

Stand 21.03.2012 • Version 1.0

 Ergebnis

Wider die Beliebigkeit von Nachhaltigkeit





Ergebnis

Wider die Beliebigkeit von Nachhaltigkeit

Zahlreiche Unternehmen nennen sich nachhaltig wirtschaftend, sobald sie weniger umwelt-schädlich sind oder die Arbeitsbedingungen ihrer Mitarbeiter verbessern. Nachhaltigkeit ist indes auch ein ökonomisches Prinzip.

Die Geburtsstunde der Nachhaltigkeit war der Moment, in dem Hanns Carl von Carlowitz im Jahre 1713 die Forderung aufstellte, Holz dürfe nur in einem Umfang geschlagen werden, der gewährleistet, dass sich die natürlichen Bestände regenerieren können. Knapp 300 Jahre später verstehen viele Menschen den Begriff der Nachhaltigkeit vorwiegend als ein ökologisches Handlungsgebot und Hanns Carl von Carlowitz als den ersten prominenten Umweltschützer.

In Wahrheit studierte Carlowitz Rechts- und Staatswissenschaften und stellte mit seinem Postulat das universelle Gebot nachhaltigen Wirtschaftens im Sinne eines ökonomischen Prinzips auf: Ressourcen dürfen nur in einem Maß in Anspruch genommen werden, mit dem gewährleistet ist, dass sie nachfolgenden Generationen ungeschmälert zur Verfügung stehen. Das ökonomische Prinzip hat infolge seiner weitgehenden Missachtung in den vergangenen Jahrhunderten nun vermehrt auch Bedeutung in der Ökologie und bei sozialen Aspekten erlangt. Das wahre Potenzial von Nachhaltigkeit erschließt sich nur dann, wenn ein Unternehmen sich vor allem ökonomisch an diesem Prinzip ausrichtet.

Dass Nachhaltigkeit im Wesentlichen ein Gebot praktischer wirtschaftlicher Vernunft ist, lässt sich an den Konsequenzen nachvollziehen, die gravierende Verstöße gegen ökonomische, ökologische oder soziale Regeln nach sich ziehen. Einerlei, ob schlecht gewirtschaftet wird, ob Materialien von Kindern oder in Sklavenar-

beit gefertigt werden, ob Flüsse oder Böden durch rechtswidrige Abfallentsorgung vergiftet werden oder Produkte in den Verkehr gelangen, die gesundheitsschädlich sind: Die Folgen dieser Handlungen gefährden typischerweise auch den Fortbestand eines Unternehmens.

Was bedeutet das nun konkret?

Nachhaltigkeit bedeutet Zukunftsfähigkeit. So verstanden folgt das ökologische oder soziale Engagement keinem Selbstzweck, sondern dient dem Erhalt der Lebensgrundlagen. Bezogen auf ein Unternehmen bedeutet Nachhaltigkeit folglich den Erhalt des Unternehmens zum Nutzen aller Anspruchsgruppen wie zum Beispiel Mitarbeiter, Kunden, Gesellschafter, Lieferanten oder Gemeinden. Die Aspekte der Nachhaltigkeit sind damit Aspekte der Unternehmensplanung und der kontinuierlichen Verbesserung.

Wer Nachhaltigkeit als ökonomisches Handlungsprinzip versteht, dem erweitert sich der Horizont. Um eine Wirtschaftsweise zu pflegen, die gewährleistet, dass die betreffende Organisation auch künftig erfolgreich sein wird, müssen in erster Linie Produkte oder Dienstleistungen angeboten werden, die auch zukünftig noch nachgefragt werden. Idealerweise handelt es sich um Produkte, die auf einen vernünftigen Bedarf in der Gesellschaft stoßen und einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leisten. Hierzu gehört aber auch der verantwortungsvolle Umgang mit den beteiligten ökonomischen, sozialen und ökologischen Ressourcen. Um diesem Anspruch gerecht werden zu können müssen sich Unternehmen im Sinn einer Evolution schnell weiterentwickeln oder aber im Rahmen einer Revolution radikal neu erfinden. Es gibt nur wenige Unternehmen, die nicht vor dieser Herausforderung stehen.



Ergebnis

Wider die Beliebigkeit von Nachhaltigkeit

Die Bewertung von Nachhaltigkeit

In den letzten Jahren wurden eine Reihe von Ansätzen und Katalogen entwickelt, um Nachhaltigkeit zu bemessen. Wie ein Unternehmen seine individuellen Nachhaltigkeitsleistungen objektivieren, verbessern und vergleichen kann, um sich – in diesem Sinne – zukunftsfähig aufzustellen dokumentieren die Grundsätze der Global Reporting Initiative (GRI)

GRI ist eine Initiative, die sich in erster Linie mit Berichterstattung („Reporting“) auseinandersetzt. Dabei geht sie jedoch weit über die Themen zur wirtschaftlichen Unternehmensentwicklung hinaus, die für die Berichterstattung in Jahresabschlüssen eine Rolle spielen. Etwas mehr als 50 Kriterien werden bei GRI in sechs Gruppen eingeteilt, die in ihrer Gesamtheit einen Überblick über alle relevanten Einflussfaktoren auf die Entwicklung eines Unternehmens gewährleisten.

