

Die Rolle der Privatwirtschaft

Nachhaltige Unternehmen als Katalysatoren

Von Antje von Dewitz und Lisa Fiedler

Die Privatwirtschaft spielt eine bedeutende Rolle bei der Umsetzung der SDGs. Vor allem die Industrieländer sind in der Pflicht, Unternehmen zu fördern, die Verantwortung übernehmen und im Einklang mit Mensch und Natur wirtschaften.

— In der dritten der fünf politischen Kernbotschaften der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung drückt die internationale Staatengemeinschaft ihre Entschlossenheit aus: Sie will sicherstellen, dass alle Menschen ein erfülltes Leben unter guten Bedingungen führen können (vgl. S. 56). Dass die Anstrengungen in der Armutsbekämpfung verstärkt werden müssen, führen die dramatischen Ergebnisse des Abschlussberichts der Millenniumsentwicklungsziele deutlich vor Augen. Er bilanziert beim Thema Armut (1): Die Anzahl der Menschen, die in extremer Armut leben, also von weniger als 1,25 US-Dollar am Tag, ist seit 1990 um mehr als die Hälfte gesunken. Dennoch trifft dieses Armutskriterium im Jahr 2015 noch immer auf 865 Millionen Menschen weltweit zu. Extreme Armut konzentriert sich dabei mit 80 Prozent auf die beiden Regionen Afrika südlich der Sahara und Südasien.

Ein weiterer Indikator für geringen sozioökonomischen Wohlstand in den Entwicklungsregionen ist die Beschäftigungsquote, also der Anteil der Beschäftigten im erwerbsfähigen Alter an der Bevölkerung. Eine Beschäftigungsmöglichkeit ist eine Grundvoraussetzung, um Wohlstand zu erreichen. Von 1991 bis 2015 ist die Beschäftigungsquote weltweit von 62 auf 60 Prozent gesunken. Besonders stark ist der

„Wir sind entschlossen, dafür zu sorgen, dass alle Menschen ein von Wohlstand geprägtes und erfülltes Leben genießen können und dass sich der wirtschaftliche, soziale und technische Fortschritt in Harmonie mit der Natur vollzieht.“

_ Aus der Präambel der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung zu „Wohlstand“ (Prosperity)

Rückgang in den Entwicklungsregionen mit 3,3 Prozentpunkten im Gegensatz zu einem Prozentpunkt in den entwickelten Regionen. Doch nicht nur zwischen den Ländern, sondern auch innerhalb der Länder hat die soziale Ungleichheit stark zugenommen.

Dass die neuen Ziele nicht nur für Entwicklungs- und Schwellenländern, sondern auch für Industrieländer gelten, ist ein notwendiger Schritt. Industriestaaten, die Länder mit dem größten sozialen Wohlstand, verursachen schließlich die größten Umweltschäden. So lag der durchschnittliche CO₂-Ausstoß 2012 in den entwickelten Ländern bei zehn Tonnen pro Kopf und Jahr, während er in den Entwicklungsregionen nur drei Tonnen maß. Und würden sie ihre Verantwortung für nachhaltige Entwicklung konsequent wahrnehmen, hätte dies die größte Hebelwirkung in der Vermeidung von Umweltschäden weltweit.

Verantwortung hüben wie drüben

Die Privatwirtschaft ist eine bedeutende Akteurin in der Umsetzung der neuen Ziele, denn sie prägt die ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen ihres Herkunftslandes. Unternehmen beeinflussen darüber hinaus durch ihr wirtschaftliches Handeln in globalen Lieferketten die Bedingungen und die Entwicklung in den Ländern ihrer Zulieferer. Das gilt nicht nur für Großkonzerne, sondern auch für international agierende und produzierende kleine und mittlere Unternehmen.

Unternehmen, die bewusst Verantwortung für ihr gesamtes wirtschaftliches Handeln wahrnehmen, sind daher eine wesentliche Säule dafür, weltweiten wirtschaftlichen,

sozialen und technologischen Fortschritt in Einklang mit der Natur zu fördern. Dazu zählt neben der Verantwortung am eigenen Standort für Mitarbeiter(innen) und Produktion auch diejenige in der Lieferkette für Zulieferer, Vorprodukte und die Mitarbeiter(innen) der Zulieferer. Die Verankerung der Verantwortung der Privatwirtschaft und ihrer bedeutenden Rolle in der Agenda 2030 ist daher entscheidend für deren erfolgreiche Umsetzung.

