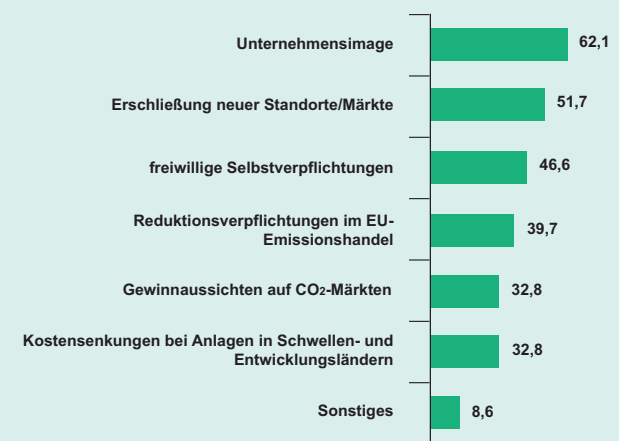
Darüber hinaus hat über die Hälfte der Unternehmen über solche Klimaschutzprojekte einen ersten Zugang zu wachsenden Märkten und neuen Standorten gesucht (52 Prozent). Gerade dieses Motiv macht sich schon seit längerem die Entwicklungszusammenarbeit zu Nutze, indem sie private und gleichzeitig entwicklungspolitischen Zielen dienende Auslandsinvestitionen finanziell fördert und dabei die Erfahrung der einschlägigen Institutionen zur Begleitung der Projekte anbietet.

Immerhin 40 Prozent der Unternehmen engagieren sich aber auch in SUEs, um Verpflichtungen im europäischen Emissionshandel nachzukommen. Damit wird deutlich, dass die marktwirtschaftlichen Elemente des Kyoto-Protokolls Wirkung entfaltet haben. Reduktionsmaßnahmen in Schwellen- und Entwicklungsländern können im Rahmen des sogenannten Clean Development Mechanism (CDM) in europäische Emissionszertifikate umgewandelt werden.

Laut Internationaler Energieagentur legt der weltweite Energieverbrauch innerhalb der nächsten zwei Jahrzehnte um über ein Drittel zu, wobei ein Einwohner Chinas dann noch immer weniger als die Hälfte an Energie verbraucht als ein US-Amerikaner. Ansätze, die die Hebelwirkung von Investitionen hiesiger Unternehmen in SUEs für den Klimaschutz verstärken, werden daher zunehmend wichtiger. Denn anders als die UN-Klimaverhandlungen, die an den Sorgen um Wettbewerbsnachteile und eingeschränkten Wachstumsperspektiven zu scheitern drohen, schaffen sie eine nachvollziehbare Win-Win-Situation.

Gründe für Klimaschutzprojekte in Schwellen- und Entwicklungsländern

Angaben in Prozent



Quelle: IW-Umweltexpertenpanel 2/2012
Befragung von 157 Umweltexperten der Wirtschaft im März/April 2012, Antworten von 58 Experten mit Beteiligung an Klimaschutzprojekten in Schwellen- und Entwicklungsländern

Ein Blick in die Entwicklungszusammenarbeit kann dabei nützlich sein. Hier wird bereits versucht, wirtschaftliche Interessen von Unternehmen mit Entwicklungs- und damit auch Klimaschutzzielen zu verbinden (z. B. in öffentlich-privaten Entwicklungspartnerschaften). Allerdings wird der hohe bürokratische Aufwand seitens der Unternehmen für öffentlich geförderte Projekte bemängelt (62 Prozent). Das zeigt eine weitere Panelfrage nach Ansätzen zur Verbesserung der Investitionsanreize.

http://www.deginvest.de/deg/DE_Home/Leistungsangebot/Foerderprogramme/index.jsp

Jahresveröffentlichung IW-Umweltexpertenpanel

Die Auswertungen zu allen Fragen, die dem IW-Umweltexpertenpanel im vergangenen Jahr vorgelegt wurden, sind nun in einem Dokument zusammengefasst. Diese Jahresveröffentlichung können Sie [hier](#) herunterladen.