Auch wenn die Global Reporting Initiative anhand dieses Berichtsrahmens in erster Linie für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten geschaffen wurde, stellt sie doch ein hervorragendes Arbeitsmittel dar, das Unternehmen heute zur Verfügung steht, um nachhaltige Entwicklung und damit Zukunftsfähigkeit zu fördern.

GRI – vollständig, systematisch, standardisiert

Sämtliche relevanten Leistungen, seien sie nun ökonomisch, ökologisch oder sozial, werden bei GRI thematisiert und bieten damit den perfekten Rahmen für eine Selbstbeurteilung eines Unternehmens durch dessen Führung. Eine Reihe von Indikatoren sind aufgrund der vergleichsweise dichten Umwelt- und Sozialgesetzgebung in Deutschland allerdings auf viele Unternehmen nicht unmittelbar anwendbar, sondern entfalten ihre Bedeutung erst unter

Berücksichtigung vorgelagerter Prozessketten, also beispielsweise der Lieferanten.

Einer der Vorzüge von GRI ist die Tatsache, dass die Global Reporting Initiative weltweit der führende Rahmen für Nachhaltigkeitsberichterstattung ist und mit großem Aufwand und mit einigen der besten Köpfe dieser Disziplin kontinuierlich weiterentwickelt wird. Dieser Vorteil ist künftig vor allem für Unternehmen signifikant, die ihrerseits Lieferanten von Organisationen sind, die nach diesem Standard berichten, denn sie werden früher oder später zu ihren eigenen Nachhaltigkeitsleistungen befragt werden und können dann in einer Form Auskunft geben, die ihrem Auftraggeber bekannt und für die eigene Berichterstattung nützlich ist.

Die Arbeitsunterlagen von GRI liegen in vielen Sprachen vor und sind auch für Novizen in der Disziplin der Nachhaltigkeit gut handhabbar, da sie zahlreiche Erläuterungen und Hinweise beinhalten und damit eine Arbeitshilfe darstellen, die an Praktikabilität kaum Wünsche offen lässt. Die deutschsprachigen Unterlagen von GRI sind von hoher Qualität.

Die Beschäftigung mit GRI lohnt sich auch dann, wenn gar kein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht wird. Wer sich heutzutage systematisch mit diesen Aspekten und ihrem Potenzial beschäftigt, handelt ökonomisch.

Ihr individuelles Nachhaltigkeitsprojekt

Die Beschäftigung mit den Kriterien der Nachhaltigkeit ist in jedem Fall eine Aufgabe der Unternehmensführung. Idealerweise setzt sich die Geschäftsführung daher mit diesen Aspekten selbst auseinander oder setzt eine Stabsstelle hierfür ein, die der Geschäftsführung unmittelbar berichtet.



Ergebnis

Wider die Beliebigkeit von Nachhaltigkeit

Projekt sollten nicht überfrachtet werden. Die meisten Projekte scheitern daran, dass man sich zu Beginn zu viel vornimmt. Nähern Sie sich diesem Thema aus sicherer Flughöhe, indem Sie nicht versuchen, jeden einzelnen Aspekt, der bei GRI eine Rolle spielt, zur Perfektion zu entwickeln. Beginnen Sie stattdessen einfach mit einer Tabelle, in deren erste Spalte Sie den jeweiligen Indikator eintragen und in der Sie rechts daneben Spalten für (1) die konkret-individuelle Relevanz des Indikators, (2) die Qualität Ihrer hausinternen Information und Dokumentation hierzu und (3) Ihren Eindruck vom Verbesserungspotenzial vorsehen, das Sie selbst beim jeweiligen Indikator für Ihr Unternehmen sehen.

Wenn Sie hierbei ehrlich zu sich selbst sind, werden Sie auf diese einfache Art sehr schnell Handlungsschwerpunkte ermitteln, deren Bearbeitung die Nachhaltigkeitsleistungen Ihres Unternehmens – und damit dessen wirtschaftlichen Erfolg – positiv beeinflussen können.

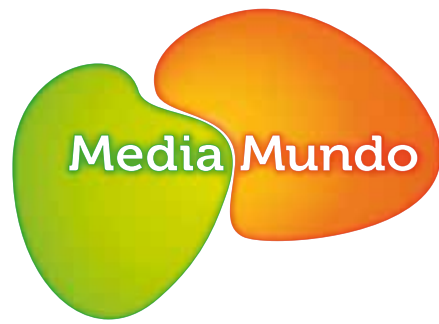
Alexander Rossner
alex.rossner@zukunftswerk.org

(Die Global Reporting Initiative finden Sie im Internet unter <http://globalreporting.org>, dort wählen Sie dann am besten die deutsche Ländersseite aus.)

Die Unterlagen von GRI sind im Web öffentlich zugänglich und können unentgeltlich für jedes Nachhaltigkeitsprojekt angewandt werden.

Die Kategorien der GRI

- Wirtschaftliche Leistungen – Ökologische Leistungen – Leistungen im Umfeld der Menschenrechte
- Leistungen bei den Arbeitsbedingungen – Soziale Leistungen – Leistungen im Kontext der Produktverantwortung



Fachverband Medienproduktions e.V. (f:mp.)
MediaMundo

Waldbornstraße 50
56856 Zell/Mosel
fon +49 (65 42) 54 52
fax +49 (65 42) 54 22
info@f-mp.de
www.mediamundo.biz