Im Gegensatz zu den vorangegangenen Millenniumsentwicklungszielen wird die Privatwirtschaft in den nachhaltigen Entwicklungszielen direkt adressiert. Unterziel 12.6 fordert, „[d]ie Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu [zu] ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen“. Die Wichtigkeit von Unternehmen für die nachhaltige Entwicklung weltweit wurde in der Agenda 2030 richtig erkannt. Allerdings benennt damit lediglich ein von 169 Unterzielen die Privatwirtschaft konkret, was der Bedeutung ihres Einflusses für Wohlstand und nachhaltige Entwicklung bei Weitem nicht gerecht wird.

Schätzenswert ist die positive und auffordernde Formulierung. Die Zielformulierung lässt jedoch offen, wie es gelingt, Unternehmen dazu zu ermutigen, in Einklang mit und zum Wohle von Mensch und Natur zu wirtschaften. Dazu bedarf es einer konkreteren und mutigeren Aussage wie etwa: Die internationale Staatengemeinschaft ist entschlossen, Anreize zu setzen und staatliche Rahmenbedingungen, etwa rechtliche Vorteile bei Krediten, Steuern oder im internationalen Handel, für nachhaltiges Wirtschaften zu schaffen.

Neues Leitbild für unternehmerisches Handeln

So stellt sich die Frage, durch welche Maßnahmen Unternehmen dazu beitragen können, wirtschaftlichen, sozialen und technologischen Fortschritt in Harmonie mit der Natur zu erzielen und Wohlstand zu fördern. Dafür ist ein neues Leitbild für unternehmerisches Handeln notwendig, das in der gesamten Lieferkette Verantwortung für Mensch und Natur übernimmt. Die Initiative der Gemeinwohlökonomie bietet Unternehmen eine solche Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften. Die Gemeinwohlbilanz bewertet Unternehmen nach ihrem Beitrag für das Gemeinwohl und nicht nur nach ihrem wirtschaftlichen Erfolg. (2)

Doch ist es überhaupt realistisch, nach diesem Leitbild zu wirtschaften? Dass der Weg herausfordernd und lang ist, sehen wir beim Outdoor-Ausrüster VAUDE vor allem bei unseren Materialherstellern und Produzenten in Europa und Asien. Die Umweltauswirkungen sind dort erheblich größer als durch unseren Geschäftsbetrieb am Firmensitz und die Arbeitsbedingungen müssen besonders sorgfältig überprüft werden. Herausfordernd ist dabei, dass wir unsere Materialhersteller und Produzenten vom nachhaltigen Wirtschaften oft erst einmal überzeugen müssen, da es sich um eigenständige Unternehmen handelt. Schwierig ist auch, die komplette Transparenz für die Lieferkette sicherzustellen. Die erforderlichen Daten für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement, wie beispielsweise Wasserverbrauch in der Materialherstellung, sind häufig nicht verfügbar.

Kooperationen mit externen Partnern helfen uns dabei, unseren eigenen Anforderungen gerecht zu werden. Seit 2001 arbeiten wir mit dem strengen textilen Umweltstandard Bluesign zusammen. Dieser Standard stellt sicher, dass nur Materialien verwendet werden, die weder Mensch noch Umwelt belasten. Als Mitglied der Fair Wear Foundation (FWF), einer unabhängigen Non-Profit-Organisation, verpflichtet sich VAUDE, einen strikten Verhaltenskodex für Sozialstandards einzuhalten, der jährlich überprüft wird.

Wir haben auf dem Weg hin zu einem nachhaltigen Unternehmen wichtige Meilensteine erreicht. Es ist uns aber bewusst, dass der Weg noch nicht zu Ende ist. Ein wichtiger nächster Schritt ist, noch tiefer in die Wertschöpfungskette einzusteigen und unsere Materiallieferanten dabei zu unterstützen, ein systematisches Umwelt- und Schadstoffmanagement aufzubauen. (3)

Systemische Herausforderungen nachhaltigen Wirtschaftens

Faire Sozialstandards und umweltfreundliche Alternativen sind oftmals mit höheren Kosten verbunden als konventionelles Wirtschaften. Der Grund dafür ist, dass in der konventionellen Produktion negative soziale und ökologische Auswirkungen auf die Allgemeinheit, sogenannte externe Effekte, entstehen können. Diese verursachen Kosten, die nicht vom Verursacher, sondern von der Allgemeinheit getragen werden, und die nicht in Marktpreis des Produktes eingepreist sind. Produktionsverfahren, die diese negativen Auswirkungen vermeiden, sind in vielen Fällen mit höheren Kos-