Materialeffizienz

Erfolge schwer messbar

Das Thema Materialeffizienz hat in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung in der Politik gewonnen. Seit 2005 wurde eine Reihe von Institutionen gegründet, um die Materialeffizienz in deutschen Unternehmen zu steigern, zum Beispiel die Deutsche Materialeffizienzagentur (demea, 2005), das Netzwerk Ressourceneffizienz (2007) oder das Zentrum für Ressourceneffizienz vom Verband Deutscher Ingenieure (VDI ZRE, 2009). Nicht nur in der Politik, auch in den Unternehmen wird dem Thema Materialeffizienz ein immer höherer Stellenwert eingeräumt. Eine Befragung des Ifo-Instituts von 2011 zeigt, dass bei einer deutlichen Mehrheit der Unternehmen die Bedeutung der Material- und Ressourceneffizienz in den vergangenen drei Jahren zugenommen hat.

Die Anstrengungen der Politik zielen darauf ab, über das Thema Materialeffizienz zu informieren und Unternehmen bei der Identifikation von Ansatzpunkten für Materialeffizienzsteigerungen sowie bei deren Umsetzung zu unterstützen. Die Politik arbeitet mit einer breiten Methodenvielfalt, um die Materialeffizienz in den Unternehmen zu steigern. Der Instrumentenmix fängt bei der Öffentlichkeitsarbeit an und geht über die externe Beratung bis hin zu Finanzierungsangeboten für konkrete Maßnahmen. Zum Beispiel wird seit 2004 jährlich der deutsche Materialeffizienzpreis ausgelobt, seit 2006 läuft das Programm für die Beratung von kleinen und mittleren Unternehmen zur Verbesserung der Materialeffizienz (VerMat) und über das Projekt „go-Inno“ sind seit 2011 Zuschüsse für Investitionen in die Rohstoffeffizienz erhältlich. Es stellt sich hierbei die Frage, was durch diese Programme bislang an Material- oder Kosteneinsparungen in den Unternehmen angestoßen beziehungsweise umgesetzt wurde.

Einige Programme zur Steigerung der Materialeffizienz werden recht detailliert ausgewertet. Zum Beispiel wurden durch den PIUS-Check (PIUS: Produktionsintegrierter Umweltschutz) in Nordrhein-Westfalen bis heute jährlich zwölf Millionen Euro im Produktionsprozess der Unternehmen eingespart. Darüber hinaus werden 1,2 Millionen Kubikmeter weniger Wasser benötigt. Die gesamtwirtschaftlichen Einsparungen über alle Programme hinweg sind hingegen unklar. Eine Auswertung aller Einzelmaßnahmen wäre aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten zur Steigerung der Materialeffizienz in den Unternehmen kaum handhabbar. Um die Ergebnisse der Materialeffizienzpolitik in der Volkswirtschaft zu messen, muss daher ein geeigneter Indikator definiert werden. Dieser Indikator muss einigen Anforderungen genügen.

Wie andere Indikatoren auch muss er praktikabel und transparent sein. Das heißt, er muss einfach berechnet und nachvollzogen werden können, auch von Personen, die nicht unmittelbar mit dem Thema Materialeffizienz befasst sind. Darüber hinaus muss er die Materialeffizienz in den

Unternehmen angemessen adressieren. Aus Perspektive der Unternehmen stehen Materialkosten im Vordergrund. Sie sind ein Hauptmotiv dafür, die Materialeffizienz zu steigern. Der Indikator muss also die Materialeffizienz in Euro ausdrücken.

In ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung lässt die Bundesregierung unter anderem die Steigerung der Materialeffizienz messen. Das Statistische Bundesamt berechnet dazu die „Rohstoffproduktivität“. Die Rohstoffproduktivität ist der Quotient aus der Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts (in Euro) und der Entwicklung des eingesetzten abiotischen Primärmaterials (in Tonnen). Sie drückt also aus, wie viel Bruttoinlandsprodukt pro eingesetzter Tonne Primärmaterial erwirtschaftet wurde. Dieser Indikator ist zwar praktikabel und transparent. Er adressiert jedoch nicht angemessen die Materialeffizienz in den Unternehmen. Der Materialeinsatz geht für alle Materialien pauschal in Tonnen in den Indikator ein. Der effiziente Einsatz von Materialien, die zwar nur in kleinem Umfang verbraucht werden, dafür aber sehr teuer sind, wird damit nicht angemessen berücksichtigt. Zielsetzung bei der Materialeffizienz ist es aber gerade, effizient mit besonders knappen Ressourcen umzugehen. Zu Kritik am Indikator hat auch das Bruttoinlandsprodukt im Zähler geführt. Beim Bruttoinlandsprodukt im Zähler wird die Materialintensität der zugrunde liegenden Wertschöpfung nicht berücksichtigt. Es spielt also für den Wert des Indikators keine Rolle, ob zum Beispiel 25.000 Euro Wertschöpfung durch die Herstellung eines Autos oder durch eine Finanzdienstleistung erbracht werden. Die Rohstoffproduktivität eignet sich daher kaum als Indikator, um die Materialeffizienz in Unternehmen zu bewerten.

Ein aussagekräftiger Indikator muss den Materialverbrauch in ein angemessenes Verhältnis zu den Kosten setzen. Dazu muss er unter anderem unterschiedliche Knappheiten einzelner Materialien berücksichtigen. Ein effizienterer Einsatz knapper und teurer Metalle in der Halbleiterindustrie muss im Indikator also anders gewichtet werden, als eine mengenmäßig identische Effizienzsteigerung von den in Deutschland reichlich vorhandenen Rohstoffen Kies, Sand oder Schotter, die vorwiegend in der Bauwirtschaft eingesetzt werden. Fraglich ist daher, ob ein branchenübergreifender Indikator über alle Materialien hinweg überhaupt sinnvoll für die Bewertung der Materialeffizienz sein kann. Ebenfalls denkbar wäre nämlich ein branchen- oder stoffbezogenes Indikatorenset. Unterschiedlichen Materialinputs, Produktionsprozessen und Organisationsstrukturen in den Unternehmen könnte damit besser Rechnung getragen werden. Es ist jedoch zu bedenken, dass mit einem Set mehrerer Indikatoren auch eine höhere Komplexität einhergeht. Eine höhere Komplexität wirkt sich wiederum zu Lasten der Transparenz aus.

Leserbefragung

Umfrage in eigener Sache

Seit Oktober 1988 informiert der IW-Umwelt-Service über aktuelle umwelt- und energiepolitische Fragen. Die heutigen Autoren stellten sich zu Beginn des Jahres die Frage, wie dieser Newsletter bei seinen Leserinnen und Lesern ankommt: Ist die Themenauswahl gut? Sind die Beiträge zu kurz oder zu lang? Und wie viel wird überhaupt gelesen? Daraus wurden zehn Fragen, die im Februar und März dieses Jahres in Form einer Online-Befragung an die Leser verschickt wurden. Von den 1.200 Angeschriebenen antworteten 182 Personen.

Die Leser: Sie kommen zu großen Teilen aus Unternehmen (25,1 Prozent) und Verbänden (21,2 Prozent). Doch die Leserschaft ist weit gestreut: Zu Forschung und Universitäten zählen 15,1 Prozent, zum Bildungsbereich 12,3 und zu Politik und Behörden 12,8 Prozent der Antwortenden. Zu den Medien zählen sich nochmals knapp 9 Prozent der Leser.

Lesegewohnheiten: Fast die Hälfte der Befragten liest den vierteljährlich erscheinenden Vierseiter immer oder fast immer, ähnlich viele gelegentlich. Seltene Leser waren darüber hinaus zu knapp 10 Prozent unter den Befragten. Am häufigsten werden die Ausgaben des Umwelt-Service in den Verbänden gelesen, am seltensten im Bildungsbereich. Wenn der IW-Umwelt-Service weitergeleitet wird, dann am ehesten themenabhängig. Die Verbände betätigen sich hierbei erfreulicherweise am häufigsten als Multiplikatoren.

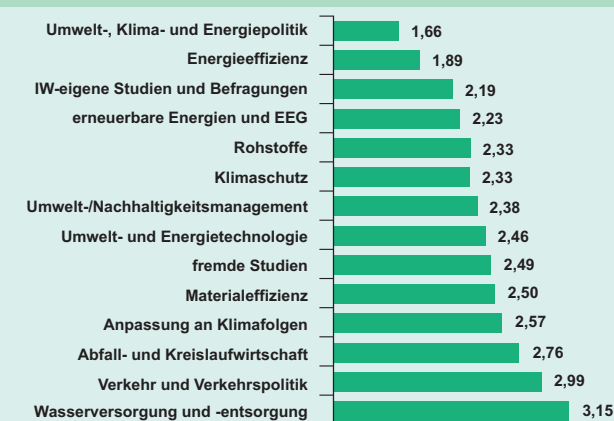
Neuigkeit und Umfang: Enthält der Umwelt-Service für seine Leser Neuigkeiten? Und wie gut ist der Umfang bemessen? Für mehr als jeden fünften Leser sind die Informationen überwiegend neu, für gut zwei Drittel wenigstens teilweise. Der Umwelt-Service trägt somit vor allem zur Information und nicht allein zur Kommentierung bei. Die Länge der Beiträge ist für die große Mehrheit der Leser gerade richtig. Für zu kurz halten sie 10 Prozent der Leser, für zu lang 5 Prozent. Die Vertreter der Wirtschaft äußerten sich hier am zufriedensten.

Die Themen: Die vom IW-Umwelt-Service aufgegriffenen Themen treffen fast immer das Interesse der Leser (siehe Grafik). Besonders stark interessieren sie Fragen der Umwelt-, der Klima- und der Energiepolitik, denen auch ein Großteil der Beiträge zuzuordnen ist. Die Energieeffizienz steht auf dem zweiten Platz. Eigene Studien und Befragungen des Kompetenzfeldes Umwelt, Energie, Ressourcen des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln interessieren noch etwas mehr als die Themen erneuerbare Energien, Rohstoffe und Klimaschutz. Die drei Schlusslichter im Themenranking Abfall- und Kreislaufwirtschaft, Verkehrspolitik und Wasserversorgung und Wasserentsorgung stoßen bei den Lesern immerhin noch auf ein mittelstarkes Interesse.

Die Themen interessieren die Lesergruppen nicht alle gleich stark. Leser aus der Forschung fühlen sich durch die Themenauswahl besonders angesprochen. Am deutlichsten zeigt sich das bei Beiträgen zum Klimaschutz und zur Klimaanpassung. Auch die Leser in Bildungseinrichtungen werden gut erreicht. Unter ihnen gibt es ausgesprochen viele Freunde des Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagements. Im Bereich der Medien tätige Leser suchen überdurchschnittlich stark nach neuen Informationen in IW-eigenen Studien. In Behörden zeigt man hingegen ein etwas verhalteneres Interesse für die Themenpalette des IW-Umwelt-Service.

Themeninteressen der IW-Umwelt-Service-Leser

Mittelwerte mit 1 = sehr interessant und 6 = uninteressant



Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln
Befragung von 182 Lesern des IW-Umwelt-Service im Februar und März 2012

Beurteilung: Gefragt nach einem Gesamturteil antworteten die Leser im Schnitt mit einem „gut“. Unter vier einzelnen Kriterien werden die Aktualität und der Informationsgehalt der Texte ein wenig besser bewertet als Grafiken und Layout. Leser aus den Bereichen Forschung und Wissenschaft sowie aus Verbänden beurteilen den IW-Umwelt-Service am positivsten. Der Informationsgehalt von Texten und Grafiken wird von den Wissenschaftlern am besten beurteilt. Etwas verhaltener bewerteten Leser aus dem Bildungsbereich. Allerdings trifft die Zurückhaltung mehr das Layout als die Aktualität und die Inhalte.

Anregungen: Äußerst vielfältig waren die offenen Antworten zu Themenvorschlägen und zu Anregungen allgemein. Beispiele hierzu sind Corporate Social Responsibility, nachhaltige Finanzwirtschaft, Lärm, Energieforschung und internationale Aspekte. Diese Ergebnisse sind für die Autoren ein Ansporn zur weiteren Verbesserung, auch weil die Befragung gezeigt hat, dass es bislang gut gelungen ist, die Interessen der Leser zu treffen.

Einen kommentierten Foliensatz zu den Antwortverteilungen erhalten Sie [hier](#).