„ Lediglich ein von 169 Unterzielen benennt die Privatwirtschaft konkret, was der Bedeutung ihres Einflusses auf Wohlstand und nachhaltige Entwicklung bei Weitem nicht gerecht wird. “

ten verbunden. Diese Kosten trägt der Hersteller und sie wirken sich auf den Marktpreis des Produktes aus. Die durch die höheren Kosten des nachhaltigen Wirtschaftens bedingten höheren Marktpreise führen zu einer weiteren Herausforderung für nachhaltige Unternehmen. Diese müssen das Bewusstsein bei Kund(inn)en und Verbraucher(inne)n für einen nachhaltigen Konsum wecken sowie transparent und glaubwürdig die Differenzierung ihres nachhaltigen Produkts zu konventionellen Alternativen darstellen, um marktfähig zu bleiben.

Um die geschilderten Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen, bedarf es aus unserer Sicht angepasster staatlicher Rahmenbedingungen. Dazu können rechtliche Vorteile für nachhaltige Unternehmen zählen. Zudem ist es sinnvoll, negative Auswirkungen stärker ihrem Verursacher zuzuordnen, der dann für die Kosten aufkommen muss. Ein Beispiel dafür ist, dass jedes Unternehmen verbindlich die von ihm verursachten CO₂-Emissionen kompensiert. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass Unternehmen obligatorisch auch über ihre ökologische und soziale Verantwortung berichten. Dies schafft Transparenz und fördert die Bereitschaft der Kund(inn)en und Konsument(inn)en, sich für nachhaltige Produkte zu entscheiden.

Kurzfristiger Nachteil schmälert wirtschaftlichen Erfolg nicht

Durch die Einführung solcher staatlicher Rahmenbedingungen werden Aufwand und Kosten nachhaltigen Wirtschaftens ausgeglichen. Unternehmen, die bereits nachhaltig wirtschaften, können verstärkt als Katalysatoren wirken. Jene Unternehmen, die noch nicht nachhaltig wirtschaften, werden durch ökonomische und quantifizierbare Vorteile dazu angeregt, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in der Praxis gerecht zu werden.

Vor allem die Industrieländer sind in der Pflicht, als Vorbilder voranzugehen. Sie haben einen deutlichen Erfahrungs- und Technologievorsprung gegenüber Schwellen- und Entwicklungsländern. Insbesondere Deutschland hat die Chance, durch nachhaltige Rahmenbedingungen als Vorreiter langfristig einen Standortvorteil zu gewinnen. Unsere Erfahrungen bei VAUDE und die anderer nachhaltiger Unternehmen zeigen, dass sich ein kurzfristiger wirtschaftlicher Nachteil aufgrund höheren Aufwands und höherer Kosten langfristig in ein Alleinstellungsmerkmal und wirtschaftlichen Erfolg umwandeln lässt. ———

Anmerkungen

- (1) Vereinte Nationen (2015): Millenniums-Entwicklungsziele Bericht 2015, Download: www.un.org/depts/german/millennium/MDG%20Report%202015%20German.pdf
- (2) www.ecogood.org
- (3) Vgl. VAUDE-Nachhaltigkeitsbericht unter <http://nachhaltigkeitsbericht.vaude.com>



Wie lautet Ihr ganz persönliches Nachhaltigkeitsziel?

- a) Dass meine Kinder nachhaltig denkende und handelnde Menschen werden.
- b) Ich motiviere und überzeuge meine Mitmenschen, langfristig und ganzheitlich zu denken und zu handeln.

Zu den Autorinnen

- a) Antje von Dewitz, geb. 1972, ist Geschäftsführerin des Outdoor-Ausrüsters VAUDE. Nach

ihrem Studium der Wirtschafts- und Kulturraumstudien war sie bei VAUDE zunächst als Produktmanagerin, später als Marketingleiterin tätig. 2009 übernahm sie die Geschäftsführung.

b) Lisa Fiedler, geb. 1987, ist Mitarbeiterin des CSR-Teams bei VAUDE und in der Stabstelle für Unternehmensentwicklung tätig. Sie hat Volks- und Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Entwicklungsökonomik und nachhaltige Entwicklung studiert.

Kontakt

Dr. Antje von Dewitz, Lisa Fiedler
VAUDE Sport GmbH & Co. KG
E-Mail Lisa.Fiedler@vaude.com